BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

Universidad Complutense de Madrid

La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996

Gloria Gómez-Escalonilla Moreno

Tesis de Doctorado

Facultad: Ciencias de la Información

Director: Dr. Juan Benavides Delgado

1998

T E S I S D O C T O R A L

DE

Gloria GÓMEZ-ESCALONILLA MORENO

LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996

Director:

Dr. D. Juan BENAVIDES DELGADO

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad Complutense de Madrid

Facultad de Ciencias de la Información

Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad I

MADRID -1998

INDICE

Introducción

PARTE 1: PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA TESIS

Capítulo 1: Delimitación del objeto de estudio
1.1. Precisiones terminológicas
1.2. Diferentes definiciones de programación televisiva
1.2.1. La programación como resultado de la "optimización" de la audiencia
1.2.2. La programación como catálogo de programas
1.2.3. La programación como discurso televisivo
1.2.4. Posición adoptada por esta investigación respecto al concepto
1.3. Objeto de la tesis
1.3.1. Objeto formal de la tesis
1.3.2. Objeto material de la tesis

Capítulo 2: La televisión
2.1. La programación y la televisión
2.2. Aspectos tecnológicos de la televisión
2.3. La televisión en el mundo
2.3.1. Sistema televisivo de monopolio estatal
2.3.2. Sistema televisivo en competencia entre empresas privadas
2.3.3. Sistema televisivo mixto
2.4. La televisión en España
2.4.1. Primera etapa: los comienzos del medio (1956-1962)
2.4.2. Período expansivo (1962-1969)
2.4.3. Tercera etapa: del "boom " al frenazo televisivo (1969-1973)
2.4.4. Apertura en la transición y autonomía en la democracia (1973-1982)
2.4.5. Ruptura del monopolio televisivo (1982-1992)
2.4.6. El desarrollo de la competencia televisiva (1992-1997)
2.5. El futuro de la televisión

Capítulo 3: Fundamentos epistemológicos y teóricos
3.1. Fundamentos de esta investigación: planteamiento del problema
3.2. Dimensiones epistemológicas de esta investigación
3.2.1. Ámbito del conocimiento científico en el que se ubica esta tesis
3.2.2. Referentes epistemológicos básicos
3.2.3. Aportaciones del estudio de la comunicación
3.3. Planteamiento teórico
3.3.1. Hacia una Teoría de la Programación

Capítulo 4: Metodología y análisis en la investigación
4.1. Hipótesis de partida
4.2. Metodología utilizada
4.3. Modelo de análisis utilizado en la investigación
4.3.1. La emisión
4.3.2. Espacios televisivos
4.3.2.1. El tratamiento del género

4.3.2.2. Marcos temporales del espacio televisivo
4.4. Técnica de obtención de datos
4.5. Confección de la muestra
4.6. Utilización de fuentes
4.6.1. Creación del corpus de análisis

PARTE II: LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA

Capítulo 5: Análisis de los datos
5.1. Datos utilizados
5.2. Descripción de las variables
5.3. Plan de explotación

Capítulo 6: Las emisiones televisivas
6.1. La emisión de televisión
6.2. El horario de inicio de las emisiones
6.2.1. El horario de inicio de TVE-1
6.2.2. El horario de inicio de TVE-2
6.2.3. El horario de apertura de las emisiones de Telemadrid
6.2.4. El horario de apertura de las emisiones de Antena 3
6.2.5. El horario de apertura de Telecinco
6.3. El horario de cierre de las emisiones
6.3.1. El horario de cierre de TVE-1
6.3.2. El horario de cierre de TVE-2
6.3.3. El horario de cierre de Telemadrid
6.3.4. El horario de cierre de Antena 3
6.3.5. El horario de cierre de Tele 5
6.4. La duración de las emisiones
6.4.1. La duración de la emisión de TVE-1
6.4.2. La duración de las emisiones de TVE-2
6.4.3. La duración de la emisión de Telemadrid
6.4.4. La duración de las emisiones programadas por Antena 3
6.4.5. Duración de la emisión de Tele 5
6.5. Número de espacios por emisión
6.5.1. El número de programas de las emisiones de TVE-1
6.5.2. El número de programas de TVE-2
6.5.3. El número de programas de Telemadrid
6.5.4. Número de programas de las emisiones de Antena 3
6.5.5. Número de programas en Tele 5
6.6. La partición de la emisión
6.7. La programación de la emisión en España
6.7.1. La primera cadena estatal
6.7.2. La segunda cadena estatal
6.7.3. Telemadrid
6.7.4. Antena 3
6.7.5. Tele 5
6.7.6. Las emisiones de la televisión española

Capítulo 7: La programación televisiva en España (I): la programación de las cadenas
7.1. Introducción

7.2. La programación de TVE-1

7.2.1. Perfil de programación de TVE-1 según la audiencia a la que se dirigen los espacios

7.2.1.1. Evolución del número de espacios televisivos y tiempo de emisión dedicado a audiencias específicas

7.2.1.2. Evolución de la duración de los espacios según el público al que se dirigen

7.2.1.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria según la audiencia

7.2.2. Perfil de programación de TVE-1 atendiendo al fin social

7.2.2.1. Evolución del número de espacios televisivos y tiempo de emisión dedicado a cada objetivo

7.2.2.2. Evolución de la duración de los espacios según el fin social

7.2.2.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los espacios según el fin social que se persiga

7.2.3. Perfil de programación de TVE-1 atendiendo al contenido vehiculado

7.2.3.1. Evolución del número de espacios televisivos y tiempo televisivo según el referente

7.2.3.2. Evolución de la duración de los distintos espacios según el contenido que vehiculen

7.2.3.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria según los distintos referentes0

7.2.4. Perfil de programación según el formato de realización utilizados por la primera cadena

7.2.4.1. Evolución del número de espacios televisivos y tiempo de emisión que se realiza en distintos formatos televisivos

7.2.4.2. Evolución de la duración de los espacios según el formato

7.2.4.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los diferentes formatos

7.3. La programación de TVE-2

7.3.1. Perfil de programación de TVE-2 según la audiencia a la que se dirigen los espacios

7.3.1.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo dedicado a audiencias específicas

7.3.1.2. Evolución de la duración de los espacios según el público al que se dirigen

7.3.1.3. Evolución de la programación anual, semanal y diaria de los espacios que se dirigen a públicos específicos

7.3.2. Perfil de programación de TVE-2 atendiendo a la funcionalidad del medio

7.3.2.1. Evolución del número de espacios televisivos y tiempo televisivo según el objetivo

7.3.2.2. Evolución de la duración de los espacios según su objetivo

7.3.2.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los distintos espacios que programa TVE-2 según los objetivos que se propone

7.3.3. Perfil de programación según al contenido vehiculado de TVE-2

7.3.3.1. Evolución del número de espacios televisivos y tiempo televisivo según el referente en la programación de la segunda cadena

7.3.3.2. Evolución de la duración de los espacios televisivos según la temática que abordan

7.3.3.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los espacios televisivos de la segunda cadena discriminados según su temática

7.3.4. Perfil de programación según la realización televisiva en TVE-2

7.3.4.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo dedicado a cada formato de realización

7.3.4.2. Evolución de la duración de los espacios que se programan con diferente formato
7.3.4.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los espacios televisivos realizados con distintos formatos
7.4. La programación de Telemadrid
7.4.1. El perfil de la programación que se dirige al público específico: el infantil
7.4.2. Perfil de programación según el uso social adjudicado al medio
7.4.3. Perfil de programación atendiendo al contenido vehiculado
7.4.4. Perfil de programación según la realización televisiva en Telemadrid
7.5. La programación de Antena 3 Televisión
7.5.1. Perfil de programación que se dirige a audiencias específicas: la infantil
7.5.2. Perfil de programación según la funcionalidad del medio
7.5.3. Perfil de programación según los contenidos de Antena 3
7.5.4. Perfil de programación de Antena 3 atendiendo a su realización televisiva
7.6. La programación de Tele 5
7.6.1. Perfil de programación según los públicos a los que se dirige: el infantil
7.6.2. Perfil de programación según la funcionalidad del medio
7.6.3. Perfil de programación atendiendo al contenido que referencia la cadena
7.6.4. Perfil de programación atendiendo a la realización televisiva

Capítulo 8: La programación televisiva en España (II): los espacios televisivos
8.1. Introducción
8.2. La programación territorial
8.3. La programación infantil
8.4. La programación de entretenimiento en la televisión española
8.5. La programación informativa
8.6. La programación formativa
8.7. La programación comercial
8.8. La realidad en televisión
8.9. La programación de ficción
8.10. Las variedades en televisión
8.11. La programación deportiva
8.12. La programación musical
8.13. La programación religiosa
8.14. La programación taurina
8.15. La programación en directo
8.16. La programación que dialoga
8.17. La programación espectacular
8.18. El busto parlante en televisión
8.19. La programación de una diversidad presentada
8.20. La programación cinematográfica
8.21. La programación teatral
8.22. La programación seriada
8.23. La programación documental
8.24. La animación televisiva

Capítulo 9: La programación televisiva en España (III) La oferta televisiva
9.1. Oferta televisiva
9.2. La oferta televisiva del franquismo (1956-1975)
9.2.1. Discriminación de públicos

9.2.2. El fin social del medio televisivo
9.2.3. Los contenidos vehiculados por la televisión franquista
9.2.4. La realización televisiva
9.3. La televisión en transición (1975-1982)
9.3.1. La oferta dirigida a audiencias específicas
9.3.2. El fin social que persigue
9.3.3. Contenidos vehiculados en la transición
9.3.4. La realización televisiva
9.4. Cambios políticos y comunicativos en la televisión de la Democracia (1982-1990)
9.4.1. Oferta dirigida a audiencias específicas
9.4.2. Objetivos que se marca el medio
9.4.3. Los contenidos que transmite la televisión del momento
9.4.4. La realización televisiva
9.5. La oferta televisiva actual
9.5.1. La oferta dirigida a públicos específicos
9.5.2. Objetivos sociales del medio televisivo
9.5.3. Los contenidos transmitidos
9.5.4. Realización televisiva en los noventa
9.6. Estructuras programáticas en la oferta televisiva española

Conclusiones de la tesis

Bibliografía

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

INTRODUCCIÓN

La programación televisiva en España

El planteamiento inicial de esta investigación sobre la programación televisiva en España toma como marco general de referencia las relaciones que se establecen entre el cambio de lo comunicativo y el cambio social. Ahora bien, abordar el problema de las relaciones entre Comunicación y Sociedad no suele ser una tarea fácil, pero puede resultar grata y estimulante en la medida en que, al tratar fenómenos comunicativos concernientes a la actividad social del ser humano, implica también un esfuerzo por conocer algo más sobre aspectos de nuestra propia cotidianeidad.

Como seres humanos, nos vemos inevitablemente sometidos a la necesidad biológica o social de comunicarnos, pero también al imperativo cultural de servirnos de la comunicación para informarnos, formarnos o entretenernos en la forma en que se suelen hacer tales cosas en el lugar y el momento histórico en que desarrollamos nuestra existencia.

Para satisfacer esas necesidades personales o colectivas, la comunidad donde cada individuo desarrolla su existencia dispone de formas para regular las relaciones comunicativas en el seno del grupo, y ello implica a veces la aparición de actividades de producción comunicativa socialmente organizadas. La institucionalización de tales actividades dio lugar a lo conocemos bajo la denominación de "la comunicación pública".

Las "actas" romanas son ya manifestaciones de esa producción de comunicación institucionalizada, de reducida pero influyente difusión; la Gaceta de Renaudot, comienzo del periodismo moderno, abre más tarde la comunicación a la multiplicidad de actores privados que se dirigen unidireccionalmente a grupos cada vez más amplios de la población, sentando las bases de lo que, por entonces era novedoso: "la comunicación de masas". Esta modalidad de comunicación pública que surge y crece al

amparo de las oportunidades de desarrollo productivo que ofrece el capitalismo emergente alcanzará su más alto grado de institucionalización con la aparición y el desarrollo social de los actuales medios de comunicación. Algunos de estos medios de comunicación de masas se fueron convirtiendo en verdaderas industrias culturales, cuyo funcionamiento se basa hoy en una compleja red de relaciones e intereses donde se entremezclan los objetivos comunicativos, con otros de índole económica, cuando no política, cultural o ideológica. La influencia social de tales industrias se ampara hoy en la exigencia de dar cobertura a las numerosas necesidades y prácticas comunicativas que jalonan la vida cotidiana de la población, no pocas de las cuales aparecen y se consolidan precisamente como consecuencia de la institucionalización del consumo de lo que ellas mismas producen.

Partiendo de estas consideraciones iniciales, se comprenderá por qué abordar el estudio de algo que concierne a la televisión, un medio de comunicación que por su incidencia social se ha consolidado como uno de los pilares básicos del sistema de comunicación pública de las sociedades contemporáneas, no por compleja, deja de ser una tarea pertinente y, hasta cierto punto, obligada.

Ahora bien, el presente trabajo no aborda la organización productiva del actual sistema de comunicación pública o las razones de la incidencia social del medio que se ha revelado como uno de sus principales representantes: la televisión. Desde pretensiones más modestas, este trabajo doctoral sólo aspira a ofrecer una aproximación al conocimiento de un aspecto muy concreto de la actividad de producción comunicativa asociada a la televisión que, no por cotidiano o solapado, es por ello menos importante: la programación de su oferta comunicativa y su evolución histórica, algo que ha sido escasamente abordado en las investigaciones sobre este medio de comunicación de masas en España realizadas hasta el momento.

En la actualidad, la televisión es una institución comunicativa compleja. En su funcionamiento, el control político, los aspectos económicos u otros factores extracomunicativos juegan un papel tan importante, al menos, como los factores propiamente comunicativos. Por lo tanto, un estudio sobre la televisión no puede dejar de lado estas constricciones, aun cuando el punto de arranque de la investigación sea la

presunción de que se trata de un medio que, precisamente como resultado de ellas, desarrolla una producción comunicativa que responde a unas leyes o a unas lógicas que le son propias.

El fenómeno televisivo posee tal complejidad que cada una de las variadas dimensiones que en él intervienen justificaría por sí misma el desarrollo de investigaciones desde perspectivas autónomas muy dispares. Se puede plantear el estudio de la televisión desde el punto de vista laboral, económico, político, ideológico, tecnológico, etc. y cualquiera de ellos sería igualmente válido, ya que aportaría un conocimiento parcial pero legítimo y útil a la hora de dar cuenta del entramado de relaciones cuyo resultado material vemos a través de las pantallas. Aquí sin embargo, sin olvidar nunca esa complejidad subyacente al proceso productivo de la televisión, sólo se pretende abordar un aspecto muy concreto que atañe a determinado quehacer profesional que resulta de la división del trabajo en el seno del medio: la programación televisiva.

Fenomenológicamente, la programación de lo que ha de ser difundido por la televisión es una actividad profesional. Como tal aparece vinculada al proceso de producción comunicativa del medio desde sus comienzos. A ello no debió ser ajeno el desarrollo de rutinas profesionales similares en otros medios que la precedieron como la radio o el cine. En términos generales, el quehacer del programador consiste en la distribución en el tiempo disponible para la emisión de aquellos productos comunicativos que serán ofrecidos a las audiencias, lo cual implica aplicar determinados criterios de decisión que varían según los objetivos que se persigan.

Pero, desde otro punto de vista diferente, cuando se habla de programación también se alude al producto resultante de esa misma actividad. Como consecuencia de la aplicación de los criterios de decisión que emplea el programador, el resultado de la programación, lo programado para una emisión o para el paquete de emisiones previstas para un determinado período de tiempo, *será una propuesta organizada de productos televisivos estructurados temporalmente.* En la medida en que el programador no opera ubicando aleatoriamente los materiales televisivos disponibles, tras la secuencia de programas de una emisión habrá siempre un *modelo de orden* que podrá ser estudiado a partir del análisis de lo que ha sido programado. Por otra parte, nuestra propia experiencia cotidiana como

telespectadores nos muestra además que en la programación diaria o semanal hay y hubo siempre una elevada tasa de redundancia, lo cual nos permite hablar también de la existencia de *patrones de programación que se repiten o que varían con el paso del tiempo*. Es voluntad de esta investigación doctoral abordar estas cuestiones con el propósito de conocer algo más acerca de las lógicas que subyacen a la confección de emisiones y, lo que es más importante desde el punto de vista histórico, la lógica que rige la reproducción y el cambio de la programación televisiva.

En España, como en cualquier otro país, la televisión ha programado y programa siempre sus emisiones con antelación. Los programadores toman los productos que están a disposición del medio para ser emitidos y los distribuyen a lo largo del horario de emisión previsto por la cadena. El hecho de colocarlos antes o después, a una u otra hora, tal o cual día, así como su propio contenido o su formato, son rasgos que definen una determinada producción comunicativa del medio. *El conocimiento de las características y de los modelos de organización de la producción comunicativa cotidiana de las diferentes cadenas en antena, el conocimiento de cómo fue cambiando esa oferta audiovisual a lo largo del tiempo y el conocimiento del balance que resulta de la consideración conjunta de todo lo que se ha emitido hasta el momento* son los aspectos del problema en los que se centra esta tesis. A nuestro juicio, esta investigación contribuirá a llenar un hueco en los actuales estudios sobre la programación televisiva, y permitirá profundizar con mayor precisión en el conocimiento de los modelos de programación que se han venido utilizando.

La programación televisiva española evoluciona a medida que lo hace el medio. Desde sus comienzos en los años 50 la televisión programó breves emisiones. Cabe plantearse, ¿cómo era esta programación de la fase de arranque del medio?. Poco a poco la televisión superó esta etapa de infancia y paulatinamente entró en los cuartos de estar de toda España; ¿qué veían esos millones de españoles en los años sesenta y setenta?. Tampoco la televisión, y obviamente la programación fue ajena al cambio político acaecido en este país tras la muerte de Franco ¿cómo fue la televisión franquista? ¿La llegada de la democracia supuso un cambio en las maneras de programar de las cadenas existentes?. Pero además, coincidiendo con la consolidación de la democracia y el auge de las políticas neoliberales que afectaron a la comunicación, el mapa televisivo español sufre una

convulsión, apareciendo en escena nuevas cadenas que acaban con la situación de monopolio de televisión estatal. Pero, ¿cómo afectó ese cambio en la programación de la oferta televisiva posterior? Estos y otros interrogantes similares son las incógnitas de un proceso de cambios todavía en curso con consecuencias comunicativas, sociales o culturales cuya trascendencia es todavía imprevisible. Estos desconocimientos legitiman la oportunidad de abordar científicamente la investigación de tales fenómenos, algo a lo que pretende contribuir el presente trabajo doctoral.

Partiendo de estos planteamientos y con la pretensión de ofrecer una respuesta a algunos de los interrogantes arriba enunciados, se ha realizado una investigación cuyo modelo metodológico ha sido diseñado ex-professo para estudiar la programación televisiva de las cuatro primeras décadas de existencia del medio en España.

Ahora bien, no se puede hablar de programación televisiva en España sin hacer referencia al fenómeno publicitario, a la problemática de las audiencias, a los costes de los programas, a las diversas políticas comunicativas, a los otros canales de televisión, o inclusive a un pequeño pero trascendente artilugio llamado mando a distancia. Todos estos factores, entre otros, son tomados en cuenta a la hora de conformar lo que la televisión ofrece a su audiencia, y obligan a considerar la programación televisiva, no como una tarea aparentemente simple, consistente en una mera distribución de espacios en el horario de emisión; sino como una habilidad profesional compleja en la que se manejan criterios que trascienden el ámbito de lo estrictamente comunicativo. Sin embargo, en razón del enfoque adoptado en esta tesis, estos otros factores causales cuyo estudio sería necesario para explicar el porqué de la programación televisiva en España, si bien se toman en consideración como referencia de contexto, no son investigados en un trabajo como éste, centrado sobre todo en dar respuestas al problema de cómo se ha hecho la programación televisiva en este país. En todo caso, tales fenómenos serían el objeto de futuros estudios complementarios al que aquí se ha realizado.

Las páginas que siguen dan cuenta del trabajo de investigación que se ha realizado para esta tesis. Esta memoria se divide en dos partes. En la primera parte, que incluye cuatro capítulos, se expone la contextualización teórica y metodológica que soporta la investigación empírica realizada sobre

programación televisiva. En la segunda parte, que agrupa cinco capítulos, se destina a detallar los resultados del trabajo de campo.

En el capítulo primero se abordan las cuestiones que definen el objeto de estudio, ofreciendo una delimitación terminológica y conceptual del fenómeno que se pretende investigar. El capítulo segundo, por el contrario, introduce cuestiones que afectan al escenario histórico donde se ha desarrollado el fenómeno que en el capítulo anterior se ha delimitado, contextualizándolo comunicativa y socialmente. A continuación, el capítulo tercero se destina a ofrecer los fundamentos epistemológicos y teóricos que amparan el enfoque adoptado en la investigación del fenómeno estudiado. En el cuarto y último capítulo de esta primera parte, se expone y justifica la metodología que se ha seguido y las técnicas que han sido utilizadas para realizar la investigación sobre programación televisiva en España. El quinto capítulo incluye una descripción de los datos obtenidos, las variables y categorías empleadas para los análisis así como el plan de explotación que se ha seguido. El sexto capítulo da cuenta de los resultados que se han obtenido trabajando en el nivel de estudio de la emisión. El séptimo capítulo expone el análisis de la programación de las distintas cadenas. En el octavo capítulo se detallan los resultados desde el punto de vista de los espacios que han sido programados. El noveno y último capítulo se ocupa de los resultados relativos al estudio de la oferta televisiva en distintos momentos de la historia del medio en España.

Esta memoria finaliza con las conclusiones que resultan de la investigación realizada y la bibliografía que se ha consultado. También se ofrece como anexo la tabulación estadística que resulta del procesamiento de la información sobre la programación televisiva española que se ha recopilado en el trabajo de campo.

Primera Parte

PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA TESIS

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPÍTULO 1

DELIMITACION DEL OBJETO DE ESTUDIO

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

1.1. Precisiones terminológicas

Según el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española, el término programación es "la acción y el efecto de programar". El Diccionario define programar como "formar programas, la previa declaración de lo que se piensa hacer en alguna materia u ocasión"[1]. Esta definición no se refiere exclusivamente a la programación televisiva, ya que existen multitud de situaciones en las que se produce la programación en el sentido dado por la Academia[2]; el teatro, un curso, o cualquier acto son situaciones en las que se requiere una previa declaración que explicite en qué van a consistir.

Según esta definición, la programación televisiva es la declaración previa de lo que emitirá la televisión en un determinado momento. Sin embargo, el término de programación televisiva no sólo se refiere a esta explicitación previa de emisiones. Este término se ha extendido y es normalmente utilizado para designar la labor de organizar esas emisiones y no sólo de comunicar esa organización. Pero además, aunque se sigue considerando programación al adelanto de la organización de emisiones, también se designa con este término al resultado final de lo que realmente se emite, es decir, a la emisión. Sin embargo, el término programa no remite actualmente a la declaración previa de la emisión, tal como se desprende de la acepción de la Academia, sino que este término sólo se utiliza para referirse a los distintos espacios televisivos que programa el medio.

El fenómeno al que alude este concepto no siempre se le ha designado con el nombre de programación. De este modo, cuando nació el medio, como necesariamente se programaba, se fue asignando el término de "programa" y no de programación, para definir esa tarea de distribuir espacios en los tiempos de emisión. El término programa también se refería entonces a las emisiones televisivas, como lo demuestra la denominación inicial de las cadenas: "primer programa nacional" (TVE-1) y "segundo programa" (TVE-2). La utilización de este término tuvo mucho que ver con la designación entonces de la programación radiofónica, que también

---

[1] *Diccionario de la lengua española* (1982; pág. 1070)

[2] El Diccionario de la Real Academia también ofrece otra definición de programación para referirse a "preparar los datos previos indispensables para obtener la solución de un problema mediante una calculadora electrónica" (*Diccionario de la Lengua Española*; 1982; 1070). Esta definición nada tiene que ver con el tema de la tesis ya que se refiere a la acepción utilizada en el manejo de los ordenadores.

utilizaba el término de "cuaderno de programa" para definir la distribución de los distintos espacios en los tiempos de difusión, y el término de "programa" para referirse a la propia emisión radiofónica. La televisión, en sus comienzos, trasladó muchas prácticas profesionales, y por lo tanto la manera de referirse a ellas, de la experiencia de la radiodifusión ya establecida en España desde hacía décadas.

Cabe añadir que existe otro término para referirse a este fenómeno y es el de "parrilla" o "rejilla" de la programación. En sentido estricto y en el lenguaje profesional, estos términos se refieren a la materialización por escrito de la planificación diaria de espacios en los tiempos de emisión de la cadena. La parrilla o rejilla de la programación es, materialmente, una plantilla dividida en casillas correspondientes a las distintas horas del día que se van rellenando con los programas previstos para ese día en función de su ubicación horaria. Cabe admitir que estos términos amplían esta acepción refiriéndose no sólo a la plantilla material de planificación de la emisión diaria, sino que también se utiliza para referirse al resultado de esa planificación, utilizándose como sinónimo de programación.

La penetración de neologismo provenientes del extranjero ha contribuido a la utilización de otros términos para referirse al fenómeno de la programación televisiva. Sobre todo el término italiano "palinsesto" o el inglés "schedule", cuya traducción precisa al español es "fijar horarios".

1.2. Diferentes definiciones de programación televisiva

Los glosarios incluidos en manuales o diccionarios sobre la comunicación incluyen el término de programación definiéndolo de muy diversas maneras. Así, Westphalen y Piñuel la definen como "la selección de los diferentes programas estableciendo un orden de paso"[3]. La programación también la define Benito como "la suma de reglas o procedimientos de los que se sirve el programador para ordenar adecuadamente en el tiempo y en el espacio las distintas unidades programáticas o programas"[4]. También de la Mota define programar como "idear y ordenar las acciones necesarias para realizar la programación de una emisora de televisión, con indicación de las

[3] M.H. WESTPHALEN Y J.L. PIÑUEL (*La dirección de comunicación*; 1993; pág. 1093)
[4] A. BENITO (*Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*; 1991; pág. 1118)

partes de que se ha de componer y lo que ha de integrar cada una de ellas"[5]. En términos generales cabe decir que aunque estas definiciones adolecen de una simplicidad exigida para su mayor comprensión, todas ellas indican que el término de programación designa una tarea conducente a organizar las emisiones.

En la bibliografía especializada en el tema de la televisión, que trata bien en profundidad o de manera puntual el tema de la programación, se han encontrado diferentes definiciones de este término. Esta diversidad de acepciones se entiende por el énfasis que dan a unas u otras características que suponen más relevantes de este fenómeno televisivo, pero todas coinciden en utilizar el término de programación para designar la labor de organizar las emisiones, al margen de que esa labor sea para darlas a conocer o como un proceso previo para finalmente difundirlas.

Existen unas acepciones que caracterizan a la programación como el cometido esencial de la cadena de televisión, haciendo hincapié en la necesidad de esta tarea para la organización de la producción comunicativa del medio televisivo. Además, esta tarea, por sus propias características, requiere de una reproducción continuada. De este modo, Soler la define como "la necesidad básica de una estación de televisión, que consiste en llenar de contenidos todas las horas previstas de emisión". Esta definición incide, pues, en considerar el tiempo de emisión como una "hoja en blanco que es necesario llenar"[6]. Esta visión también es compartida por Cebrián Herreros, para quien "una emisora, al ponerse en funcionamiento, elabora una programación para llenar las horas que va a emitir diariamente y con la puesta en marcha de la programación se inicia un proceso de desgaste ya que ninguna programación es pensada a perpetuidad"[7].

Otras definiciones inciden en la característica de la programación en el sentido de ser ésta un flujo continuo. La característica fundamental de la programación en estas acepciones es el factor de la continuidad de la emisión. El mismo Cebrián define "la programática como la unificadora de las estructuras autónomas, ya que la televisión presenta un conjunto de programas unidos, vinculados de alguna forma unos con otros, con un ritmo

---

[5] I. DE LA MOTA (*Diccionario de la comunicación*; 1988; pág. 216 del Tomo II)

[6] L. SOLER (*La televisión. Una metodología para su aprendizaje*; 1988; pág.127).

[7] M. CEBRIAN HERREROS (*Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*; 1978, pág. 250)

propio y con unas leyes específicas. De este modo es la continuidad de la emisión la que permite hablar de programación más que de programas en concreto”[8] .

Diversos planteamientos subrayan la distribución de programas en el horario de emisión como la característica primordial de la programación. En efecto, Bustamante y Zallo consideran que lo importante del fenómeno televisivo “no son sólo los programas y los géneros, sino fundamentalmente su ubicación temporal, de acuerdo con las audiencias potenciales conocidas de cada rejilla horaria y los objetivos de cada emisora”[9]. De forma similar, Faus Belau define la tarea de programar como sinónimo de la de planificar: “la distribución de unos tiempos en función de unos recursos”[10]. La programación entendida como la distribución de géneros en el tiempo de emisión también se desprende de la definición aportada por Martín Serrano, quien incide en las consecuencias de esa distribución. Para este autor, “la mediación televisual organiza la referencia a las cosas y la perspectiva desde la que se refiere a las cosas en función de la programación del medio. Cualquier usuario familiarizado con la oferta televisiva sabe dónde y cuándo puede encontrar noticias, polémica, morbo, sexo... Ese modo de realización convierte a la programación televisiva en una sucesión de mundos estancos... a cada mundo se le da su tiempo”[11].

También otras opiniones y perspectivas que enfatizan el punto de vista del telespectador. La programación así entendida es “la adecuación de unos contenidos en forma de programas a una audiencia potencial”[12] o también “el conjunto variado de posibilidades ofrecidas para el visionado, durante el tiempo dedicado a dicha actividad”[13].

La variación de puntos de vista que resaltan unas características u otras de un fenómeno sobre el que básicamente se comparte su definición, da lugar a distintos posicionamientos teóricos que se pueden adoptar a la hora

---

[8] M. CEBRIAN HERREROS (Ob.Cit.; 1978, pág. 163)

[9] E. BUSTAMANTE Y R. ZALLO (*Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales*; 1988, pág. 138)

[10] A. FAUS BELAU (*La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*; 1995, pág. 191)

[11] M. MARTIN SERRANO (Las mujeres y la publicidad. Nosotras y vosotros según nos ve la televisión; 1995, pág. 27)

[12] J. A. CORTES (El programador, la nueva estrella de la TV. En *Mensaje y medios*, Nº6; 1989, pág. 32)

[13] A. CASTILLO (Programación a la parrilla. *Pórtatil*, Nº 10; 1996, pág. 34)

de plantearse, como aquí se hace, una investigación sobre la programación de la televisión.

1.2.1. La programación como resultado de la "optimización" de la audiencia

La programación del sistema televisivo es un fenómeno que adquiere más importancia con la llamada "desregularización" del sector, es decir, con la nueva regulación que permite la actual competencia entre las cadenas. Este interés se advierte en la creciente prioridad de los departamentos de programación, en la competencia de las emisoras por contratar los programadores de prestigio, en la profusión de estudios encargados por las cadenas sobre los programas que ofrecen, sobre su oferta de programas y, sobre todo, por los efectos cuantitativos de su programación.

Este interés del sector televisivo por la programación se ha visto recientemente potenciado por la irrupción de nuevas cadenas en el panorama audiovisual español. En la medida en que la programación es aquello que organiza la producción comunicativa con la que una cadena ha de competir por la audiencia, y ésta es la base del contrato publicitario, preferente vía de ingresos; la competencia con nuevas cadenas supone una reorganización del sector en sus relaciones con la audiencia y con la publicidad a través de la programación. Por ello, es ahora cuando la preocupación por la programación adquiere más importancia, toda vez que la programación de una cadena tiende a constituirse en el elemento fundamental de su oferta, es decir, el producto que ofrece para ser consumido y contratado frente a la competencia de las demás cadenas.

Esta definición de la producción televisiva en términos fundamentalmente económicos convierte la rutina de programar en un medio que responde a un único fin: "optimizar" la audiencia. De este modo, el programador actúa dentro de los límites impuestos por el doble objetivo de capturar y de mantener a la audiencia[14] en la misma cadena. Pero no sólo la dimensión profesional es entendida en los términos dictados por los

---

[14] "Los objetivos del programador pueden expresarse de dos modos: el programador puede intentar acercarse al mayor número posible de oyentes o bien retenerlos durante el mayor tiempo posible". A. LE DIBERDER y N. COSTE-CERDAN (*Romper las cadenas;* 1990. pág. 56)

audímetros, sino que la misma programación televisiva se identifica con los índices de audiencia que obtiene. Esta acepción reduccionista del concepto de programación funciona en ámbitos comerciales donde, por el imperativo de la publicidad, lo único importante de la programación es el número de telespectadores que consigue mantener para los spots publicitarios.

Frente a esta definición de la programación más propia de sectores profesionales y comerciales, entendida en un sentido restringido como resultado de la "optimización" de la audiencia; existen otras opiniones que reivindican una autonomía de la programación con respecto a los índices cuantitativos imperantes actualmente.

Además, esta concepción de programación difícilmente puede explicar este fenómeno en los momentos iniciales del medio televisivo. Aunque actualmente, debido al régimen de competencia establecido entre las distintas cadenas, los índices de audiencia ejercen sino una tiranía como denomina Le Diberder, sí una influencia muy notable en el quehacer cotidiano de programar; no fue de este modo cuando la televisión en España operaba en régimen de monopolio que fueron nada menos que 25 de sus 40 años de existencia.

1.2.2. La programación como catálogo de programas

Las últimas consecuencias del funcionamiento del sistema televisivo y, en concreto, de la programación, en razón de la prioridad comercial son sentidas por diferentes sectores de la población y catalogadas como el dominio absoluto de la "telebasura", "la tiranía de la mayoría", la pérdida de la autonomía cultural, etc.[15]. Frente a este hecho, se reivindica una programación que no sea entendida en términos de audiencia; sino que "partiendo de la base de que los medios de comunicación de masas tanto públicos como privados constituyen un servicio público, se debe aspirar al logro de los tres míticos objetivos de informar, formar y entretener"[16].

---

[15] Ponencia presentada por JOSÉ ABRIL, director de programación en Telemadrid en 1994, en las I Jornadas de Contraprogramación televisiva celebradas en Madrid, en febrero de 1994.

[16] M. PRIETO BARRERO (*Audiencia y programación*; 1993. pág.24)

Lo que se propone es otra manera de entender la programación, no en función de sus resultados; sino en relación a sus contenidos. La programación sería, por tanto, un catálogo de programas de los que interesa su temática y el predominio porcentual de los diferentes géneros en las parrillas de programación.

El debate en este sentido se mueve en relación a dos concepciones de programación, que si bien se presentan como alternativas y excluyentes, no son sino dos planos diferentes a la hora de abordar el fenómeno. La programación es un conjunto organizado de programas que se ofrecen a la audiencia. Pero por diversos objetivos, existen posturas que priorizan su concepción como estrategia comercial, y su utilización para conseguir una mayor audiencia; y otras que enfatizan los contenidos que la programación organiza, y su uso informativo, formativo o lúdico. En estas últimas concepciones, la programación se entiende como un conjunto de programas definidos en razón al género al que pertenecen.

Pero este conjunto de programas no puede ser considerado como un mero catálogo puesto que la misma existencia de la programación implica cierta organización en la oferta televisiva. *Definir la programación en términos de las relaciones porcentuales entre los géneros es una opción que sólo toma en cuenta lo que se ofrece y no el cuándo y cómo se ofrecen los programas*.

1.2.3. La programación como discurso televisivo

Aunque el proceso comunicativo televisivo funciona como si la programación no fuera más que el marco de una serie de mensajes autónomos y diferenciados, ese marco general no puede ser considerado como un mero contenedor de programas, puesto que existe una relación entre esos mensajes y el marco general donde se sitúan, una relación que incluso llega a "re-significar" dichos mensajes.

Esta consideración ha sido el punto de partida de una corriente teórica que define la programación como un discurso autónomo e independiente de los mensajes que contiene, que tiene un ámbito propio de significación. Esta concepción procede de la maduración del pensamiento semiótico en su

aproximación a la televisión. Tras tratar de establecer las características del lenguaje televisivo como si se tratara de otro lenguaje natural y tras tratar de analizar y modelizar diversos tipos de mensajes (telenovela, informativo) en aras a reconocer su funcionamiento semiótico y establecer una tipología de los lenguajes del medio, se llega a considerar una estructura superior como unificadora de las estructuras autónomas, poseedora de un ritmo propio, de unas leyes específicas y con su propio ámbito de significación. Siguiendo esta perspectiva, la programación sería más que un mensaje, un "macro-discurso televisivo cuya especificidad consistiría en su capacidad de incorporar todas las combinaciones que hacen específicos otros sistemas o discursos de referencia"[17].

Sin embargo, el estudio de la "re-significación" de los programas en función de su relación con el "macro-discurso" donde se sitúan requiere de una explicitación previa, y es la *propia relación que se establece entre los espacios concretos, los programas, y los marcos temporales donde éstos se sitúan; porque es precisamente esta relación la que otorga significación semiótica a los espacios y a la propia programación*.

1.2.4. Posición adoptada por esta investigación respecto al concepto de programación

Más allá de las diferentes concepciones que abundan sobre este fenómeno y de las perspectivas teóricas adoptadas para una modelización de cómo funciona la programación televisiva, o simplemente para explicarla; existe un hecho que, como afirma el eslogan de TVE-1, "forma parte de la vida cotidiana de la gente". En este sentido existen otras acepciones de programación, aunque contradictorias a veces, pero que expresan de qué manera, quienes se ven implicados cotidianamente en el fenómeno, la entienden al margen de definiciones teóricas concretas. De esta manera, la programación es una modo de hacer televisión, pero también de consumirla. Por programación se entienden las características de una cadena, pero también la oferta de todas las que emiten en un momento dado. Programación también define cierta política comunicativa, incluso cierta política cultural. A la vez, la programación es la identificación de una

[17] J. GONZALEZ REQUENA (*Introducción al discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*; 1992, pág. 24)

cadena, un indicador de su éxito en audiencia. Y programar es una actividad profesional a la que se dedica el programador. Finalmente, desde el punto de vista del usuario, la programación es una página del periódico con la publicación de las parrillas del día, pero también, los programas que de todas las parrillas le interesan por disponibilidad, por tiempo o por gusto.

La complejidad inherente al fenómeno -donde los actores son múltiples, los contextos en los que interviene la programación son también diversos, incluso los intereses ya sean comunicativos, comerciales, políticos o culturales entran en contracción- hace que las definiciones con las que se quiere acotar sean, hasta cierto punto, subjetivas y adoptadas en función de los propósitos que explícita o implícitamente se persigan.

Por ello y a modo de conclusión de la concepción que en este trabajo se adopta sobre la programación, se ha optado por entender este fenómeno en su acepción más general como *la asignación de distintos espacios televisivos de los que se dispone a los tiempos previstos de emisión,* al margen de que esa asignación pueda tener ciertas causas o consecuencias económicas, sociales o comunicativas, que serían en todo caso fenómenos distintos, aunque confluyentes, en la programación de televisión.

1.3. Objeto de la tesis

En la práctica científica habitual suele distinguirse entre el objeto material y el objeto formal de la investigación a realizar. Se considera objeto material de estudio el fenómeno concreto que se va a estudiar. El objeto formal de la investigación se refiere a la perspectiva desde la cual se aborda su estudio.

1.3.1. Objeto formal de la tesis

Se considera el fenómeno de la programación como una parte del proceso de producción televisiva, destinado a distribuir los espacios de los que dispone el medio en el tiempo que se emite.

La investigación de este fenómeno es pertinente porque la programación remite a una realidad que tiene una importancia crucial en el actual modelo televisivo generalista que funciona en régimen de competencia.

Por un lado, porque la programación tiene una importancia decisiva en los modelos televisivos generalistas, frente otros modelos que ya se están implantando en todo el mundo, por ejemplo, temáticos o de "pay per view". Frente a estos nuevos modelos, donde la programación adquiere otras características, la televisión generalista se basa precisamente en esa distribución de distintos espacios ubicados en un tiempo que, a no ser que se graben en el vídeo doméstico, es impuesto por la cadena televisiva.

A su vez, la manera de programar caracteriza las diferentes cadenas. La programación puede ser una seña de identidad más de una determinada emisora frente a las otras, ya sea por la excesiva o escasa programación de un determinado tipo de espacios o por la ubicación temporal de los mismos.

Pero además, dado el interés actual por los índices de audiencia, la programación es el más claro exponente de lo que puede ofrecer una cadena por subir o conseguir esos índices necesarios para garantizar su rentabilidad, y a su vez, se puede ver modificada en función de los audímetros. La práctica profesional actual parece obedecer a la creencia de que son precisamente los audímetros quienes programan, quienes deciden qué

espacios se programan y a qué hora se tienen que programar. Obviamente en un sistema de competencia, la influencia de los instrumentos de control de la audiencia es importante, aunque existen ciertas "constricciones" que no dependen de esos índices.

Otro aspecto en el que se manifiesta la importancia de este proceso de producción comunicativa es el que atañe a los propios productos. Para los espacios, sean programas, spots o cualquier otro producto comunicativo, la programación es lo que les puede permitir su éxito, su fracaso, su permanencia, su protagonismo, o su desaparición. Y quien habla de espacios habla de su contenido, de las estrellas que los protagonizan, de los productos que promocionan, incluso de las características propias del programa, todo ello pendiente de su ubicación en el tiempo de emisión. Incluso la publicidad, el recurso económico que costea la televisión, se contrata y se establece su precio según los tiempos y horas en los que se programa.

Desde el punto de vista del telespectador, la programación es el producto que consume. Y ello porque la audiencia tiene que ceñirse a los espacios y tiempos que programa el medio. El uso y disfrute, el consumo al fin y al cabo de determinado producto por parte del usuario está determinado por su programación. Si ese espacio no se programa, o si se programa en un momento no acorde con las costumbres o la disponibilidad de ese usuario para ver televisión, es obvio que se le niega su consumo.

Además, la programación no es sólo el resultado de una tarea, sino la tarea misma. La programación, como actividad profesional, es una profesión que se aprende, se estudia y se practica. Aunque lo esencial de esta tarea es aparentemente simple, asignar espacios disponibles en un tiempo de emisión; la realización de esta tarea implica un proceso más complejo en la medida en que esa asignación se realiza en cumplimiento de determinados objetivos, persiguiendo una oferta competitiva, más barata, más efectiva, con mayores índices de audiencia, etc.

Estas reflexiones ponen de manifiesto que la programación implica algo más que secuenciar distintos espacios televisivos. En la manera en que se organiza la emisión se articulan razones que pueden afectar, positiva o negativamente, no pocos procesos de la actividad televisiva algunos de ellos

vitales para el medio. Ello puede justificar de cierta manera un estudio sobre este fenómeno concreto.

Ahora bien, existen diversos puntos de vista desde los cuales abordar su estudio. De esta manera se pueden estudiar los contenidos de los programas, sus efectos, aspectos formales de realización, presentación, etc. (por ejemplo, los informativos de TVE-1, los telefamosos, películas de producción nacional frente a producción extranjera, etc.); su clasificación en géneros, características o diferencias (p.ej. estudio de la programación infantil frente a la juvenil, estudio de los programas deportivos). Asimismo, se puede estudiar la parrilla de programación desde diferentes aspectos. Como la distribución de programas o elementos programáticos (la publicidad matinal, el cine de madrugada); la distribución de géneros (estudio de los educativos en determinada cadena); la significación de los programas y/o géneros en función de su ubicación en la parrilla (diferencias entre informativos de la mañana frente a los nocturnos) y también se pueden estudiar los efectos de los programas y/o géneros en función de su ubicación en la parrilla (la audiencia de los culebrones).

Sin embargo, la tradición investigadora sobre comunicación a menudo olvida este abanico de posibilidades de estudio en torno al fenómeno y se centra, sobre todo, en las consecuencias de los mensajes de los medios. Son numerosos los estudios sobre los efectos de los contenidos o los valores que vehicula la televisión. Y sobre todo actualmente, abundan los estudios de mercado sobre los efectos de la comunicación en la audiencia (hábitos, consumo o aceptación).

Las investigaciones que se ocupan exclusivamente del fenómeno de la programación son más bien escasas. Abundan, eso sí, los gabinetes de estudio de programación, donde se realizan análisis basados en el control de la audiencia de las emisiones con los índices, catalogando los distintos espacios según su audiencia y por tanto valorando su ubicación en la parrilla según sus resultados.

Pero al margen de estos estudios de mercado, existen otras vías de estudio que conceden más autonomía a la programación. Por ejemplo, la línea de investigación surgida en Italia bajo la batuta teórica de la semiótica que concede importancia no sólo al título sino también al horario que lleva el programa y en general toma en cuenta las variables que determinan la

programación de los espacios de una cadena. Aunque estas investigaciones van dirigidas sobre todo a estudiar las variaciones producidas en el consumo televisivo por la programación, y por lo tanto no pierden de vista su finalidad de ser útiles para optimizar la audiencia, por lo menos parten de un concepto de programación que posibilita el estudio de variables estrictamente comunicativas y no sólo referidas al consumo de televisión, aunque se establezcan fuertes vinculaciones entre ellas. No hay que olvidar que normalmente las investigaciones de este tipo están respaldadas por cadenas de televisión que se mueven en el mercado competitivo[18].

Existe otra línea de investigación ligada al ámbito científico y de carácter paneuropeo que trata de establecer comparaciones entre las programaciones de unos y otros países a través de un observatorio de las emisiones de distintas cadenas. El grupo de investigación del observatorio Euromónitor, cuyo equipo en España está a cargo Emilio Prado en la Universidad de Barcelona, analiza los porcentajes de géneros y la preeminencia de ellos en distintas franjas horarias, y ello para comparar los resultados con la programación de las distintas cadenas de los países europeos. Esta es una de las líneas de investigación más importante actualmente en lo que a la problemática de programación se refiere, y la investigación realizada para esta tesis apuesta por considerar esa línea de análisis como la más apropiada para el estudio de este fenómeno.

Como conclusión se puede decir que el objeto formal de esta tesis doctoral considera y justifica el estudio de la programación televisiva desde el punto de vista de la organización de los productos comunicativos que la televisión ofrece en el tiempo que emite, pues esa organización es una característica importante del proceso de producción comunicativa de este medio.

1.3.2. Objeto material de la tesis

La producción comunicativa es una actividad social, se desarrolla en cierto lugar y en determinado momento histórico. Por lo tanto, el estudio de

---

[18] N. RIZZA (*Immagini di televisione.*;1986)

la programación televisiva tiene necesariamente que remitir a un espacio concreto y a un tiempo determinado.

La investigación que se ha realizado en esta tesis se refiere a la programación televisiva que se ha generado en este país y durante el tiempo que comprende la propia historia del medio televisivo en España. Desde que comenzara el medio en 1956 existió programación. Cuarenta años después, en 1996, sigue existiendo la programación de televisión en España, pero obviamente no es la misma. Precisamente *se puede estudiar, como se plantea en esta tesis, esa historia de la televisión española a través de su programación.*

La investigación sobre televisión en España no es ajena a la problemática citada de proliferación de estudios sobre los efectos de la comunicación televisiva y la obsesión por los índices de audiencia a la hora de abordar la investigación de programación. Además, la investigación sobre la historia de la televisión en España no es tampoco muy profusa.

Abunda la literatura sobre la historia televisiva española basada en anécdotas de antiguos y actuales profesionales del medio que cuentan su visión particular de la historia que les tocó vivir. Se añade la publicación de los libros del año de Televisión Española que cuentan al detalle todos los aspectos, incluidos los que atañen a la programación, de la vida del ente en cada período. Aunque éste es un material de exhaustiva recopilación, tiene en su contra ciertas limitaciones: en primer lugar, la inexistencia de publicación en ciertos años; en segundo lugar, su referencia exclusiva a las cadenas estatales y, por último, su discutible rigor científico. Por otro lado, se cuenta también con un estudio elaborado por Bustamante y Zallo sobre la programación española, pero sólo abarca diez años de los cuarenta que la televisión lleva emitiendo[19]. También se cuentan con los datos aportados por el observatorio Euromónitor, pero tampoco comprende todo el período sino que se limita a la programación de los últimos años. A parte de todo ello, no se localizó ningún estudio que trate exhaustivamente la historia de la televisión en España, y menos la historia de su programación. Este vacío documental favorece la justificación de una tesis cuyo objeto sea el estudio de estos primeros 40 años de vida de televisión en este país.

---

[19] E. BUSTAMANTE Y R ZALLO (Ob.Cit. 1988)

Esta investigación no sólo se ampara en la inexistencia de trabajos anteriores. No sólo pretende aportar un conocimiento sobre la historia de la televisión en España, una historia desde el punto de vista de lo que se ha programado. Sino que también procura avanzar una propuesta de metodología de análisis para la investigación de la programación en televisión.

Además, el señalar la fecha tope como 1996 no sólo es pertinente por el cuadragésimo aniversario de TVE y, por tanto, de la televisión en España. Es importante sobre todo porque 1997 marca el comienzo del fin de la televisión convencional al comenzar en este año la comercialización de la televisión digital en este país. Inicialmente, la televisión digital aparece como una oferta complementaria a la televisión convencional, caracterizada por el elevado número de canales que ofrece y sobre todo por permitir la televisión a la carta o "pay per view"[20] donde no existe la programación entendida en los términos actuales. Sin embargo, la televisión digital supondrá en un corto período de tiempo otra manera de entender la televisión, ya que incorporará nuevos servicios (compra, internet, etc.), diferentes formas de consumirla (incorporación de videojuegos, cursos reglados, etc.) y en definitiva ampliará sus funciones llegando a ser algo más que un medio de comunicación social, tal como se vienen entendiendo estos medios hasta el momento.

Así pues, esta tesis toma como objeto de estudio la programación televisiva española desde 1956 a 1996. Y por programación se entiende la asignación de espacios televisivos en los tiempos de emisión de los canales en antena, asignación que se concreta en las parrillas de programación propuestas por las diferentes cadenas. En este sentido cabe señalar que si bien toda la historia de la televisión en España coincide con la historia de un canal concreto, TVE-1; a medida que avanza el tiempo fueron apareciendo otros canales que este estudio tiene necesariamente que contemplar. Así pues, la concepción de este estudio no sólo considera la programación como la ofrecida por un sólo canal, sino también la

[20] El sistema de televisión "pay per view" (pago por visión), apareció en Estados Unidos en 1985 y ya en 1991 existen 14 millones de personas abonados a este sistema televisivo. Su funcionamiento consiste en que el abonado, equipado con un terminal dirigible, ordena el programa de su elección (que suele ser cine de estreno, grandes acontecimientos o retransmisiones culturales o deportivas en directo) por medio de una llamada telefónica a un sistema informático que identifica al operador indicado, y ordena el pago del programa y cuando se cumple, teleordena la apertura del codificador para el canal o programa seleccionado. (*Cuadernos para Debate*, Nº 60, enero-febrero de 1991, pág. 1)

programación propuesta por el sistema televisivo en su conjunto a una audiencia determinada, lo que constituye la oferta televisiva global.

Pero por las características propias del sistema televisivo español, no todos los canales en antena se ofrecen de igual manera a todo el conjunto de la población. De este modo, los canales autonómicos son complementarios unos con otros en función de la región donde se ubican. Por ello, un análisis de todos los canales autonómicos sería, por tanto, contradictorio con la posibilidad que tiene una audiencia de recibir una determinada programación u oferta televisiva. De ahí que este estudio sólo tome en cuenta entre sus objetos de investigación un canal autonómico, en este caso Telemadrid por la ubicación de la realización del estudio[21], que actúa como referencia de los otros canales regionales.

Pero además, existe otro canal, en este caso de titularidad privada, que por la peculiaridad de su codificación no se recibe por toda la población de igual manera. Canal Plus se propone exclusivamente a los españoles que estén abonados. Este carácter restrictivo aconseja excluirlo del estudio al no estar incluido en la oferta televisiva común.

Tampoco se consideran los canales que se ofrecen a través de satélites, tanto nacionales como extranjeros, ya que para su recepción se necesita una antena parabólica y, en algunos casos, un abono para su descodificación. Estos condicionamientos impuestos para su recepción impiden su inclusión en la oferta televisiva ya que no se ofrecen de igual manera a todo el conjunto de la población. La programación de los canales que transmiten vía satélite, pues, ha quedado también excluida del estudio.

De igual manera se ha considerado oportuno excluir la programación de las cadenas locales. Aunque en los últimos años el número de este tipo de emisoras ha crecido considerablemente[22], por definición no cubren todo el territorio nacional. Además, debido a su distribución, existe mucha diferencia entre la oferta de televisión local según la geografía española, pues en las grandes ciudades emiten incluso más de siete cadenas mientras que en los pueblos o en pequeñas localidades no emite ningún canal.

---

[21] Esta discriminación también ha sido contemplada por las investigaciones realizadas por el grupo Euromónitor para España, considerando sólo los canales que se pueden recibir desde un territorio concreto, en ese caso el catalán.

[22] En 1994 existían más de 500 con una audiencia total media de 500.000 personas diarias

Como conclusión se puede decir que el objeto material que estudia esta tesis doctoral se circunscribe a la programación propuesta desde 1956 a 1996 por los canales nacionales que han emitido en abierto y por un canal autonómico de referencia.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPÍTULO 2

LA TELEVISIÓN

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

2.1. La programación y la televisión

Al ser el objeto de estudio de esta tesis la programación televisiva en España, es conveniente detenerse a revisar algunos aspectos generales sobre la televisión, y en concreto de la televisión en este país, porque contextualizan tecnológica, comunicativa y socialmente el fenómeno de estudio.

Este capítulo comienza detallando algunas características de la televisión. Los condicionamientos técnicos, los organizativos, los comienzos de la televisión, las maneras de implantarse en los diferentes países, su desarrollo, las características políticas, económicas, sociales o comunicativas de este medio son aspectos, entre otros, que definen la televisión en su práctica cotidiana. No es la misma televisión la actual que la de alta definición; como tampoco lo es la que se desarrolla en un contexto político dictatorial a la que se ofrece en uno democrático. Del mismo modo, no opera igual la televisión que se financia por publicidad que la que se nutre de los presupuestos del Estado; ni la que funciona en monopolio, en competencia de otras cadenas, con un ámbito local o la televisión temática. Pero además, estos condicionantes se relacionan entre sí de tal manera que determinado contexto político favorece o no el desarrollo tecnológico, formas de financiación o modelos de comunicación pública; o que las condiciones de financiación televisiva condicionan la difusión de nuevas tecnologías o la misma oferta televisiva. Todo ello define los sistemas televisivos actuales. Indudablemente también condiciona la manera en la que estos sistemas televisivos organizan su producción comunicativa para ser ofrecida a la audiencia.

Por otro lado, si se quiere estudiar la programación televisiva española desde sus comienzos hasta su 40 aniversario, es obligado detenerse en la historia de la televisión en este país porque es consubstancial a la historia de su programación, que es, en definitiva, el objeto de estudio. Contextualizar la época en que se creó la televisión, qué sistema de financiación fue adoptado, las características de la audiencia, las circunstancias políticas acaecidas en esos 40 años, etc. son aspectos que influyen en el modo en que la televisión española programaba sus emisiones y en el modo en que cambia lo que a través de este medio se propuso a los españoles.

2.2. Aspectos tecnológicos de la televisión

Aunque este no es el lugar para detallar los procesos técnicos que hacen posible el fenómeno de la televisión, sin embargo sí merece la pena describir básicamente cómo funciona. Porque a partir de aquí se entenderán mejor las diferencias entre los diversos sistemas televisivos y su programación

La prehistoria de la televisión arranca con descubrimientos técnicos elementales cuya integración hizo posible la transmisión a distancia de la imagen en movimiento y la posibilidad de esa señal para ser captada por un número elevado de receptores que convierte esta tecnología de comunicación en un fenómeno social relevante.

Los avances en la investigación de tres ámbitos científicos y tecnológicos diferentes convirtieron en realidad algo que estaba ya en la mente de mucha gente[23]. El primero, el efecto fotoeléctrico o capacidad de algunos cuerpos para transformar la energía eléctrica en energía luminosa; el segundo, los procesos de análisis capaces de descomponer una fotografía en líneas y puntos claros y oscuros para restituirla después a su forma original; el tercero, los adelantos en la manipulación de los haces de electrones, que harían posible repetir este proceso de descomposición y restitución de imágenes veinticinco veces por segundo. Los descubrimientos en estos tres campos tuvieron lugar a lo largo de los últimos años del siglo pasado y los comienzo de éste y permitieron que el británico John Lofie Baird en 1926, tres décadas antes de la apertura de las emisiones en España, consiguiera transmitir imágenes en movimiento naciendo con ello la televisión.

El funcionamiento de este medio se basa en la descomposición de una imagen en puntos de luz que se convierten en una señal eléctrica que es enviada secuencialmente para su difusión y recepción, transformándose de nuevo en puntos de luz que recorren la pantalla línea a línea a tal velocidad que la "persistencia retiniana"[24] permite la sensación de estar recibiendo una imagen completa y en movimiento.

---

[23] La idea de la transmisión de imágenes a distancia la encontramos en España ya desarrollada en la década de los ochenta del siglo pasado por el premio nobel JOSÉ ECHEGARAY (La transmisión de las imágenes en *Teorías modernas de la física*; 1883; págs. 67-127)

[24] La persistencia retiniana es la capacidad del ojo de mantener en la retina durante décimas de segundo imágenes ya desaparecidas

Aunque este es el procedimiento básico de funcionamiento de la televisión, las distintas posibilidades de puesta en práctica de este procedimiento dan lugar a diferentes sistemas televisivos. Así por ejemplo, la difusión y recepción de la señal discrimina unos sistemas de otros ya que suele hacerse por dos procedimientos. El primero es a través del espacio por medio de ondas electromagnéticas, conformando entonces la televisión hertziana. Cuando la señal se codifica de forma analógica, caso de la televisión convencional, existen ciertas limitaciones a la profusión de cadenas hertzianas. Esta señal televisiva necesita frecuencias muy elevadas (VHF o UHF) para salvar interferencias y transportar a través de un estrecho espectro un alto nivel de información, y éstas frecuencias son limitadas. Por ello, están reguladas internacionalmente limitando el número de canales que un sistema televisivo puede admitir. La señal televisiva también se puede difundir y recibir a través de cable. Al principio, se instauraron estos sistemas para salvar accidentes naturales, el caso de Suiza es un ejemplo; aunque también se utiliza el cable para llevar la señal a zonas difícilmente accesibles. Pero la televisión por cable no se despliega ahora por necesidad. Cada vez más se están imponiendo estos sistemas como alternativa a la televisión hertziana. En primer lugar porque permite vehicular una mayor cantidad de canales. Pero también su uso se está imponiendo por los servicios de valor añadido que pueden ir acompañando a la señal televisiva, sobre todo aquellos que derivan de la probabilidad de interactividad que permite el cable cuando éste ofrece vía de retorno.

También diferencia unos sistemas de otros el número de líneas por imagen que contiene la pantalla y por lo tanto, el número de imágenes por segundo con el que opera. El número de líneas ha sido un elemento que discrimina geográficamente unos sistemas de otros, ya que con frecuencia fueron adoptados según criterios políticos o comerciales sobre las posibilidades tecnológicas. El número de líneas por imagen más frecuentemente utilizado en las televisiones es el de 625 líneas y 25 imágenes por segundo, que es el adoptado por toda Europa, incluida España, menos Francia, que utiliza 819 líneas e Inglaterra que utiliza 405 aunque ambos sistemas operan con una frecuencia de barrido de 25 imágenes por segundo. América sin embargo utiliza 525 líneas con 30 imágenes al segundo. También el número de líneas es el factor característico de los proyectos de televisión de alta definición que suelen proponer una resolución de 1250 líneas.

El transmitir la señal en blanco y negro o color también diferencia unos sistemas televisivos de otros[25]. Aunque actualmente se ha impuesto en todo el mundo la televisión en color, no hay que olvidar que hasta la década de los sesenta sólo se podían recibir imágenes en blanco y negro. Además, la coexistencia de distintos sistemas para el tratamiento del color llevó también a una distribución geográfica de los sistemas televisivos. El sistema NTSC para Estados Unidos, Japón y otros países. El sistema alemán PAL, vigente en los países europeos excepto Francia, que promocionó su propio sistema, el SECAM, adoptado también por la Unión Soviética y los países que estuvieron bajo su área de cobertura.

Actualmente también existe otro factor tecnológico que distingue los sistemas televisivos en función del modo en que se codifica la señal para su difusión. Hasta no hace mucho, la televisión estaba basada en una codificación analógica de la señal emitida. Hoy, ya se opera con la codificación en forma binaria. La televisión digital coexiste y complementa los sistemas de señal analógica convencional.

Existen, por otro lado, algunas posibilidades técnicas y dispositivos tecnológicos que si bien no implican diferenciación entre los sistemas televisivos sí influyen de manera considerable en ellos. Este es el caso, por ejemplo, de la aparición del magnetoscopio en el ámbito profesional primero y en el doméstico después. El magnetoscopio es un instrumento que permite la grabación de la señal televisiva, permitiendo el almacenamiento de imágenes y sonidos para usos posteriores. Este procedimiento supuso una revolución en la manera de hacer televisión porque posibilitó la emisión en diferido y, posteriormente con la aparición de nuevos artilugios tecnológicos, su manipulación y posterior montaje. Pero cuando esta tecnología se trasladó al tejido social en forma de vídeos domésticos que permitían grabar las emisiones y poder visionarlas en el momento deseado, posibilitó que el sometimiento a los horarios de emisión se viera con esta tecnología hasta cierto punto superado.

Otro fenómeno que incide en la televisión es el "teletexto". Como parte de la señal donde figura la información televisiva está vacía, ya que

[25] Técnicamente el color es posible en televisión gracias a sus propiedades de mezcla ya que a partir de tres colores primarios (rojo, verde y azul) se pueden obtener toda la gama de colores; por ello, la cámara y el receptor de televisión descomponen y componen de nuevo la imagen respectivamente a través de esas tres tonalidades que conforman tres señales distintas.

corresponde al camino de vuelta en el proceso de lectura de las líneas de la pantalla, se aprovecha este vacío para incluir otro tipo de información para emitir por televisión. Se crea así el teletexto como un producto televisivo alternativo a la programación regular.

Mucha más trascendencia tuvo la aparición del mando a distancia. Este pequeño artilugio incide sobre todo en el consumo televisivo y no en su producción, pues permite la posibilidad de manipular los mandos del receptor sin necesidad de acceder a él, gracias a la transmisión de las órdenes a través de rayos infrarrojos. El mando a distancia ha supuesto, en el terreno del consumo, toda una revolución y su práctica más habitual, el "zapping" o el cambio de canal, ha ofrecido al telespectador la posibilidad de poner en práctica una nueva forma de relacionarse con el medio. Pero aunque su transcendencia incide en lo que ocurre delante de la pantalla, es un fenómeno a tener en cuenta sobre todo a la hora de programar las emisiones. El mando a distancia se ha constituido en una situación como la actual con variedad de canales que emiten simultáneamente, en el "despedazador" de las parrillas de cada cadena, como afirma Le Diverdier[26] , que rompe con ese flujo televisivo que encadena unos programas con otros, con la posibilidad y práctica habitual de "zapear" lo que emiten las otras cadenas.

2.3. La televisión en el mundo

La década de los treinta fue testigo del nacimiento de la televisión en los países más avanzados tecnológicamente. Fue el mismo Baird el que tuvo el honor de poner en marcha la primera emisión regular de televisión el 10 de septiembre de 1929, en los estudios de la BBC de Londres. Así como Gran Bretaña, también lo hicieron poco después Alemania, Estados Unidos, Francia y la Unión Soviética que comenzaron a aplicar los inventos acumulados y a iniciar emisiones regulares televisivas[27]. Sin embargo, al

---

[26] A. LE DIBERDER y N. COSTE-CERDAN (*Ob.Cit.;*1990. pág. 57)

[27] El proceso no estuvo exento de polémicas, en este caso entre la televisión mecánica basada en el sistema Nipkow y la televisión electrónica, cuya diferencia consistía en el proceso de descomposición de la imagen, a través de un disco giratorio agugereado (sistema Nipkow) o en el tubo de rayos catódicos (sistema electrónico). Aunque la televisión mecánica fue la adoptada en las primeras emisiones, tanto por Baid en Inglaterra como en Francia y la Unión Soviética; mediada la década de los 30 todos los países habían arrinconado esta tecnología para adentrarse en la era electrónica.

comienzo de la década de los 40 todas las incipientes televisiones en marcha desaparecerían por imperativos de la II Guerra Mundial, a excepción de la estadounidense, que siguió emitiendo aunque sufrió un retroceso ya que el gobierno prohibió la fabricación de nuevos receptores para orientar la industria electrónica hacia el esfuerzo bélico.

Tras la guerra y en el comienzo de la década de los cincuenta, se produjo el reinicio de las emisiones regulares en los países pioneros y el comienzo de la televisión en nuevos países[28]. Pero fue sobre todo en la época de los 60 cuando la televisión se convierta en el gran fenómeno de masas. Gracias, por un lado, a las mejoras técnicas, como el inicio de las emisiones en UHF, el despliegue de las redes de repetidores terrestres, la utilización del magnetoscopio, la puesta a punto y difusión del color y posteriormente el uso de satélites de comunicación[29]; y por otro, al aumento de los espectadores[30]. A partir de entonces, la televisión se ha constituido como un electrodoméstico imprescindible en los hogares mundiales y en el entretenimiento favorito del ocio social.

Pero hablar de la televisión en el mundo implica hablar también de los sistemas de gestión que se fueron adoptando cuando se implantó la televisión y posteriormente modificando con el desarrollo de este medio electrónico. Por un lado, la televisión considerada como un servicio estatal y por lo tanto, las emisoras poseen titularidad pública y las emisiones son de carácter social teniendo como recurso financiero principal el canon o impuesto de los usuarios por tenencia de televisor, aunque también la financiación presupuestaria, en algunos casos, complementada por la publicidad. La televisión se gestiona en régimen de monopolio estatal. Frente a este modelo, existe otra manera de gestionar la televisión que, aunque se sigue considerando de titularidad pública, se puede explotar

---

[28] En 1950 Alemania Occidental, México y Brasil. en 1951: Holanda, Argentina y Japón; 1952: Italia, Alemania Oriental y Venezuela.; 1953: Bélgica, Dinamarca, Polonia, Checoslovaquia y Canadá.; 1955: Austria, Luxemburgo y Mónaco; 1956: España y Suecia; 1957: Portugal; 1958: Suiza, Finlandia, Yugoslavia, Hungria, Rumania y China; 1959: India y 1960: Noruega.

[29] Los satélites de comunicación son como espejos que reciben la señal televisiva de una parte del planeta y pueden reflejarla hacia la otra parte. Esta posibilidad que brinda esta tecnología supone la globalización de la difusión de las imágenes y la cobertura planetaria de la comunicación televisiva.

[30] El handicap que constituye el escaso número de receptores y la reducida cobertura territorial para la expansión televisiva ha sido señalado por J. CAZENEUVE (*El hombre telespectador*; 1977 pág. 14) pues no hay expansión posible si la red no cubre un amplio territorio y la producción de receptores no se ve estimulada por la existencia de compradores. Aunque hay algunos factores que influyen en este proceso (el coste del aparato, inicialmente altísimo; sectores poblacionales reaccios como el campo o la intelectualidad, etc.)

también a través de concesiones privadas financiándose por el recurso casi exclusivo de la publicidad o el abono. Este modelo de gestión basado en la competencia entre las cadenas puede materializarse en un sistema donde la competencia se desarrolla entre empresas privadas o de forma mixta, donde las cadenas públicas y las privadas coexisten en la gestión televisiva. No es momento éste de reseñar los distintos países y los sistemas que han adoptado para la gestión de la televisión; sino más bien de resaltar las peculiaridades de cada sistema y su desarrollo en los países que ejercen más influencia en el panorama televisivo español.

2.3.1. Sistema televisivo de monopolio estatal

En los inicios de la televisión fue el modelo televisivo imperante. Se impuso no sólo en los países europeos de democracias liberales donde, por considerar a la televisión como servicio público, fue confinado al Estado para su explotación. Bustamante y Zallo señalan que existen motivaciones económicas y políticas en la gestión directa de los entes televisivos por parte de los Estados. En cuanto a las primeras cabe citar "el interés de los fabricantes de material electrónico, la inexistencia inicial de un mercado publicitario y de audiencias amplio, o el miedo de la prensa privada a la competencia del nuevo medio"; en cuanto a los motivos políticos fueron fundamentalmente "el temor a un medio intuido como transcendental, el deseo de controlar ese instrumento capital de reflejo y constitución del poder, y la necesidad de restaurar o consolidar el consenso nacional, debilitado tras la Segunda Guerra Mundial"[31]. La consolidación de este modelo durante las siguientes décadas de desarrollo del medio televisivo se debe, en parte, a la polarización política de la etapa de la guerra fría, que aconsejaba a los gobiernos el control sobre un medio de comunicación tan poderoso en la conformación de los valores sociales y convicciones políticas.

También el monopolio estatal de la televisión fue obviamente el modelo utilizado en los países entonces socialistas. Asimismo, fue un sistema implantado para el desarrollo de la televisión en los países gobernados por dictaduras o regímenes de partido único. La televisión

---

[31] E. BUSTAMANTE Y R. ZALLO (Ob.Cit. 1988. pág.111)

entonces es un monopolio del Estado que lo ejerce a base de asociar en ella al gobierno y al partido en el poder.

Recientemente, la liberalización del sector acontecida en Europa transformó los monopolios televisivos en sistemas mixtos de gestión, donde coexisten las cadenas públicas y las privadas. Pero también y como consecuencia del fin de la guerra fría, de la "perestroika" y la caída del muro de Berlín; los monopolios televisivos existentes en los países socialistas han ido cambiando a sistemas donde rige la competencia entre televisiones públicas y privadas. Por ello, actualmente el monopolio público como sistema televisivo de explotación queda en desventaja frente a los otros sistemas, y reducido a aquellos territorios que ya sea por el régimen político imperante o por otros condicionamientos, todavía existe una estrecha relación entre el Estado y la televisión.

Es el caso por ejemplo de los países en vías de desarrollo, situados en África[32]. En un primer momento, cuando estos países eran protectorados de naciones europeas, la televisión, cuando existía, se limitaba a un servicio reducido de las televisiones propias de las metrópolis, como por ejemplo la BBC Empire Service para el Imperio Británico. Aparte de estos servicios, limitados y en ningún momento autónomos, se puede decir que la televisión en África nació cuando los países se emanciparon en la década de los 60, manteniendo fuertes relaciones con las metrópolis de las que dependían, en cuanto a personal, medios técnicos y programación, dado que cuentan con una precaria industria audiovisual.

Existen todavía países que por seguir funcionando políticamente con modelos socializantes siguen explotando la televisión en régimen de monopolio estatal. Es el caso de China, Corea del Norte, Libia, Cuba, etc.

---

[32] Hay que señalar que cuando se habla de la televisión en otros países del mundo, no hay que llevar los parámetros en los que se basa la televisión en los países occidentales. Aunque existe la televisión, ésta no ha penetrado ni en número de receptores (pues solamente llega a las capas privilegiadas que son las menos numerosas y en la mayoría de los casos exclusivamente en las ciudades mientras que la población en estos países es eminentemente rural) ni en consumo televisivo (hay que tener en cuenta la multiplicidad lingüística, las costumbres nativas de vida al aire libre y la dispersión geográfica). Esta reducida audiencia perjudica considerablemente el avance de la televisión porque constituye una seria desventaja para la publicidad comercial, principal motor económico de las televisiones en el Tercer Mundo. En este sentido, el Informe sobre la radiodifusión sonora y televisión en el Africa Subsahariana publicado en *Cuadernos para el Debate*, Nº 73, Julio-agosto-1993 proporciona un análisis bastante exhaustivo sobre la televisión en estos países.

2.3.2. Sistema televisivo en competencia entre empresas privadas

Como subraya Cazeneuve, el régimen opuesto al monopolio estatal es aquel que permite que se establezca una competencia entre cadenas de televisión controladas todas por empresas privadas y financiadas generalmente por la publicidad; sin que el Estado disponga de una cadena bajo su dependencia[33] .

El ejemplo estadounidense, modelo típico de los regímenes liberales en materia televisiva, se ha extendido prácticamente por todo el continente americano. Básicamente, funciona como concesión de licencias por parte de la institución competente a empresas privadas que cumplan una serie de requisitos, y sobre las que ejerce cierto control, sobre todo, la prolongación de la concesión. En América Latina, las compañías de televisión son generalmente empresas individuales o familiares más que grandes sociedades, manteniendo en ocasiones estrechos lazos con los gobiernos nacionales, como lo demuestra la cadena mexicana Televisa, propiedad de la familia Azcárraga, pero fuertemente vinculada al PRI. Pero además, y siguiendo también las pautas norteamericanas, existe en estos países un mercado televisivo del cable en progresiva expansión, frecuentemente basados en los canales de abono[34].

En Estados Unidos, las empresas concesionarias son sociedades mercantiles pertenecientes a grandes grupos financieros, editores de prensa o agencias de publicidad que además se agrupan en tres grandes cadenas que cubren la totalidad del extenso territorio nacional: la ABC, la NBC y la CBS. Este sistema de difusión a través de las tres grandes redes permite soportar mejor los altos costes que implica tener una programación en dura competencia, al distribuirse los gastos entre todas las emisoras miembros de la red. Además, se ofrece a los anunciantes, única fuente de ingresos, la posibilidad de difundir sus anuncios simultáneamente en todo el mercado nacional.

Ya desde la época de los cincuenta existían emisoras independientes de las tres redes cuya vocación no era la comercial, sino la cultural. Financiadas por subvenciones, donaciones o fundaciones, se agruparon en

---

[33] J. CAZENUEVE (Ob.Cit. 1977, pág. 25)

[34] Este modelo se extiende a todos los países latinoamericanos excepto Cuba y Chile, que mantienen un modelo televisivo en régimen de monopolio estatal.

1967 bajo la llamada cuarta red (PBS) a instancias de un organismo federal pero conservando su funcionamiento descentralizado. Esta televisión, de carácter público, se sitúa a un nivel inferior de las tres grandes redes imperantes, por las reducidas dimensiones de su programación, su alcance y su audiencia además de su excesiva politización. A esta cuarta red hay que añadir la televisión por cable. Los abonados, limitados en un radio de acción, pueden disponer de una programación alternativa, en la mayoría de los casos a la carta, basada bien en producción propia pero sobre todo en programas ya emitidos por las otras cadenas. Esta cada vez más abundante práctica televisiva se constituye como la gran competencia de los tres grandes que se dividen la audiencia norteamericana, aunque al ser de abono o pago, no interfieren en el mercado publicitario. Aún así, la nota característica del modelo norteamericano, y del de los países afines, es la atroz competencia que se establece y que afecta de manera directa a la programación ya que es la que permite altos índices de audiencia que son los que reportan mayores beneficios al ser los más codiciados por la publicidad.

2.3.3. Sistema televisivo mixto

Cuando la televisión estatal coexiste con la televisión de empresas privadas se denomina sistema mixto. En este sistema no hay monopolio estatal de las emisiones, aunque es el Estado el que hace las concesiones a las empresas. El sistema mixto actualmente se está imponiendo en muchos países, pero fue minoritario cuando comenzó el medio, pues pocos países iniciaron la televisión con la competencia entre cadenas públicas y privadas. Aún así, cabe establecer diversas modalidades en el seno de sistemas mixtos.

Así por ejemplo, en Inglaterra el sistema mixto se configura en términos de financiación de las cadenas. En este país, la televisión se desarrolló desde 1927 hasta 1955 en régimen de monopolio estatal concedido a la BBC. A partir de esa fecha, se crea la ITA que, aunque también es un organismo público, puede contratar con productoras privadas su programación. Además, la BBC y la ITA, actualmente con dos cadenas cada una, compiten por la audiencia, no por la financiación. La BBC se financia por los presupuestos del Estado y por el canon, mientras que la ITA lo hace exclusivamente por la publicidad. Gracias, en parte, a esta

independencia financiera, ambas redes han proporcionado, durante casi 40 años, un servicio de calidad que ha establecido un modelo a seguir en la industria televisiva.

De distinta forma que en Inglaterra, existen otros países que adoptaron el sistema mixto entre emisoras públicas y privadas desde los comienzos del medio. Es el caso de Japón o Canadá. También hay ejemplos en América donde Venezuela funciona con un sistema televisivo mixto, aunque la televisión estatal se encuentra reducida en audiencia, contenidos y cobertura en aras de las tres privadas vinculadas estrechamente a las redes norteamericanas. Australia, Finlandia o Irán también tienen sistemas televisivos basados en la competencia entre cadenas públicas y privadas, aunque hay que mencionar que en Irán se comenzó a explotar la televisión a través de una empresa privada y luego se instauró la competencia con el nacimiento de la pública.

Existe todavía otra manera de concebir estos sistemas, y es la constitución mixta del organismo que explota la televisión. En Italia, el monopolio estatal de radiodifusión data de 1924 pero fue en 1944 cuando se concedió a la RAI. La RAI es una sociedad mixta en la que el Estado detenta las tres cuartas partes del accionariado y controla algunos aspectos importantes de las tres cadenas públicas, financiadas con el canon y la publicidad. En 1976 se liberalizó el sector, siendo el primer país europeo de la tradición monopolística en hacerlo. Pero con la característica de que limitaba las emisiones en directo de las cadenas privadas. Salvedad que duró hasta 1990, momento a partir del cual se desencadena una competencia dura entre dos grandes grupos que controlan el espacio audiovisual italiano, cada uno con tres cadenas: la RAI (repartidas sus tres cadenas entre los tres principales partidos políticos) y Fininvest.

Al igual que Italia, existen otros países que cuando iniciaron sus televisiones se concedió el monopolio a empresas de carácter mixto aunque participadas en su mayoría por el Estado. Es el caso de Mónaco, Suiza, Suecia, Países Bajos y Portugal. Estos países también han evolucionado hacia sistemas donde se han incorporado televisiones bajo control de empresas privadas. El caso concreto de los Países Bajos resulta original porque quienes detentan la titularidad de las empresas televisivas son asociaciones religiosas, políticas o culturales.

Al igual que pasó con Italia, los sistemas de monopolio que funcionaron bajo la órbita política democrática se están desarrollando en los últimos años hacia modelos de sistemas mixtos, donde la regularización que posibilita las emisoras privadas permite la competencia entre las cadenas. En la década de los ochenta tiene lugar un cambio en la manera de concebir la política comunicativa de la televisión, pasando de una concepción keynesiana de intervencionismo estatal a un modelo basado en la concepción liberal donde la competencia y el mercado regulan el sector. A ello se añade la confluencia de una serie de factores que incentivan ese cambio por la liberalización de la gestión televisiva y que han sido reseñados por Bustamante y Villafañe. Por un lado, la fragmentación del público, que implica la pérdida de identidad del servicio público ya que no va dirigido a la masa indeterminada sino a un público educado para consumir televisión. La disponibilidad de nuevos medios de difusión y producción hacen tambalear la justificación del monopolio estatal basado en el control público de los recursos escasos de las frecuencias. Además, la espiral inflacionista desvirtúa las subvenciones y el canon, a lo que se añaden las difíciles relaciones con el poder ejecutivo[35]. País por país, incluida España, van acabando con los monopolios de la televisión pública y permitiendo la competencia entre cadenas ya diversificadas (autonómicas, temáticas, televisión por cable, satélite, privadas generalistas, de pago, etc.).

Es el caso de Alemania. La estructura jurídica del comienzo tuvo una característica peculiar, pues el monopolio se sitúa bajo el signo de la descentralización y de la regionalización, como consecuencia de la organización federal del país. En 1953 los nueve organismos que tenían a su cargo las emisoras de televisión acordaron establecer una cooperación en materia de programación para todo el territorio nacional que se concretó en la ARD; a la que se añadió en 1961 una segunda cadena alemana denominada ZDF también fruto de la cooperación entre los organismos federales y cuyo ámbito se extiende para todo el territorio. La financiación de ambas es a través del canon y de la publicidad difundida. A estas dos cadenas de carácter público se añadió posteriormente una tercera pero de carácter regional (ARDIII). En 1986 se introdujeron los cuatro canales privados (RTL Plus, SAT 1, PRO 7 y Tele 5) que terminan también aquí con un monopolio de más de treinta años de televisión pública.

---

[35]E. BUSTAMANTE Y J. VILLAFAÑE (*La televisión en España, mañana*. 1986; pág. 28)

El caso francés comienza con un fuerte consenso sobre la televisión pública, con dos canales hasta 1971, y a partir de entonces con tres (TF1, TF2 y A2), financiados hasta 1968 exclusivamente por el canon y a partir de entonces por la publicidad, que en ningún caso debe exceder el 25%. El monopolio de la televisión pública se rompe en 1982 cuando se crea un canal privado de televisión por suscripción (Canal Plus). En 1984 se crea también el primer canal generalista de propiedad privada (La Cinq) de Berlusconi; y finalmente se lanza en 1986 un canal privado de música (M6). También en ese año y como consecuencia de una decisión política del gobierno de derechas se decidió privatizar TF1. Pero en 1991 se sienta un precedente inimaginable en la época del nacimiento de las televisiones privadas en Europa, y es que el canal de Berlusconi, La Cinq, acaba tras 6 años de experiencia y cierra definitivamente sus emisiones. Actualmente, el panorama audiovisual francés queda definido por dos cadenas públicas y tres privadas, entre ellas una de pago y otra temática. Pero según señala Cheeude sigue siendo una televisión de calidad, "el servicio público por serlo y el privado por obligación legal y moral de imitarlo"[36].

2.4. La televisión en España

Según relata Aníbal Arias Ruíz, los primeros pasos de la televisión en este país datan de 1948. Se habla de una inquietud latente en sectores concretos de la sociedad que publican artículos en la prensa inquiriendo cómo y en qué forma la televisión puede ser un hecho en España[37]. A ello se añade ese mismo año la instalación en la Feria de Muestras de Barcelona de un stand de televisión donde los visitantes pueden ver este invento funcionando. También se realizan otros programas experimentales en el Círculo de Bellas Artes, gracias a la colaboración técnica norteamericana.

Estas experiencias animaron a la Dirección General de Radiodifusión a continuarlas y para ello se creó la primera emisora de televisión con carácter experimental en un chalé del paseo de La Habana, en Madrid. Desde allí salen las primeras imágenes. Su incipiente programación se concreta en la emisión los martes de telecine y los viernes de actuaciones

---

[36] M. CHEEUDE (Francia: grandes cambios en una programación constante. En *Telos*, Nº31, pág. 85)
[37] A. ARIAS RUIZ (*La televisión española*, 1965, pág. 8)

artísticas. Estas primeras emisiones son ensayos cuya cobertura apenas llega a 25 kilómetros de distancia. Además, el parque de receptores era prácticamente inexistente, toda vez que el precio del aparato de televisión era prohibitivo[38]. Ante este problema las autoridades deciden implantar pantallas de prueba en algunas instituciones para que este invento fuera conocido por la población.

En los años sucesivos las mejoras técnicas, la formación de profesionales, el interés político, la penetración social o el equipamiento mínimo van a propiciar el nacimiento oficial de la televisión en España. Pero aunque se empezara a emitir regularmente, no desaparece en la práctica el carácter experimental del medio.

2.4.1. Primera etapa: los comienzos del medio (1956-1962)

El 28 de octubre de 1956 se inauguraba oficialmente la televisión española, en un acto presidido por el Ministro de Información y Turismo y el Director General de Radiotelevisión, Jesús Suevos. Este acto pasó un tanto inadvertido para la sociedad, ya que coincidió con la entrada en Hungría de las tropas soviéticas. Baste señalar las palabras que el Ministro de Información y Turismo, Gabriel Arias Salgado tuvo en el acto de presentación de la televisión para comprender el contexto en el que la televisión se iba a desarrollar:

> "Hoy, 28 de octubre, día de Cristo Rey, a quien ha sido dado el poder de los cielos y de la tierra, se inauguran los nuevos equipos y estudios de Televisión Española. Mañana, 29 de octubre, fecha del XXXIII aniversario de la fundación de la Falange, dará comienzo, de manera regular y periódica, los programas diarios de televisión. Hemos elegido estas dos fechas para proclamar así los dos principios básicos que han de presidir, sostener y enmarcar todo el desarrollo futuro de la televisión en España"[39].

Ni que decir cabe que el modelo adoptado para la naciente televisión fue el de monopolio estatal, controlado directamente por el Ministro de

---

[38] En 1951 el precio del aparato receptor se cifra en 24.000 a 30.000 pesetas.
[39] P. MUÑOZ (*RTVE. La sombra del escándalo*; 1990, pág. 150)

Información y Turismo y el Director General de Radiodifusión. Este último cargo se ha caracterizado en la historia del ente televisivo español por su provisionalidad, es decir, por el poco tiempo que permanecía en el puesto. Ya se observa esta característica desde los comienzos pues si en el momento de su inauguración en octubre del 56 era Jesús Suevos (aunque llevó la dirección antes de su inauguración, desde 1951) ya en la primavera del 58 será sustituido por José María Revuelta.

A partir de su inauguración, la televisión tuvo que superar ciertas dificultades para conseguir su desarrollo marcando con las soluciones aportadas el futuro televisivo en España.

El primer problema tiene que ver con la programación de las emisiones ya que fue difícil en un primer momento rellenar las tres horas diarias[40] teniendo en cuenta la escasez de medios técnicos, profesionales y económicos. Básicamente las emisiones consistieron en programas en directo, telecine, películas del NO-DO o proporcionadas por la embajada estadounidense. Aunque posteriormente se prolongara el horario de emisión (en la primavera del 57 la programación se elevó a 5 horas diarias) y se diversificara la oferta de programas, como señala Vázquez Montalbán "TVE programó entonces lo que podía programar"[41], señalándose con ello que la programación iba paralela a las posibilidades que tenía la propia TVE. De esta manera, tanto la creación de un nuevo estudio en Barcelona que aliviara la producción madrileña, como la introducción del "kinescopio" en 1959 que permitió la grabación de programas y su posterior difusión; como la pertenencia a Eurovision en 1960 proporcionando con ello material audiovisual para emitir, son procesos que permitieron ese desarrollo programático tanto en cantidad de horas de emisión como en calidad de programas emitidos.

La segunda dificultad que debió superarse fue la ampliación de la cobertura televisiva. En el momento de su nacimiento, la televisión tenía un alcance calculado de 70 kilómetros de radio. Esta cobertura comenzó a crecer paulatinamente, a principios de 1959 la señal ya llegaba a Zaragoza y Barcelona, posibilitando con ello la conexión con Eurovision; y a mediados

---

[40] Durante los primeros meses de emisión, la televisión cerraba los lunes para descanso del personal y en vacaciones de semana santa así como en agosto en verano. (A. ARIAS; Ob.Cit. 1965; pág. 13)

[41] M. VAZQUEZ MONTALBAN (*El libro gris de la televisión española*; 1976, pág. 128)

de ese mismo año y gracias a "La Bola del Mundo" que franqueó la sierra madrileña, se pudo recibir la televisión en Castilla-León, Asturias, Santander, Murcia, Huelva e incluso en Portugal. A través de toda la red de repetidores que se establecieron entre 1960 y 1961 se llega ya a cubrir prácticamente toda la península, aunque quedaran vacíos locales y territorios inaccesibles a la señal televisiva.

Otro problema era la difusión social de la televisión. En el momento de su inauguración sólo existían 600 aparatos. Este reducido parque es la consecuencia del coste excesivo del receptor y la poca acreditación de los programas ofrecidos, además de la escasa cobertura de las emisiones. A medida que la programación se desarrollaba y la cobertura se ampliaba, además de las medidas fomentadoras del abaratamiento de los aparatos, el equipamiento creció de manera vertiginosa. De esta manera, en enero de 1958 había ya 15.000 aparatos; en enero de 1959, 50.000; y en 1962, 350.000.

En cuanto a su financiación, la televisión española tuvo dificultades en el primer año de su inicio porque contó con veinte millones de pesetas, que es una cantidad más que modesta para emitir 21 horas de programación semanal. Este presupuesto era enteramente aportado por el Estado. A fin de recabar fondos se estableció en 1957 el impuesto de tenencia de receptor, utilizado en los países europeos, que se cifraba en unas 300 o 500 pesetas según la medida del receptor. Y también se dio vía libre a la publicidad para tratar de solventar esos problemas económicos. Esta medida constituye entonces un caso insólito en el entorno europeo, donde la publicidad era si no prohibida sí muy controlada en su utilización como forma de financiación del servicio público. España, sin embargo, y siendo un monopolio del Estado, ya desde los comienzos permitió la inserción de la publicidad como forma pronto privilegiada de financiación, llegando incluso a obtener en 1958 cuatro millones y medio de pesetas de ingresos publicitarios[42].

---

[42] P. MACIA (*Televisión Hora Cero*; 1981;pág. 88) que además comenta "España incluyó la publicidad como fuente decisiva de ingresos desde su nacimiento en 1956. Al principio todo se reducía al empleo de rótulos o cartones...poco a poco se fueron incorporando las diapositivas y más tarde se pasó al uso de cuñas vivas....paulatinamente se fueron incorporando películas publicitarias al tiempo que se iniciaba el patrocinio de programas completos cuyo presupuesto corría a cargo del anunciante".

2.4.2. Período expansivo (1962-1969)

Una vez solucionados estos problemas iniciales, la televisión española entra en una nueva etapa que comienza con el nombramiento en 1962 de Manuel Fraga Iribarne como Ministro de Información y Turismo. Fraga da un vuelco a la política comunicativa del régimen franquista, cuya máxima expresión es la promulgación de la llamada Ley Fraga, en 1966, hito histórico porque en ella se reconoce cierta libertad de prensa con la supresión de la censura previa, aunque sigue el control férreo de la comunicación por otros medios. En el ámbito televisivo, esta ley posibilita que entren en TVE ciertos aires de apertura y libertad. Además, Fraga da un nuevo impulso a la televisión. De este modo, gracias al nuevo ministro y a los directores generales que nombra, primero Roque Pro Alonso y a partir de febrero de 1964, Aparicio Bernal; TVE entra en su fase de desarrollo y expansión.

La televisión se extiende físicamente a todo el territorio español. En 1964, con la cobertura a las Islas Canarias y la profusión de repetidores a nivel local, se puede decir que la señal llega ya al 90% de la población. En cuanto al parque de receptores, esta expansión se traduce en el fabuloso incremento de 350.000 en 1962 a cinco millones de aparatos en 1971. De esta manera, tan sólo diez años después del inicio de la televisión, aun cuando España fue más tardía que otros países en el nacimiento del nuevo medio, el número de televisores se incrementa hasta llegar a cifras de parque equiparables a las de países vecinos: 132 habitantes de cada 1.000 poseen receptor de televisión en España, mientras que 185 lo poseen en Francia o 194 en Noruega. La audiencia en estos años crece considerablemente, no sólo por la profusión de aparatos, sino también por el consumo comunitario fomentado por las autoridades gracias a la red de "teleclubs" en toda la geografía española.

La expansión de la televisión tuvo mucho que ver con las posibilidades económicas con las que contó. La supresión del canon en 1966, no habiendo pasado ni diez años desde su instauración, no repercute negativamente en la economía televisiva ya que, según aduce Pedro Macía, "este impuesto no se cobraba, y cuando se advirtió que la cantidad que se recaudaba era inferior a la que se abonaba por su trabajo a los mismos recaudadores... se olvidó el

asunto”[43]. Y es que la publicidad ya es, sin parangón en Europa, la vía por la cual se financia TVE. Si bien en la etapa anterior la publicidad había aparecido ya en las pantallas, con la llegada de Manuel Fraga al Ministerio se replantea la estructura publicitaria televisiva. Se pasa de formas más o menos espontáneas de publicidad a los bloques publicitarios distribuidos a lo largo de la programación y con una duración determinada. De este modo, en 1964 se recaudan ya novecientos millones de pesetas por ese concepto. Al mismo tiempo que los fondos publicitarios aumentan, los fondos públicos disminuyen considerablemente, aunque no el dirigismo político propio de un régimen dictatorial. El sometimiento a la financiación publicitaria y a la tutela política hace que, como señalan Bustamante y Zallo, “la dinámica político-cultural que dominaba el espacio televisivo europeo deja paso aquí a una lógica político-económica detentada por el Estado”[44].

BIBLIOTECA VIRTUAL

En el terreno de la programación también se hizo notar el desarrollo impulsado por Fraga. Un elemento indispensable de ese desarrollo tenía que ver con la mejora de los medios de los que se disponía para poder emitir. Esta mejora se llevó a cabo gracias a la creación en julio de 1964 de los estudios de Prado del Rey, que permitieron no sólo disponer de platós adecuados para la realización de los programas, exagerando hasta tal punto que se creó el estudio más grande del mundo que por sus excesivas dimensiones resultaba inoperante, por lo que tuvieron que dividirlo en varios platós, anécdota que resume el entusiasmo de la época. Con la creación de Prado del Rey también se renovó material técnico (más video-tapes, nuevas unidades móviles, etc.), y se contrató a más personal que diera a la nueva etapa televisiva el aire de aperturismo que Fraga quiso imponerle. Figuras como Narciso Ibáñez Serrador, Jesús Hermida, etc. se incorporaron a los salones de estar de los españoles. La mejora en la calidad y variedad de los programas llevó a la televisión de esta época a tener altos índices de popularidad en el público. También merece la pena destacar que trató de innovarse con la apertura de las emisiones matutinas, fenómeno que quedó en un mero intento que finalizó tras el relevo del ministro.

Pero además, este aire de apertura y desarrollo se dejó notar también de cara al exterior. España ya comienza a formar parte de los festivales

---

[43] P. MACIA (Ob.Cit. 1981; pág. 107)
[44] E. BUSTAMANTE Y R. ZALLO (Ob. Cit. 1988; pág.127)

internacionales y entrar en el circuito de compraventa de programas con otras cadenas extranjeras, fenómeno que contribuye a mejorar la oferta de televisión. Otro factor importante que ayuda al enriquecimiento de la programación televisiva es la utilización de los satélites de telecomunicaciones que permiten conectar unos países con otros situados en lugares muy distantes. Esta posibilidad técnica brinda la emisión en España de acontecimientos acaecidos en América o Asia, y buena muestra de ello fue el primer paseo por la luna, retransmitido a todo el mundo casi simultáneamente. Pero además, esta ruptura del límite espacial no sólo mejora la calidad de la programación sino también la económica, porque permite la venta de espacios de unos países a otros. De esta manera, los satélites constituyen toda una vía hacia el mercado latinoamericano de programas donde España, por razones lingüísticas, tiene un puesto preferente.

BIBLIOTECA VIRTUAL

El desarrollo televisivo que caracteriza esta etapa se refuerza con la creación de una segunda cadena estatal en UHF. El llamado "segundo programa" se inaugura en pruebas en octubre de 1965 y oficialmente en noviembre del 66. Esta cadena comienza con un marcado carácter minoritario, a opinión de Baget, por su forma de entender la televisión más "moderna, dinámica y europea"[45], aunque ese carácter minoritario tal vez le llegue por la escasa cobertura que poseía, y su excesiva lentitud para aumentarla. Además, su programación inicial se basaba exclusivamente en las producciones más relevantes emitidas con anterioridad en el primer programa, aunque existe un hueco para ensayos y nuevas fórmulas de programación utilizadas en las cadenas del entorno europeo.

La apertura al exterior también trae consigo las primeras pruebas de la televisión en color, en vías de implantación en la mayoría de los países vecinos. Pero la adopción del color conlleva algunos problemas. En primer lugar el coste económico que supone. No sólo tienen que cambiar todos los equipos de grabación, estudio, etc.; sino y sobre todo el parque de receptores. Se tenía que sustituir el viejo aparato de blanco y negro por el de color, que además es mucho más caro (en torno a 70.000 pesetas en 1965). Un segundo problema viene derivado por la competencia de los tres sistemas SECAM (francés), PAL (alemán) y NTSC (norteamericano). Tras numerosas

[45]J.M. BAGET (*18 años de TVE*; 1975; pág. 66)

pruebas y con la determinación de elegir una norma europea para compatibilizar los intercambios, se eligió el sistema PAL porque aseguraba una señal de mejor calidad a mayor número de receptores. Aunque se adopta esta decisión política, la televisión en color no será realidad hasta los primeros años de los 70 cuando ya se emiten algunos programas en color para los muy pocos receptores capaces de recibirlos.

2.4.3. Tercera etapa: del "boom" al frenazo televisivo (1969-1973)

En octubre de 1969 tiene lugar un cambio ministerial que releva a Fraga en el Ministerio de Información y Turismo por Sánchez Bella, quien sustituye a su vez al director general de Radiotelevisión. Sale Aparicio Bernal y entra en su lugar Adolfo Suárez, vinculado desde tiempo atrás al medio televisivo y próximo a Carrero Blanco, entonces jefe de gobierno y representante del Opus Dei en el poder. También vinculado a Carrero y por lo tanto al Opus Dei es el Director que releva a Suárez en su puesto en el verano de 1973, Rafael Orbe Cano, cuyo paso por TVE es, en palabras de Baget, "una página en blanco"[46], no sólo por el poco tiempo que estuvo, algo más de tres meses, sino por lo poco que aportó a la televisión española. Tanto Suárez como Orbe Cano imponen a la televisión en el tiempo que estuvieron el orden que preconiza la facción opusdeísta del régimen de Franco.

El relevo de Manuel Fraga, según detalla Baget tendrá ciertas consecuencias, pues se pasa del "boom televisivo a un frenazo de la expansión"[47]. A ello no fue ajeno que el Eurofestival de la Canción de 1969 celebrado en Madrid supuso un coste millonario para TVE e impuso nuevos planteamientos en el quehacer televisivo. A ello se añaden las críticas de los espectadores y especialistas de la prensa sobre la avalancha publicitaria que aparece en las pantallas. Frente a esta situación, y teniendo como modelo las televisiones estatales europeas, se intenta hacer una televisión más equilibrada y no tan sumisa a los criterios comerciales. Pero además, frente a los aires de apertura que habían caracterizado la etapa anterior, se incrementa la censura, el dirigismo político, y mayor control de los

[46]J.M. BAGET (Ob. Cit.; 1975; pág. 74)
[47]J.M. BAGET (Ob. Cit.; 1975; pág. 70)

contenidos televisivos. En esta etapa, la lógica comercial cede terreno, pues, a la lógica política.

Consecuencia de estos planteamientos, se reduce a partir de entonces el tiempo de la publicidad y van desapareciendo programas populares que son sustituidos por otros de marcada entidad cultural. Es el tiempo de Quadra Salcedo, de Félix Rodríguez de la Fuente y de José Mª Iñigo, de programas más saneados en lo económico y más aceptados políticamente. Además, se tiene especial cuidado en cumplir a rajatabla los horarios de programación; ejemplo del rigor que se quería imponer en el funcionamiento de un organismo al que llamaban "la Ponderosa", en alusión a una serie de los años sesenta.

En general, se puede decir que ya la televisión sigue su propia evolución tanto en cifras de equipamiento de receptores, que avanza progresivamente hacia su saturación; como en la ampliación de la cobertura nacional de la segunda cadena en UHF.

Cabe decir que en 1969 se crearon los centros regionales de televisión que, aunque nacidos con cierta intencionalidad descentralizadora, en realidad se quedaron como meras corresponsalías en las provincias españolas. Como afirma Vázquez Montalbán, hubo una nota característica del funcionamiento de televisión española y fue el fuerte centralismo que impuso el régimen franquista que intenta controlar todo desde Madrid[48]. Por ello, la creación de los centros regionales supuso la cesión a la presión de descentralización que desde los comienzos del medios se pedía en algunos sectores de la sociedad.

3.4.4. Apertura en la transición y autonomía en la democracia (1973-1982)

La muerte de Carrero Blanco a manos de ETA supuso un fuerte impacto para la política del franquismo. También tuvo sus consecuencias para la propia política del medio televisivo. Su muerte provocó el cambio al gobierno aperturista de Arias Navarro. En esa remodelación gubernamental será Ministro de Información y Turismo Pío Cabanillas y Director General

---

[48] M. VAZQUEZ MONTALBAN (Ob. Cit. 1976; pág.77)

de Televisión Juan José Rosón, que fue uno de los artífices del "boom" de los años sesenta. Este nuevo director "promete una total revisión de las emisiones, la desaparición de las listas negras y una programación más divertida que la de los últimos tiempos"[49].

Pero no sólo había intencionalidad política. Era la llamada época de apertura que corresponde ya a una cercana transición y que en la televisión se concreta en el éxito del film "La Cabina" de Antonio Merceo, que obtuvo además el reconocimiento internacional con el premio Emmy. Pero aunque la programación cambió hacia espacios más populares y se intenta que la apertura penetre a través de las pantallas, hay voces que gritan ante los escotes de Rocío Jurado o de Rosa Morena. En general cabe decir que en la televisión, como parte de una sociedad en transición, se reflejan las dos contrafuerzas sociales, una progresista que aboga por el cambio y otra inmovilista que clama lo que ya llevaba 40 años pasando.

De esta manera, en octubre de 1974 los sectores más regresivos ganan la batalla con el cese de Pío Cabanillas como Ministro de Información y Turismo, que trae consigo el cambio de Juan José Rosón por Jesús Sancho Rof en el cargo de Director General de Televisión. Este último realizó una reestructuración en la configuración de los marcos profesionales del medio, pero con una intencionalidad de continuar en el intento de apertura y dejar la vida televisiva al margen de los vaivenes políticos.

Obviamente un medio tan poderoso como la televisión en la creación de la opinión pública no puede evadirse de las influencias políticas. Máxime cuando la sociedad bulle en una transición donde lo político lo invade todo. Pero esta influencia se desarrolla a través de los ceses y nombramientos de cargos directivos y en el contenido más o menos sesgado de los informativos televisivos. Como comenta Vila-San Juan, al referirse a aquellos años de incertidumbre política y cambio de sillones, "afortunadamente TVE cuenta con unos profesionales que son capaces de hacer televisión a pesar de las personas que los mandan"[50].

Porque la muerte de Franco en noviembre de 1975 no provoca inmediatamente más que un cambio en la Dirección General de

---

[49]J.M. BAGET (Ob. Cit.; 1975; pág. 74)
[50]J.F. VILA SAN JUAN (*La trastienda de TVE*; 1981; pág. 79)

Radiotelevisión con el nombramiento de Peña Aranda sustituyendo a Sancho Rof , que fue el cambio que tuvo que realizar Arias Navarro en la remodelación de un gobierno para la transición. Pero la duración del nuevo Director General también fue breve, paralela a la sustitución de Arias Navarro por Adolfo Suárez. Este, conocedor del medio y de sus profesionales tras su etapa de director, nombró a Rafael Anson, colaborador antiguo suyo, como Director General. Este director llevó todo el proceso electoral que concluyó en las elecciones generales, las primeras que vive el medio televisivo, en junio de 1977. Son unas elecciones en las que la televisión jugó un papel prioritario, toda vez que ya había en España 8.200.000 receptores de televisión, de ellos 800.000 ya en color. Y a pesar de que fue el mismo Suárez quien ganó esas elecciones, tras el nuevo gobierno volvió a haber un cambio en la Dirección General. Rafael Anson dejó paso a Fernando Arias Salgado, el hijo de aquel ministro que inauguró 21 años atrás la televisión en España.

La democracia, a parte de nuevos directores generales, proporcionó a la televisión una autonomía respecto al gobierno español. De este modo, si hasta entonces se la denominaba "Servicio Público Centralizado RTVE"; a partir del real decreto 2.7050/1977 de 28 de octubre pasa a configurarse como "Organismo Autónomo de carácter comercial, con la denominación de Radiotelevisión Española (RTVE), manteniendo su actual estructura interna y las funciones que hasta hoy tenía encomendadas, en tanto que por las Cortes se regule definitivamente el encuadramiento orgánico y las competencias estatales en materia de radio y televisión"[51]. Para la consecución de esta regulación definitiva se nombra el Consejo Rector Provisional de RTVE. Este Consejo trabaja durante dos años elaborando el que, aprobado por la ley 4/1980 de 10 de enero, será el Estatuto de la radio y la televisión actualmente vigente.

El Estatuto considera la radiodifusión y televisión como servicios públicos de titularidad estatal. La gestión de estos servicios se realizará a través del ente público RTVE por tres sociedades estatales: Radio Nacional de España y Radio Cadena Española que gestionarán el servicio de radiodifusión, y Televisión Española (TVE) que gestionará el servicio público de televisión. El estatuto ampara la creación de otras filiales, como

[51] Informe RTVE. 1978; pág. 18

son la Orquesta de RTVE o el Instituto de RTVE. TVE está gobernada por un director general; pero bajo el control del Consejo Administrativo de RTVE, constituido por un abanico paralelo al formado por las fuerzas políticas en el Parlamento. El problema de este Estatuto, que trata en sus intenciones de agilizar la gestión y de evitar que el partido en el gobierno utilice el medio televisivo para su provecho, son las excesivas competencias que da al Gobierno en la gestión de TVE. De este modo, como comenta González Navarro, no es propio de la autonomía respecto al poder el hecho de que sea el Gobierno, y no el Consejo de Administración de RTVE, quien nombra o cesa[52] al Director General, quien determina las directrices programáticas y publicitarias en contenidos, duración y distribución en la emisión, y entre otras facultades, quien controla el inventario o crea las filiales de RTVE[53]. Esta excesiva intervención del gobierno hace que el servicio público televisivo quede demasiadas veces supeditado al interés político del gobierno y del partido en el poder. No en vano critica Juan Felipe Vila-San Juan: "..el estatuto de RTVE no fue aprobado por convicción sino para quedar bien cara a la galería; e inmediatamente se puso en marcha la maquinaria gubernamental para intentar zafarse de los condicionamientos del mismo, que habían sido aprobados en las Cortes, entre otros, por los propios miembros del Gobierno que pretendían ahora saltárselos a la torera".

Una vez aprobado el Estatuto, el Consejo de Administración nombró a Fernando Castedo como Director General de TVE. La relación del Director con el Presidente se hizo evidente cuando Suárez dimitió en 1981; pues Castedo lo hizo con él. El Director General propuesto tras el gobierno de Calvo Sotelo será Carlos Robles Piquer, aunque tuvo una permanencia breve pues el golpe de Estado de Tejero en febrero del 81 precipitaría unas elecciones que darían el poder a un partido distinto.

Así pues, el paso de la dictadura a la democracia y la creación del Estatuto de Radio y Televisión no cambia el modelo televisivo que sigue siendo un monopolio del Estado, aunque formalmente autónomo, financiado

---

[52] "Aunque el Estatuto condiciona la inamovilidad del director durante cuatro años salvo cuestiones muy concretas, Adolfo Suárez encontró una solución de circunstancias para invalidar sin leyes ni decretos lo que habían aprobado las Cortes: que el hombre que se designara para ocupar la silla firmase su dimisión antes de tomar posesión del cargo, quedando la carta en poder del presidente del Gobierno, a fin de que el mismo tuviese las manos libres para su sustitución, en contra de lo previsto en el Estatuto (J.F. VILA SAN JUAN; Ob. Cit. 1981; pág. 210)

[53] F. GONZALEZ NAVARRO (*Televisión pública y televisión privada*; 1982; pág. 29)

en un alto porcentaje por la publicidad y en menos por las subvenciones, y guiado por la doble lógica de los beneficios económicos y las influencias políticas.

2.4.5. Ruptura del monopolio televisivo (1982-1992)

Los rasgos esenciales de este modelo televisivo no varían tampoco con el cambio de gobierno que instala en el poder al PSOE durante 14 años. El primer Director General de TVE de la etapa socialista fue José Mª Calviño, fuertemente vinculado al partido socialista y concretamente a quien sería el vicepresidente del gobierno, Alfonso Guerra. Las interferencias políticas en el quehacer televisivo no se hacen esperar ya que se habla de una "purga" realizada por Calviño y relatada por Muñoz que llega incluso más allá de los sillones directivos[54].

Calviño termina su mandato en octubre de 1986 y tras las elecciones, nuevamente ganadas por los socialistas, ocupa el cargo Pilar Miró, primera mujer Directora General del Ente televisivo. Pilar Miró, que ha estado vinculada profesionalmente al medio desde casi sus comienzos, vuelve a reponer a los directivos y cuadros técnicos que Calviño había desplazado, toda vez que la influencia política no sólo se manifiesta en el poder del partido en el gobierno, sino que incluso depende de la facción del partido preeminente en ese momento; esta vez apoyada no por los guerristas sino por los afines a Felipe González. La gestión de Pilar Miró se caracteriza por un intento de afianzar la oferta televisiva española, como demuestra el inicio con carácter regular de la programación matinal. A pesar de una labor guiada por el rigor profesional aunque también influenciada por la presión de su partido, termina su mandato con su dimisión tras un caso de supuesta corrupción por la utilización del erario del ente para uso personal, un escándalo no ajeno a la disputa del poder dentro de las mismas filas del PSOE. En 1989 y en sustitución de Pilar Miró, accede a la Dirección General de Televisión Luis Solana, que afronta en su período de gobierno, con las bases sentadas por Pilar Miró, la caída tras 25 años del monopolio estatal televisivo, con la irrupción primero de las cadenas autonómicas y después de emisoras privadas.

---

[54]P. MUÑOZ (Ob. Cit. 1990)

En cuanto a la presión comercial, los recién llegados al gobierno deciden en 1983 retirar la subvención estatal a la televisión, dejando solamente una parte de la misma que se vería todavía, en los años posteriores, considerablemente reducida a la cantidad de 500 millones de pesetas[55]. Esto significó la necesidad de recurrir masivamente a la publicidad como principal modo de financiación y por lo tanto, supeditar la función de servicio público a la lógica de los beneficios: programas populares en detrimento de los culturales, interrupciones publicitarias constantes, nuevas formas de publicidad, ampliación de horarios de programación en busca de audiencias potenciales para los anuncios, etc. Esta situación se incrementaría mucho más cuando la tarta publicitaria tuviera que repartirse entre las nuevas cadenas que empiezan a emitir. Si hasta entonces la publicidad era un recurso de financiación del que TVE tenía la exclusiva televisiva; a partir de 1983 y sobre todo de 1990, tarta publicitaria tiene que compartirse. La televisión a partir de entonces basará su gestión en ofrecer a los mercados publicitarios los más altos índices de audiencia posibles.

Este es el panorama en el que se contextualiza la oferta televisiva en esos años previos a la irrupción de los canales autonómicos. En 1982, recién estrenada la segunda cadena en muchas zonas españolas, los canales autonómicos del País Vasco y Cataluña ya estaban emitiendo en pruebas, amparados en el propio Estatuto de RTVE que dispone "que el Gobierno podrá conceder a las comunidades autónomas, previa autorización por ley de las Cortes Generales, la gestión directa de un canal de televisión de titularidad estatal que se cree específicamente para el ámbito territorial de cada comunidad autónoma".

Dos años más tarde de la aprobación del Estatuto se aprueba la Ley 46/83, de 26 de diciembre, reguladora de los terceros canales de televisión. En ella se establece que será la Comunidad Autónoma la que deberá regular mediante ley de su parlamento, la organización y control parlamentario del tercer canal, solicitando la concesión al Gobierno, el cual se compromete a dotar de la red técnica necesaria para cubrir la cobertura establecida, previo pago de un canon de amortización de esas instalaciones. La gestión se realizará por una sociedad con capital de titularidad pública, gobernada por un Director General también nombrado por el parlamento regional y en

[55] E. BUSTAMANTE Y R. ZALLO (Ob.Cit.; 1988; pág. 126)

cuanto a la financiación, correrá a cargo de las subvenciones consignadas en los presupuestos de las Comunidades Autónomas, así como la comercialización y venta de sus productos unido a la participación en el mercado publicitario.

Con la aprobación de esta ley, se legitima la situación de los terceros canales que estaban emitiendo en pruebas. De este modo, en 1983 se crea Euskal Telebista, ETB-1, en el País Vasco y TV-3 en Cataluña. En 1985 se crea TVG, la televisión para Galicia. En 1986 sale al aire el segundo canal en el País Vasco, ETB-2. Finalmente, en 1989 nacen Canal Sur para Andalucía; Canal 9 para Valencia; un segundo canal, Canal 33, para Cataluña y Telemadrid en la capital.

Con el establecimiento de estos canales se rompe el monopolio de la televisión estatal y se abre la posibilidad de un modelo de televisión pública alternativa, no centralizada, y más cercana a la realidad social de las comunidades dentro de su área de cobertura. Sin embargo, algunos estudios[56] revelan que la introducción de los canales autonómicos ha sido, en ese sentido, una oportunidad perdida. Inquietadas por el déficit económico que supuso el montaje y mantenimiento diario de las emisiones, estos canales pronto se vieron forzados a acudir al recurso de la publicidad como método ineludible de financiación, sometiéndose con ello a la misma dinámica comercial que había provocado el alejamiento de la televisión estatal de un modelo televisivo basado en el imperativo social exigible a todo servicio público. Además, la lógica política del aprovechamiento de la influencia considerable del medio en beneficio del partido en el poder también está presente en las televisiones autonómicas, porque el control que ejercen los gobiernos regionales con sus respectivos canales es paralelo al control del gobierno central en la televisión estatal e influye directamente en la lógica política que constriñe el funcionamiento de estos canales de televisión.

En este contexto se sitúan también los incipientes comienzos de montaje de las televisiones privadas tras la aprobación por las Cortes en 1988 de la Ley sobre Televisión Privada. El debate sobre la televisión privada en España habría que situarlo mucho antes, y sobre todo en el marco europeo. Con la llegada de la democracia hubo muchos sectores de la

---

[56] E. BUSTAMANTE Y R. ZALLO (Ob.Cit.; 1988; pág. 147)

población que confiaban que con la elaboración del Estatuto se abriera la posibilidad de introducir mayor competencia en el mercado televisivo. Estos mismos sectores se lanzaron a la carrera de los medios tanto impresos como radiofónicos tras la quiebra de las imposiciones comunicativas del régimen anterior. Se montaron entonces grandes grupos de comunicación, Prisa, Cambio 16, COPE, Antena 3, etc. con fuertes vinculaciones con el poder, tanto político como religioso o social; que presionaban en pos de la liberalización del sector televisivo. Si bien la justificación se basaba en la libertad de opinión que emanaba directamente de la Constitución aprobada por los españoles en 1978, la liberalización hay que contextualizarla en el cambio de una política de corte keynesiano en materia de comunicación, a una concepción más liberal basada en el mercado, además de la confluencia de los factores anteriormente reseñados que tanto a nivel europeo como nacional coincidían en esta época. El PSOE, que no estaba ajeno a estas demandas, incluyó en su programa electoral de 1982 la liberalización del sector televisivo y esta ruptura tanto del monopolio estatal como del público la llevó a cabo una vez que accedió al poder.

La Ley 10/1988 de 3 de marzo de la televisión privada establece que siendo la televisión un servicio público, se puede conceder su gestión a empresas privadas constituidas como sociedades en las que la participación de los accionistas no puede superar el 25% del capital. Con esta condición se pretendía que las nuevas emisoras no cayeran en pocas manos a fin de garantizar una pluralidad en los medios de comunicación. A pesar de ello, los grupos que se convocaron para las nuevas emisoras eran los mismos grupos que poseían ya medios impresos y/o radiofónicos. Además, las cuantiosas inversiones que requiere montar una cadena de televisión provocaron la aparición de relaciones entre estos grupos y los entes financieros que avalan con créditos multimillonarios la gestión de las cadenas. Esta ayuda económica por parte de los bancos, característica típicamente española, hizo que apareciera una nueva cortapisa en el quehacer televisivo, y ya no es sólo el poder político el que influye en el sistema televisivo sino el poder de las grandes firmas financieras quienes mueven los hilos en la nueva configuración de la televisión en competencia. La limitación en la participación de las emisoras también contribuyó a demandar otros grupos solventes para emprender la nueva carrera; de este modo se someten a la dependencia de grupos extranjeros como apoyo

económico y comunicativo, dada la experiencia de estos grupos en otros países europeos, para garantizar con éxito la apertura de cadenas privadas.

De esta manera, en 1989 se concede la gestión televisiva a dos nuevas cadenas generalistas que funcionarán bajo el régimen de libre acceso y financiadas por medio de la publicidad. A principios de 1990 comienzan a emitir Antena 3 y Tele 5. Un poco más tarde también se concede la explotación de un canal codificado de pago, Canal Plus, que comienza a funcionar el 14 de septiembre de 1990. La composición accionarial de las cadenas ha sufrido numerosas variaciones desde que se crearon, con acuerdos, alianzas, asociaciones dinámicas, sometidas a cambios progresivos que configuran lo que se ha denominado el "oligopolio mutante" de la comunicación española[57]. Antena 3 nació al amparo del Grupo Godó, que dominaba entre otros medios La Vanguardia y Antena 3 Radio, contando también con la participación de otros periódicos regionales; pero posteriormente cambiaría su accionariado. El grupo Godó entraría a formar parte del grupo PRISA, vinculado a Canal Plus y en Antena 3 entraría en su lugar el grupo ZETA (que controla El Periódico de Cataluña y Tiempo), los bancos Central Hispano y Banesto y la participación del grupo alemán Bertelsmann. Tras la caída de Banesto, se ha cedido su parte al Banco Santander. En verano del 97 entra Telefónica como accionista mayoritaria. En cuanto a Tele-5, desde el principio estuvo fuertemente vinculada al grupo Berlusconni, contando con el 25 % del accionariado, completando la mitad de la sociedad el grupo ONCE, que controla también la cadena de emisoras de radio Onda Cero. Aunque esta relación accionarial ha cambiado con la participación de un 25% del magnate internacional Leo Kirch y la venta de parte de sus acciones del grupo ONCE y la entrada progresiva de otros grupos de comunicación. Canal Plus por su parte, ha estado desde el principio vinculada con el Canal Plus Francés (25%), por el grupo PRISA (que controla "El País") con otro 25 % y teniendo como parte de la sociedad al Grupo March y al Banco Bilbao-Vizcaya con un 15% cada uno.

Los tres canales que actualmente funcionan en España al margen de las instituciones públicas, Antena-3, Telecinco y Canal Plus, son sólo la vertiente televisiva de grandes industrias culturales transnacionales que controlan la comunicación y que mantienen fuertes vinculaciones con el

---

[57] VV.AA.(*Comunicación social. Tendencias,* 1993, pág. 28

poder político y económico. La emergencia de las cadenas autonómicas y privadas ha significado, para el sistema televisivo español, la irrupción de un componente de mercado en régimen de competencia, con todas sus implicaciones, que ha obligado a modificar el modo tradicional de hacer televisión. El sistema de televisión pública, sea a nivel estatal o a nivel autonómico, ha perdido una oportunidad histórica de convertirse en alternativa para ofrecer aquello que los demás no podían ofrecer, resistiéndose a competir por una supuesta mayoría, definida a través de los índices de audiencia que se asocian a los programas emitidos. Al adoptar un modelo de programación basado en la ideología y la práctica de la competencia a la hora de repartirse el pastel publicitario, no resulta difícil justificar unos esquemas de programación homogéneos, que varían según las modas y que se repiten en todos los canales disminuyendo así la única capacidad del telespectador que quizás algún día pudiera llegar a importarles: su posibilidad de elección entre alternativas diferentes.

2.4.6. El desarrollo de la competencia televisiva (1992-1997)

En 1992 hay otras elecciones generales que dan la última victoria al PSOE en el gobierno central. Luis Solana, que había protagonizado la ruptura del monopolio de TVE, es sustituido por Jordi García Candau que sigue con las líneas fijadas anteriormente de ofrecer una televisión caracterizada por la doble lógica económico-política. Este director introduce de nuevo las subvenciones por parte del Estado ya que los ingresos por publicidad, al llegar la competencia entre otros factores, disminuyeron de las arcas de TVE.

Esta situación no cambiará en mayo de 1996, cuando el Partido Popular gana las elecciones generales poniendo en el cargo a Mónica Ridruejo que sólo dura un año en el cargo, siendo sustituida por Fernando López Amor en febrero de 1997. Con éste último nombre, se obtiene un balance de diecinueve directores de la televisión pública española en sus 41 años de historia.

El cambio político también fue sentido en las cadenas autonómicas. El PSOE también pierde el control tanto de Telemadrid como de Canal 9, aunque Canal Sur sigue en poder de los socialistas andaluces. Mientras,

tanto en el País Vasco como en Cataluña siguen estando controladas por los partidos nacionalistas respectivos y en Galicia es el Partido Popular el que desde el comienzo guió TVG. Pero el cambio surgido de las elecciones del 96 ha abierto un nuevo debate tras el propósito tanto desde el gobierno central como desde los distintos autonómicos gobernados por el PP, de intentar la privatización de las cadenas autonómicas bajo la justificación de sus pérdidas millonarias. Esta segunda liberalización choca con los intereses nacionalistas, cuyo apoyo es necesario para modificar la ley de los terceros canales en el Parlamento nacional. Y es que las cadenas autonómicas están ahogadas económicamente por el esfuerzo presupuestario que supone lanzar las emisiones en régimen de competencia[58], recibiendo una partida por publicidad mucho menor que las televisiones de ámbito estatal, como corresponde a la menor cobertura y menor público potencial al que llegan. Este ahogo económico las hace depender mucho más de las arcas presupuestarias de los respectivos gobiernos, los cuales se cobran con sus constantes interferencias el dinero debido.

La intencionalidad privatizadora del nuevo gobierno también afecta al segundo canal de TVE; aunque en este caso y a diferencia de Francia, tampoco se ha logrado privatizar la cadena. Sin embargo, sí se ha incrementado el recurso a la producción privada que ya el gobierno socialista había introducido. La privatización entonces no se produce a nivel de gestión sino a nivel de producción. Las cadenas, públicas y privadas, contratan con las cada vez más numerosas productoras independientes[59] los espacios que antiguamente ellas mismas producían, a cambio de cifras millonarias y altos índices de audiencia. La consecuencia más inmediata de este tipo de producción es la generalización en todas las cadenas de productos que bajo los mínimos costes de producción aseguren la máxima audiencia posible. No hay sitio pues, para espacios que sacrifiquen la cantidad de audiencia por la calidad del programa, no hay tampoco espacios para las minorías, para los públicos específicos, y no se puede hablar

---

[58] Para hacer frente a los cuantiosos gastos, las cadenas autonómicas se han asociado en un organismo autónomo compuesto por todas ellas (FORTA) permitiendo con ello compartir gastos de produccion, compra de programas, derechos de antena, corresponsales compartidos, ect.

[59] Existen incluso productoras nacidas para hacer un solo programa, como la creada por Paco Lobatón para "¿Quién sabe dónde?", que además es la productora más polémica porque aun cobrando cifras millonarias por su programa, utiliza el trabajo de personal del ente público (F. LOPEZ, *El Mundo*, Comunicación, Año V, Nº 161, 1993)

entonces de la televisión como servicio público, aunque detente la titularidad estatal.

Pero esta intencionalidad privatizadora del gobierno del Partido Popular ha culminado con la privatización en junio de 1997 de la red de difusión televisiva que controla, bajo el régimen de monopolio, la empresa pública Retevisión. La privatización de este organismo coincide con el momento en el que la red televisiva, por los servicios añadidos que puede soportar, empieza a ser considerada como un próspero negocio del futuro.

En cuanto a las privadas, pese a ser las recién llegadas en el sistema televisivo, han conseguido en pocos años situarse al nivel de las veteranas. Aunque en el comienzo TVE-1 superaba tanto en calidad como en audiencia a las demás, ya en 1995 algunos programas de Antena 3 y en 1996 de Tele 5 se sitúan en los primeros puestos. Canal Plus, que basa su éxito al margen de la competencia de las demás cadenas, ha superado con éxito la prueba de su desafío al imponer un pago por sus imágenes. Un millón y medio de abonados en 1996 aportan una cifra lo suficientemente importante de beneficios económicos y de implantación en el mercado televisivo español. Incluso Blumler afirma que "hay diferentes razones que aconsejan a Canal Plus una vez alcanzado cierto nivel de abonados, apuntar más a la consolidación y a la conservación que a un mayor crecimiento. Ante todo... porque se atenúa el efecto club y el abonado no percibe el privilegio de distinción... existe la razón económica... si la audiencia potencial de Canal Plus está a un nivel bajo respecto a las cadenas en abierto, se pueden negociar los derechos de las películas, de los eventos deportivos, etc. a precios relativamente bajos; en caso contrario, estos deberían ser renegociados con un efecto desestabilizador para la economía de la empresa. La tercera razón es de orden político y tiende a no crear impulsos contrarios por parte de las otras empresas de televisión... para eliminar privilegios de Canal Plus frente a otras cadenas: el de utilizar un bien escaso como el éter para un grupo reducido o el de tener el monopolio de la televisión de pago"[60].

El sistema televisivo español estaría falseado si sólo se considerasen los tres tipos de canales que funcionan en la actualidad (estatales, autonómicos y privados). Y es que desde 1992 se da una eclosión de canales

---

[60] J.G. BLUMLER (*Televisión e interés público*; 1993; pág.117)

accesibles a través de los satélites de difusión directa. En un principio solamente se recibían desde el espacio los proporcionados por cadenas extranjeras, pero sin mucho éxito debido a un impedimento lingüístico más que económico. Pero desde 1994 también las cadenas españolas se han sumado a la oferta de canales por satélite, sobre todo a partir de la puesta en órbita del primer satélite español de difusión directa, Hispasat. De este modo, TVE dispone de Teledeporte, Canal Clásico y TVE Internacional en abierto, Antena 3 Televisión cuenta con Sportmanía y Canal Plus emite codificados Cinemanía, Documanía, Cineclassics y Minimax.

También en estos años han proliferado los canales locales y comarcales. Aunque estos funcionan a pesar del vacío legal existente, su número crece cada día más. La mayoría de estos canales son creados y gestionados por empresas pequeñas, generalmente productoras televisivas, aunque también hay muchos vinculados con las autoridades locales. En realidad se encuentran en un círculo viciado por lo que su futuro es cuestionable ya que su financiación trata de basarse en la publicidad, aunque no tienen una gran audiencia que ofrecer. Y la audiencia es tan escasa por ser la calidad de la programación[61] bastante pobre, obviamente por no contar con medios económicos que permitan un cierto nivel de calidad.

A este escenario audiovisual español se incorpora en 1997 el sistema televisivo digital que se implanta en España envuelto en polémicas entre las grandes industrias de la comunicación que se disputan el mercado televisivo del futuro[62]. La forma que adquiere este sistema es dual, basado en dos

---

[61]Existe una práctica muy generalizada de incorporar programaciones enteras ajenas a la emisora gracias al convenio suscrito con una filial de Televisa que proporciona programación durante todo el día y toda la semana a un precio asequible; aunque la programación mexicana no se adecúe a la demanda comunicativa española. En este caso, la programación no es más que la excusa para incorporar la publicidad, aunque cabe cuestionarse su eficacia.

[62] La polémica ha surgido por dos motivos. En primer lugar porque la plataforma de los canales privados detenta los derechos de los partidos de futbol , que es un plato preferente para los canales pay per view; en clara desventaja de la otra plataforma, que no puede competir con ella. La batalla implica una ley del fútbol que modifica los contratos actuales y sobre la que se duda de su constitucionalidad; y la compra de acciones de Telefónica a la filial de Antena 3 que detenta los derechos del fútbol con lo que también la plataforma Vía Digital tendría derechos de emisión. También sobre esta acción se duda de su legalidad. Un segundo elemento del conflicto son los descodificadores de la señal televisiva que, a opinión de la plataforma Vía Digital deberían de ser compartidos, válidos para las dos plataformas. Por el contrarío, Canal Satélite Digital no comparte ese criterio porque ya había fabricado sus propios codificadores válidos exclusivamente para su señal. La polémica no sólo ha provocado el cese de Mónica Ridruejo en TVE, sino también un amplio debate político a nivel nacional entre el gobierno del PP que apoya la plataforma Vía Digital y toda la oposición a su postura, desde posiciones políticas (PSOE) y comunicativas (PRISA, El Pais, Antena 3 Televisión, Canal Plus)

plataformas digitales en torno a las que se polarizan los grupos y las cadenas españolas. Por un lado Canal Satélite Digital, bajo la batuta de Canal Plus, Antena 3 Televisión y TV-3, la televisión autonómica catalana; que ofrece 32 canales codificados bajo un abono mensual, permitiendo además el pago por programa. La otra plataforma es Vía Digital, compuesta por TVE, Telefónica (que también está presente en la otra propuesta por su incorporación en el accionariado de Antena 3) y Televisa. Esta oferta también se presenta codificada y previo pago, ofreciendo variedad de canales temáticos. Aunque este sistema va a convivir con el sistema tradicional, la televisión sin programación propuesta con el "pay per view" ya ha entrado en España, cerrando así los cuarenta años de la historia televisiva española concediendo un grado de autonomía al espectador, aunque sea a los espectadores más privilegiados.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

2.5. El futuro de la televisión

Al margen de aventurar una prospectiva sobre la televisión del futuro, se puede adivinar cierta evolución de la televisión actual que en los próximos años va a centrar todo el debate de esta industria cultural.

En primer lugar se puede decir que prosigue el proceso de incremento de la oferta televisiva. Tal como ha pasado en España, pero también en el resto del mundo, se ha pasado de una oferta de dos únicas cadenas a la que se añaden nueve autonómicas, tres privadas, más de 20 por satélite y añadiendo otra más por cada localidad, aunque en las grandes ciudades existen más televisiones locales. Pero además, esta oferta se multiplica con lo que se capta si se tiene antena parabólica y se paga el abono a los canales digitales.

La cuestión que cabe plantearse ante esta situación es si existe público suficiente como para absorber la oferta de esta avalancha de cadenas y si el público que las demanda puede ser suficiente para financiarlas. En primer lugar porque aunque la oferta comunicativa crece, no lo hace así la demanda, puesto que el tiempo de consumo televisivo no aumenta con la cantidad de cadenas, sino que mantiene la clásica curva logística ya que llegado a un punto, se satura y permanece estable. Cabe aventurar que incluso ese consumo televisivo baje, toda vez que también aumentan otras ofertas

comunicativas o de otro tipo que compiten con la televisión en el empleo del tiempo de ocio de las personas, y éste sí que es limitado. Incluso cabe hablar, siguiendo a Richeri, que "el público está entrando en la fase de desconsumo, es decir, de la saturación de bienes y mensajes"[63]. Ante esta cuestión se aporta la estrategia de la diversificación y segmentación como única alternativa para adecuar la demanda a la oferta comunicativa. El tiempo dirá si esta estrategia es efectiva o si pasará como con las lavadoras, capaces de lavar con 18 programas distintos pero que probablemente sólo se lave con tres.

Además, la financiación de tantas cadenas, cuya multiplicación no rebaja sus excesivos costes de creación y mantenimiento; también se pone en tela de juicio. La publicidad no crece como lo hacen las cadenas. De hecho, con la incorporación de las cadenas privadas se ha producido un incremento del tiempo de publicidad pero no de sus ingresos, es decir, que el tiempo de publicidad con la multiplicación de la oferta se ha abaratado[64]. Ante este hecho no queda más remedio que compartir y repartir la publicidad existente y, por lo tanto, los fondos que genera. La solución aportada del abono del consumidor tampoco está segura, pues aunque el éxito de Canal Plus es reconocido, basado en la calidad de su programación; se puede cuestionar cuanto está dispuesto a pagar la gente por consumir más televisión si esa calidad no queda asegurada. Este es el caso por ejemplo de Italia, donde no ha triunfado la televisión de pago, en este caso vía satélite, porque "la gente no quería gastar más dinero para ver más de lo mismo"[65].

Y es que este es otro problema que genera la multiplicación de la oferta televisiva, ya que si la industria de la creación no crece paralela a la industria de la difusión, y en España y en la mayoría de los países de su entorno no lo hace; no va a haber muchos productos que ofrecer y mucho menos productos de mejor calidad que lo que se ha ido ofreciendo hasta el momento. Este desajuste entre producción/difusión puede provocar un

---

[63] G. RICHERI (*La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación;* 1994; pág. 9)

[64] La inversión publicitaria tuvo en el ejercicio 1992 un crecimiento 0, decreciendo incluso, si se refiere a pesetas constantes. A pesar de las dificultades para determinar la cifra de inversión publicitaria dados los descuentos que aplican las cadenas llegando incluso al 77, 38% de Tele 5; se puede considerar que el volumen global del mercado publicitario de 1990 al 92 se ha mantenido constante en torno a los 200.000 millones de pts., pero a costa de la saturación del mercado televisivo, con un total de 612.727 anuncios correspondientes a 234.209 minutos publicitarios emitidos en 1992, que en términos personales implica un promedio por persona y día de 38 contactos publicitarios (M. PRIETO; Ob.Cit. 1993, pág. 13)

[65] *Cuadernos para el Debate*, Octubre de 1986, Nº 26, pág. 51

incremento todavía mayor del grado de internacionalización que caracteriza la oferta de los sistemas televisivos actuales. Como ha señalado Bustamante, "si la producción nacional de productos no puede cubrir las horas de programación cotidiana con costes medios bajos y con un ritmo de realización y organización comercial que permitan amortizar parte de sus costos en un mercado más amplio que el nacional, la producción televisiva quedará entonces monopolizada por las grandes industrias audiovisuales que sí pueden amortizar los costos de producción en el mercado interno y externo a precios más bajos incluso que sus costos reales"[66]. A ello se añade el hecho de que estas grandes industrias están en manos casi enteramente de Estados Unidos y Japón y producen programas concebidos para una programación de tipo comercial, fácilmente exportable y destinada a obtener altos índices de audiencia con el peligro que el consumo masivo de estos productos puede generar en las propias culturas nacionales.

Y no hay que olvidar que la lógica que rige actualmente los sistemas televisivos es la lógica de la competencia, que se basa en última instancia en la íntima relación entre la audiencia, la financiación y la programación. Se impone, pues, la búsqueda de altos índices de audiencia, que son los que permiten conseguir más beneficios económicos, tanto a través del abono como de la publicidad. Pero además, cuanta más financiación tenga la cadena, mayor probabilidad existe de ofrecer una programación que asegure los altos índices de audiencia. En este último sentido cabe plantearse si la lógica de la competencia puede asumir una búsqueda alternativa a la que se adivina hoy de esa programación que mantiene los índices de audiencia.

La otra vía de desarrollo televisivo a corto plazo es la televisión de alta definición. Si bien este sistema televisivo está inventado desde hace tiempo, se ha ralentizado la implantación de esta tecnología en el mundo. Bajo la disputa de las distintas normas que compiten por la definición de la imagen, la japonesa apoyada por USA y la europea; se encuentran los intereses de las industrias electrónicas con mucho poder en ambos lados. Y es que la televisión de alta definición supone la renovación de todo el parque de receptores mundiales, además de todo el equipo técnico de las emisoras. Además, hay que asumir ese cambio de forma paulatina, como fue la

---

[66] E. BUSTAMANTE (*La televisión en España, mañana*; 1986; pág. 35). El mismo autor analiza la internacionalización de los sistemas televisivos tanto en la producción comunicativa como en la participación de empresas difusoras (*Las industrias culturales;* 1988; *Los amos de la información en España,* 1982)

transición del blanco y negro al color; y tratar de compatibilizar la alta definición con la actual como medida "sine qua non" la televisión de alta definición se pueda hacer realidad.

Falta por añadir el impacto que la digitalización de la señal y el despliegue de las redes de cable pueden ocasionar en la configuración actual del medio televisivo. Posiblemente, como vaticina Antonoff, "se seguirá llamando televisor pero será un concepto completamente distinto. Será una máquina casi inteligente que convertirá al espectador en un auténtico protagonista"[67] La palabra clave de esta revolución es la interactividad. Si bien se han dado ya prácticas televisivas que permitían cierta interactividad, el caso de Telepick en TVE o en Tele 5, esta interactividad en la mayoría de los casos se basaba en la participación de los espectadores, vía telefónica, en los concursos televisivos. Esta práctica ha sido abandonada por el excesivo coste que suponía para el consumidor, tanto por la adquisición del equipo como de gasto telefónico; que además no se veía compensado por las prestaciones que ofrecía. Pero la tecnología digital y la difusión por cable amplían las posibilidades de esta interactividad. La digitalización permite la compresión de la señal de vídeo-audio posibilitando con ello transmitir nuevos servicios. Además, el cable permite también nuevos modos de envío y retroalimentación de esta señal permitiendo, en palabras de Antonoff, "dialogar con el receptor". De esta manera, la literatura sobre prospectiva televisiva asegura que el espectador podrá requerir cualquier tipo de información que necesite en el momento que precise, desde recetas de cocina hasta datos sobre su cuenta bancaria, información sobre cualquier tipo de cosa que desee comprar y llegar incluso a comprarla. Pero también, los equipos de las operadoras televisivas aprenderán los gustos y preferencias del consumidor y podrán ofrecer sin necesidad de requerimiento alguno, los programas preferidos, los videojuegos con los que acostumbra jugar e incluso mostrar la receta de una pizza con los ingredientes predilectos del espectador. Todo un abanico de posibilidades que se abren con la utilización de la tecnología digital. Pero para ello se tiene que superar con éxito el desafío que supone para el espectador el pago por cada información que se desee consumir, al fin y al cabo en un sistema como el actual donde prima el mercado, los productos comunicativos, como todos los bienes, hay que pagarlos.

---

[67] M. ANTONOFF (En *On-off*, 12; 1993 pág. 22)

CAPÍTULO 3

FUNDAMENTOS EPISTEMOLOGICOS Y TEORICOS

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

3.1. Fundamentos de esta investigación: planteamiento del problema

Algunas teorías de la Ciencia suelen operar diferenciando el ámbito "epistemológico" del "teórico"; distinguiendo ambos a su vez de la "metodología" y de las "técnicas". Aunque no siempre se explicitan, todos ellos están presentes en cualquier proceso de producción del conocimiento científico, manteniendo entre sí una estrecha relación. No es éste el lugar para tratar a fondo de tales temas; sin embargo, aunque someramente, resulta obligado aquí dar cuenta de los fundamentos epistemológicos o las concepciones generales en las que se ampara la investigación realizada; los planteamientos teóricos de los que se parte para abordar el fenómeno que se estudia; el método o el "camino" que se ha elegido y las técnicas o "artificios" que se han aplicado para alcanzar los objetivos de conocimiento que se persiguen.

BIBLIOTECA VIRTUAL

Esta exigencia de explicitar los fundamentos y procedimientos de la investigación realizada, es acorde con una concepción de la Ciencia que se considera crítica con aquella creencia, más o menos generalizada, que pretende identificar conocimiento científico y verdad.

Ni el conocimiento científico puede ser tomado como sinónimo de una hipotética verdad absoluta sobre la realidad, ni la Ciencia ofrece garantía alguna de alcanzar tal desideratum. Como conocimiento científico sólo pueden admitirse aquellos saberes o conocimientos específicos logrados a través de unos procedimientos o métodos rigurosos que permiten *la elaboración de una representación de la realidad* validable por contraste con el objeto al que se refiere y legitimada por el consenso de la comunidad que los emplea. En consecuencia, este trabajo de tesis no procura alcanzar un conocimiento exacto y completo de la programación televisiva, sino una aproximación conceptual rigurosa, contribuyendo a la reducción del desconocimiento actualmente existente sobre este fenómeno.

Pero además, la explicitación de las dimensiones epistemológicas y teóricas en las que se ha basado la investigación aquí realizada es acorde con una posición crítica respecto a una de las presunciones habituales de determinadas prácticas científicas de suponer que hay que compartir los mismos fundamentos en lo que a concepción del mundo se refiere. Son las corrientes que reclaman para sí una hipotética razón objetiva que es la que caracteriza el conocimiento científico. Por ello no es casual el desprecio de

estas corrientes por los problemas epistemológicos o teóricos subyacentes a las descripciones, explicaciones, análisis o interpretaciones que realizan en su práctica científica.

Pero la suposición de una razón objetiva equiparable al conocimiento científico que se obtiene en la investigación, implica una actitud dogmática que deriva de una representación ahistórica de la naturaleza de la producción intelectual. Y esta no es la actitud con la que se aborda la investigación sobre programación televisiva en España realizada en esta tesis. Aunque este trabajo intente poner de manifiesto *la lógica o racionalidad que resulta de tomar en consideración determinadas relaciones observables en la realidad*; no se pretende que esa lógica sea verdadera, ni absoluta; sino que sea coherente con las concepciones epistemológicas y teóricas que hacen posible una determinada representación de la programación televisiva, que es lo que se propone en esta tesis.

3.2. Dimensiones epistemológicas de esta investigación

El desarrollo del trabajo científico se caracteriza porque su ejecución está sometida a determinadas constricciones de ejecución y de validación. Además, se soporta en unas concepciones generales acerca de la naturaleza de la realidad que se estudia. Todo ello, constricciones y concepciones, pertenece al ámbito de la epistemología[68].

En el nivel epistemológico se inscribe la ubicación del objeto de estudio en los esquemas habituales del conocimiento científico; y también, los planteamientos paradigmáticos y las concepciones apriorísticas manejadas en cualquier investigación. En los epígrafes posteriores se aborda el problema de esta ubicación y el de los paradigmas de referencia que orientaron el desarrollo de la investigación sobre programación televisiva llevada a cabo para esta tesis.

[68] Cuando se toma a sí misma como objeto de estudio, y éste no es el caso, la epistemología se presenta a veces como una "Teoría del Conocimiento Científico" (Adorno), se identifica, otras, como una "Filosofía de la Ciencia" (Bachelard) o está implícita en los intentos formalistas de edificar "metateorías" (Wittgenstein, Russell)

3.2.1. Ámbito del conocimiento científico en el que se ubica esta tesis

El fenómeno de la programación es un fenómeno comunicativo. La comunicación se puede definir como aquella relación o interrelación entre seres vivos en la que las acciones se dirigen a producir información destinada a otro u otros[69]. La programación en este sentido implica a unos actores (programadores) que trabajan (distribuyen los espacios en el tiempo de emisión) para ofrecer información (emisiones televisivas) destinadas a la audiencia. Por lo tanto, la programación televisiva es un proceso de producción comunicativa. Así pues, el ámbito más inmediato de referencia que estudia el fenómeno de la programación es, obviamente, el de las Ciencias de la Comunicación.

Cuando la comunicación humana se sirve de tecnologías que permiten multiplicar los productos comunicativos y éstos se producen, distribuyen y usan de forma institucionalizada; cuando esa comunicación implica además a numerosos sujetos y se refiere a fenómenos que conciernen a la comunidad, el estudio de esta comunicación se reserva también un lugar entre las Ciencias Sociales.

Las Ciencias Sociales como marco y la Ciencia de la Comunicación como referencia más inmediata, son los ámbitos adecuados donde se ubica esta tesis. Este trabajo aborda cuestiones comunicativas que son también cuestiones sociales, implícitas en una tarea concreta que utiliza el medio televisivo: la programación de su emisión. Cuestiones sociales porque trata de estudiar, por ejemplo, el marco político y las dimensiones económicas y su posible influencia en la programación del medio; además de estudiar cuestiones propiamente comunicativas porque su objeto de estudio son precisamente las características de la oferta comunicativa propuesta por la televisión en España en estos últimos cuarenta años.

Esta dimensión sociocomunicativa del fenómeno de estudio obliga a considerar el legado de estos dos ámbitos de conocimiento como el punto de partida a la hora de establecer una perspectiva teórica desde la cual abordar el análisis de la programación televisiva en España.

---

[69] M. MARTÍN SERRANO (*Teoría de la comunicación*; 1982; pág. 13)

3.2.2. Referentes epistemológicos básicos

Cuando se empieza a estudiar un fenómeno social, a menudo crece el desconcierto ante la disparidad de puntos de vista con los que se encuentra frente a otras disciplinas académicas, por ejemplo las matemáticas, donde parece reinar el acuerdo. El hecho es que hay diversos modos de abordar el comportamiento humano, debido a su propia naturaleza, y sobre todo de interpretarlo. Por ello, la historia de las Ciencias Sociales está marcada por una multitud de paradigmas que ofrecen marcos de referencia distintos para codificar lo social.

Cuando se trabaja en el campo de las Ciencias Sociales, como es este el caso, es habitual que se tomen en cuenta sólo algunos de estos paradigmas en función obviamente de la utilidad que ofrezcan sus marcos de interpretación del mundo y concretamente de lo social, para comprender mejor el fenómeno de estudio. A continuación se relacionan esos marcos generales de interpretación que han servido de base a la concepción sobre la programación y sobre su estudio y que proceden de los paradigmas del funcionalismo, el estructuralismo y la perspectiva dialéctica. No se trata de profundizar aquí en las distintas aportaciones de estas perspectivas epistemológicas, sino que se relacionan las referencias que han sido aprovechadas en este trabajo de investigación:

a) El funcionalismo parte del axioma de que estudiar la función de una práctica o una institución social es analizar la contribución que esa práctica o institución hace a la continuidad de la sociedad en su conjunto, es decir, analizar la función de un elemento social implica mostrar el papel que éste juega en el funcionamiento de una sociedad[70].

Este estudio no se plantea como objetivo prioritario investigar la función o el papel de la programación ni mucho menos el de la televisión en el funcionamiento social. Es decir, ésta no es una investigación funcionalista que se plantee como objeto de estudio el análisis de la función social de la programación televisiva. El planteamiento funcionalista se ha tomado en cuenta para establecer una tipología de los espacios televisivos que basa la distinción entre ellos en el objetivo o uso que desde un punto de

[70] Aunque el funcionalismo comenzara con algunos postulados de Compte y Durkheim, el desarrollo de esta perspectiva estuvo influenciada por el trabajo de los antropólogos, especialmente Radcliffe-Brown y Malinowski y tuvo un florecimiento posterior con Talcott Parsons y Robert Merton.

vista funcional se le atribuye a los programas. Existen espacios que forman, que informan o que entretienen. Al margen de estos tres papeles fundamentales, existen otros espacios que no responden a estos tres objetivos y para los que se han establecido otras categorías, aunque su presencia e importancia en las programaciones parece ser residual. Esta clasificación proporciona una línea de análisis, entre otras, sobre el uso social del medio, que posibilita el conocimiento de cómo se han manejado esos usos funcionales a lo largo de la historia de la televisión en España.

b) Por su parte, el estructuralismo basa el desarrollo a partir de la obra del lingüista suizo Ferdinand de Saussure que, aunque referido al lenguaje, aportó la concepción de "estructura" aplicable a otros fenómenos. Las estructuras lingüísticas hacen referencia a la existencia de unos elementos cuya importancia reside en que se combinan siguiendo un sistema de reglas. Esos elementos por tanto se definen según sus relaciones. Ese sistema de reglas es precisamente el que conforma el lenguaje. Para Saussure, analizar las "estructuras" del lenguaje o las características básicas de esas estructuras significa atender a las *reglas* que subyacen al habla.

Al igual que con la lengua, se puede aplicar el análisis estructuralista a otros fenómenos sociales, atendiendo a las constricciones que regulan las relaciones entre los elementos que forman parte del fenómeno. Así por ejemplo, Lévi-Strauss aplicó el análisis estructuralista en la antropología, estudiando las reglas de parentesco en distintas sociedades.

Este tipo de análisis se utiliza en los estudios sobre los medios de comunicación, aplicándose en la mayoría de los casos sobre los lenguajes que utiliza el medio. La misma perspectiva semiótica es una línea de investigación que procede y se basa en análisis estructuralistas a través de los cuales se intenta descubrir los distintos lenguajes que utiliza el medio.

Sin embargo, en esta investigación doctoral se ha utilizado un análisis estructuralista no para detectar lenguajes, ni siquiera discursos televisivos basados en la programación. Esta investigación se ha servido de este paradigma porque le permite una mayor comprensión del fenómeno objeto de estudio; en la medida en que la programación televisiva consiste en una organización en el tiempo de emisión de los espacios que se programan, es posible considerar los tiempos de emisión y los espacios televisivos como elementos interrelacionados en el seno de la propia parrilla de

programación. La existencia de esas relaciones o de ciertas estructuras en la programación de la televisión implican la existencia también de un modelo de orden, de ciertas constricciones que regulan los espacios que son programados y el tiempo en el que se programan. El planteamiento estructuralista invita a realizar análisis de esas estructuras de programación para desentrañar las lógicas o sistemas de reglas que subyacen a la manera en que la televisión organiza sus emisiones. Identificar esas lógicas que regulan la producción televisiva es, en definitiva, un objetivo hacia el que se orienta esta investigación.

c) Esta investigación considera también el legado aportado por la perspectiva dialéctica. Desde Hegel y Marx que la iniciaron hasta Cohen en su versión funcionalista, Althusser o Fromm y Marcuse. Infinidad de autores que construyen su pensamiento gracias a la dialéctica. La dialéctica es un planteamiento acorde con la misma naturaleza social e histórica del mundo real. La dialéctica tiene que ver con el paso del tiempo, con la historia y con la variabilidad del mundo que nos rodea, pues las cosas no son eternas ni siempre las mismas. Las cosas, y los fenómenos sociales son cosas siguiendo a Durkheim, son históricas y pasan o cambian a medida que el tiempo lo hace. Pero además, la dialéctica establece que la historia no es sólo una historia. Es la historia de una población concreta, que actúa según determinadas concepciones ideológicas, representándose a través de ellas el mundo y su propia cultura. La dialéctica significa pensar en los fenómenos como realmente son, ubicados en unas coordenadas espacio-temporales determinadas; esto es, como fenómenos históricos. Se señala así el ámbito donde la dialéctica tiene su campo, el estudio de "la praxis humana, en la actividad realizada por hombres situados en una sociedad determinada y en un momento determinado de su desarrollo[71]".

Pero la dialéctica no sólo determina la naturaleza, histórica, de los fenómenos sociales. En palabras del mismo Marx, "lo único que a la dialéctica le importa es descubrir la ley de los fenómenos en cuya investigación se ocupa. Pero no sólo le interesa la ley que los gobierna cuando ya han cobrado forma definitiva y guardan entre sí una determinada relación de interdependencia, tal y como puede observarse en una época dada. Le interesa, además, y sobre todo, *la ley que rige sus cambios, su*

---

[71]M. MARTÍN SERRANO (*Métodos actuales de investigación social*; 1978; pág. 71)

evolución, es decir, el tránsito de una forma a otra, de uno a otro orden de interdependencia"[72].

La concepción que esta investigación adopta como marco general para referirse al fenómeno de la programación televisiva en España es una concepción dialéctica. La programación es un fenómeno histórico, circunscrito a un espacio y a un tiempo determinados, y al ser fenómeno histórico, cambia, evoluciona a medida que el tiempo lo hace. Pero la investigación sobre programación no sólo parte de la concepción dialéctica para definir la naturaleza del objeto de estudio, sino que también parte de un análisis dialéctico en la medida en que trata de identificar la lógica que rige el funcionamiento de la programación y sobre todo la lógica que guía los cambios de lo que se ha programado.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

3.2.3. Aportaciones del estudio de la comunicación

La investigación y la teoría de la comunicación se caracteriza por la disparidad de las perspectivas adoptadas y también en sus objetos de estudio. La mayoría de las investigaciones suelen contemplar uno de los elementos que habitualmente se proponen como componentes de la comunicación de masas: emisor, canal, mensaje o receptor.

a) Existe toda una serie de investigaciones que desde diferentes perspectivas, tienen como objeto de su estudio los emisores o la fuente de la comunicación. En esta línea de investigación se inscriben los estudios que se centran en los profesionales, en las organizaciones, los estudios de las empresas culturales, de la internacionalización industrial o su concentración.

b) También es muy profusa la práctica de analizar la comunicación centrándose en el canal. Son las investigaciones que se centran en el estudio de los medios de comunicación, desde perspectivas históricas, haciendo compilaciones de la historia de la comunicación desde un punto de vista técnico o bien centrándose en las complicaciones técnicas, avances, nuevas tecnologías, etc. Estas líneas de investigación suelen diferenciar los dos

---

[72] C. MARX (*El capital. Crítica de la Economía Política*.;. 1946, pág XXII del prólogo)

grandes grupos de medios en comunicación de masas, escritos o audiovisuales.

c) Más numerosa es la investigación sobre los receptores de la comunicación. Uso, consumo, audiencia, efectos sobre el comportamiento o el conocimiento y los valores, eficacia comunicativa, percepción selectiva, etc. caracterizan una tradición de investigación comunicativa que sólo da cuenta de los efectos de la comunicación masiva.

d) Existe también una amplia práctica investigadora y teórica que analiza el mensaje de la comunicación masiva, el producto concreto de la comunicación. Estos estudios difieren según el punto de vista que adopten en su definición de mensaje de la comunicación, y según los objetivos que persigan.

Si se parte del mensaje como medio a través del cual se vehiculan valores, conocimientos, comportamientos, aptitudes, etc.; el estudio se dirigirá ante todo a explicitar las representaciones que ese mensaje transmite. Estos estudios suelen basarse en una concepción funcionalista de los medios, definidos por la función que cumplen: transmitir una representación del mundo acorde con el orden establecido. Estas posiciones basan a su vez la investigación en análisis de contenido y tratan de descomponer el mensaje en items cuantificables de conceptos, aptitudes o valores.

Existe también otra corriente que trata el mensaje de los medios de comunicación masiva como un sistema de signos a través del cual se quiere comunicar. Esta corriente, vinculada estrechamente con el estructuralismo, estudia semióticamente el mensaje comunicativo.

Ambos puntos de vista, sin embargo, no son excluyentes. Es cierto que el mensaje vehicula valores, contenidos, aptitudes y, en general, modelos de representación que aporta como propuestas que pueden afectar a las representaciones y posibles actuaciones individuales de los receptores. También es cierto que lo hace basándose en signos en cuanto que representan los objetos que se referencian, es decir, cuentan la realidad y no son la realidad misma. Pero en este sentido cabe incluir estas definiciones o puntos de vista bajo una concepción más globalizadora que conciba los mensajes de los medios masivos como discursos sociales.

Como señala Benavides, aunque el *discurso* es un concepto abstracto, es apto para "designar esa relación entre el significar y el decir"[73], entre lo que se dice y cómo se dice. En el plano del significado se articula todo el conjunto de representaciones que propone el medio. En el plano expresivo se sitúa la forma que adquieren los elementos utilizados para representar lo que se quiere transmitir, ya sea a través del lenguaje, hablado o escrito, los elementos audiovisuales o todos aquellos recursos de los que dispone el medio para presentar sus contenidos. Y esta interrelación entre el significado y el signo que se denomina discurso es social porque "expresa formas de estar y de actuar en la sociedad"[74]. De este modo, el discurso que propone el medio introduce formas de decir, sentir o saber y de actuar de acuerdo con el sistema social del que forma parte la producción televisiva.

Esta concepción tampoco desprecia los otros componentes arriba enunciados que intervienen en la comunicación masiva. Los discursos sociales son producidos por las instituciones comunicadoras y recibidos por los receptores. Sin nadie que los produzca y sin nadie que los reciba, los discursos no son tales. Además, son ambos precisamente quienes contribuyen a su existencia puesto que no hay discursos en abstracto. Cada profesional, cada institución realiza su propio proceso discursivo construyendo significados/signos de la realidad objeto de referencia con sus propias características; y cada receptor, en función de su re-codificación y de las propias circunstancias de su recepción, recibe el mensaje de determinada manera. Tampoco queda al margen el medio utilizado, que impone sus posibilidades o constricciones a la hora no sólo de elaborar el contenido del mensaje sino también la forma que adquiere su presentación.

Esta concepción integradora de los elementos que conforman la comunicación masiva ofrece mejores posibilidades que otras para explicar el fenómeno de la programación. En este sentido, la programación puede ser considerada como una forma determinada, una forma más entre las que utiliza el medio, de presentar los contenidos que propone la televisión como institución comunicativa a través de sus medios técnicos a una audiencia masiva. No es lo mismo, por ejemplo, que la información sobre un acontecimiento determinado se emita a las 6 de la mañana que en un horario "prime time" como son las 9 de la noche. Este hecho, la propia

---

[73] J. BENAVIDES (*La imagen del niño en la publicidad. ¿Qué miras?*; 1991; pág. 316).
[74] J. BENAVIDES (Ob.cit. 1991; pág. 318).

programación de la difusión de esa noticia, es una manera entre otras muchas de presentar o expresar esa información. Pero además, esa manera determinada no es inocua para el contenido que representa, puesto que supone una re-significación del hecho, al otorgarle más importancia si se programa en un horario privilegiado o menos si el horario es de baja audiencia. Se observa, pues, cómo ambos planos están interrelacionados y conforman el discurso que hace el propio medio sobre ese acontecimiento concreto.

La programación, por lo tanto, es una forma de discurso social situada en el plano expresivo, pero imponiendo sus posibilidades y constricciones al contenido o a las distintas representaciones que propone el medio. Sin menoscabar la importancia de los otros componentes, la programación se define de esta manera incluyéndola en el modelo de la comunicación como un elemento importante de su configuración y que determina la especificidad del discurso social que dirige el medio televisivo.

Esta concepción teórica sitúa el fenómeno de la programación en el proceso comunicativo del que forma parte; es decir, en esta tesis no se investiga la programación televisiva en abstracto, sino que estudia la programación como parte de un proceso de producción comunicativa. Pero además, posibilita el estudio de la programación televisiva partiendo de la base de que existe una interdependencia entre el plano del decir y el plano de lo dicho. Porque, aunque en esta investigación no se estudian los valores, informaciones y en general las representaciones que propone la televisión en sus productos comunicativos; ni la re-significación que la programación incorpora a estas representaciones, sí se analiza su programación, *cómo esas representaciones se distribuyen en el horario de emisión.*

3.3. Planteamiento teórico

Existe una distinción entre enfoques teóricos o paradigmas y las teorías; puesto que las teorías tienen un objetivo más limitado y constituyen intentos de explicar una serie de condiciones sociales o tipos de sucesos concretos. Algunas teorías tratan de explicar más cosas que otras y existen opiniones sobre hasta qué punto es deseable o útil el hecho de embarcarse en esfuerzos teóricos de mucha envergadura. Merton, por ejemplo, defiende

la postura de que los investigadores deberían concentrar su atención en lo que él llama "teorías de alcance medio", en lugar de tratar de elaborar grandes sistemas teóricos.

De este modo, lo que aquí se plantea no es una Teoría de la Comunicación ni un cuerpo teórico de gran alcance, sino más bien un modelo teórico que intenta explicar el hecho concreto del que se ocupa esta tesis, la programación televisiva. Lo que se plantea es, pues, una propuesta de Teoría de la Programación que, en consonancia con sus objetivos, sirva de marco a la investigación realizada.

3.3.1. Hacia una Teoría de la Programación

La programación televisiva es una actividad profesional que forma parte del proceso de producción comunicativa del medio. Esta actividad remite a la forma en que los profesionales disponen los programas para ser ofrecidos a lo largo del horario de emisión de la cadena. Se puede decir entonces que la confección de parrillas se basa en una *relación entre elementos de distinta naturaleza, los espacios de los que se dispone y el tiempo de emisión de la televisión.*

La programación requiere, en primer lugar, disponer de una serie de espacios televisivos. El modelo de televisión generalista implica que esa serie de espacios disponibles sean variados. Esta variedad permite hablar de diferentes programas televisivos pero también de la problemática de su distinción. Existen en ese sentido diversos criterios para establecer discriminaciones que distingan unos espacios de otros. Se pueden realizar tantas tipologías como criterios se estimen pertinentes para los objetivos propuestos. A esta problemática se unen las dificultades a la hora de establecer las fronteras entre los distintos géneros televisivos. Además, dentro de cada género existen multitud de fórmulas programáticas para las cuales resulta difícil su adscripción a un corsé prefigurado como son las etiquetas de los géneros. Todo ello hace necesario un estudio sobre la oferta programática de cada período que ofrezca como resultado una catalogación de programas que tenga en cuenta los distintos criterios definitorios de los espacios y que se adecue a la realidad televisiva de cada momento.

La programación implica, en segundo lugar, una organización en la distribución de los distintos espacios. Esta organización es temporal. Los programas se disponen en el tiempo de emisión de la cadena. La secuenciación de los espacios permite hablar de un flujo televisivo y tratar el tiempo de emisión como algo más que unas horas de reloj[75]. En este sentido, la programación no sólo se refiere a los espacios sino también a su ubicación y duración temporal, y a su forma de encadenarse en el tiempo de emisión. Además, la programación no sólo remite a una disposición secuencial de los espacios sino que también tiene una dimensión semanal, anual y simultánea. La consideración de los elementos temporales de la programación impide definirla como si se tratara sólo de un mero catálogo de programas, caracterizada por el porcentaje de los géneros propuestos. La programación no es sólo lo que se ofrece (espacios) sino cuándo y cómo se ofrecen los programas (tiempos).

Los elementos espaciales y temporales están relacionados en la programación de televisión. Existe, en primer lugar, una relación secuencial, derivada de la ubicación de los espacios televisivos a lo largo del horario de emisión de la cadena. También existe una relación temporal. Los espacios ocupan una fracción del tiempo total que emite la cadena. Y también existen relaciones derivadas de la reiteración de los espacios televisivos en el tiempo de emisión, su frecuencia de aparición horaria, diaria, semanal, etc. Por otro lado, las parrillas están confeccionadas con espacios distintos, lo que supone que estas relaciones se repiten para cada uno de estos espacios. Este hecho implica también una relación entre unos programas y otros, relación que se deriva de su sucesión, de su frecuencia, del empaquetamiento, la afinidad, etc. Además, cuando existe una oferta integrada por la programación de más de una cadena, las relaciones citadas no sólo se multiplican para la parrilla de cada canal; sino que existen otras relaciones entre los espacios programados por una cadena y los que simultáneamente programan las demás.

La identificación de estos elementos y sus interrelaciones permite hablar de una estructura en la programación. La estructura de la programación televisiva es una herramienta conceptual[76] que permite

---

[75] ”El hacer televisivo significa trabajar el tiempo, sólo el tiempo, atravesando el ritmo interno del programa singular al ritmo general de la programación para construir un *flujo* capaz de atraer y mantener a la audiencia”. N. RIZZA (Ob.cit; 1986; pág. 20).

[76] “las estructuras son entidades mentales o formas de organización interna que explican regularidades que

aproximarse al funcionamiento de la programación, en cuanto que permite concebir este fenómeno como el resultado de las distintas relaciones que se establecen entre los elementos considerados. Pero además, este concepto hace suponer que las regularidades de esas relaciones responden a cierta racionalidad o lógica, y que identificarla es comprender por qué la programación es lo que es.

Si se considera la programación de una cadena de televisión como la manera en que cada institución televisiva sistematiza su oferta, es decir, al modo en que los profesionales organizan los programas para ser propuestos a la audiencia a lo largo del horario de emisión de la cadena; se puede decir que la programación posee una lógica que a pesar de no ser explícita es obvio que existe en la medida en que existe organización y no caos en el flujo de los programas.

Esta *lógica* opera regulando el contenido de las emisiones, la distribución de lo que se emite cada temporada, en los diferentes días e incluso lo que corresponde a cada hora, habida cuenta de la categorización sociodemográfica de los eventuales consumidores de la emisión. La lógica de programación se identifica tras la regularidad de ciertos programas, de ciertos horarios, de determinados tiempos de emisión, en la frecuencia de aparición de los géneros, en la disposición horizontal o vertical de los programas, en definitiva, en las distintas relaciones que mantienen unos programas con otros y con el tiempo de emisión.

La lógica de programar *responde a la exigencia de adecuar lo que puede ser emitido (oferta comunicativa) a la audiencia a la que va destinada,* tratando de ajustar los intereses del emisor a las costumbres, a los gustos o preferencias que posee el espectador que elige la televisión para ocupar su tiempo de ocio. Pero todas las cadenas de televisión además de ser instituciones comunicativas, son también instituciones sociales que gestionan recursos humanos, tecnológicos o financieros y tienen un determinado ideario que defender o dependen de otras instituciones para el desarrollo de la actividad; por lo que su función comunicativa (adecuar la oferta a las posibilidades y preferencias de la audiencia) es difícilmente separable de otras funciones sociales; productivas, políticas, comerciales o ideológicas.

---

se perciben en el mundo real" J. BENAVIDES (Ob. cit.; 1991; pág 319)

Esta convergencia de intereses comunicativos y no comunicativos en la práctica televisiva hace que la tarea de programación sea una actividad profesional que no puede ser explicada sólo en razón de una lógica estrictamente comunicativa. Si la televisión depende, por ejemplo, para su financiación de un poder político, financiero o de la publicidad, la programación se verá en gran medida mediatizada por exigencias que derivan de esa dependencia. En consecuencia, los profesionales que se encargan de ejecutar esta tarea planificarán la secuencia de emisiones operando con una lógica en la que se entremezclarán dimensiones comunicativas, con otras que poco o nada tienen que ver con la comunicación.

La fuerte influencia económica y política en las instituciones comunicativas, sobre todo, en las televisivas; además del proceso creciente de internacionalización y concentración de este tipo de instituciones, impide una catalogación exhaustiva de todos los factores que se ven implicados en la lógica de articular espacios en el tiempo de emisión de las cadenas. No obstante, se pueden señalar los fenómenos que básicamente conforman las constricciones a esta actividad productiva de la televisión.

a) En primer lugar hay que considerar el *tiempo* en el que se produce la programación. En la medida en que la programación es un fenómeno de naturaleza histórica, la consideración de las *circunstancias espacio-temporales* en el que esa programación tiene lugar es una necesidad para contextualizarla. Además, la programación de una cadena en cuanto que es oferta de programas y oferta de contenidos, puede verse limitada por las características socio-políticas del momento en el que esa cadena opera, por la censura, dirigismo u otras limitaciones instrumentalizadoras que esas circunstancias pueden imponer.

b) La programación no sólo tiene una naturaleza histórica sino también cronológica y por lo tanto secuencial. La programación varía estacional, semanal y diariamente. En este sentido hay que considerar el *tiempo cronológico en el que esa programación se produce,* la fecha, el día de la semana e incluso las horas en las que se articulan los espacios televisivos para ser ofrecidos a la audiencia. Tal como afirma Piñuel, programar es "diseñar la agenda del medio con ofertas de programas para el

flujo continuo de la emisión, día a día, semana a semana, y por temporada"[77].

c) También hay que partir de la base que quien organiza la oferta de productos es la propia *cadena de televisión*. Por ello, es obvio que la titularidad, las características o el modelo televisivo que adopta el canal que programa determina en cierta manera la programación de lo que comunicativamente produce. Pero también, cuando existe más de una cadena, la programación no sólo se multiplica para la audiencia sino que la oferta de cada una se tiene que articular con la que proponen las demás. En este sentido hay que tomar en cuenta la configuración del *sistema televisivo imperante,* si hay monopolio, concurrencia, competencia, complementariedad con otros sistemas, etc.

d) Hay que considerar la programación como una oferta de programas. En este sentido existen ciertas circunstancias que afectan a esos espacios que pueden implicar su inclusión o exclusión de las parrillas. De esta manera, la programación implica la consideración del *coste del programa y su disponibilidad en el mercado,* tal como afirma Le Diberder, "la ocupación primordial del programador es el ensamblaje de los programas disponibles en el mercado a un precio compatible con sus magras finanzas"[78]. Pero también hay que considerar la *naturaleza* de cada programa, pues existen diferencias entre ellos que aconsejan una franja horaria por serle más peculiar, por cuestiones de audiencia, minutaje, por identificación con la cadena, por contenido, por personajes, etc..[79]

e) En la medida en que la programación opera con una lógica de tratar de adecuar los productos comunicativos de los que dispone el medio a las *costumbres o gustos de la audiencia*, no puede quedar al margen la consideración de esas costumbres o esos gustos para el programador que confecciona la parrilla de programación. Los programas son distribuidos según las actividades y la categorización sociodemográfica de las franjas

---

[77] J.L. PIÑUEL Y J.A. GAITAN (*Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*; 1995; pág. 119)

[78] A. LE DIBERDER y N. COSTE-CERDAN (Ob. Cit.1990. pág.55)

[79] A este respecto, una investigación realizada por Jose Luis Piñuel sobre la incidencia de los "telefamosos" en la programación televisiva advierte de la relación existente entre la aparición de "telefamosos" con las características programáticas de su aparición (frecuencia de aparición en unos determinados géneros, en unas determinadas franjas horarias, en unos determinados días de la semana, etc.). J.L. PIÑUEL Y J.A. GAITAN ("Transferencias mediadoras de la identidad: telefamosos y programación televisiva"; en *Revista de la Facultad de Ciencias de la Información*; 1994; págs. 13-44)

horarias. Esta consideración ha sido señalada por Piñuel para quien "las políticas de programación se dirigen a la sociedad en general pero no todos los públicos están disponibles a las mismas horas, ni con la misma frecuencia, ni con las mismas preferencias... (por ello) los responsables de programación tienen en cuenta los hábitos del público ya que no sólo se trata de elegir los programas adecuados a sus preferencias, sino de emitirlos en las franjas horarias en las que su público natural está disponible"[80]. La última consecuencia de la consideración de estos fenómenos hace que la práctica actual y habitual entre los programadores de las cadenas que operan en régimen de competencia operen a la hora de elaborar la parrilla con los resultados de los *audímetros*.

f) Otro elemento que actualmente condiciona la programación televisiva es la *publicidad*. Como recurso de financiación, la publicidad interviene en la programación en la medida en que privilegia lo que más se ve en detrimento de espacios minoritarios. Como espacio televisivo, las parrillas de programación se han visto alteradas con el incremento de la publicidad y las relaciones que impone al ritmo televisivo (cortes frecuentes y más duraderos, inserción, patrocinio, etc.)[81].

De manera menos directa, existen otros factores que coyunturalmente influyen en la oferta de programación:

f) *Peritelevisión:* los sistemas tecnológicos de los que se compone o acompañan el medio televisivo influyen en la programación; ya que por ejemplo, la existencia del vídeo, del mando a distancia, de la interactividad, del cable, satélites, etc. condicionan no sólo la manera de organizar los programas sino también de su consumo.

g) *Contraprogramación:* en un sistema de competencia, la programación de las otras cadenas supone el principio por el cual se programa el canal propio, como afirma Palacio, ya sea en su sentido estricto contraprogramando (programando espacios distintos a los ofertados por

---

[80] J.L. PIÑUEL Y J.A. GAITAN (Ob. Cit. 1995; pág. 120)

[81] Para combatir fenómenos como el zapping, la publicidad se inserta dentro de los programas, en forma de patrocinio, concursos u otras formas más sublimiares. En ese sentido, tal como reflexiona A. Mattelart, "la publicidad ha rebasado el estrecho marco de los mensajes y spots publicitarios para constituirse en modo de comunicación, puesto que ya no está sólo donde se la pensaba encontrar". A. MATTELART (*La internacional publicitaria;* 1990; pág. 24).

otras cadenas para captar otros públicos desatendidos, o también ofertar una programación débil frente a una fuerte de la competencia) o en su acepción actual (variando lo que se ha programado de lo que realmente se emite)[82].

h) *Estrategias programáticas:* existen determinadas estrategias de programación que de manera más intuitiva que sistemática forman parte de la rutina profesional de programar. Aunque no existe un recetario al uso de estas estrategias, hay bastantes referencias a ellas en la literatura sobre el tema. Le Diverdier elabora una relación de estas estrategias que, aunque proceden de Estados Unidos, están presentes en las rutinas programáticas de todo el mundo[83]:

- *Stripping*: programación de una misma serie a una misma hora, cinco días por semana, ya que facilita la promoción del programa y la fidelidazación de la audiencia
- *Checkerboarding*: programación de cinco series diferentes por semana a la misma hora. Esta técnica permite paliar el número insuficiente de episodios disponibles para un stripping
- *Lead in*: difusión de los programas más populares al comienzo de una franja horaria con objeto de garantizar la audiencia de los programas siguientes
- *Hammocking*: inserción, entre dos programas de éxito, de un nuevo programa para facilitar su lanzamiento
- *Tent poling*: inserción de una serie de éxito entre dos programas nuevos, con objeto de que se beneficien de su audiencia
- *Stunting*: modificación por sorpresa de la parrilla regular, incluyendo la programación de acontecimientos, especiales, cambio en la duración de un programa, etc.
- *Spin-offs:* creación de una serie partiendo de personajes secundarios de una serie de éxito
- *Crossover*: traslado de la vedette de una serie de éxito a una serie adyacente con objeto de mejorar su escucha
- *Aging the demos*: técnica de gestión de las corrientes de audiencia programando según diferencias de edad

---

82 M. PALACIO ("La contraprogramación". Ponencia presentada en las *Jornadas sobre contraprogramación en televisión.* Madrid. 1994).

83 A. LE DIBERDER, A. y N. COSTE-CERDAN (*Ob.Cit.* 1990. pág.62)

Blum también establece una tipología de estrategias básicas para derrotar a la competencia: la contraprogramación o programar espacios con contraste de atractivos para atraer espectadores indecisos; la programación competitiva o programar los mismos espacios; la programación en bloques, es decir, espacios del mismo estilo programados consecutivamente; el trucaje donde se incluyen cambios de horario, programas especiales, formato ampliado para presentar series distintas y finalmente las técnicas de inserción (insertar promos, insertar unos programas en otros, etc.)[84].

i) *Influencias extranjeras:* El éxito o el simple recurso a una manera de organizar parrillas, o de recurrir a determinado espacio televisivo utilizado por otros sistemas televisivos de otros países influye en la manera en que un determinado medio programa sus emisiones. En ese sentido, Prado ha comprobado cómo los grados de latinidad o nordicidad (característica antropológico-cultural) de los distintos países imponen una determinada oferta genérica. En los países latinos predomina en las parrillas el género del entretenimiento mientras que las parrillas nórdicas pivotan entre la ficción y la información[85].

j) *Imagen de cadena:* la imagen que una determinada cadena quiere ofrecer de sí misma influye en el perfil de la oferta que ofrece, ya que se dirige a un público determinado, con unas características propias de sus espacios, etc.[86]

k) *Cultura comunicativa:* La incidencia, el uso, el consumo, la distribución, etc. de la utilización de medios de comunicación por una determinada sociedad influye en la manera en que un medio televisivo ofrece sus productos; de tal manera que en una sociedad donde los canales temáticos sobre cine tienen mucho éxito, las cadenas abiertas no pueden competir programando ese tipo de espacios; una cadena que programa sus espacios dirigiéndose a un público que vive la televisión a través del mando a distancia tiene que tener en cuenta ese fenómeno para que su parrilla no quede despedazada por la práctica del "zapping".

---

[84] R.A. BLUM Y R.D. LINDHEIM (*Programación de las cadenas de TV en horario de máxima audiencia*; 1989; pág. 149)

[85] E. PRADO ("La televisión hoy". Ponencia presentada en las *Jornadas sobre contraprogramación televisiva*. Madrid. 1994).

[86] Esta influencia de la imagen de cadena en la programación televisiva ha sido el objeto de estudio de una investigación realizada por un equipo de investigación de Bolonia a cargo de Nora Rizza sobre la televisión italiana. N. RIZZA (Ob. Cit.; 1986).

La confluencia de estos y otros factores en la práctica cotidiana del medio implica la adopción de cierta racionalidad a la hora de programar emisiones. No se trata de determinar los motivos por los cuales un determinado profesional decide en un momento dado que un tipo de espacio se emita en una franja privilegiada o no, por ejemplo. La racionalidad de la programación no se reduce, o no sólo, a la razón del programador. El por qué se programa de cierta manera no responde a la voluntad de quien confecciona las parrillas; sino a las constricciones más o menos determinantes de los diversos factores apuntados, que hacen que un sistema televisivo concreto programe sus productos con unas determinadas características y no otras. El estudio de esas características puede permitir identificar las constricciones que funcionan en la programación y, por tanto, identificar la lógica que regula la producción comunicativa del medio. Determinar esas características de la programación es, pues, un objetivo prioritario que se ha marcado este trabajo.

Ahora bien, la programación es un fenómeno social que forma parte de un proceso institucionalizado de producción comunicativa. En la medida en que los factores señalados pueden variar, y su grado de constricción a la actividad de programar también, dependiendo del lugar y el momento histórico donde se desarrollan, la lógica que regula la manera de organizar la oferta televisiva de esa sociedad también puede variar en función de esas coordenadas espacio-temporales. El estudio de estas posibles variaciones de la programación puede desvelar el cambio o la reproducción de la lógica de programar en determinados contextos históricos.

Así pues, las características de la oferta televisiva se mantienen o varían con el paso del tiempo. Ahora bien, estos procesos de cambio o reproducción no suceden fortuitamente. Responden a la propia evolución del contexto social donde se desarrolla esta actividad y de los factores que la constriñen; porque pueden cambiar o no cambiar, y pueden variar de determinada manera y no de otra. De ahí que se pueda hablar de cierta lógica que regula lo que puede cambiar o lo que puede quedar igual en el modo de ofrecer los productos televisivos. Esta racionalidad implícita que regula la evolución de la oferta comunicativa del medio se puede desvelar a partir de las regularidades existentes en esos procesos de cambio o reproducción de

la programación televisiva. Reconocer esas regularidades en lo programado es también un objetivo que se marca este trabajo.

Por todo ello, esta investigación se plantea como objeto de estudio las la programación televisiva en España desde que comienza el medio hasta la actualidad, como el mejor contexto para aproximarse a un conocimiento del fenómeno de la programación televisiva.

Y no sólo es pertinente para determinar las transformaciones derivadas de su evolución, dada su naturaleza histórica; sino también de las transformaciones en la programación producidas por el cambio de régimen, por la ruptura del monopolio estatal de la televisión o por los cambios políticos acaecidos en este país. Algunas investigaciones[87] ya demuestran que la desreglamentación y la privatización a nivel europeo provocan grandes transformaciones en los criterios y en la organización de la programación. Siguiendo esa línea, este trabajo doctoral trató, en definitiva, de profundizar en los cambios producidos en la oferta televisiva española no sólo en los últimos tiempos, sino a lo largo de sus cuarenta años de historia.

[87] Las investigaciones realizadas tras los datos proporcionados por el observatorio de televisión Euromonitor desvelan la irrupción de una lógica económica tras el proceso de desrregularización y privatización, ya que se observan tendencias similares en las estrategias de programación de la mayoría de las televisiones de los países europeos que han adoptado el sistema mixto de organizar la oferta televisiva. Para bien o para mal, esta oferta se va caracterizando cada vez más tanto por la creciente espectacularización de los géneros como por un progresivo recurso a la ficción, como claves para alcanzar los objetivos que persigue la exigible comerciabilidad de las emisiones. VV.AA. ("La programación televisiva hoy". *Telos*, *31*, 1985; págs. 66-143).

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPÍTULO 4

METODOLOGIA Y ANALISIS EN LA INVESTIGACIÓN

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

4.1. Hipótesis de partida

El objeto de esta investigación doctoral se circunscribe al estudio de la producción televisiva que ha sido programada a lo largo de las cuatro primeras décadas de existencia del medio en este país por determinadas cadenas.

Para abordar la investigación de ese objeto de estudio se parte de una concepción de programación televisiva como aquella tarea del proceso de producción comunicativa del medio que organiza la distribución del material televisual disponible en el tiempo de emisión de la cadena. Esta actividad productiva es, pues, una práctica profesional que genera modelos de organización de la producción televisiva; unos modelos que varían de unas cadenas a otras y que cambian también con el paso del tiempo para adecuar las distintas ofertas televisivas a los objetivos comunicativos o productivos de cada institución emisora. Es más, el conjunto de la producción comunicativa programada por la televisión en una determinada época configura un modelo de utilización del medio que caracteriza la televisión de esa época. Su comparación con las ofertas televisivas precedentes o posteriores habrá de permitir abordar finalmente el problema de la programación en términos de proceso de reproducción y cambio en los mencionados modelos.

Esta tesis se basa en la presunción de que tales modelos de programación pueden ser identificados investigando la relación existente entre los espacios televisivos que se proponen a las audiencias y los momentos en los que dichos espacios se emiten.

Nuestra experiencia cotidiana como usuarios de la televisión pone de manifiesto que tras la producción comunicativa ofrecida por las distintas cadenas existe un cierto "orden". Este orden es lo que permite, al telespectador, reducir su incertidumbre acerca de lo que espera encontrar cuando decide dedicar su tiempo al disfrute del medio, o lo que es lo mismo, lo que le permite prever lo que eventualmente se está emitiendo o se emitirá en un determinado momento. Así pues, esta tesis se basa también en el convencimiento de que el *análisis de lo que ha sido programado* permite desvelar las constricciones de la lógica que los profesionales del medio han venido utilizando para proponer a la audiencia una oferta comunicativa organizada. El conocimiento de tales constricciones comienza por

identificar las regularidades que resultan de la aplicación de los criterios que se han venido utilizando a lo largo del tiempo para ubicar los espacios televisivos disponibles en los tiempos de emisión de las cadenas en antena.

Pero además, se parte de la hipótesis de que esa lógica que subyace a las regularidades de la programación produce estructuras de organización de la producción comunicativa asociada a la televisión que son más o menos redundantes y que tales estructuras están sujetas a un proceso de evolución histórica, reproduciendo o variando sus características con el transcurso del tiempo. De existir también regularidades en este proceso de evolución histórica, se presupone también la posibilidad de identificar la lógica capaz de explicarlas en un período tan dilatado como el que abarca la investigación de esta tesis.

Recapitulando, esta investigación se diseñó, pues, con la pretensión de avanzar en el conocimiento de esas lógicas de programación que resultan de la aplicación de los criterios profesionales utilizados para la organización de la oferta comunicativa del medio partiendo del estudio de las regularidades en lo que ha sido programado por la televisión en España a lo largo de los primeros cuarenta años de existencia. Este objetivo se consigue comenzando por el estudio de la articulación entre los espacios televisivos que constituyen la base comunicativa de la producción cotidiana del medio y los tiempos en que tales espacios fueron programados para su emisión. La investigación se completa abordando, en un segundo momento, el estudio diacrónico de las transformaciones que históricamente se produjeron en esa articulación de tiempos y espacios televisivos a lo largo del proceso evolutivo de la programación vigente en cada momento.

4.2. Metodología utilizada

Tal como señala Piñuel[88], los objetos de estudio de las Ciencias Sociales, como el que aquí se ha descrito, son difícilmente accesibles a través de una metodología experimental. Ello es debido unas veces a impedimentos que emanan de la propia naturaleza de lo que se estudia, como es éste el caso, y otras a las dificultades con las que el investigador se

[88] J.L.PIÑUEL (*Cultura y comunicación política en la transición en Chile*; 1992; pág. 7)

encuentra a la hora de reproducir en laboratorios las condiciones materiales que puedan representar mejor los parámetros formales de unas hipótesis previamente planteadas. En esta investigación, es obvio que una metodología experimental no tiene lugar.

En Ciencias Sociales, es más frecuente recurrir a metodologías y técnicas basadas en la observación, que permiten recoger los datos que se necesitan para elaborar, contrastar o verificar una teoría o una suposición partiendo no de una situación experimental, sino de una situación histórica determinada. Esta situación está acotada en un espacio geográfico concreto y circunscrita a un tiempo cronológico, y de ella se extrae la información pertinente, referida a algún aspecto o manifestación de la actividad que concierne a una determinada población. Esta situación se caracteriza porque no suele modificarse mientras se estudia o, como en el caso de la programación pasada, porque ya ha tenido lugar.

Desde este punto de vista, el estudio que se propone como objeto la investigación del desarrollo de la programación televisiva en España habrá de recurrir necesariamente a una *metodología basada en la observación de datos históricamente generados;* es decir, en informaciones que proceden de una situación que puede ser acotada geográfica y temporalmente. Además, esta metodología tendrá que ser necesariamente histórica porque la información que es necesario manejar para alcanzar los propósitos que se persiguen se refiere a acontecimientos pasados.

Ahora bien, la metodología utilizada en esta investigación doctoral responde a la necesidad de realizar un tratamiento, un análisis y una interpretación de los datos que no se detenga en la mera cuantificación de los mismos. Haciendo suyo el principio dialéctico del paso de la cantidad a la cualidad, este trabajo centra su atención en la identificación de algunas de las constricciones lógicas que subyacen en las relaciones entre las diferentes informaciones que se manejan acerca del fenómeno que se investiga.

Esta investigación también toma en cuenta, para el diseño e interpretación de los datos, un aspecto que es esencial en los estudios cualitativos sobre los medios, tal como resaltan Jensen y Jankowski, “la atención que se presta al contexto del cual proceden los datos empíricos

específicos, a esos diferentes escenarios históricos y culturales que se constituyen como marcos para su interpretación"[89] .

Estas aclaraciones sobre la perspectiva adoptada en esta tesis para el análisis e interpretación de los datos relativos a la programación televisiva son convenientes porque explicitan un posicionamiento que intenta integrar los actuales debates que oponen las metodologías cuantitativas a las cualitativas en la práctica de la investigación social.

En primer lugar, conviene insistir en que metodología de investigación y técnicas de recogida y análisis de datos no son conceptos sinónimos. Esta es una evidencia que parece no estar suficientemente clarificada en los debates antes mencionados. El problema estriba en que, en no pocas ocasiones, la definición de una u otra metodología se hace en función de las técnicas utilizadas. Es más, no es raro que en la práctica cotidiana de la investigación científica, el diseño de la metodología a seguir, cuando no la elección del objeto de estudio, estén condicionados por la clase de técnicas que se manejan. Técnicas existen muchas y todas tienen en común el hecho de ser artificios, herramientas con las cuales se obtienen o procesan datos. La elección de unas u otras herramientas tendría que ver más con las restricciones, condicionamientos o posibilidades que ofrece esa técnica concreta para recopilar o procesar la información que se precisa, y no tanto con una elección en función de sus resultados prácticos que se obtendrían simplemente porque es cuantitativa o cualitativa. Como apuntan Berger y Kellner, lo primero que hay que tener en cuenta a la hora de elaborar el modelo metodológico y de elegir las herramientas que habrán de ser utilizadas "son las posibilidades de conseguir los datos que se buscan"[90].

La metodología ha sido confundida en numerosas ocasiones con esas técnicas de obtención de datos, normalmente para caracterizarla de la objetividad y neutralidad supuestamente atribuibles a las técnicas de obtención de datos[91]. Pero la metodología de la investigación no consiste en la utilización de ciertas técnicas. Por metodología cabría entender todo el camino que se recorre para obtener un conocimiento que intente describir o

---

[89] K.B. JENSEN Y N.W. JANKOWSKI (*Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*; 1993; pág. 45)

[90] P.L. BERGER Y H. KELLNER (*La reinterpretación de la sociología*; 1985; pág. 82)

[91] No es este lugar para adentrarse en el debate sobre la objetividad y neutralidad de las técnicas de obtención de datos, pero basta señalar que todas las técnicas en cuanto que suponen una mediación con la realidad, no son asimilables con ella.

explicar algún aspecto de la realidad. Ese conocimiento es llamado científico precisamente por las características y constricciones de rigor que impone el método de obtenerlo a fin de que tenga validez. De esta manera, cabría definir la metodología según lo hacen Jensen y Jankowski como "el diseño global de la investigación que sirve para relacionar los métodos integrantes de la recogida y análisis de los datos, además de justificar la selección e interpretación de los datos con referencia a los marcos teóricos empleados"[92]. En este sentido, no convendría hablar de una metodología como cuantitativa o cualitativa en función de las técnicas de obtención de datos. Y ello porque la metodología hace referencia a una concepción más general del proceso, que atañe a todo el planteamiento de la investigación, a su ejecución e inclusive a la conclusión que de ella se deriva.

El debate cuantitativo/cualitativo no debiera operar, pues, en función de las técnicas utilizadas. Estas en buena lógica deberían elegirse en función también de otros parámetros. En todo caso, esta disyuntiva debiera dirimirse fundamentalmente en razón de aquello que se pretende con la investigación: la descripción del fenómeno a partir de características mensurables o bien la explicación lógica del objeto de estudio. Aunque tampoco, a este nivel, esta disyuntiva debiera enunciarse necesariamente como excluyente. Tal como afirma Ibáñez, "para acceder a la verdad de lo social se precisa un dispositivo de doble pinza que conjugue palabras y números"[93].

Al margen de este debate, la investigación que se ha realizado para esta tesis doctoral adopta una metodología diseñada para desvelar las lógicas que explican la programación y sus cambios a partir de la observación de los datos referidos a lo programado durante las cuatro primeras décadas de funcionamiento del medio. Para ello, se ha procedido de la mejor manera posible para obtener y comparar esos datos, realizando un vaciado de aquellos elementos de la programación que se han considerado como eventuales unidades de observación en el modelo de análisis que se ha seguido en este estudio. Este modelo es coherente con el fenómeno que se estudia, las hipótesis de partida y el planteamiento teórico en el que se asienta.

---

92 K.B. JENSEN Y N.W. JANKOWSKI (*Ob. Cit.*; 1993; pág. 14)

93 J. IBAÑEZ ("La guerra incruenta entre cuantitativistas y cualitativistas" en *Las ciencias sociales en España*; 1992; pág. 136)

4.3. Modelo de análisis utilizado en la investigación

Este trabajo se limita a estudiar la ubicación de espacios televisivos en las emisiones de ciertas cadenas, analizando las relaciones que estos espacios mantienen con los marcos temporales donde se sitúan. Para ello se parte de un modelo de investigación basado en el siguiente esquema:

Emisión
-Año
-Mes
-Día
-Canal

Marcos temporales de la emisión:

Hora de apertura
Hora de cierre
Duración de la emisión

Espacios televisivos

Género

Marcos temporales de los espacios:

- Hora de comienzo
- Hora de finalización
- Duración del espacio

4.3.1. La emisión

Con independencia de los criterios y fines que, en última instancia, justifican las decisiones de los programadores, la planificación de la distribución de espacios en el tiempo de emisión de los canales se concreta habitualmente en un ciclo de *emisión diaria*. Esta emisión diaria o simplemente *emisión* es la primera unidad de análisis en torno a la cual se articula este estudio.

Las emisiones de televisión tienen, al menos, dos momentos singulares: uno la "hora de apertura" y otro la "hora de cierre". De la diferencia entre ambas se obtiene la "duración" de esa emisión. La hora de apertura, la hora de cierre, la duración son variables empíricamente manejables que, agrupadas, se constituyen en lo que en esta investigación se denominan "parámetros temporales de la emisión". Estos parámetros temporales de la

emisión proporcionan criterios que permiten comparar unas emisiones con otras, tanto diacrónica como sincrónicamente. Es decir, tanto para dar cuenta del fenómeno en términos evolutivos, como para comparar, si se prefiere, las que se emiten simultáneamente. Pero para comparar las emisiones, se tienen que tomar en cuenta también otros elementos de contraste; en este caso, la discriminación de las emisiones según las cadenas y los niveles temporales superiores en los que dichas emisiones se enmarcan cronológica e históricamente, en concreto, el día de la semana, el mes, el año, o cualquiera de sus derivados.

4.3.2. Espacios televisivos

La programación de la emisión de cualquier canal puede ser asimilada a la agenda de productos televisivos que se ofrecen al telespectador para cada momento de la jornada. En cualquier programación de emisiones de televisión se cuenta pues, por una parte con un marco horario de referencia y por otra con un conjunto más o menos variado de productos comunicativos susceptibles de ser difundidos a través del medio. Horarios y productos se articulan secuencialmente, organizándose de tal modo que constituyen lo que se suele denominar la parrilla de programación de la o las emisiones del día. Estas agendas de emisión se componen, pues, a base de unidades más elementales que aquí se han denominado siguiendo la terminología habitual como "espacios televisivos". Estos espacios televisivos suelen clasificarse en géneros que varían de una tipología a otra según el criterio que en cada caso se utilice.

4.3.2.1. El tratamiento del género

En una investigación sobre programación televisiva es necesario detenerse en la problemática del género al que se adscriben los programas y de las categorías utilizadas para su clasificación porque es lo que condicionará las características de la variable "espacio" que habrán de ser observadas en este estudio. Como los espacios televisivos son distintos unos de otros y no se les puede considerar en la investigación en toda su diversidad, hay que agruparlos en una tipología. Una clasificación precisa y

sin ambigüedades es, como bien afirma Propp, "uno de los primeros pasos de la descripción científica"[94].

Ahora bien, no existe una taxonomía estandarizada de programas que haya sido universalmente aceptada, y ello porque la utilidad de tal clasificación dependerá, entre otras cosas, de las concepciones que se manejen y del uso al que se destine la tipología en cuestión.

En la investigación sobre la televisión se utilizan muchas y muy dispares clasificaciones alternativas. Sólo hay que consultar los sucesivos anuarios de TVE para percatarse de que cada año se utilizan criterios distintos para tipificar los espacios que se programan. De la revisión de la bibliografía especializada en televisión tampoco se puede extraer la conclusión de que exista una categorización exhaustiva y homogénea de los programas que pueda ser utilizada para discriminar sin ambigüedad unos espacios de otros. Todas las clasificaciones encontradas, si bien son bastante parecidas las unas a las otras, suelen manejar criterios que ni están explicitados ni están unívocamente definidos o, al menos, no suelen ser criterios homogéneos que puedan ser aplicados a la clasificación de programas emitidos en todo el período de desarrollo de la televisión en España.

A título de ejemplo, se recogen y analizan a continuación algunas de las clasificaciones localizadas en la bibliografía consultada:

> "Esta clasificación ha sido elaborada por una comisión de especialistas de la comunicación que se reunió con motivo de la XXI Conferencia General de la UNESCO y fue titulada 'Metodología para el estudio de la circulación internacional de los programas y de las noticias por televisión': informativos (diarios y no diarios de actualidad): hechos, noticias y comentarios; educativos: tienen por objetivo educar a la audiencia; culturales: programas cuyo objetivo es estimular la curiosidad artística o intelectual, actividades o representaciones culturales y, en general, programas para enriquecer los conocimientos sin un sentido didáctico; religiosos: programas de contenido religioso; infantiles y juveniles: especifican el tipo de público a diferencia de los demás; entretenimiento: buscan entretener: películas, series, juegos y

[94] V. PROPP (*Morfología del cuento*; 1974; pág. 17)

concursos, musicales, deportivos; variedades: magazine con entrevistas y actuaciones musicales”[95].

El principal defecto de esta clasificación no estriba en la segmentación que propone, recurriendo legítimamente a la utilización de criterios dispares para diferenciar unos espacios de otros, sino más bien en el modo en que se aplica, por la utilización de una lógica de asignación excluyente para la clasificación de los espacios. De este modo, si bien el contenido de los espacios permite distinguir los informativos de los religiosos en razón del tipo de referencias que se manejan, el objetivo de los espacios los define, en términos funcionales, como educativos, culturales o de entretenimiento; presuponiendo que este objetivo lo consiguen en razón de la especificidad del uso social que se le atribuye a su contenido. Pero todavía se recurre a otro criterio adicional, el de la audiencia, que tipifica los programas en infantiles o juveniles. Si se pretender adscribir unívocamente los espacios de una emisión determinada con tales supuestos se genera una gran ambigüedad en el momento de proceder a la asignación de un espacio televisivo concreto a una determinada categoría. La consecuencia de adoptar, sin más aclaraciones, la tipología que resulta de esta mezcolanza de criterios en la clasificación, puede ocasionar una merma de la rigurosidad a la hora de encasillar los programas en las categorías propuestas, pues ello requiere un decisión de prioridad en aplicación de criterios dispares que nunca se objetiva. Un programa, por ejemplo, que se dirija a los niños puede tener también como objetivo el entretener a esa audiencia, educarla o ampliar su bagaje cultural. Idéntica crítica se extendería también a los programas deportivos que, según esta clasificación, se ubicarían entre los de entretenimiento, ignorando que tales programas pueden tener otra función, pues en no pocos casos se programan para informar sobre algún acontecimiento deportivo. De esta manera, lo que resulta de tales simplificaciones taxonómicas suele ser, por ejemplo, una reducción de información a la hora de considerar los espacios televisivos, con el consiguiente desajuste de los resultados con la realidad televisiva de cada momento.

La categorización de espacios utilizada en el anuario de RTVE correspondiente al año 1977 los distingue en:

---

[95] VV.AA. (La nueva perspectiva audiovisual. El reto de la TV pública regional. IX Conferencia de Consejeros de los Organismos Autónomos de Radio y Televisión; pág. 191)

"... cinematográficos (largometrajes y telefilmes); concursos; deportivos (fútbol y diversos); divulgativos; dramáticos (originales y adaptaciones); infantiles y juveniles (animación y diversos); informativos (actualidad, telediarios, diversos); magazine; musicales (clásicos, líricos, folklórico, ligera y variedades); religiosos; taurinos (programas y retransmisiones); publicidad y continuidad"[96].

Al igual que la anterior clasificación, y aunque aquí no se especifican los criterios adoptados, es obvio que esta lista es también el resultado de la mezcla de criterios de contenido, de objetivos, de público y aún de formatos televisivos que se manejan de manera excluyente.

Según la taxonomía propuesta por la U.E.R. (Unión Europea de Radiodifusión) los diferentes espacios serían catalogables de la siguiente manera:

"educativos (de adultos, escolares y preescolares, universitarios y postuniversitarios); para grupos específicos (niños y adolescentes, grupos étnicos); religiosos (servicios, católicos, no católicos); deportivos (noticias, magazine, acontecimientos); de noticias (telediarios, resúmenes semanales, especiales informativos); divulgativos y de actualidad (actualidad, ciencia, cultura, ocio y consumo); dramáticos (series, folletines, obras únicas, largometrajes, cortometrajes); musicales (operas, comedias musicales, ballet y danza, música culta, ligera, jazz, folklore); variedades (juegos y concursos, emisiones con invitados, espectáculos); otros: taurinos, loterías, avances, promociones; publicidad; cartas de ajuste"[97]

Esta clasificación comparte con las anteriores el recurso a la disparidad de criterios a la hora de delimitar las fronteras entre las diferentes categorías de programas. Además, evidencia una práctica habitual a la hora de hacer catalogaciones que redunda en su prejuicio cuando se hacen con presupuestos de exclusión, ignorando la complejidad de los espacios televisivos concretos. A ello se añade que la clasificación mencionada señala que hay programas para grupos específicos de diferentes etnias, programas religiosos no católicos, programas educativos a cada nivel, etc. y ese tipo de programas, aunque prometidos y hasta estudiados, han sido escasamente

---

96 *Anuario de RTVE*; 1977; pág. 74

97 *Anuario RTVE; 1989*; pág. 444

llevados a la pantalla en nuestra oferta televisiva o al menos con una regularidad que permitan su segregación como categoría diferenciada.

La crítica de estas catalogaciones, que ejemplifican otras muchas, demuestra que la disparidad de criterios y la consideración de un criterio de exclusión en la asignación de categorías otorga poca fiabilidad a estas listas ya cerradas que pueden condicionar el posterior estudio de la programación televisiva. Esta es la razón por la cual no se ha partido en esta investigación de una clasificación a priori de esta variable, a pesar de su necesidad ya que se ha de codificar en el protocolo de análisis.

Se ha procedido, por el contrario, a realizar una taxonomía "ex professo" para esta investigación a fin de obtener una catalogación exhaustiva de programas que asegure la fiabilidad y exactitud en el análisis de la programación. Además, dado que los géneros no son categorías estables, como señala Castañares, sino más bien "manifestaciones históricas, aunque algunas de ellas mantengan una vigencia o perdurabilidad mayor que otras"[98], se han tomado en cuenta los cuarenta años de programación televisiva para establecer la oportunidad de las categorías y criterios adoptados de tal catalogación.

En primer lugar se han elegido aleatoriamente 513 emisiones que han sido programadas entre 1970 a 1994. Estas emisiones han generado un total de 3.123 programas, que pueden ser considerados como representativos del total de espacios programados por la televisión a lo largo de su historia.

En segundo lugar se ha elaborado una lista de todos estos espacios. En esa lista se especifica el título del programa, que en muchos casos ya define la clase de espacio al que se refiere. También se ha señalado en esta lista la definición de los programas que propone el periódico utilizado para la obtención de estos datos. Como los datos proporcionados por esta fuente no son muy exhaustivos, de hecho los mismos programas se definían de distinta manera unos días u otros, se ha recurrido a los anuarios de RTVE de cada año y finalmente a la bibliografía especializada en televisión para obtener una definición de los distintos espacios programados en las emisiones elegidas según sus características.

---

[98] W. CASTAÑARES ("La televisión y sus géneros, ¿una teoría imposible?" en *CIC*, 3; 1997; pag. 168)

Este repertorio ha permitido establecer las diferencias que discriminan unos programas de otros. Gracias a ello, se ha podido realizar la lista de todas aquellas categorías que pueden diferenciar los espacios que se han programado en televisión a lo largo de sus cuarenta años de existencia.

Con esta metodología se ha obtenido una clasificación de espacios que coincide con otras catalogaciones de géneros, obviamente porque son esos los espacios televisivos; pero la pertinencia de esta clasificación se justifica por los criterios adoptados a la hora de discriminar los distintos espacios, ya que se ha tenido en cuenta de manera independiente tanto el contenido que vehicula como el público al que van dirigidos, el formato en que se presentan y el objetivo que persiguen. Además, no se opera con un criterio excluyente a la hora de adscribir los espacios programados en una categoría u otra sino que todos los espacios se definen y se diferencian por estos cuatro criterios de clasificación. Ello permite hacer el seguimiento evolutivo o la comparación entre cadenas de cada una de las categorías que derivan de los criterios adoptados.

A) La primera diferenciación que cabe establecer entre los espacios televisivos tiene en cuenta la audiencia a la que van dirigidos. Se puede afirmar que hay programas que van a un público general (sin discriminación de grupos) y otros programas que se dirigen a un público específico, el infantil y/o juvenil, independientemente del formato, el contenido o el objetivo que persigan tales espacios. Hay cine infantil o juvenil, y series infantiles o juveniles así como programas educativos infantiles o juveniles. En este caso, se ha adoptado el criterio de incluir a los juveniles con los infantiles porque la programación televisiva no los discrimina de una manera clara sino que les incluye en el mismo paquete de programación. Además, se ha optado por considerar a todo este paquete de espacios como infantiles porque, en primer lugar, aunque existen programas que se dirigen específicamente a un público juvenil, son una minoría. Y en segundo lugar, porque este tipo de programación no sólo diferencia a los niños de más edad, adolescentes, sino también a los preescolares o a niños de otras edades.

Aún existen otro tipo de programas que se dirigen a un grupo diferenciado de población, esta vez con criterios espaciales. Son los programas que, independientemente de las referencias que manejan, o los

objetivos que se marquen o el formato que presentan, se emiten desde centros de emisión situados en una zona concreta de la geografía española y sólo llegan a los habitantes de esa zona.

Criterio A: AUDIENCIA

1. general
2. infantil
3. territorial

B) Desde un punto de vista funcional, la televisión cumple determinados papeles sociales. A partir de su funcionalidad también se pueden diferenciar los programas, según traten de informar, formar o entretener a la audiencia.

La tarea informativa del medio se concreta en espacios que dan cuenta de la actualidad, es decir, que cuentan lo que sucede en la realidad. Este tipo de información, "contingente" según la denominación de Fattorello, posee una serie de notas características como son la novedad, la vinculación con el presente, el interés general, el hecho de hacerse pública y el de tener cierta continuidad[99]. Así pues, todos los programas que tengan como misión el transmitir la novedad de la realidad inmediata serían informativos y entrarían en esta categoría no sólo los programas específicos de este fin, sino también otros que, independientemente del formato, del tipo de público al que se dirigen o del contenido que transmitan, tengan este objetivo, tales como debates, tertulias, deportivos, el tiempo, etc.

Por el contrario, y siguiendo a Fattorello, los programas formativos tratan la información no contingente, es decir, transmiten el conocimiento no de la actualidad presente sino de la realidad que no caduca, de la naturaleza, la historia, el arte, la tradición, costumbres, cocina, otros pueblos, etc. En definitiva, son programas que independientemente del formato ya que pueden ser documentales, concursos, reportajes, debates o magazine; del público o de la clase de referencias que incluyan tratan de enriquecer la vida cultural de las personas que los ven.

Pero también están aquellos programas que sólo se limitan a entretener al público, ofrecer variedades, ficciones, juegos, tertulias, espectáculos etc.

---

[99]F. FATTORELLO (*I ntroducción a la técnica social de información*; 1969; pág. 22) Ob. Cit. en M. CEBRIAN (*Teoría y técnica de la información audiovisual*; 1988; pág. 74)

sin más propósito que ofrecer una oferta entretenida para el tiempo del telespectador.

Aún se ofrecen en la televisión otros espacios cuyos objetivos no se corresponden con los que tradicionalmente se asignan al medio. En este sentido existen espacios que tienen como fin conectar unos programas con otros, promocionarlos, abrir o cerrar la programación o darla a conocer. En el ámbito profesional se les engloba bajo la denominación de "continuidad". También aparecen en los últimos años unos espacios de venta por televisión, ya que su único fin es vender productos de consumo.

Criterio B: OBJETIVO

1. *informativo*
2. *formativo*
3. *entretenimiento*
4. *continuidad*
5. *comercial*

C) Otro criterio que diferencia unos espacios televisivos de otros es la clase de referencias a las que remiten sus mensajes. La televisión en cumplimiento de cualquiera de sus funciones e independientemente del público al que se dirige transmite datos, información o conocimientos, en definitiva propone una representación a propósito de un tema o contenido. En la medida en que esos temas sobre los que trata son distintos, es posible diferenciar también los espacios según esos distintos contenidos a los que se refiere.

En este sentido y en primer lugar se puede decir que existen programas que versan sobre la realidad. Los tradicionales informativos, documentales, las tertulias u otros productos tienen en común su objeto de referencia principal: el mundo real.

En segundo lugar y en contraposición a los primeros, existen otros espacios que tratan de manera preferencial la ficción, como es el cine, las series, los dramas, las telecomedias, etc. El objeto de referencia de estos últimos programas no existe realmente sino que es creado o inventado, en algunos casos incluso para tratarlo en ese producto.

Existe otro tipo de programas cuya característica principal es que su contenido está definido y delimitado, además de ser monotemáticos. Estos espacios versan exclusivamente sobre un tema concreto. Aunque ese tema puede ser real o ficticio su especificidad y su tratamiento exclusivo le hace digno de considerarlo como referente distinto de los anteriores. Son los espacios deportivos, que tratan exclusivamente el deporte. También los espacios musicales, cuyo objeto de referencia es la música. Se cuentan además los espacios religiosos, que tratan de modo exclusivo la religión. Dentro de esta clase de productos monotemáticos también están presentes los espacios taurinos, los que sólo se refieren a una parcela muy concreta de la cultura española.

Pero también hay un grupo importante de espacios, espectáculos, variedades, magazines o concursos; cuyo rasgo común es que su contenido es variado y esa variedad es precisamente lo que les caracteriza temáticamente. Se incluyen en esta tipología los programas "contenedores", muy abundantes en la actualidad. Aunque estos programas en realidad son sumas de espacios distintos, cuyo hilo conductor se reduce a la existencia de un presentador común cuando no únicamente de su misma sucesión en el tiempo de emisión; desde el punto de vista de la programación son considerados como un único espacio porque esta disposición, consecuencia de una estrategia programática destinada a mantener a la audiencia en esa cadena, es precisamente una característica de ese espacio que le confiere una identidad distinta de los programas que contiene.

Criterio C: CONTENIDO

1. *sobre la realidad*
2. *sobre la ficción*
3. *sobre la variedad*
4. *sobre la música*
5. *sobre el deporte*
6. *sobre la religión*
7. *sobre los toros*

Todo programa televisivo, independientemente del contenido, objetivos o audiencia a la que se dirige, debe tener una forma, un modo de realización y presentación para aparecer en pantalla. Esas distintas modalidades de hacer televisión son lo que se denominan formatos televisivos.

En una primera aproximación a la realización televisiva se puede observar que todos los programas que aparecen en antena son el resultado o bien de una filmación realizada en el propio estudio de televisión, programas de estudio; o bien son el resultado de una realización que se ha desarrollado por otros mecanismos, "enlatados", como se denominan habitualmente; cuando no son retransmisiones en directo, es decir, filmados directamente de los acontecimientos que ocurren en la realidad.

Obviamente existen diferencias importantes dentro de estas categorías por lo que es necesario una discriminación más pormenorizada de la realización televisiva. De este modo, dentro de los programas de estudio hay diversos espacios que siguen las mismas pautas de realización: existen por un lado programas cuyo soporte principal es el llamado "busto parlante" que se propone como hilo conductor tras la intercalación de diversos reportajes, el caso típico son los informativos diarios; pero también existe otra forma de realizar los programas de estudio con un presentador estrella que introduce diversos elementos, ya sean actuaciones, entrevistas, concursos, reportajes, comentarios, etc. que es el formato tipo de un magazine. A estas dos modalidades todavía se pueden añadir aquellos programas dialógicos, espacios cuyo eje básico es la conversación, ya sea en tertulias o debates; y aquellos otros programas basados en espectáculos preparados en el estudio, cualquiera que sea la naturaleza del espectáculo (musical, concurso, culinario, etc.).

En cuanto a los ya preparados y listos para emitir, cabe distinguir claramente el formato cinematográfico, la película de cine llevada a la televisión; del teatral, la representación teatral filmada o realizada para la televisión. Pero también el formato seriado, independientemente de sus múltiples variantes, es decir, espacios cuya esencia es la continuidad argumental. Aunque la disparidad de este tipo de género de programas es muy alta, y por consiguiente hubiera sido conveniente realizar una discriminación que contemplara esa diversidad, en esta investigación no se ha procedido de esta forma porque las fronteras que podrían separar las clases de series ofrecidas en la actualidad pero también en los últimos cuarenta años, no están del todo claras. Existen por ello multitud de espacios cuya característica principal es su naturaleza seriada, es decir, la continuidad en otros tiempos de emisión; y cuya especificidad (series autónomas, telenovelas, telefilmes, series dramáticas, etc.) es difícil de

detectar, e imposible basándose exclusivamente, como aquí se ha hecho, en las parrillas de programación publicadas en los periódicos. Dentro de los productos enlatados se incluyen también los que se basan en el formato documental y los programas realizados con el recurso a la animación, ya sea por ordenador o por métodos más tradicionales.

Criterio D: FORMATO

1. retransmisión en directo
2. programas en estudio
2.1. dialógicos
2.2. espectáculos preparados
2.3. busto parlante con intercalación de reportajes
2.4. presentador de diversos
3. programas enlatados
3.1. cinematográficos
3.2. teatrales
3.3. series
3.4. documentales
3.5. animados

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

Existe todavía otro criterio de discriminación de espacios televisivos que atiende al origen de la producción. En este sentido se puede decir que existen programas de producción propia, generados por la emisora, y existen programas que se producen de forma ajena a ella. Esta discriminación se puede derivar de la tipificación de espacios según el formato, ya que la realización del programa condiciona el que se puedan producir por la propia emisora (retransmisiones en directo y programas en estudio) y los que normalmente son generados por productoras independientes a la televisión (enlatados). Pero este condicionamiento que impone la realización a la producción no funciona de forma mecánica ya que hay suficientes excepciones como para desechar tal derivación. No sólo porque en los comienzos del medio la inexistencia de productoras independientes hizo asumir todo tipo de producción al ente televisivo, sino también y sobre todo porque en los últimos años hay una profusión de este tipo de productoras ante la práctica generalizada de todas las cadenas televisivas de privatizar su producción propia de tal manera que la mayoría de los programas, incluidos los realizados en estudio, son de producción ajena. Además, dentro de los

espacios de producción ajena a la emisora de televisión, existe una subdivisión en función del origen de la producción, bien sea nacional o extranjera.

Este tipo de análisis basado en la discriminación de los espacios según sean de producción propia o ajena (nacional o extranjera), suele ser habitual en los estudios sobre la programación televisiva de un país. Pero en este estudio concreto no se ha considerado operar con esta clasificación según el criterio del origen del programa. En primer lugar porque no se estima como indispensable para los objetivos propuestos. Y en segundo lugar, porque existe una dificultad material de obtener este tipo de información para todos los programas emitidos en estos cuarenta años, sobre todo teniendo como única referencia de los espacios la información publicada en los medios escritos porque sólo la incluyen cuando se trata de productos cinematográficos.

En conclusión, este estudio utiliza una tipificación de programas que define cada espacio televisivo según cuatro criterios: la audiencia a la que se dirige, el objetivo que cumple, el contenido al que se refiere y el formato utilizado para su realización. Para su adscripción a cada género se ha tomado en cuenta no sólo la información que se especificaba en el diario que publicaba la programación, sino también se han consultado las memorias de cada año publicadas por RTVE y, en algunos casos donde esta información era deficiente, se han consultado los archivos de TVE o las revistas de programación del período cuando los espacios se emitieron. También ha sido de utilidad para la catalogación de los espacios la serie de programas "Erase una vez la tele", emitida por TVE-1, con ocasión de la conmemoración de su 40 aniversario, donde se trató la historia de la televisión a través de los distintos programas que se emitieron en cada época; así como también la re-emisión en la segunda cadena estatal de programas íntegros de otras épocas para recordar esos cuarenta años de historia de TVE.

Ahora bien, esta tipificación asume que la asignación de las etiquetas de género a los espacios televisivos programados en toda la historia del medio no resumen ni agotan las características de un espacio concreto. Además, la complejidad inherente a los procesos implicados en la producción comunicativa del medio hace que la diferencia entre los géneros

sea muy difusa o, como ha señalado Prado[100], tienda a desaparecer. No obstante, en este trabajo y siguiendo la perspectiva discursiva propuesta por Castañares, se consideran estos géneros "no como categorías lógicas perfectamente definidas y ordenadas jerárquicamente; sino más bien como prototipos que se basan en la semejanza y el parecido"[101]. De ahí que la adscripción de un espacio a un tipo u otro de género no implique necesariamente que se den las mismas características en todos y cada uno de los espacios que comprende ese género, sino más bien rasgos comunes que hacen que tanto el programador como también el destinatario reconozcan a ese espacio como perteneciente a su clase. Por ello, establecer una tipología de espacios es un proceso necesario en la investigación de la programación televisiva porque el género, más que una etiqueta actúa como un "marco de la comunicación, como organizador de los principios de producción e interpretación del discurso televisivo"[102].

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

4.3.2.2. Marcos temporales del espacio televisivo

La programación no sólo atiende a la naturaleza de los espacios televisivos sino también a su ubicación en el tiempo de emisión del que dispone la cadena. Por ello, interesa registrar las variables temporales de los espacios televisivos. Es decir, el horario de comienzo del programa y de finalización, con el consiguiente cálculo de la duración. Estas tres variables se registran para cada uno de los espacios televisivos programados a lo largo del período estudiado.

En esta investigación la duración de los espacios televisivos comprende también el tiempo de publicidad que contiene, tanto en el desarrollo del mismo como a su término. Esta decisión no sólo se justifica porque en las parrillas de programación publicada no se detallan los tiempos específicos de publicidad. Sino que además se parte de una concepción de los distintos programas que, sin llegar a considerarlos meros "señuelos" de la publicidad insertada, sí sin embargo están íntimamente relacionados con la publicidad

---

[100] "la espectacularización creciente de la oferta hace que exista una tendencia a la desaparición de las fronteras entre géneros, en base a un combinado de la ficción, el espectáculo y la información en diferentes proporciones" E. PRADO (Ob.Cit.; 1985; pág. 82)

[101] W. CASTAÑARES (Ob. Cit.; 1997; pág. 170)

[102] W. CASTAÑARES (Ob. Cit.; 1997; pág. 171)

que los acompaña. Esta relación no sólo se manifiesta en el hecho de que la publicidad se contrata en función de los programas, sino y sobre todo porque como producto comunicativo, la forma de su consumo es con la publicidad incluida. De este modo, se ha tomado el criterio de consignar como la duración de los espacios televisivos la diferencia entre la hora en la que comienzan y la hora en la que comienza el programa siguiente, incorporando al tiempo de emisión del programa el tiempo de emisión destinado a publicidad.

Estos marcos temporales concretos de cada programa posibilitan el estudio de la programación televisiva entendiéndola no sólo como lo que se programa sino también por cuándo y cómo se programa. Estos análisis pueden realizarse tanto desde el punto de vista sincrónico, para cada época, como diacrónicamente atendiendo a la evolución de la programación. Además, las características temporales de los distintos tipos de espacios no sólo permiten estudios comparativos entre ellos sino también, y gracias a la relación de estas variables con las que se refieren a la emisión, se pueden analizar los patrones de sucesión y serialidad de los espacios televisivos programados no sólo en la misma emisión sino también en comparación con otras emisiones, de otros días, de otros años o de otros canales. Concretamente se puede estudiar la frecuencia de aparición, la serialidad de su programación, la sucesión de unos espacios a otros, la complementariedad de ofertas alternativas o la competencia en la configuración de la programación televisiva en España a lo largo de sus primeros cuarenta años de existencia.

4.4. Técnica de obtención de datos

La aplicación de este modelo implica la realización de un análisis de contenido de las parrillas de programación de las cadenas españolas.

El análisis de contenido es, en palabras de Bardin[103], "un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes". Con esta definición no sólo se clarifica un concepto para el que no hay excesivo

[103] L. BARDIN (*Análisis de contenido*; 1986; pág. 29)

acuerdo, sino también establece las características de este tipo de análisis: la objetividad o la regla que permite que para distintos investigadores se obtengan los mismos resultados; la sistematización o la exhaustividad que requiere cualquier trabajo científico y el atenerse a describir no a interpretar el contenido manifiesto, lo que está explíticamente expresado en cualquier mensaje o producción comunicativa.

Pero la denominación de esta técnica de análisis no debe inducir a creer que en el estudio concreto de esta tesis se haya realizado un análisis del contenido de las emisiones tal como se hace habitualmente, sino más bien de lo que contienen. En este sentido, el contenido que expresa esta definición no sólo se refiere al conjunto de conocimientos, valores, aptitudes o en general representaciones propuestas en los mensajes de los medios, que es lo que normalmente se hace cuando se aplica el análisis de contenido en la investigación de medios de comunicación. El contenido o el mensaje de los medios comprende también la articulación entre este plano del significado y el plano expresivo, pues el mensaje no es sólo lo que se cuenta sino también la formas de contarlo. Por ello interesa esta herramienta, porque permite analizar esa articulación entre las representaciones que propone el medio y su presentación a la audiencia; articulación que es, en definitiva, la programación de televisión.

Siguiendo esta técnica, pues, se ha confeccionado un protocolo de análisis que se detalla a continuación, que da cuenta de las variables de cada emisión y de cada espacio televisivo. Se ha procedido, seguidamente y en el trabajo de campo, a cumplimentar el protocolo de lo que ha sido programado en el período considerado, tomando como base fundamental lo que ha sido publicado en las páginas que los periódicos reservan para dar a conocer la programación televisiva de cada día.

Protocolo de análisis (para cada espacio televisivo)

Datos de la emisión Referencia

Fecha ☐ Protocolo ☐

Día ○ Lunes ○ Martes ○ Miercoles ○ Jueves ○ Viernes ○ Sabado ○ Domingo

Canal ○ Primera ○ Segunda ○ Telemadrid ○ Antena 3 ○ Telecinco

Tipo de emisión ○ Continuada ○ Partida ○ No hay emisión

Comienza ☐ Termina ☐ Horario de calculo ☐

Duración ☐ Nº de programas ☐

Datos del programa Programa Nº: ☐ Unidad de análisis

Empieza: ☐ Finaliza: ☐ Horario de cómputo ☐

Duración P ☐ Duración del prog. en min. ☐

Nombre: ☐

Género: ☐

audiencia _____ objetivo _____ contenido _____ formato _____

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

4.5. Confección de la muestra

Se ha delimitado el objeto de estudio a la programación de todas las cadenas de ámbito nacional que emitieron en abierto más la programación de una cadena autonómica de referencia. En cuanto al acotamiento temporal, el período va desde el 28 de octubre de 1956 al mismo día de 1996, fecha en que las emisiones de TVE cumplen 40 años.

El universo abarca, pues, cerca de 15.000 días en los que se han ofrecido más de 30.000 emisiones, toda vez que en cada día se incluyen las emisiones de las distintas cadenas que emiten en ese momento. Obviamente este es un universo difícilmente abordable en su totalidad, pero es lo suficientemente extenso como para poder acceder a él a partir de una muestra representativa del conjunto global de programaciones concernidas.

Cuando las distintas cadenas organizan su oferta comunicativa, es habitual que lo hagan distribuyendo sus programas tomando como primera referencia el ciclo diario. En consecuencia, para alcanzar los propósitos que en esta tesis se persiguen, se puede comenzar tomando como principal unidad de trabajo la programación de cada cadena. Esto es lo que, a efectos de esta investigación, se denomina *emisión*. La utilización que aquí se hace de este concepto no se corresponde con la utilización que se ha hecho, a

veces, del vocablo. Así, en los primeros tiempos, cuando TVE solía interrumpir el horario de difusión diaria, consideraba la programación de cada uno de los intervalos de tiempo como una emisión independiente.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que, desde el punto de vista del receptor, lo que constituye la oferta televisiva del día no es la propuesta de programación realizada por cada una de las cadenas, sino más bien la programación resultante de la suma de las parrillas que ofrecen todas y cada una de las cadenas en antena en ese momento. Es importante, pues, tomar también en consideración este punto de vista porque suele ser habitual que, en condiciones de concurrencia de canales, la lógica de la programación de cada uno de ellos esté condicionada por la oferta alternativa que proponen los demás. En consecuencia, es aconsejable tomar en cuenta también todo lo programado en el día como unidad superior de análisis. Esta es la razón por la cual se ha estimado conveniente elegir el día y no la emisión para establecer la unidad básica de selección del material empírico que habrá de ser utilizado en esta investigación.

Está claro que para extraer conclusiones científicamente aceptables sobre lo que ha sido la programación televisiva en España podemos proceder de dos maneras diferentes: una, tomando en cuenta la totalidad del universo al que se refiere el objeto de estudio, lo que implica una aproximación censal; y otra, seleccionar una muestra cuyos resultados puedan ser legítimamente extrapolables a la totalidad del universo. Dadas las elevadas cifras que se han ofrecido más arriba acerca de la cantidad de días y emisiones implicadas en el fenómeno que se investiga, el enfoque censal queda descartado por excesivamente costoso e innecesario.

Adoptada la alternativa muestral, es necesario todavía asegurar que la muestra con la que se trabaja sea lo más representativa posible del universo que pretende reemplazar; es decir, el resultado del muestreo habrá de ser un modelo a pequeña escala capaz de reflejar las características del universo de procedencia.

Entre los procedimientos de selección muestral existentes, los que mejor garantizan la representatividad son aquellos que permiten confeccionar muestras a partir de métodos de selección basados en el azar. De las técnicas de muestreo basadas en el azar que podrían emplearse en esta investigación, las más útiles aquí podrían ser tres. La primera es el

muestreo sistemático, basado en la selección de unidades muestrales a intervalos iguales a partir de la determinación aleatoria de la primera unidad. Otra técnica alternativa sería el muestreo estratificado, basado en la selección aleatoria de unidades en el interior de estratos cuyas características son conocidas. Y finalmente el muestreo aleatorio simple que se basa en la extracción al azar de todas las unidades muestrales a partir de la totalidad del universo, basándose en la presunción de que todas las unidades del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidas por sorteo riguroso. Este último es el que se ha elegido para llevar a cabo la confección de la muestra que proporciona el material empírico que se utiliza para esta investigación.

Toda muestra de un universo heterogéneo, como es el caso de la programación televisiva, implica la asunción de un cierto margen de error, la única forma de evitarlo sería hacer coincidir por completo la muestra con el universo total. Hay pues, un error natural de muestreo asociado a la extracción al azar de un conjunto reducido de unidades procedentes de un universo de referencia. Siempre habrá una diferencia entre los resultados de las unidades que hemos seleccionado y las características del conjunto total del que proceden estas unidades. A este error natural de la muestra es al que se llama "error de azar", que será más pequeño cuanto más grande sea el número de casos elegidos para confeccionar la muestra. Sin embargo, el "error de azar" no es un error grave. Primero, porque es un error inevitable, y en segundo lugar, porque es un error que se puede calcular matemáticamente. Pero hay una segunda fuente de error que no depende del número de unidades de la muestra, sino de que esté mal elegida. Este error, llamado "sistemático o distorsión", es peligroso porque no es controlable matemáticamente y puede llegar a distorsionar las conclusiones de la investigación. Existen maneras de proceder a través de las cuales se introduce este tipo de error. Para que en este caso no haya "error sistemático" se ha tratado de evitar esas situaciones. En primer lugar, hay que evitar todo aquello que conduzca a una elección deliberada de las unidades muestreadas, cosa que en esta investigación se ha intentado minimizar dejando en manos del azar la determinación de todas las unidades. También hay que tener cuidado con el método de elección cuando dependa de una característica concreta de las unidades muestrales, caso éste de haber optado, por ejemplo, por la realización de un muestreo sistemático basado en una selección cada 7 días o cualquiera de sus múltiplos.

Finalmente, es posible todavía distorsionar la muestra con tendencias subjetivas del investigador si no se procede con extremada cautela a la sustitución de las eventuales repeticiones de unidades muestrales resultantes del azar.

Para elegir muestras representativas de un universo cualquiera, es necesario que ese universo esté plasmado en algo sobre el cual se pueda realizar la selección: una lista, un registro, un fichero, etc. A este estrato material sobre el que se trabaja es lo que suele denominarse "base de la muestra". La base de muestreo que se ha utilizado en esta investigación sobre la programación televisiva en España para seleccionar las unidades es el calendario de los cuarenta años de emisiones diarias.

Se considera "unidad muestral" a la unidad de selección, que en esta investigación corresponde a lo programado cada día. Sin embargo, puede pasar, como es el caso de esta investigación, que la unidad de muestreo contenga más de una unidad operativa de análisis. La unidad muestral es la oferta televisiva diaria mientras que las unidades de análisis son las emisiones, y a partir de 1966 el día ya tiene varias emisiones, y los programas que, desde el comienzo, se multiplican para cada jornada.

Cuando se trata de seleccionar unidades muestrales, en este caso días, que contienen más de una unidad de análisis, más de una emisión en un mismo día y más de un programa diario, existen dos procedimientos para realizar su extracción.

La primera vía sería, una vez seleccionados los días, la de extraer al azar dentro de cada día una de las emisiones para su análisis e inclusive un programa dentro de cada día. Este procedimiento, denominado de muestreo en varias fases, se ha descartado en esta investigación para evitar el incremento del error de azar que se produce al realizar un nuevo sorteo.

Existe otra vía alternativa que consiste en la inclusión, como elementos de la muestra, de todas las unidades individuales de análisis (emisiones y programas) generadas por la unidad muestral (días). Este sistema denominado "muestreo por racimos" es el que se ha estimado más conveniente por ser el que mantiene constante la probabilidad de cualquier unidad individual de ser elegida. En este caso, los "racimos" serían los días y las "uvas" las emisiones y programas de cada cadena.

Otro problema es la determinación del número de elementos que deben ser incluidos en una muestra necesarios para que ésta pueda ser considerada suficientemente representativa del universo total y puedan de ella sacarse estimaciones generales. Se sabe que la selección de un número de elementos suficientemente grande permite hacer estimaciones bastante fiables acerca de las características del universo total. Pero la investigación aconseja también que, por motivos prácticos de trabajo, de presupuesto o de manejo de los datos obtenidos, este número suficientemente grande sea a la vez lo más pequeño posible. El cálculo de ese número óptimo depende tanto del nivel de confianza que se desee otorgar a los resultados como del margen de error de estimación que estemos dispuestos a admitir[104].

De este modo, si la cantidad de elementos (días) que están incluidos en la base muestral de este estudio (los días transcurridos en 40 años de programación televisiva en España) se sitúa en cifras próximas a los 15.000 días, para asegurar un nivel de confianza del 95,5% y un margen de error de ± 5%, el número mínimo de unidades que habrán de ser seleccionadas siguiendo un procedimiento de muestreo de tipo aleatorio simple, no debería ser menor de 390[105].

Para seleccionar ese número de unidades muestrales se ha procedido primero a generar un calendario de todos los días transcurridos desde el 28 de octubre de 1956 al 28 de octubre de 1996. Asociada a esta serie cronológica, se generó seguidamente una serie de tantos números aleatorios como días incluyen los 40 años del calendario de días de emisión. Para que la probabilidad de repetición fuese mínima, se introdujo además la cautela de operar con números aleatorios de hasta 10 dígitos. Seguidamente se procedió a introducir aleatoriedad en el calendario ordenado cronológicamente. Para ello, se hizo corresponder cada fecha con un número aleatorio, cuyo orden se debe al azar. Dada la propiedad de los números aleatorios de que sea el orden que fuera la relación entre cualesquiera de ellos es también aleatoria, al tomar un número determinado de ellos y reordenarlo de menor a mayor su relación sigue siendo azarosa, pero

---

[104] El nivel de confianza y el error de estimación son valores que estiman la probabilidad de que la muestra obtenida sea segura o válida. Una muestra segura ofrecerá un nivel de confianza de tres sigmas (99%) o dos sigmas (95%). En cuanto al error de estimación, cuanto más pequeño sea más válida será la muestra obtenida.

[105] Tabla para la determinación de una muestra sacada de una población finita en J. BUGEDA (*Manual de técnicas de investigación social*; 1974; pág. 69)

convierte el calendario al que se había hecho corresponder en aleatorio. De esta manera, si se seleccionan los 390 primeros días ha sido por un riguroso sorteo debido al azar.

Ahora bien, es posible que se conozca cuantitativamente alguna característica del universo total. En el caso del presente estudio se sabe de antemano que hay 10 tramos cuatrienales, 12 clases de meses y 7 días de la semana. Está claro entonces que si se puede obtener una muestra cuya relación entre años, meses y días de la semana sea aproximadamente la misma que en la realidad, se habrá realizado un buen muestreo. Pero es demasiada casualidad que el azar reproduzca por sí mismo en la muestra las relaciones conocidas del universo que pretende representar.

Los medios técnicos ahora disponibles permiten generar automáticamente en poco tiempo muchas series de números aleatorios y evaluar la bondad de las muestras respecto al universo. Esto permite elegir aquella muestra del calendario que mejor se ajuste a los parámetros conocidos del universo. En este estudio, se ha preferido no realizar ninguna compensación que pudiera forzar los resultados obtenidos inicialmente, optando por la producción de nuevas muestras con el objetivo de seleccionar finalmente de entre ellas, aquella que ofrecía el mejor ajuste de las proporciones relativas a los tramos cuatrienales, meses y días de la semana del calendario de emisiones. La única operación realizada fue la de incrementar el volumen de la muestra con el fin de mejorar de esta manera en algo la relación empíricamente obtenida entre cuatrienios, meses y días con los valores de los respectivos parámetros observados en el universo.

El volumen de la muestra seleccionada siguiendo el procedimiento de selección aleatoria detallado en el párrafo anterior resultó ser finalmente de 394 días de emisión.

El vaciado de los materiales correspondientes a esa cantidad de días permite realizar el análisis de los 40 años de programación televisiva en España investigando un total de 917 emisiones y 13.968 programas. Cantidades más que suficientes para satisfacer los objetivos que pretende esta investigación.

4.6. Utilización de fuentes

Existe una estrategia en investigación social que se basa en la utilización de los datos o informaciones que no han sido generados por el investigador sino que han sido recogidos por otras personas con fines distintos a los propuestos en la investigación de que se trate. Este tipo de datos se contienen en documentos. Los documentos, desde el punto de vista de la investigación social, son fuentes de datos a las que recurre el investigador para desarrollar su proyecto. La gama de documentos es infinita ya que se puede referir a cartas, diarios, sentencias judiciales, prensa, grabación de radio o de TV, revistas, esquelas mortuorias, graffiti, esculturas, contratos de arrendamiento, pinturas rupestres, etc. Se recurre a ellos porque los documentos reflejan intereses, valores, fines, ideologías, o simplemente información tanto de los autores como de la propia sociedad que los rodea. Interesan también porque permite el estudio de cosas que de otro modo no sería posible, sencillamente porque ya no existen. Además, la utilización de documentos es una técnica no reactiva, es decir, que su utilización no influye en la información que contienen. A esta estrategia de investigación que se sirve de documentos existentes se la denomina "recopilación documental".

Esta estrategia puede utilizarse para obtener datos primarios en la práctica investigadora, es decir, datos a partir de los cuales se realiza el análisis concreto. Pero también puede ser un medio de obtener datos secundarios, o aquellos otros datos que si bien no forman parte del material empírico estudiado, se utilizan para contextualizar o referenciar los datos primarios en los procesos de análisis e interpretación de cualquier investigación social.

En este estudio se ha recurrido a la recopilación documental para obtener datos secundarios, es decir, datos que no forman parte del corpus de la investigación pero que resultan pertinentes para la realización de su análisis. Se han utilizado por un lado los datos recogidos por los libros que cada año publica RTVE sobre su propia actividad, incluida la programación.

En este sentido han resultado muy útiles los datos sobre programas, sobre producción propia y ajena, sobre características de horarios de emisión y aceptación de audiencia pero también otros datos que no están relacionados directamente con la programación, como son las dimensiones

políticas o económicas del ente público año tras año. También se han consultado revistas de programación, sobre todo Tele-radio, para obtener información sobre programas.

En este estudio también se ha recopilado información a través de toda la literatura existente sobre la televisión en general, pero también sobre la televisión en España y en concreto sobre la programación, aunque estos últimos son poco abundantes. Obviamente también se ha consultado la bibliografía que se estimó conveniente para la contextualización teórico-metodológica de este estudio. Toda esta documentación se recoge al final en las referencias bibliográficas.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

4.6.1. Confección del corpus sobre cuyos datos se realizan los análisis

Pero la recopilación documental también se ha utilizado como fuente principal de datos en esta investigación, es decir, como fuente de obtención de datos primarios, ya que se ha utilizado la recopilación documental para la confección del corpus sobre cuyos datos se realizan los análisis. Y es que existe un problema importante a la hora de abordar una investigación sobre programación y es que, por sus características propias, no se tiene constancia de la programación pasada. La programación se refiere a las emisiones televisivas y éstas tienen, por naturaleza, una vida limitada, es decir, desaparecen en el momento mismo de su emisión. Este carácter limitado puede ser salvado si se articulan mecanismos para su permanencia, como puede ser la grabación de las emisiones en magnetoscopios o recopilar la publicación de las parrillas de programaciones. Así pues, una investigación sobre la programación pasada tiene que recurrir a la recopilación documental para acceder al objeto de estudio.

Por otro lado, existe otro problema cuando se pretende estudiar, como aquí se plantea, algún aspecto de la televisión, y es el derivado de las dificultades con las que se encuentra ante la negación de las instituciones televisivas de proporcionar datos sobre programación. La actual competencia entre las cadenas implica una interesada desconfianza hacia la investigación científica que obliga a pasar una serie de controles burocráticos y administrativos de esas instituciones a la hora de conseguir cualquier información, a la cual no siempre es posible acceder. Además, existe una comercialización tan abusiva del sistema que algunos datos importantes para el estudio como pudieran ser la audiencia de la programación o la emisión de algunos programas tienen unos costes económicos que en este caso no estaba en condiciones de asumir.

Por ello, en esta investigación se ha optado por un sistema de obtención de datos primarios que no se basa en las emisiones grabadas ni en las rejillas de programación que se producen diariamente por el medio para distribuir espacios en los tiempos de emisión. Dado que desde los comienzos el medio elabora un documento llamado “el avance de programas” dirigido a periódicos, revistas, críticos, centros regionales o a la sociedad de autores para el registro y publicación de la programación

prevista para su emisión, se ha decidido recurrir a los medios que publican ese avance de programas para la obtención de los datos requeridos.

Es importante a este respecto el sector editorial de las revistas de programación. "La más rica y poderosa de las familias de la prensa"[106], ya que ocupa uno de los lugares privilegiados en los ranking de ventas, junto a las revistas del corazón. Aunque en un primer momento sólo se publicaba la revista del ente televisivo "Tele-radio" (desde diciembre de 1957), pronto aparecieron otros títulos a los que se añadieron muchos más con la aparición de nuevas cadenas, a menudo vinculadas a estos grupos televisivos. Incluso en 1994 apareció un periódico diario que trataba única y exclusivamente de la programación, aunque esta experiencia resultó un fracaso ya que esta publicación, "TV hoy", duró escasamente unos meses. Pero además de estas publicaciones específicas sobre el tema, existen otras, revistas o prensa diaria, donde se explicitan las parrillas de programación diaria, semanal e incluso mensual.

En el caso de la investigación que se presenta no se ha recurrido a las publicaciones específicas de programación, sino a la elaboración de un corpus basado en los documentos resultantes de la publicación en los periódicos nacionales de la oferta de programación que se ofrece diariamente para orientar a la audiencia. Se ha elegido la prensa diaria porque es la que más fielmente recoge la programación televisiva[107]. Los periódicos utilizados para obtener los datos han sido el periódico "ABC" y para los últimos años se ha recurrido al periódico "El País"[108] , porque en

---

[106] *Cuadernos para Debate; 10*, 1985; pág. 46

[107] Este hecho se demuestra en un análisis exploratorio realizado para la revista Ciudadanos donde se compara la programación finalmente emitida respecto a la prevista por la prensa especializada (TP, Nuevo Clan, Teleindiscreta, Teleplus y Supertele) y por la prensa diaria, en una semana comprendida entre el 12 y el 18 de marzo de 1994. Los resultados de esas comparaciones demuestran que para 126 programas de TVE-1, las revistas cambian su programación en un 30% mientras que los periódicos lo hacen en un 5,6%. Para 109 espacios de La 2, el 11% cambia su programación respecto a lo referido en prensa especializada frente a un 0,9% que lo hace respecto a lo publicado en los diarios. En lo que respecta a Antena 3, de sus 155 espacios programados en esas fechas, un 20% ha sido cambiado de la prensa especializada frente a un 1,9% que lo ha hecho frente a lo publicado por la prensa nacional. Para Tele 5, de sus 156 programas emitidos, un 25% ha cambiado su horario respecto a lo que preveían las revistas y un 2,6% respecto a los diarios. Telemadrid ha programado 143 espacios cambiando la emisión respecto a la programación publicada en un 13% en las revistas de televisión frente a un 5% en los periódicos diarios. en M. LOPEZ (Adivina qué ponen esta noche, en *Ciudadanos*; 1994; págs.12-15)

[108]La elección de utilizar el ABC, El País para los años en los que éste también se publicaba (a partir de 1975) fue un decisión un tanto arbitraria, en función de la fotocopiadora de microfilm disponible en el momento concreto de la obtención del material, dado que los distintos periódicos requerían de una máquina diferente.

este caso la distinción de la fuente no implica la distinción de los datos que se pueden obtener.

Obviamente existe un grado de desajuste entre lo que se publica y lo que realmente se emite, sobre todo desde la irrupción de la competencia con la práctica de la contraprogramación como estrategia programática, pero este sesgo se puede considerar asumible para los objetivos propuestos para el estudio. Además, el fenómeno de los cambios en la programación publicada con respecto a la programación finalmente emitida es una práctica de los últimos años y es, además, en opinión de Isabel Vázquez, directora de marketing en TVE en 1994, "un fenómeno que se ha exagerado mucho ya que la variación no supera el 25%. TVE-1 mantuvo el 76,6% de su parrilla; Antena 3 el 78,3% y Tele 5, que es la que más ha utilizado el cambio de programación mantuvo su parrilla en un 65%, según datos de Media Planning para el mes de enero de 1994"[109]. Y es que aunque en un principio se adoptó como estrategia para que la competencia no conociera la programación propia, las presiones de los sectores que se vieron afectados obligaron al abandono de esta práctica. Por un lado, las fuertes denuncias del sector editorial que publica las programaciones, cuya venta disminuyó como consecuencia de este fenómeno en un 71,29 % de 1993 con respecto a 1992, según datos de OJD. También hubo fuertes presiones de las empresas que contratan la publicidad puesto que ésta se contrata por la programación entendida como la anticipación de la oferta y la alteración de esa programación va en su prejuicio. A ello se añadió la denuncia sistemática de los consumidores, cuya planificación del tiempo dedicado a ver la televisión se hace contemplando precisamente las parrillas publicadas.

Por otro lado, existe una dificultad añadida en este estudio, y es la dificultad de acceso a información en los primeros años de la televisión, dado que los periódicos no recogían todavía la programación prevista (1956 y 1960). En este período de tiempo inicial ni siquiera el Ente televisivo dispone de los esquemas de programación que orgánicamente se producían. Según se relata en el informe de RTVE de 1978, "día a día, desde que TVE comenzó a emitir, el departamento de continuidad está encargado de abrir y cerrar cada emisión elaborando un minutado de orden técnico que se obtiene del avance de programas dictado por el departamento de previsiones. En este

[109] *El Pais* (9 de febrero de 1994; pág. 48)

minutado se aquilata, segundo a segundo, la marcha que seguirá la emisión, se comprueban tiempos, se inserta la publicidad y las promociones, se ajustan los pequeños espacios... una vez confeccionado servirá de soporte rígido del día... también se hace un minutado de emergencia con posibles alternativas. También está la sección de registro de emisiones cuya misión específica es levantar acta de toda la emisión en ambos programas. Para ello, nueve secretarios, cronómetro en mano, anotan con lo que sale en pantalla programas, tiempos, incidencias, averías, publicidad... el resultado es el 'parte de emisiones' que es imprescindible para las estadísticas, ficheros de programas, parte de incidencias, cómputo de tiempo, control de publicidad...”[110]. En este sentido, no se ha podido recurrir ni al esquema de emisión, ni al parte de programas, pero tampoco el ente dispone de las grabaciones de esas emisiones dados los medios técnicos tan precarios con los que se contaba.

Para estos primeros años de la historia de TVE se ha recurrido a los primeros números de la revista Tele-radio. Pero el primer año 1956-1957 no hay constancia publicada de su programación dado que la revista todavía no había aparecido. En este último caso se ha recurrido al esquema programático que incluye Baget en su “Historia de la televisión” que detalla la programación en el primer año, dada su reiteración y su corta duración.

> “Programación correspondiente a 1957, tres horas de programación diaria comprendidas entre las 21:00 y las 00:00
> El lunes, se inicia una película de largometraje que se ofrece en breves episodios de 15 ó 20 minutos cada uno. Es de vaqueros y destinada al público juvenil. Después marionetas de Maese Villarejo y cine infantil. Espacios de corte similar en todos los días de la semana y entre ellos Aprende un deporte, los miércoles. Los cursos de inglés y francés ocupan la franja horaria de las 9 a las 10 (concretamente de 21:30 a 21:45) de la noche excepto los domingos. A las clases seguía:
> Lunes: espacio-concurso policiaco: *El enigma extremo del NO-DO*; Martes: crítica cinematográfica: *Desde mi butaca*; Miércoles: Información taurina y otro programa dedicado a jóvenes valores del arte: *La torre de marfil*; Jueves: adaptación teatral; Viernes: *El tranvía*

[110] RTVE. *Informe*; 1978; pág. 99

del humor, cine documental; Sábados: *Charlot*; Domingos: espacio religioso y cine documental
A las 10 horas: Lunes: *Café cantante*: rememora los tiempos del cuplé
Martes: *Buenas noches, amigos* (variedades); Miércoles: A las 10 en mi barrio. La televisión acude a los domicilios para saber qué opina la gente; Jueves: *La goleta musical*; Viernes: *Hora Phillips*: telefilme argumental de serie y variedades; Sábado: *Teatro Real* (zarzuelas) y *Tele-Rodríguez*: intento de plasmar la vida de una familia cualquiera; Domingo: *Festival Marconi* (variedades)
A las 11 de la noche empieza el telediario todos los días cuya duración es de 15 minutos. Después del telediario hay: Lunes y Martes: largometrajes; Miércoles: *Fila cero* (teatro); Jueves: *Entre nosotras* (espacio femenino); Viernes: *Imagen de una vida*; Sábado: largometraje; Domingo: *Imágenes* (documentos del NO-DO)"[111]

Resumiendo, para la confección del corpus material sobre cuyos datos se realizaron los análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en este país, se han utilizado las parrillas de programación que publican los periódicos diarios, excepto en el año 1957 y en el período 1958-1960, en los que se ha recurrido respectivamente a una referencia bibliográfica y a los números iniciales de la revista Tele-Radio.

[111] J.M. BAGUET (*Historia de la televisión en España. 1956-1975*; 1976; pág. 33-34)

SEGUNDA PARTE

LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS DE LOS DATOS

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

5.1. Datos utilizados

La primera parte de este informe de tesis trató de contextualizar epistemológica y teóricamente el enfoque elegido para la investigación de la programación televisiva en España. Allí se expusieron también la propuesta metodológica y las técnicas empleadas. Esta segunda parte de la memoria de tesis se ocupa exclusivamente de los resultados obtenidos.

Ya se ha apuntado anteriormente que la labor de programar emisiones se realiza teniendo en cuenta sobre todo el ciclo diario. Este hecho condiciona un primer nivel de análisis que toma en cuenta la oferta televisiva diaria, comprendiendo en ella las emisiones de todas las cadenas concernidas por el estudio. Es este primer nivel de análisis, el de los días, es el que se ha tomado como base para elaborar una muestra representativa de los cerca de 15.000 días transcurridos en los cuarenta años de emisiones de televisión en España. Los datos sobre programación que se utilizan en esta investigación son los que se han extraído, pues, de los 394 días que han sido seleccionados según el procedimiento de muestreo descrito en las páginas precedentes.

Las características de la distribución por tramos plurianuales, meses y días de la semana de esos 394 días seleccionados son relativamente proporcionales a las de las respectivas distribuciones que se observan en el universo de estudio. De esta manera, segmentando los cuarenta años de historia de la programación en España en tramos cuatrienales, el número de días seleccionado como muestra de todos los años es prácticamente similar para cada cuatrienio establecido. Siguiendo esta división cada cuatro años, el número de elementos de la muestra que corresponde a cada estación del año es similar en los diez cuatrienios. Del mismo modo, el número de días que corresponde a los diferentes días de la semana es similar en todos los cuatrienios en los que se han dividido los cuarenta años de vida del medio televisivo.

5.2. Descripción de las variables

En consonancia con el modelo de análisis expuesto en páginas anteriores, en este trabajo de investigación se ha operado con un repertorio de variables seleccionadas expresamente para el acopio de la información, posterior análisis e interpretación de los datos en cumplimiento con los objetivos marcados para este trabajo.

Del libro de códigos utilizado en esta investigación se extrae la información que a continuación se ofrece, describiendo tanto las variables básicas como aquellas que de éstas se derivan así como las agrupaciones operativas utilizadas en los análisis posteriores. También se detallan las variables de control y aquellas que sin haber sido utilizadas en esta explotación resultan pertinentes por otros motivos. Para cada variable se especifica su correspondiente recorrido y dado el caso se detallan las categorías en las que se expresan sus valores. En estos casos se añaden las frecuencias que resultan de los datos recogidos en el trabajo de campo. La observación de estas frecuencias determina las variables que, por el número de casos que acumulan las categorías empleadas, resultan pertinentes en la explotación de los datos.

Variables referidas al día muestreado(N=394)

* *V. 1.: Fecha de la emisión:* se ha cumplimentado en esta variable el día, mes y año de las emisiones televisivas. Esta variable por la diversidad de días que contiene, no se ha utilizado para la explotación de los datos, pero ha servido de base para establecer las siguientes variables derivadas de esta variable general

* *V.1.D.1.: Mes de emisión:* esta variable se clasifica en función de las doce categorías correspondientes a los doce meses del año. Pero como la programación no opera a nivel de mes sino más bien según criterios de

Cuatrienios y estacionalidad

	Otoño	Invierno	Primavera	Verano	Total
De 1956-1960	12	9	8	11	40
De 1960 a 1964	7	11	11	10	39
De 1964 a 1968	10	10	7	9	36
De 1968 a 1972	12	10	9	10	41
De 1972 a 1976	11	8	7	12	38
De 1976 a 1980	14	9	10	9	42
De 1980 a 1984	9	10	12	11	42
De 1984 a 1988	9	13	8	8	38
De 1988 a 1992	11	5	11	13	40
De 1992 a 996	10	13	10	5	38
Total	105	98	93	98	394

Cuatrienios y días de la semana

	L	M	X	J	V	S	D	Total
De 1956-1960	4	4	6	7	6	7	6	40
De 1960 a 1964	7	6	6	4	4	6	6	39
De 1964 a 1968	6	6	5	6	6	4	3	36
De 1968 a 1972	9	4	8	6	5	3	6	41
De 1972 a 1976	7	7	5	3	4	5	7	38
De 1976 a 1980	4	5	9	4	4	9	7	42
De 1980 a 1984	2	7	5	4	9	9	6	42
De 1984 a 1988	6	7	3	8	5	4	5	38
De 1988 a 1992	5	5	5	6	8	4	7	40
De 1992 a 996	6	5	5	6	5	5	6	38
Total	56	56	57	54	56	56	59	394

Por otra parte, en esta investigación se han diferenciado tres niveles de análisis. Uno, la oferta televisiva global que ofrecen todas las cadenas en un día, que deriva directamente de la unidad muestral utilizada. En segundo lugar, la emisión que ofrece diariamente cada cadena. Este nivel de análisis corresponde al estudio de las emisiones de televisión cuyo universo queda comprendido por todas las emisiones de las cadenas en antena durante los 40 primeros años de vida del medio. Como se ha establecido una muestra de 394 días, de ellos y considerando todas las emisiones de las cadenas seleccionadas en este estudio en esos días, se ha obtenido un total de 917 emisiones, comprendiendo 394 de TVE-1; 310 de TVE-2; 75 de Telemadrid y 69 tanto de Antena 3 como de Tele 5. En el tercer nivel de análisis, el correspondiente a los espacios televisivos de todas las cadenas que se han programado en los días seleccionados como muestra de los 40 años de televisión en España, la cifra se eleva a 13.968 programas en total.

estacionalidad, se ha estimado pertinente realizar una variable agrupada del mes de emisión.

Enero	36
Febrero	29
Marzo	33
Abril	34
Mayo	31
Junio	28
Julio	34
Agosto	33
Septiembre	30
Octubre	38
Noviembre	36
Diciembre	32

* *V.1.D.1.A.1.: Estacionalidad:* esta variable se clasifica en las siguientes categorías, en función de los cambios programáticos correspondientes a cada temporada:

Primavera: Abril, Mayo y Junio	93
Verano: Julio, Agosto y Septiembre	98
Otoño: Octubre, Noviembre y Diciembre	105
Invierno: Enero, Febrero y Marzo	98

* *V.1.D.2.: Año de emisión:* esta variable da cuenta del año correspondiente en el que tiene lugar la emisión televisiva, desde 1956 a 1996 consecutivamente. De esta variable se han obtenido otras como consecuencia de la agrupación de los años según diversos criterios, para diferenciar unos períodos de otros.

1956	1	1966	9	1976	10	1986	7	1996	10
1957	11	1967	12	1977	15	1987	13		
1958	9	1968	11	1978	7	1988	8		
1959	10	1969	10	1979	10	1989	7		
1960	10	1970	10	1980	8	1990	16		
1961	12	1971	8	1981	10	1991	9		
1962	7	1972	9	1982	11	1992	8		
1963	6	1973	11	1983	9	1993	7		
1964	15	1974	9	1984	13	1994	13		
1965	7	1975	10	1985	9	1995	7		

* *V.1. D.2. A.1.: Tramos cuatrienales:* es la obtenida de agrupar los años de cuatro en cuatro a partir del mes de octubre, ya que fue en ese mes de

1956 cuando empiezan las emisiones televisivas. De esta manera se tienen los siguientes tramos:

de 1956 a 1960	40	de 1976 a 1980	42
de 1960 a 1964	39	de 1980 a 1984	42
de 1964 a 1968	36	de 1984 a 1988	38
de 1968 a 1972	41	de 1988 a 1992	40
de 1972 a 1976	38	de 1992 a 1996	38

* *V.1 D.2 A.2: Marco político:* Tal como se observa en un repaso sobre la historia de la televisión en España, hay ciertos hitos políticos de cambio de gobierno o de política comunicativa, que pueden incidir en las directrices programática del medio. De este modo se pueden clasificar los períodos cronológicos según la política comunicativa impulsada por un tipo de gobierno peculiar:

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

De 1956 a 1966: período político anterior a que se promulgara la llamada Ley Fraga que supone una nueva manera de concebir la política comunicativa del régimen franquista	97
De 1966 a 1975: período que corresponde a la puesta en práctica de la Ley Fraga, que permite una mayor libertad de prensa en materia de comunicación. Corresponde también al principio del final de la dictadura de Franco.	90
De 1975 a 1982: comienzo de la Monarquía y período de gobierno de UCD	71
De 1982 a 1996: período de gobierno del PSOE	136

* *V.1 D.2 A.3: Cambio de régimen:* Obviamente el cambio de la dictadura franquista al régimen de la monarquía parlamentaria es lo suficientemente importante como para justificar una variable que separe ambos períodos históricos. De esta manera, los elementos de esta variable quedan definidos como:

Franquismo: de 1956 a 1975, período que corresponde al régimen franquista	187
Monarquía: de 1975 a 1996, tiempo que lleva ya el régimen de la monarquía parlamentaria	207

* *V.1 D.2 A.4: Décadas:* En un período de tiempo que comprende cuarenta años, existen suficientes cambios de toda índole que aconsejan una

diferenciación según las décadas comprendidas en ese tiempo. De este modo, cabe diferenciar las siguientes categorías:

década de los 50: que comprende los años 56 al 59	31
década de los 60: los años 60 al 69	99
década de los 70: del 70 al 79	99
década de los 80: los años que van de 1980 al 89	95
década de los 90: de 1990 a 1996	70

* *V.1 D.2 A.5: Apertura de otros canales:* Como el fenómeno de la programación tiene mucho que ver con las cadenas que emiten simultáneamente, es necesario contemplar una diferenciación de los períodos cronológicos en función de las cadenas en antena. De este modo las categorías que comprende esta variable quedarían definidas en función de la fecha de aparición de otros canales:

Hasta 1966 (sólo TVE-1)	88
De 1966 a 1983 (TVE-1 y TVE-2)	170
De 1983 a 1990 (TVE-1, TVE-2 y autonómicas)	66
A partir de 1990 (estatales, autonómicas y privadas)	70

* *V.1 D.3: Día de la semana:* Como en la variable fecha también especifica el día de la semana en que la televisión difunde su emisión, y este criterio es pertinente porque la programación se elabora según un esquema vertical (por días), es conveniente otra variable derivada de la fecha que especifique ese día. De esta manera las categorías que comprende esta variable quedan definidas por los días de la semana:

Lunes	56
Martes	56
Miércoles	57
Jueves	54
Viernes	56
Sábado	56
Domingo	59

* *V.1 D.3 A.1: Parte de la semana:* La diferenciación de las partes de la semana entre días laborables y fines de semana es pertinente en este estudio porque influye en la manera en que la televisión programa sus emisiones. En esta primera variable agrupada de los días de la semana se ha incluido el viernes entre los días laborables.

Días laborables: lunes, martes, miércoles, jueves y viernes	282
Fines de semana: sábado y domingo	112

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

* *V.1 D.3 A.2: Parte de la semana-V:* En esta variable, el viernes ha sido excluido como parte de los días laborables porque existe la posibilidad de que funcione a nivel de programación como fin de semana. De este modo, las categorías de esta segunda variable quedarían como:

Días laborables: lunes, martes, miércoles y jueves	223
Fines de semana: sábado y domingo	112
Viernes	59

Variables referidas a la emisión de cada cadena (N=917)

* Código de la emisión: es el código numérico con el que se identifica cada una de las emisiones de cada cadena

* *V.2: Cadena:* La programación se concreta en la oferta de programas que una cadena ofrece a la audiencia. Por ello, es necesaria la variable que diferencia las cadenas que emiten esa programación. Las categorías establecidas para esta variable son las distintas cadenas que este estudio contempla:

Primera (TVE-1)	394
Segunda (TVE-2, La 2)	310
Telemadrid	75
Antena 3	69
Tele 5	69

* *V.2 A.1: Tipo de cadena:* Esta variable da cuenta de la característica principal que diferencia a las distintas cadenas que operan en España. De este modo las categorías de esta variable son:

Públicas: TVE-1, TVE-2 y Telemadrid	779
Privadas: Antena 3 y Tele 5	138

* *V.2 A.2: Titularidad:* El carácter de la titularidad de la cadena puede ser importante a la hora de caracterizar la programación que emiten. Existen, por tanto, cadenas de titularidad

Estatal: TVE-1 y TVE-2	704
Privada: Antena 3 y Tele 5	138

Autonómica: Telemadrid	75

* *V.3: Tipo de emisión:* La peculiaridad de algunas emisiones de interrumpir el horario de emisión es un hecho que no puede quedar al margen de este estudio, así como el hecho de que haya días señalados en los que no hubo emisión televisiva (la semana santa y el mes de agosto de 1957). Así pues se han establecido las siguientes categorías para contemplar estas dos peculiaridades:

Partida: cuando el horario de emisión es interrumpido	138
Continuada: para cuando esa interrupción no existe	776
No hay emisión: cuando en ese día no existió emisión televisiva	3

* *V.4.: Horario de inicio:* Esta variable se refiere a la hora en que comienza la emisión. Como existe mucha variedad en la hora en que cada emisión comienza, esta variable no resulta nada operativa por lo que no se utiliza para la explotación de los datos. Sí sin embargo se utiliza para formar otra variable resultante de agrupar las horas de inicio de las emisiones.

* *V.4. D.1.: Horario de inicio*: es una variable derivada de la anterior cuyo recorrido va de hora en hora: las que empiezan de 7 a 8, de 8 a 9 etc.

* *V.4 D.2. A.1: Franjas horarias de inicio de las emisiones:* Esta variable queda definida por las categorías correspondientes a unas franjas horarias determinadas en las que encuadrar la hora de inicio de las emisiones:

Pre-matinal: las que comienzan de 5:45, momento en el que se computa la hora más temprana, hasta las 8:44 horas	343
Matinal: las que comienzan de 8:45 a 11:44	88
Mediodía: las que lo hacen de 11:45 a 13:44	60
Sobremesa: las emisiones que se inician de 13:45 a 16:44 horas	215
Tarde: las emisiones que comienzan a partir de las 16:45 hasta las 19:44	105
Noche: las que comienzan desde las 19:45 hasta las 21:15, que es la hora más tardía de comienzo que se ha registrado	103

* *V.5: Horario de cierre:* Al igual que pasa con el horario de apertura de las emisiones, el horario de cierre precisa de una agrupación en franjas horarias para su explotación y análisis. Pero esta agrupación se ha realizado de tres maneras posibles que, a modo exploratorio, permitiera afilar más en las franjas representativas de cuándo terminan de emitir las cadenas.

* *V.5. D.1.: Horario de cierre*: igualmente es una variable derivada de la anterior cuyo recorrido va de hora en hora: las que terminan de las 7 a las 8, de 8 a 9 etc.

* *V.5 D.1 A.1: Franjas horarias de cierre de las emisiones:* esta agrupación contempla las siguientes categorías

En el mismo día: cuando cierra antes de las 23:59 horas	166
A medianoche: cuando lo hace entre las 00 y las 00:59	352
Madrugada temprana: de 1 a 2:59	148
Madrugada tardía: de 3 a 4:59	156
Después de la madrugada: cuando cierran después de las 5 de la mañana	92

* *V.5 D.1 A.2: Franjas horarias de cierre de las emisiones:* para esta agrupación las categorías se fijan en:

Antes de las 23:30	48
De las 23:30 a las 00:29 horas	385
De las 00:30 a las 2:59 de la madrugada	232
De las 3 a las 5:59	192
De las 6 a las 7:59	48
Después de las 8 de la mañana	9

* *V.5 D.1 A.3: Franjas horarias de cierre de las emisiones:* todavía existe otra agrupación donde las franjas horarias se especifican:

Antes de las 23:00	13
De las 23:00 a la 01:00	504
Más allá de la 1:00	397

* Horario de cómputo de cierre de las emisiones: este dato se corresponde con el horario de cierre de las emisiones pero es una variable de control que no se ha utilizado para la explotación y el análisis puesto que sólo servía para calcular automáticamente la duración de la emisión partiendo del horario de inicio, dado que había algunas horas que había que computarlas de distinta forma al horario de cierre de las emisiones, es el caso de las programaciones partidas, cuando había que restar el tiempo que no se emitía; o en las emisiones que cerraban después de las 00 ya que había que consignar el correlativo 24, 25, etc.

* *V.6: Duración de la emisión en minutos:* Desde que empieza hasta que cierra la emisión existe un tiempo que se ha consignado como la duración

de la emisión. Este se ha calculado en minutos porque ha sido un cálculo automático. Dada la variedad de tiempos se ha procedido a su clasificación según dos agrupaciones distintas en aras de una mayor precisión.

* *V.6 A.1: Duración de la emisión:* para esta agrupación se han utilizado las categorías de:

Menos de 3 horas de duración	14
De 3 a 6 horas	201
De 6 a 10 horas	170
De 10 a 15 horas	159
De 15 a 20 horas	165
De 20 a 24 horas	182
Más de 24 horas	23

* *V.6 A.2: Duración de la emisión:* esta agrupación contempla la siguiente distribución:

Menos de 5 horas	155
De 5 a 10 horas	230
De 10 a 15 horas	159
De 15 a 20 horas	165
Más de 20 horas	205

* *V.7: Nº de programas de la emisión:* para cada emisión se ha consignado el número de programas que contenía. Esta variable también se puede agrupar.

* *V.7 A.1: Nº de programas de la emisión:* resultado de la agrupación del número de programas por cada emisión

Menos de 5 programas	43
De 5 a 10	204
De 10 a 15	141
De 15 a 20	253
De 20 a 25	193
Más de 25	83

Variables referidas a los programas que contienen las emisiones (N=13.968)

* Código de referencia: es un código numérico cuyo recorrido va desde 00001 hasta el 13.968 que sirve para identificar a cada uno de los programas

* Código del programa: cada programa se identifica además con otro código numérico de control que se genera a partir del código de la emisión y el número de orden que ocupa el programa en el tiempo de emisión de la cadena que lo difunde. (p.ej. 528-4 corresponde al programa que ocupa el cuarto lugar desde el inicio de la emisión 528)

* *V.8: Posición del programa:* esta variable se refiere al número de orden que ocupa el programa desde el inicio de la emisión.

* *V.9: Hora del comienzo del programa:* para cada programa se ha registrado la hora en que comenzaba. La amplitud de su recorrido la hace poco operativa y se ha utilizado como base para generar otras variables

* *V.9 D.1: Hora de comienzo del programa:* esta variable toma en cuenta sólo la hora en que comienza el programa, despreciando los minutos; p.ej. un programa que comience a las 15:20 se registra como su hora de comienzo las 15 horas

* *V.9 A.1: Hora de comienzo del programa:* para esta agrupación se han utilizado las siguientes categorías:

De 6 a 9, pre-matinal	705
De 9 a 13, mañana	1620
De 13 a 15, mediodía	1429
De 15 a 17, sobremesa	1912
De 17 a 21, tarde	2456
De 21 a 23, “prime-time”	2738
De 23 a 01, noche	2280
De 1 a 6, madrugada	825

* *V.10: Hora de finalización del programa:* igualmente se ha procedido a señalar la hora en que finalizaban los programas coincidente con la hora de comienzo del siguiente espacio televisivo. Esto implica que se ha asumido como tiempo de programa la publicidad emitida hasta el inicio del siguiente programa, dado que de la información publicada en la prensa no permite conocer el horario preciso de finalización.

* *V.10 D.1: Hora de finalización del programa:* esta variable toma en cuenta sólo la hora en que finaliza el programa, despreciando los minutos; p.ej. un programa que finalice a las 17:30 se registra como su hora de finalización las 17 horas

* *V.10 A.1: Hora de finalización del programa:* el horario de finalización del programa se ha agrupado en las siguientes categorías:

De 6 a 9	411
De 9 a 13	1526
De 13 a 15	1196
De 15 a 17	1939
De 17 a 20	2325
De 20 a 22	2600
De 22 a 01	2803
De 01 a 06	1165

BIBLIOTECA VIRTUAL

* Horario de cómputo de finalización del programa: como ya pasara con el horario de finalización de la emisión, se ha consignado también para el programa un horario coincidente con el de término del programa pero realizando las correcciones oportunas para que se calculara automáticamente su duración.

* *V. 11: Duración del programa en minutos:* De la diferencia entre el horario de finalización y el de inicio se obtiene la duración del programa en minutos

* *V.11 A.1: Duración del programa en minutos:* agrupando el tiempo de duración de los programas se obtiene la siguiente relación

Menos de 5 minutos	114
De 5 y 14 minutos	1241
De 15 a 29 minutos	2307
De 30 a 44 minutos	4128
De 45 a 59 minutos	1462
De 60 a 89 minutos	2309
De 90 a 119 minutos	1347
De 120 a 149 minutos	675
De 150 a 179 minutos	166
De 180 o más minutos	216

* *V.11 A.2: Duración del programa en minutos:* otra agrupación resultante de la duración de los programas es:

Hasta 15 minutos	2354
De 16 a 30 minutos	4742
De 31 a 45 minutos	1170
De 46 a 60 minutos	2586
De 61a 90 minutos	1192
De 91 a 120 minutos	1264
Más de 120 minutos	657

* *V.12: Ámbito de audiencia:* según el público al que van dirigidos los programas pueden ser

General	12403
Infantil	1388
Territorial	174

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

* *V.13: Finalidad del programa:* según el objetivo que en último término persiga el programa tiene carácter

Informativo	4033
Formativo	2188
Entretenimiento	7531
Continuidad	177
Comercial	36

* *V.14: Contenido del programa:* según el referente principal de que trate el espacio televisivo, estos se pueden categorizar según se refieran a

Deportivo	788
Ficción	4638
Musical	719
Realidad	5569
Religiosos	197
Taurino	75
Variedades	1979

* *V.15: Formato del programa:* a niveles generales se pueden también clasificar los espacios televisivos según el formato que utilicen en su realización:

1. retransmisiones en directo	782
2. programas en estudio	
2.1. dialógicos	346
2.2. espectáculos preparados	1062
2.3. busto parlante con intercalación de reportajes	4666
2.4. presentador de diversos tipo magazines	1595
3. enlatados	
3.1. cinematográficos	1251
3.2. teatrales	130
3.3. series	2680
3.4. documentales	785
3.5. animados	668

* *V.15. A.1: Formato del programa:* de las tres categorías generales en las que se define la variable anterior se obtiene esta agrupación

Retransmisiones en directo	782
Programas en estudio	7669
Enlatados	5514

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

5.3. Plan de explotación

Esta investigación toma como hipótesis de partida la existencia de cierta lógica en la manera de organizar las emisiones de la que derivan las regularidades que se observan en los espacios programados y el tiempo en el que se programan. En este estudio se parte también de que al ser la programación televisiva un fenómeno histórico, es posible reconocer también la lógica que guía los procesos de cambio o reproducción en lo programado, a partir de las regularidades o las variaciones en las maneras de organizar los espacios televisivos con los tiempos de emisión.

Consecuentemente con estas hipótesis, el plan de explotación de los datos obtenidos del trabajo de campo tiene que basarse en una doble estrategia. Por un lado, la de identificar las regularidades en las relaciones espacios/tiempos; y por otro, la de identificar la evolución de esas regularidades a lo largo del tiempo.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, la explotación de los datos obtenidos tiene que contemplar la necesidad de realizar tanto un análisis sincrónico de los períodos considerados como un análisis diacrónico comparando su evolución a lo largo de los cuarenta años.

Como la programación televisiva es el resultado de una organización de las emisiones, el primer nivel de explotación que debe contemplar la investigación es el resultante del análisis de las emisiones televisivas. Las variables que a nivel de programación caracterizan las emisiones son el horario de inicio, el de cierre, la duración de la emisión, su carácter de continuadas o partidas, y el número de programas que contiene. El análisis de las emisiones, por lo tanto, debe contemplar las frecuencias con las que aparecen las distintas categorías que definen esas variables de emisión en cada período de tiempo que se ha considerado. Para el análisis de las emisiones también interesa conocer si las variables que definen las emisiones se influyen mutuamente y en qué medida lo hacen. Pero también, en qué medida las características de esas variables responden al canal que difunde esa emisión así como al mes y al día de la semana en que se difunden. Estas relaciones tienen que considerarse para períodos temporales establecidos. Además, el análisis debe dar cuenta también de las variaciones que con el tiempo han sufrido no sólo las variables de la emisión sino también la influencia que el canal, el mes o el día de la semana ejercen sobre esas variables. Este estudio permite describir de qué modo se programaron las emisiones, y cómo ese modo ha variado, si lo ha hecho, en los cuarenta años de vida del medio.

Un segundo nivel de explotación que se propone esta investigación es el análisis de los espacios televisivos programados. Se analiza la clase de programas que se emiten y se han emitido a lo largo del período considerado. Se describen los porcentajes de géneros, para cada uno de los criterios adoptados, que abundaban en una época frente a otra, y por lo tanto de cómo ha sido la evolución de la oferta de los diferentes espacios televisivos. Los porcentajes relativos a los distintos géneros según la audiencia, el objetivo, el contenido y el formato también caracterizan la oferta de una cadena en un tiempo dado frente a las demás, y a través de un recorrido por el tiempo se puede conocer cómo esa oferta concreta de la cadena ha ido evolucionando. Pero en consonancia con el concepto que aquí se maneja de programación, no sólo interesa conocer los porcentajes genéricos de la oferta televisiva, tanto si se discrimina por cadenas como si se acota temporalmente. Sino que también interesa describir cómo y cuándo se programan esos distintos tipos de espacios televisivos. Concretamente, se explotan las relaciones entre el número de programas de cada clase que se ofrecen en un momento dado o por determinada cadena y su duración, el

tiempo que ocupan del total de la emisión. Pero también cómo son esos espacios, cómo se combinan sus características, el público al que se dirigen, el fin que se persigue, la temática abordada y la forma concreta de realización televisiva. Además, se describe su programación diaria, según las horas en las que se ubican los distintos espacios. Así también la programación semanal, según los días; y aun la programación anual, según las estaciones. Estos análisis pueden ofrecer una caracterización de la oferta televisiva española, tanto desde un punto de vista sincrónico, acotando los cuarenta años en períodos concretos de tiempo y diferenciando en esas épocas lo que de la oferta es de un canal u otro; como diacrónicamente, conociendo cómo varía, si lo hace, la forma de programar de cada una y de todas las cadenas con el paso del tiempo.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPITULO 6

LAS EMISIONES TELEVISIVAS

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

6.1. LA EMISIÓN DE TELEVISIÓN

La emisión televisiva hace referencia a todo el *tiempo diario* que una determinada cadena de televisión emite sus espacios. Al ser un fenómeno cronológico, su principal característica implica el establecimiento de un determinado horario, es decir, que la emisión televisiva se concreta en el tiempo transcurrido desde la hora en la que empieza hasta la hora en que termina.

Así pues, un primer elemento de la emisión es la hora de comienzo. Como se ha establecido anteriormente, esta variable hace referencia a la hora a partir de la cual comienza diariamente la emisión televisiva. Su estudio es pertinente porque posibilita la existencia misma de la programación en televisión, es decir, antes de esa hora de apertura no hay televisión y la programación se desarrolla precisamente a partir de ese horario.

Un segundo elemento de la emisión televisiva, tal como se deduce de su definición, es el horario de cierre de las emisiones, que hace referencia a la hora concreta en la que termina la emisión televisiva. Al igual que pasa con el horario de inicio de las emisiones, su hora de término es relevante porque a partir de esa hora no hay emisión, es decir, el telespectador no puede ver la televisión.

Aunque la emisión puede caracterizarse como el tiempo transcurrido desde la hora en la que se inicia hasta la hora en que finaliza; esta definición tiene, sin embargo, una excepción. Y es que existió una época en televisión en la que las emisiones se interrumpían en el transcurso del día. Aunque cuando ocurría este fenómeno se denominaba emisión a cada parte de tiempo resultante; la investigación realizada para esta tesis no ha considerado que esta partición o interrupción implique la existencia de dos emisiones. Se considera, pues, en estos casos peculiares que la emisión es única porque la unidad de la emisión no viene determinada por la existencia de un único horario de inicio sino por el carácter diario del tiempo de emisión, independientemente de que el tiempo sea cronológicamente seguido o no.

La emisión, así definida, es el tiempo diario en que se emite televisión. De esta manera, una característica fundamental de esa emisión es su duración. La duración de la emisión es el tiempo que una cadena emite diariamente, independientemente de que ese tiempo sea interrumpido o no lo sea. Ese tiempo de emisión es una variable importante dentro del estudio de la programación televisiva porque es el marco físico donde la programación se produce, es decir, es el tiempo en que se programa en televisión.

Pero aún cabe establecer otra característica de las emisiones televisivas. Y es que la televisión ocupa esas horas diarias para emitir sus productos comunicativos. Se puede decir, en ese sentido, que la emisión es la unidad de continente, estableciendo los distintos espacios televisivos que emite como unidades de contenido. Así pues, las emisiones de televisión también se pueden caracterizar por el número de espacios televisivos que contiene.

La configuración que toman estas variables que definen la emisión televisiva (horario de comienzo, finalización, duración, número de programas y carácter de la emisión) en un momento dado permite hablar de cierta estructura resultante. Obviamente no se pueden considerar todas las emisiones en su conjunto, puesto que quienes programan las emisiones son las distintas cadenas. Se plantea, pues, una primera exigencia del estudio que ha que dar cuenta de la configuración o distintas configuraciones que han adoptado los elementos característicos de las emisiones que cada cadena de televisión ha programado a lo largo de su historia. Y es este último punto, el de la historia de las emisiones televisivas, el que permite hablar de otro nivel de análisis que da cuenta de la evolución de esas estructuras. El nivel diacrónico del estudio se plantea precisamente estudiar la influencia que el paso del tiempo ejerce en la configuración de una determinada estructura programática de la emisión y de cómo y por qué esa estructura puede cambiar.

De todo ello se deduce que el estudio de las emisiones televisivas implica el análisis de la duración de las emisiones, la hora en la que se inicien y la hora en que finalizan, su carácter continuado o partido y el número de espacios televisivos que contienen, las relaciones que se establecen entre estas variables remitidas todas ellas según las cadenas implicadas y las fechas de emisión.

Este estudio se lleva a cabo gracias a herramientas estadísticas (tablas de contingencia, ANOVAS, etc.) que relacionan cada variable de la emisión con las variables independientes de la fecha y la cadena, además de los propios cruces que relacionan las variables de la emisión entre sí. Gracias a este estudio, y operando siempre con niveles estadísticamente significativos, se pueden obtener las relaciones que funcionan a nivel de emisión y establecer por tanto las configuraciones, las influencias o dependencias e inclusive las tendencias que expliquen cómo fue y cómo ha evolucionado la emisión televisiva en España. Para clarificar la exposición de resultados, no se van a incorporar en el texto las tablas obtenidas de la explotación estadística sino sólo algunos gráficos que se estimen pertinentes para la clarificación de la exposición. Las tablas estadísticas se remiten al anexo y sólo aquellas que por su importancia resulten relevantes para la comprensión del fenómeno (las que otorgen relevancia significativa). Asimismo, el procedimiento de exposición del análisis es descriptivo en esta primera parte, atendiendo de manera particular al resultado de la explotación; y es explicativo, tratando de relacionar las descripciones de la primera parte en un apartado final.

6.2. EL HORARIO DE INICIO DE LAS EMISIONES

El momento en el que se abren las emisiones no está establecido a priori, es decir, no es una hora fija que pudiera estar condicionada técnica o convencionalmente de tal manera que fuera necesariamente como se presenta. De hecho, el horario de apertura no fue siempre el mismo ni es igual para todas las cadenas. Es más, los datos obtenidos para el estudio realizado revela tal variación en las horas de inicio que se puede decir que las emisiones pueden empezar prácticamente por cualquier hora que se seleccione del reloj. Esta disparidad obliga a reagrupar las horas de apertura en franjas horarias con las que operar en el análisis de los datos; y un repaso por las frecuencias de estas franjas describe que hay emisiones que empiezan en cada una de las franjas horarias en las que se divide la jornada.

Pero esta variación horaria no quiere decir necesariamente aleatoriedad en la apertura de las emisiones. Este estudio precisamente va encaminado a desvelar con el análisis de los datos disponibles si existe alguna lógica que explique esa variación horaria; es decir, y de acuerdo con las hipótesis de

partida, se trata de ver si la fecha y la cadena u otras variables condicionan o influyen en las horas en las que la televisión española ha iniciado sus emisiones cotidianas.

6.2.1. El horario de inicio de TVE-1

El horario de inicio de las emisiones de TVE-1 se relaciona con el tiempo cronológico en el que se hayan programado esas emisiones, que en este caso es todo, pues se observa una pauta de *progresivo adelantamiento de su horario de apertura. TVE-1 pasa en esos 40 años de su historia de iniciar sus emisiones por la noche a hacerlo en 1996 sistemáticamente en la franja pre-matinal.*

Analizando su evolución se observa una lógica que se podría denominar cuántica ya que los cambios de los horarios de apertura de las emisiones de TVE-1 suelen producirse no paulatinamente sino a grandes saltos de las bandas horarias. Todo el período de pruebas que abarca de octubre de 1956 a primeros del 58, período que coincide con el mandato de Jesús Suevos, la televisión en España comienza por la noche, en torno a las 20:30 e inclusive a las 21:00 (1956).

Con el cambio de la Dirección General las emisiones dan un salto hacia arriba con la apertura sistemática de las emisiones en la franja de sobremesa (14:30), sorprendentemente sin pasar antes por la tarde. En torno a esa franja horaria de sobremesa se mantiene el horario de inicio de las emisiones de TVE-1 durante un período prolongado de tiempo (1958 al 86), aunque hay importantes excepciones que sitúan el horario de apertura en franjas más tempranas, ya que nunca más se llegó a programar el inicio por la noche; y *nunca TVE-1 empezó su emisión por la tarde*. Sí sin embargo existen emisiones durante la segunda mitad de los sesenta que comienzan en la franja pre-matinal. Estas emisiones responden a la iniciativa de Fraga, en aquel momento Ministro de Interior, de iniciar las emisiones televisivas matutinas, medida que fue drásticamente abandonada por gobiernos sucesivos, ya que no aparecería ninguna emisión en esa franja hasta su práctica generalizada 20 años después, cuando ya existen otras cadenas en concurrencia.

Existen otras emisiones que con carácter regular inician su horario de apertura en la franja matinal y que se corresponden a las emisiones de los domingos.

Pero existen emisiones que de manera dispersa a lo largo de estos años contemplados (1958-1986) comienzan en otras franjas horarias. Estos horarios de apertura, situados a mediodía o a media mañana, no responden a ningún tipo de relación con el día de la semana ni aún con la estación del año, variable ésta que parece que no establece ningún tipo de influencia en la hora en la que TVE-1 inicia sus emisiones. Pero la programación, como cualquier fenómeno sujeto al calendario, se ve afectada por fechas singulares o especiales para la comunidad donde se desarrolla. En este sentido cabe hablar de programaciones ordinarias que se contraponen a las programaciones específicas correspondientes a fechas singulares del año, como pueden ser las Navidades o la Semana Santa. De hecho, en el primer año se computan unas fechas en las que no hay emisión, debido a que era época de la fiesta santa. Existen también programaciones especiales consecuencia de acontecimientos señalados de la vida social (un aniversario, un desastre, unas elecciones, etc.). Esta clasificación de la programación no controlable en el estudio que se ha realizado, puede explicar las programaciones que se inician en horarios desviados del habitual.

En 1986 entra en la Dirección de TVE Pilar Miró y con ella se inicia la programación matinal regular. En los diez años que siguen las emisiones televisivas de la primera cadena van a comenzar sistemáticamente en la franja pre-matinal; aunque se observan programaciones que corresponden precisamente a los domingos, que se inician a lo largo de la mañana. También cabe mencionar a este respecto que existieron emisiones de las que no se puede precisar el horario de comienzo puesto que eran programaciones continuas, que empezaban el viernes y no cerraban hasta el domingo.

Como ya se ha apuntado, existe *una relación clara entre la hora en la que TVE-1 programa el comienzo de las emisiones y el día de la semana. Esta relación se concreta en las diferencias en la hora de apertura matinal, ya que suele haber más casos en los fines de semana que en los laborables.* Un análisis más detallado por años da cuenta de que esta pauta rige del 64 al 84 cuando son los fines de semana, y primariamente los domingos, los que abren por la mañana frente a los laborables que,

significativamente también lo hacen más en la sobremesa. Esta tendencia se invierte en la segunda mitad de los ochenta, cuando hay otros canales en antena, ya que las que abren más temprano, esta vez en la franja pre-matinal son las que corresponden a los días laborables, con respecto a los fines de semana que suelen abrir en la franja matinal.

6.2.2. El horario de inicio de TVE-2

Igual que pasaba con la primera cadena, TVE-2 también sigue una *pauta evolutiva creciente* en lo que a horario de inicio se refiere. *De comenzar la emisión de manera regular por la noche en sus comienzos pasa en la última década a iniciarlas sistemáticamente en la franja pre-matinal.*

Sin embargo, el horario de inicio de TVE-2 estuvo bastante *estancado a lo largo de 20 años en la franja nocturna*, a lo que no es ajeno sin duda el escaso interés demostrado políticamente por esta cadena, que funcionó hasta la entrada en vigor de otros canales bajo la lógica comunicativa pero también política de la complementariedad, de ser la segunda respecto a TVE-1. De esta manera, desde 1965 a 1985 la segunda cadena programa su inicio hasta los 70 prácticamente todas y a partir de ese año aproximadamente la mitad de las emisiones en la franja nocturna, iniciando en los 70 la programación de la tarde que suele corresponder a las programaciones de fin de semana.

No será hasta la segunda mitad de los años 80 cuando TVE-2 comience a emitir por la mañana aunque no lo haga de manera regular hasta finales de esa década. Con la apertura de los canales autonómicos primero y privados después, la segunda cadena ya uniformiza su horario de apertura equiparándose y compitiendo con las demás, situándose en la franja de comienzo más temprana. De esta manera en la década de los noventa todas las emisiones comienzan en la franja pre-matinal.

En esos treinta y dos años de historia de TVE-2 se observa también una *pauta diferencial en el horario de apertura que se relaciona con la parte de la semana en la que se programe, ya que las emisiones que comienzan en las franjas más tempranas son aquellas que corresponden a los fines de semana, preferentemente los domingos.*

Un análisis detallado por años da cuenta de que si bien en la década de los 60 (65-69) no hay discriminación del horario de inicio según la parte de la semana, sí sin embargo se observa la diferencia de que en la década de los setenta las emisiones de fin de semana suelen empezar antes que las que corresponden a los días de diario, preferentemente los domingos. En la década de los ochenta, los fines de semana, comprendiendo ya los sábados y los domingos, suelen comenzar en la sobremesa, aunque esporádicamente lo hagan también por la mañana y nunca por la tarde o noche. Sin embargo, las emisiones de los días laborables de los años ochenta siguen empezando preferentemente por la tarde e incluso la noche, aunque algunas de las emisiones, las menos, empiecen a otras horas. En los noventa no existen diferencias pues todos los días, fines de semana y laborables, comienzan ya en la franja pre-matinal.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

6.2.3. El horario de apertura de las emisiones de Telemadrid

El horario de apertura de las emisiones de la cadena autonómica madrileña tiene mucho que ver con el año en el que se programan. En el transcurso de su corta historia, se observa un *rápido adelantamiento de los horarios de apertura que culmina con la ubicación del inicio de sus emisiones en la franja pre-matinal.*

En el momento en el que empieza a emitir Telemadrid, año 1989, sus emisiones comienzan a primeras horas de la noche o al final de la tarde, pero ya al año siguiente sus emisiones comienzan habitualmente por la mañana, siendo la pre-matinal la única franja de apertura a partir de 1992.

6.2.4. El horario de apertura de las emisiones de Antena 3

El horario de apertura de las emisiones de esta cadena privada se caracteriza porque *ya desde el comienzo abre sus emisiones en un horario temprano, normalmente en la franja pre-matinal.*

En lo relativo a esta cadena no cabe hablar, por tanto, de evolución porque apenas se observan diferencias horarias en el momento de abrir las emisiones, ni siquiera en función de los años de emisión. Sin embargo, como anécdota se puede destacar que durante su primer año (1990) algunas de sus emisiones de fin de semana se iniciaron con una o dos horas de retardo respecto al que será luego el horario habitual de apertura: entre las 7 y las 6 de la mañana.

BIBLIOTECA VIRTUAL

6.2.5. El horario de apertura de las emisiones de Telecinco

Frente al modo en que comenzó las emisiones su competidora privada (partiendo de la oferta de una emisión matinal), *Tele 5 tuvo un período inicial en el que empieza la emisión en la franja de sobremesa y evoluciona rápidamente hasta estabilizar su apertura en la franja horaria pre-matinal. Este adelantamiento del horario de inicio de la emisión se produjo en el breve espacio de un año. A partir de 1991, tan sólo un año después de su apertura, Tele 5 ya abre todas sus emisiones en la franja pre-matinal.*

6.3. EL HORARIO DE CIERRE DE LAS EMISIONES

Una descripción somera de las frecuencias obtenidas de los datos de la investigación realizada da cuenta de que realmente no existe mucha variación en la hora en la que terminan las emisiones controladas, ya que básicamente lo hacen cuando termina el día o a lo largo de la madrugada. Pero aunque sean menos importantes las horas o franjas de la madrugada debido al menor público potencial existente a esas horas, el hecho es que ese tiempo existe para la programación. De hecho, una tercera parte de las emisiones acaba más allá de la una de la madrugada. Por ello, se han establecido unas categorías de bandas horarias para el término de la emisión que distingue la medianoche (00:00 a 00:59) de las que cierren antes, y

además discrimina tres fases en la madrugada, la temprana para referirse de la 1:00 a las 2:59; la tardía para la fase que va de las 3 a las 4:59 y más allá de la madrugada para referirse a las emisiones que cierran después de las 5:00 o que incluso no terminan, enlazando con la emisión siguiente.

Ahora bien, el hecho de que las emisiones cierren a una u otra hora no es, como se comentaba con el horario de inicio, una característica fija, sino que es un horario que se establece según ciertos criterios. Y es posible que el tiempo cronológico en el que tiene lugar la emisión, la cadena que lo programa o el día de la semana, la estacionalidad, o incluso la hora en la que comienza la emisión, su duración o el número de programas explique de alguna manera por qué las cadenas programan el cierre de sus emisiones a distintas horas.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

6.3.1. El horario de cierre de TVE-1

El horario de cierre de las emisiones de TVE-1 tiene mucho que ver con el período en que las emisiones se programaron.

En una primera aproximación cabe afirmar que *TVE-1 programó el horario de cierre de sus emisiones preferentemente en la medianoche hasta la última década en la que este horario de cierre se desplaza a las franjas de madrugada*.

Un análisis más detallado de la evolución de este horario de cierre pone de manifiesto que hasta 1960 las hasta entonces únicas emisiones terminan siempre en la franja de la medianoche y concretamente a las 00:00.

A partir de esa fecha, y en las tres décadas siguientes, si bien aparecen ya emisiones que finalizan antes y después, la medianoche seguirá siendo el horario preferencial de cierre. No obstante, el análisis cuatrimestral revela que a comienzos de la transición (1976-1980) la mayor parte de las emisiones terminaban en el mismo día que empezaban.

Las diferencias en este dilatado período se concretan en que mientras que en la década de los sesenta nueve de cada diez emisiones cierra en la medianoche y el resto lo hace sobre todo en la madrugada temprana; en los setenta se altera esta relación. En esta última década se observa un

adelantamiento en el horario de cierre con respecto a años anteriores, pues aumentan notoriamente las que cierran en el mismo día en detrimento de las que lo hacen a medianoche que, a pesar de ello, continúan siendo todavía mayoritarias. Los análisis revelan también que en los años sesenta y sobre todo en los setenta, las pocas emisiones que cierran en la madrugada temprana corresponden en su mayoría a emisiones de fin de semana.

En la década de los ochenta si bien en conjunto se mantiene la preferencia por la medianoche, lo más relevante es que todavía se programe en un alto porcentaje en el mismo día pero aumentan ya considerablemente las que terminan a lo largo de la madrugada.

En la segunda mitad de los ochenta se inicia un cambio radical de la pauta de cierre de TVE-1, pues deja de finalizar sus emisiones en la franja más temprana y se inicia el desplazamiento del cierre hacia la madrugada tardía e incluso más allá de la madrugada, para emitir en franjas horarias que hasta ese momento raramente se habían utilizado.

A partir de 1990, coincidiendo con la puesta en marcha de las privadas, TVE-1 siempre programa el cierre a lo largo de la madrugada, es decir, deja de programar cuando tradicionalmente lo había hecho, en la medianoche. Pero además, generalmente lo hace en las franjas de madrugada más tardías (más tarde de las 3 de la madrugada) culminando este proceso en 1996 terminando sus emisiones más tarde de las 5 de la madrugada.

6.3.2. Horario de cierre de TVE-2

TVE-2 no programó el horario de cierre de sus emisiones de manera igual desde sus comienzos a la actualidad puesto que se observa *un cambio en sus franjas horarias de cierre, que tradicionalmente se situaban en el mismo día y actualmente en las franjas de madrugada.*

De manera general cabe decir que si bien desde 1965 hasta 1987 programa su cierre de manera homogénea en las últimas horas de la jornada, en partes casi iguales tanto antes de las 00:00 como en la franja de la medianoche (de las 00:00 a las 00:59). A partir de esa fecha, coincidente con la puesta en marcha de otros canales, empieza a hacerlo de manera significativa en la madrugada temprana y sobre todo a partir de 1992 termina

su emisión más tarde de las 3 de la madrugada, abandonando la práctica anterior de programar el cierre antes de la 1 de la madrugada.

La parte de la semana o la estacionalidad no discrimina el horario en que TVE-2 programa el cierre de su emisión.

6.3.3. El horario de cierre de Telemadrid

Aunque es poco el tiempo transcurrido desde que esta cadena comenzara a emitir hasta 1996, se observa una tendencia en estos siete años a *retrasar el horario de cierre de las emisiones a medida que transcurre el tiempo.*

En concreto, durante 1989, año en que esta emisora comienza su andadura, todavía hay emisiones que cierran en el mismo día, pero no hay ninguna que cierre más allá de las tres de la madrugada. En 1990-91, cabe resaltar que hay más emisiones que cierran en la medianoche o en la madrugada temprana, mientras que son pocas las que lo hacen en la madrugada tardía. A partir de 1993, todas cierran ya a partir de las 3 de la madrugada, aumentando considerablemente en 1996 las que finalizan más allá de las 5 de la madrugada.

6.3.4. El horario de cierre de Antena 3

Existe una diferencia entre la hora en la que Antena 3 cierra sus emisiones y el año en que lo hace. Aunque siempre programó su horario de cierre a lo largo de la madrugada, existe cierta evolución en su horario de finalización, *ya que pasa de cerrar sus emisiones en las primeras horas de la madrugada antes de 1994 a la estabilización posterior con un cierre sistemático a partir de las 5 de la madrugada.*

6.3.5. El horario de cierre de Tele 5

Al igual que Antena 3, *Tele 5 siempre programó el cierre de sus emisiones en la madrugada, aunque en el primer año (1990) siempre lo*

hace antes de las 3 de la madrugada y a partir de 1993 siempre cierra a partir de esa hora.

6.4. LA DURACIÓN DE LAS EMISIONES

El tiempo de emisión diario no es ni fue siempre el mismo. Una descripción de las frecuencias encontradas para los datos estudiados refleja que en estos cuarenta años hubo emisiones cuya duración varía desde las tres horas a emisiones de 24 horas, las llamadas programaciones continuas que no acaban y enlazan con el día siguiente. Entre estos dos extremos, se sitúan el resto de las emisiones en un abanico de duraciones relativamente similar ya se divida el tiempo de emisión cada tres o cada cinco horas.

Ante esta variedad de duraciones que caracterizan las emisiones televisivas, cabe preguntarse si, como previsiblemente se plantea, el tiempo y la cadena influye en el tiempo en que se programa televisión, y si existen además otras relaciones de esta duración con otros criterios ya sean semanales, estacionales, o los derivados de su relación con las otras variables de la emisión.

6.4.1. La duración de la emisión de TVE-1

La duración de las emisiones de la primera cadena estatal varía notoriamente según el período que se considere. En términos generales se observa que *a medida que avanza el tiempo, la duración de la emisión aumenta, siguiendo una tendencia que culminará a mediados de los noventa con la tendencia a la programación continua.*

La duración media de las emisiones en los años cincuenta apenas superaba las cuatro horas, pero en las décadas posteriores ésta se situaba ya en torno a las siete horas, pasando luego en los ochenta ya a las diez horas, tiempo que se duplica en los seis años de los noventa concernidos en el estudio.

Sin embargo, un análisis más detallado basado en la evolución anual de la duración de las emisiones diarias, pone de manifiesto la existencia de tres

fases en el desarrollo histórico del tiempo de emisión de esta cadena; dos de ellas, la inicial y la final, corresponden a períodos expansivos y otra, la intermedia y de mayor duración, a un período de relativo estancamiento.

La primera fase comienza en 1956 y se prolonga hasta 1964. Estos años se caracterizan por un paulatino incremento del tiempo de emisión que pasará de las 3 horas iniciales a las casi 10 horas de media observadas en el último de los años mencionados.

La segunda fase, de más de dos décadas de duración, comienza tras la apertura de la segunda cadena en 1965 y se prolongará luego hasta la aparición de las autonómicas en 1985. En general, se puede decir que estos veinte años se caracterizan por un cierto descenso del tiempo de emisión que se mantiene con una relativa estabilidad la mayor parte del período en torno a una media de 7 u 8 horas diarias.

La tercera y última fase, de algo más de una década, corresponde al tramo final del estudio. Se caracteriza por un rápido incremento de la duración hasta alcanzar la programación continua. En este segundo período expansivo del proceso evolutivo de la duración de las emisiones de la primera cadena se inicia ya con un salto que sitúa la duración media de las emisiones de 1986 alrededor de las 17 horas diarias. A partir de esa fecha, el tiempo de emisión sigue incrementándose, aumentando las horas de programación prácticamente cada año, llegando a las 20 e incluso 21 horas diarias de media cuando surgen las privadas.

El proceso evolutivo culmina en 1996, año en el que la duración es ya superior a las 23 horas diarias, alcanzando con ello un cierto tope al cubrir prácticamente la totalidad de la jornada, enlazándose desde entonces, sin ruptura aparente, las emisiones de un día con las del siguiente.

Siguiendo con la duración de la emisión, también se observan *diferencias significativas con respecto al día de la semana* de que se trate. En términos generales, cabe señalar que las emisiones de los fines de semana, excluido en principio el viernes, suelen ser de mayor duración que las de los días laborables. Sin embargo, un análisis detallado por años pone de manifiesto que si bien hasta la década de los 80 se mantiene la norma anterior, en esa década y la siguiente, el viernes reproduce la pauta de duración propia de los fines de semana, llegando a ser éste en el último

cuatrienio de estudio (1992-96) incluso el día de mayor duración. Esta modificación que afecta a la programación de los viernes se lleva a cabo en detrimento de la duración de las emisiones dominicales, que habitualmente y hasta 1988 habían sido las de mayor duración de la semana. A partir de ese momento, se produce una inversión que sitúa estas emisiones del domingo entre las más cortas de la semana. No obstante, la discriminación apuntada entre laborables y fines de semana perdurará con grandes diferencias hasta ese mismo año de 1988, momento a partir del cual se observa una tendencia hacia una mayor homogeneización de la duración de las emisiones de los distintos días de la semana.

6.4.2. La duración de las emisiones de TVE-2

A lo largo de su historia, la segunda cadena estatal programó sus emisiones con distinta duración. Existe una evolución en lo que a duración de la emisión se refiere. *Se observa una tendencia general al incremento de la duración de las emisiones a medida que pasa el tiempo,* que se agudiza considerablemente en los diez últimos años del período abarcado por la investigación.

El período inicial se caracteriza por un paulatino crecimiento del tiempo de emisión, se pasa de 3 a 5 horas en la segunda mitad de los 60. La década posterior se caracterizará por una cierta estabilidad, la duración de las emisiones oscila entre 4 y 5 horas. Con el inicio de los ochenta comienza una fase expansiva de suave crecimiento hasta mediados de la década, cuando se produce una brusca aceleración del crecimiento de la duración de la emisión que coincide con la irrupción en el panorama televisivo español de los canales autonómicos. En 1986 la duración media era ya de más de 8 horas diarias. A partir de esa fecha, la duración sigue incrementándose, pasando en 1989 de las 14 horas diarias para superar en la década de los 90 las 20 horas de emisión. La segunda cadena culmina el período estudiado llegando a 1996 con un promedio de más de 22 horas diarias de emisión.

Se observan diferencias en la duración de las emisiones de la segunda cadena en razón de la parte de la semana de que se trate. Tal como pasaba con la primera cadena, se puede decir que las emisiones de los fines de semana de TVE-2 duran más que las emisiones de los días laborables,

dentro de los cuales se incluye el viernes. Esta lógica rige desde el comienzo de la cadena hasta los años 80, ya que en el período 80-88 el viernes sigue la pauta de los fines de semana con una duración mayor que el resto de días laborables. A partir de 1989 ya no se observa discriminación en la duración de las emisiones según sea la parte de la semana en que se programe.

6.4.3. La duración de la emisión de Telemadrid

El tiempo que Telemadrid destina a sus emisiones también tiene mucho que ver con el año en que programa. A medida *que pasa el tiempo, aumenta la duración de las emisiones de esta cadena.*

Aunque el primer año, 1989, Telemadrid inicia sus emisiones programando tan sólo 5 horas diarias; al año siguiente, aumentará notoriamente ya este tiempo de emisión, elevándose hasta las 14 horas diarias, media que se repetirá en 1991. A partir de ese año, el tiempo de emisión registra un brusco incremento que sitúa el promedio en cerca de las 20 horas diarias, cantidad que se incrementaría levemente en los años siguientes estabilizándose en torno a las 21 ó 22 horas diarias de emisión.

6.4.4. La duración de las emisiones programadas por Antena 3

También puede observarse cierta evolución en la duración con que Antena 3 programa sus emisiones. Esta cadena *tiende*, como en los casos anteriores, *a incrementar la duración de sus emisiones con el paso de los años.*

Ya desde su inicio, Antena 3 cuenta con emisiones de larga duración. En su primer año de funcionamiento, 1990, esta cadena programaba en torno a las 13 horas diarias. La duración de las emisiones de Antena 3 sigue su propio proceso evolutivo incrementando todavía más las horas diarias de emisión en los años siguientes. De este modo, de 1990 al 94, las emisiones de Antena 3 alcanzan una duración media de 20 horas diarias y a partir de 1994, ese promedio supera ya las 23 horas diarias.

6.4.5. Duración de la emisión de Tele 5

Al igual que Antena 3, el surgimiento de esta nueva cadena privada se caracteriza por el elevado número de horas de sus emisiones iniciales. En 1990, Tele 5 tiene una duración media de 13 horas diarias. A partir de esa fecha, y como su competidora privada, el horario de emisión se incrementa paulatinamente pasando de las 19 horas de 1991 a las más de 23 horas diarias de emisión de los años 95 y 96.

6.5. NÚMERO DE ESPACIOS POR EMISIÓN

Como las otras variables de la emisión, el número de programas que contiene no está establecido previamente; sino que es el resultado de una serie de factores que pueden ser aislados. El tiempo en el que emite el medio; la cadena que programa esa emisión son, presumiblemente, dos de los factores determinantes. También es posible saber si existen otras variables que condicionan o influyen en la cantidad de espacios que se programan por televisión, como la estacionalidad, el día de la semana y, en el ámbito propio de la emisión, su hora de comienzo, de finalización o la duración de la misma.

6.5.1. El número de programas de las emisiones de TVE-1

El paso del tiempo influyó en el número de programas que TVE-1 ofertó a su audiencia en cada emisión. En términos generales se observa una evolución bastante similar a la identificada al tratar la duración de las emisiones.

En los primeros años de TVE-1 el escaso tiempo de emisión sólo permitiría programar relativamente pocos espacios, 5 ó 6 es la media de la emisión durante el bienio 1956-57, una cantidad que prácticamente se duplicaría ya antes de iniciarse los 60. En 1958 la media de programas por emisión se sitúa ya en torno a los 10 espacios, una cifra que iría incrementándose en los cuatro años siguientes. Desde 1961 y hasta el final de la década, el número de programas se estabiliza entre 16 ó 19 espacios por emisión, con la singularidad del año 1964, momento en que se registra

un máximo de 23 programas por emisión, promedio que no se volvería a encontrar hasta el final de los ochenta. Durante toda la década de los setenta y hasta la mitad de los ochenta, se produce una caída de este indicador que se estabiliza entre los 12 y 15 programas por emisión. A partir de 1986 la cantidad de espacios programados por emisión experimenta un sensible incremento de nuevo que sitúa la media, hasta el final del período considerado, entre los 19 y 24 espacios.

A lo largo de este proceso, se observa que hasta la segunda mitad de los ochenta no se aprecian diferencias notables entre la cantidad de espacios que esta cadena programa por emisión según la parte de la semana de que se trate, si acaso cabe señalar una tendencia hacia un mayor número de programas en los fines de semana que en los laborables. Esta tendencia se invierte a partir de mediados de los ochenta observándose que las emisiones de fin de semana, sábado y domingo, tienen sensiblemente menos espacios diarios. Sin embargo, la cantidad de elementos que programa la primera cadena no se varía según criterios estacionales.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

6.5.2. El número de programas de TVE-2

El número de programas por emisión de la segunda cadena estatal también evoluciona, pues *con el paso del tiempo se incrementan los espacios programados diariamente.*

En TVE-2 se programó una media de 4 ó 5 programas por emisión desde sus comienzos hasta el inicio de los 80; a lo largo de esa última década el promedio aumentaría para situarse ya entre los 6 y los 9 espacios por emisión. La cantidad de espacios programados experimenta luego, durante la primera mitad de los 1990, un brusco e importante incremento, situándose en torno a los 19 programas por emisión, una cifra bastante similar a la de las cadenas competidoras. Este proceso evolutivo culminaría en 1996, año en el que las parrillas de esta cadena incluyen ya un promedio de más de 21 espacios por emisión.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

6.5.3. El número de programas de Telemadrid

El número de espacios televisivos que Telemadrid programa en cada una de sus emisiones se vio afectado por el paso del tiempo. Durante su primer bienio de existencia (1989-90), esta cadena pasa de programar una media de 5 a 16 programas por emisión. A partir de entonces, la parrilla de Telemadrid incluye una cantidad que oscila entre los 18 y los 23 espacios diarios.

6.5.5. Número de programas de las emisiones de Antena 3

La singularidad de esta cadena estriba en que durante los primeros tres años de existencia y a pesar de la menor duración de las emisiones, Antena 3 programaba un promedio de entre 22 y 25 espacios por emisión. Mientras que en los años siguientes, este promedio desciende para situarse entre los 18 y los 21 espacios.

6.5.5. Número de programas en Tele 5

En el año de inicio de las emisiones, Tele 5 incluye en su parrilla un promedio de 16 programas diarios. A partir de entonces, y salvo en el año 1993 (que vuelve a caer por debajo de los 19) esa media se incrementaría oscilando entre los 21 y los 26 espacios por emisión.

6.5. LA PARTICIÓN DE LA EMISIÓN

El fenómeno de interrumpir el tiempo de emisión diaria s*ólo afectó a la primera cadena estatal (TVE-1) durante un período prolongado de tiempo (1958 a 1983)* y tiene su importancia en un estudio como el presente sobre la programación en este país porque es una práctica que caracteriza este fenómeno y que implica, además, la inexistencia de televisión o programación en el período que se interrumpe. La razón por la cual se interrumpían las emisiones tiene que ver, tal como se explica sucesivamente en los anuarios, con la adecuación de la programación televisiva a las prácticas cotidianas del público al que se dirige, buscando las horas de emisión cuando existe mayor público potencial dispuesto a consumir televisión. De ahí que habitualmente el tiempo que se interrumpe es el que coincide con la siesta. Corresponde a una época, por tanto, donde la competencia y por tanto la búsqueda de mercados no era un objetivo prioritario, y sí, sin embargo, economizar recursos atendiendo al tiempo comunicativamente más rentable.

Ahora bien, aunque esta sea la razón más o menos obvia de la partición de las emisiones, no se sabe muy bien el modo en el que esta práctica se desarrolló. Es decir, no todas las emisiones son partidas y no todos los años se practica la partición de la misma manera.

A la luz de los datos analizados, se puede decir que la partición depende *del período temporal que se considere y de la parte de la semana de que se trate.*

De esta manera, en los primeros años tenía poco sentido la partición de las emisiones dado que el número de horas de programación era reducido. A partir de 1958, año en el que comienzan las programaciones de sobremesa, las emisiones empiezan a interrumpirse. A partir de ese momento y hasta el

año 64, coincidente con la puesta en marcha de otra cadena estatal, la práctica totalidad de las emisiones son partidas. A partir del 64 y hasta aproximadamente el 73 la mitad de las emisiones son partidas y la otra mitad no se interrumpen. Los diez años que restan de esta práctica (del 73 al 83), la partición de las emisiones sólo afectará ya a una de cada tres.

La relación de esta práctica con respecto al día de la semana también ofrece una discriminación que rige en todo el período en el que afecta la partición de la emisión, y que implica una mayor probabilidad de que una emisión sea interrumpida si se trata de un día laborable que si corresponde a un fin de semana. Tales interrupciones de la emisión, cuando se produjeron, no variaron nunca en razón de criterios estacionales.

6.6. RELACIONES ENTRE LAS VARIABLES DE LA EMISIÓN

La hora de comienzo, la hora de finalización, la duración y el número de programas diarios son características de las emisiones que están íntimamente relacionadas. La lógica de estas relaciones se manifiestan estadística y cronológicamente.

Si se prescinde del factor cronológico y se considera el conjunto de emisiones de cada una de las cadenas, los resultados son los siguientes:

a) TVE-1

En primer lugar, la investigación revela que cuando las emisiones empezaban por la noche acababan siempre a medianoche; las que empezaban en la sobremesa, al mediodía y por la mañana solían cerrar normalmente también a medianoche, aunque había emisiones que también finalizaban en el mismo día y aún durante la madrugada temprana, en cuyo caso sus proporciones fueron siempre más bajas que la de las anteriores. Por último, las que comenzaron en la franja pre-matinal acabaron habitualmente a lo largo de la madrugada, con preferencia en la madrugada tardía. De ello se deriva que *cuando más tarde empezaba TVE-1 sus emisiones, antes las acababa y también cuando más temprano las empezaba más tarde las finalizaba.*

En segundo lugar, fueron las emisiones que empezaban por la noche las que menos tiempo duraron, siempre menos de 5 horas; las que comenzaban en la sobremesa solían tener de 5 a 10 horas; las que empezaban a mediodía o por la mañana normalmente tenían de 10 a 15 horas de emisión y las que se iniciaron en la franja prematinal frecuentemente tenían más de 15 y muchas pasaban de las 20 horas diarias. De ello se deduce que *a medida que la hora de comienzo de la emisión se adelanta, aumenta también el tiempo programado para esa emisión.*

En tercer lugar se observa que han sido las emisiones que empezaron por la noche las que tuvieron un menor número de programas por emisión, una media de 6 programas diarios. Esta media se diferenciaba del número de espacios diarios que se programaban en las emisiones que empezaban indistintamente en la sobremesa, mediodía o por la mañana, y cuyo número de espacios televisivos se situaba en torno a los 15 diarios. Sin embargo, sí se detectan diferencias con respecto a la media de espacios programados en las emisiones que empezaban en la franja pre-matinal ya que aproximadamente solían tener un promedio de 22 programas diarios, aunque un cuarto de esas emisiones programaba incluso más de 25 espacios cada día. De ello se desprende una *tendencia más o menos agudizada hacia el aumento en el número de programas diarios a medida que la emisión comienza más temprano.*

Por otro lado y por lo que se refiere a la hora en que TVE-1 programa el cierre de las emisiones, existen relaciones además de con la hora de inicio, también con el tiempo que duran. De esta manera, si las emisiones acababan en el mismo día solían tener una duración de entre 5 y 15 horas. Las emisiones que terminaban en la medianoche, que en TVE-1 son las que más, duraban normalmente entre 10 y 15 horas. Cuando las emisiones acababan en la madrugada temprana duraban habitualmente entre 15 y 20 horas. Pero las emisiones que acababan en la madrugada tardía solían tener una duración de 15 a 20 horas, o incluso más de 20. Mientras que las que acababan más allá de las 5 de la madrugada siempre tenían más de 20 horas de emisión. A este respecto se observa una lógica por la cual *las emisiones que acaban antes tienen una duración menor que las que acaban más tarde.*

También existen relaciones entre el número de programas por emisión y la hora en la que terminan las emisiones, En este sentido, más de la mitad de las emisiones que acabaron en la medianoche tuvieron entre 10 y 15 programas por emisión y el resto de 15 a 20, lo que establece una media de 13 espacios programados diariamente. Las que acabaron en la medianoche se diferencian de las que cerraron antes de esa hora, en lo que a número de programas se refiere, ya que aumentan en cantidad y suelen tener entre 15 a 20 espacios programados. También hay diferencias entre éstas y las que lo hacen hasta las 3 de la madrugada; y éstas de las que lo hacen más tarde de esa hora, siempre en lo que a espacios televisivos se refiere. Y es que si bien la media anterior se situaba en los 16 espacios diarios, las que acaban entre la 1 y las 3 de la madrugada tienen una media de 19 programas por emisión, cantidad que es superada por las emisiones que acaban más tarde de las tres, puesto que ya cuentan con una media de 23 o 24 programas por emisión. *Estos resultados permiten hablar de una lógica que hace que las emisiones que acaban antes tengan un número de espacios menor que las que acaban después.*

Por lo que se refiere a la duración de las emisiones de TVE-1, ya se ha mencionado el hecho, por otra parte obvio, de que a medida que el horario de inicio de las emisiones avanza y el horario de finalización se retrasa, la duración es mayor. De hecho, el horario de comienzo y finalización son los parámetros con los que debe jugar el programador a la hora de modificar el tiempo de emisión televisiva.

Además, también se comprueba que los programadores de TVE-1 *programaron generalmente un mayor número de espacios por emisión a medida que ésta prolongaba su duración.* Se observa que fueron las emisiones de menos de 5 horas las que tenían menor número de programas, una media de 8. Sin embargo, las emisiones que tenían entre 5 y 15 horas de duración contenían un promedio de 15 ó 16 programas diarios. En cambio, las que duraban más de 15 horas, superan ya los 20 programas por emisión. Incluso se observa que las emisiones que pasaban de las 20 horas programaban una media de 23 espacios diarios.

También se detecta que las emisiones partidas son, en un elevado porcentaje, las que abren en la sobremesa y las que cierran en la medianoche. Que obviamente las emisiones partidas duran menos que las

continuas, y que tienen un número de espacios de entre 10 y 15 por emisión y notoriamente casi nunca menos de 10 o más de 20 programas diarios. Ello se debe no tanto a la influencia que el horario de apertura o el de cierre o las otras variables puedan ejercer sobre esta práctica, sino y sobre todo, porque las emisiones de los años en los que se observa la partición tienen como característica, como se ha visto anteriormente, la apertura y el cierre en esas franjas horarias y se programaban con ese número de espacios por emisión.

Todos estos resultados referidos a las relaciones entre los parámetros temporales de la emisión adquieren su pleno sentido cuando se ubican en el proceso de desarrollo histórico de la programación de TVE-1.

b) TVE-2

En primer lugar se observa la *tendencia al cierre más tardío a medida que se adelanta el horario de apertura.* Como es natural, a medida que TVE-2 *adelanta el horario de apertura de sus emisiones y retrasa el de cierre, la duración y el número de espacios programados diariamente se incrementa*.

Durante veinte años, los primeros de su historia, las emisiones de la Segunda Cadena se caracterizaban por una apertura tardía, un cierre temprano y, consecuentemente, una corta duración y una cantidad de espacios programados relativamente escasa. No será hasta finales de los ochenta cuando este esquema de programación varíe substancialmente, al modificarse al mismo tiempo todas las características analizadas. Esta coincidencia en el cambio de los factores programáticos desde luego que no fue casual, puesto que la programación de TVE-2 también se vería afectada por los condicionamientos que imponía la emergencia de un nuevo escenario audiovisual, caracterizado por la ruptura del monopolio estatal de las emisiones y el progresivo incremento de la competencia de las emisiones de las cadenas emergentes.

c) Telemadrid

El adelantamiento del horario de comienzo de las emisiones de esta cadena, se acompaña también de un retardo en la hora de cierre y, consiguientemente, un alargamiento en el tiempo de emisión y un mayor número de programas diarios. Lo relevante aquí es, sin embargo, que Telemadrid consigue en tan solo dos años lo que a las dos cadenas estatales les supuso un largo proceso evolutivo de dos y tres décadas.

d) Antena 3

Esta cadena ofrece desde sus comienzos una propuesta de programación relativamente próxima al límite de sus posibilidades temporales de emisión, lo cual constituye ya una característica diferenciadora con respecto a las cadenas públicas analizadas más arriba. Los pocos cambios observados en la programación de las emisiones de Antena 3 desde sus comienzos hasta la actualidad, hace obvia la influencia entre la variación de una característica y las demás. Sin embargo, esta circunstancia no impide matizar la singularidad de algún aspecto de estas relaciones. A este respecto, lo más destacable sería el hecho ya mencionado de que la evolución de los horarios de apertura y cierre y el incremento del tiempo de emisión, se acompañan de una disminución de los espacios programados.

Por otra parte, el único indicio diferencial de que Antena 3 empieza su andadura estriba en el retardo de la apertura de algunas de sus primeras emisiones de fin de semana y en el adelantamiento del cierre al comienzo de la madrugada. Ello obviamente se traduce en una menor duración de las emisiones de lo que podría considerarse su fase de arranque, momento que se caracteriza también porque la cadena organiza su parrilla con un mayor número de espacios.

e) Tele 5

Se puede decir que son las emisiones que abren en el primer año, y consecuentemente en la sobremesa, mediodía o mañana, las que tienen el horario de cierre más temprano, en la madrugada temprana, frente a las que se inician en la franja pre-matinal que acaban prácticamente todas a partir de las 3 de la madrugada; menor número de horas, menos de 15 horas frente a

las que empiezan antes que tienen siempre más de 15; y de programas por emisión, normalmente menos de 20 frente a las otras emisiones más tempranas que suelen tener más de 20 e incluso más de 25.

Lógicamente se programan más horas de emisión a medida que se adelanta en la madrugada el horario de cierre. Y también se programan mayor número de espacios diariamente, más de 20 e incluso más de 25, en las emisiones más duraderas, especialmente en aquellas que sobrepasan las 20 horas diarias.

6.7. LA PROGRAMACIÓN DE LA EMISIÓN EN ESPAÑA

En esta parte del capítulo se exponen las conclusiones provisionales que se obtienen del análisis de los datos obtenidos, tratando de desvelar los distintos modos en que los programadores han manejado las variables de la emisión a lo largo de los cuarenta años de televisión en España.

Lógicamente, cualquier referencia a la programación o televisión en este país tiene que tomar en consideración el escenario de cadenas existente en cada momento. Durante un dilatado período de tiempo no hubo más emisiones que las programadas primero por una y, algo más tarde, por dos cadenas; no será hasta la fase final del proceso cuando se incorporen las restantes. Por ello, cualquier análisis histórico sobre la programación debe tomar en consideración esta evolución del panorama televisivo, comenzando por describir cómo han sido y cómo han evolucionado las emisiones de las cadenas implicadas.

6.7.1. La primera cadena estatal

TVE-1 es la única cadena presente en todo el período de tiempo al que se refiere esta investigación. Por lo tanto, la programación televisiva en España es hasta cierto punto la historia también de la programación de esta cadena. La programación de cada momento, se caracteriza en una primera aproximación, por la manera en que la cadena ha manejado los diferentes elementos de la emisión que se han tenido en cuenta hasta el momento.

En el proceso de desarrollo histórico de la programación de TVE-1 existe una fase inicial que corresponde a una programación que si bien ya se emite con regularidad, sigue manteniendo su carácter de emisiones en pruebas. Esta fase se inicia en 1956, momento en el que se inauguran oficialmente las emisiones de la televisión, y perdura hasta 1958. En este período, las emisiones empiezan por la noche, cierran en la medianoche. Tienen una duración de 3 horas y ofrecen entre 5 y 6 programas diarios. Los contados españoles de la escasa área de cobertura existente en ese momento que tenían acceso a uno de los 15.000 receptores podían ver la televisión, pues, desde las 20:30 o 21:00 hasta la medianoche.

Este perfil de emisión característico de una programación exclusivamente nocturna sufre cambios al final de los años 50. La nueva década se inicia con una emisión que se caracteriza ahora porque comienza en la sobremesa, sufre una interrupción después de comer, y reaparece al final de la tarde emitiendo luego hasta la medianoche. Son por lo tanto, descontando el tiempo de interrupción, 5 horas en las que se puede ver televisión, tiempo en el que se propone un promedio de 10 espacios distintos. Esta oferta televisiva varía según el día de la semana, ya que si bien de lunes a viernes estaba establecido de esa manera, los fines de semana se podía disfrutar de una programación que podía empezar, y sobre todo si era domingo, inclusive por la mañana y que solía durar luego, sin interrupción, hasta la 1 de la madrugada.

1965 es un año importante, ya que a partir de entonces se ofrece a los españoles la posibilidad de elegir entre dos opciones de programación alternativas. Esta segunda cadena de televisión no sólo no tenía la cobertura de la primera sino que emitía menos tiempo y lo que se ofrecía era con frecuencia la repetición de algunos espacios difundidos a través del primer canal. Aún así, por el mero hecho de su apertura, la aparición de la segunda cadena puede considerarse como un hito que transforma el panorama televisivo español, introduciendo algo de diversidad en el sistema. Sin embargo, los cambios acaecidos en la emisión de TVE-1 a raíz de la apertura de un nuevo canal no parecen haber sido relevantes. Coincide con una experiencia de programación matinal en días laborables. Obviamente este adelantamiento en el horario de apertura (de la sobremesa a horarios contiguos de mañana) tuvo como consecuencia un aumento del tiempo medio de emisión diaria y también del número de espacios programados por

emisión. Sin embargo, cabe apuntar que esta experiencia, fracasada por otro lado ya que funcionó de manera esporádica durante apenas tres años, no puede considerarse como una respuesta a la aparición de otra cadena de televisión, sino que más bien responde, como la creación de otra cadena, a una voluntad política de expansión televisiva acorde con los planes de desarrollo económico y social del momento. Ello conllevó, en lo que respecta a la programación, a un aumento de la oferta televisiva disponible para los españoles, tanto por la vía de proponer una emisión alternativa como por la del incremento del tiempo de emisión de la cadena hasta entonces existente. Aunque más tarde se abandona la programación matutina, la ampliación de la oferta se consolidará por el mantenimiento de las emisiones de TVE-2.

Así pues, e independientemente de este fenómeno de la programación matinal en los días laborables, la aparición de la segunda cadena no modificó la estructura programática de la emisión de TVE-1, que desde los últimos años 50 hasta mediados de los 80 no parece alterarse substancialmente. Así pues, se puede decir que tampoco los sucesivos cambios en la Dirección General de Radiotelevisión, ni los distintos ministros de Información (excepción hecha de Manuel Fraga y su experiencia de la televisión matutina) ni sobre todo el cambio de régimen, el paso de la dictadura a la democracia, ni después el ascenso de los socialistas al gobierno afectó notoriamente la hora en la que TVE-1 programa el inicio de sus emisiones, su finalización, la duración de la misma y el número de espacios programados. Ello permite hablar de cierta estabilidad en el perfil de las emisiones de TVE-1 de este dilatado período que se mantiene con una cierta independencia a pesar de los cambios socio-políticos acaecidos durante estos años.

Pero existe una fuerza mayor que rompe esa estabilidad mantenida durante veinticinco años, aunque no es de naturaleza política. Se trata de la ruptura del monopolio estatal con la irrupción de canales autonómicos. Aunque obviamente el surgimiento de otras cadenas tras la ruptura del monopolio estatal de la televisión fue propiciado por factores políticos, el hecho es que hasta el 83, momento en el que comienza ETB sus emisiones en el País Vasco, TVE-1 parece haberse mantenido al margen de los procesos de cambio en lo que a la programación de sus emisiones se refiere. En la segunda mitad de los ochenta, el panorama televisivo español sufrirá

drásticas transformaciones que tendrán como primera consecuencia el incremento de la oferta televisiva global producido no sólo por la incorporación paulatina de los canales autonómicos emergentes sino también por el aumento en el tiempo de emisión de TVE-1.

A partir de 1983 la práctica de partir o interrumpir el tiempo diario de la emisión se abandona, es decir, nunca se interrumpirán más emisiones y se regulariza la programación vespertina de los días laborables.

A partir de 1986, momento que coincide con la aparición en la Dirección de Televisión de Pilar Miró, quien personifica estos cambios, la emisión de TVE-1 abrirá sistemáticamente en la franja prematinal, antes de las 9 de la mañana y, frente a la época anterior, las que lo hacen después serán las de los fines de semana, preferentemente los domingos que lo hacen a media mañana. Nunca se programará el comienzo a otras horas, abandonando la franja tradicional de apertura, la sobremesa. Se regulariza por tanto la programación matinal diaria y se inicia también la programación en franjas todavía más tempranas.

En 1986 también el horario de cierre es objeto de una drástica modificación con respecto al esquema que tradicionalmente venía manejándose. Se abandona definitivamente la costumbre anterior de cerrar a la medianoche y se regulariza la programación de madrugada, cerrando cuando nunca lo había hecho, más tarde de las 3 o de las 5 de la madrugada, incluso llegando a diluirse el cierre de la emisión al encadenarse con la del día siguiente, aunque esto no acontece más que ocasionalmente y de modo que podría considerarse como experimental. También, frente a la época anterior, el viernes comienza a ser considerado a efectos de programación como el inicio del fin de semana, ya que es el que cierra más tarde o el que no cierra en las emisiones encadenadas.

Como consecuencia de estos cambios en los horarios de apertura y de cierre, además de la continuidad horaria de la emisión, la duración del tiempo de emisión aumenta considerablemente. Ahora, los españoles pueden ver la mayor parte de los días más de 17 horas seguidas de programación ofrecida por este primer canal repartidas en unos 20 espacios distintos.

Así pues, la lógica que rige el cambio en la evolución de la emisión, producido por la irrupción de nuevos canales, es el aumento en la oferta

televisiva, producido por un alargamiento del tiempo de emisión, causado a su vez por un adelantamiento en el horario de apertura y un retardamiento en el horario de cierre a lo que no es ajeno tampoco que las emisiones dejen de interrumpirse diariamente; lo que permite además que pueda haber más espacios programados diariamente.

Pero esta situación o este nuevo perfil de la emisión no será estable a partir de esas fechas. Es más, la incorporación de nuevos canales, esta vez privados, al panorama televisivo español y la agudización por tanto de la competencia por la audiencia provocará una respuesta de adaptación introduciendo nuevos cambios en la configuración de la emisión televisiva de la primera cadena. Estas modificaciones siguen la lógica antes apuntada del incremento todavía mayor de la oferta televisiva de la cadena. Pero además, se advierte una acentuación de esta tendencia al alza en la duración de la emisión en el último año de registro, 1996, año que coincide con un cambio de gobierno que desplaza a los socialistas del poder tras 14 años e instaura un gobierno de la derecha.

De esta manera, el horario de comienzo sufre a partir de 1990 una variación. Aunque desde el 86 se sitúa en la franja más temprana, se percibe un adelantamiento en las horas concretas de comienzo de las emisiones, entre 7 y las 8 hasta 1990 y entre las 6 y las 7 de la mañana a partir de entonces. Incluso, en 1996 se percibe un afianzamiento en la hora de apertura, que sistemáticamente se consolida en torno a las 6 de la mañana. También cambia el horario de cierre que en 1990 se sitúa de manera sistemática en las franjas de la madrugada más tardía, es decir, la primera a partir de la incorporación de los nuevos canales privados siempre cierra más tarde de las 3 de la madrugada, llegando a 1996 a cerrar siempre más tarde de las 5 de la madrugada. Consiguientemente, la duración de la emisión también sigue la lógica evolutiva de aumento en el tiempo de antena. A partir de 1990 supera con creces las 21 horas diarias, alcanzando cierto tope el último año de registro, 1996, cuando programa más de 23 horas diarias, sin que este aumento signifique de manera mecánica un aumento en el número de espacios programados, que sigue situado en torno a los 20 programas diarios.

Se puede añadir, pues, que la lógica evolutiva que sigue la primera cadena española, como respuesta no sólo al paso del tiempo sino y sobre

todo a la aparición de otros canales, es la de aumentar su oferta hasta alcanzar el máximo posible (24 horas diarias) situando el horario de inicio y el de cierre prácticamente en la misma hora (6 de la madrugada), objetivo que consigue en 1996, a los cuarenta años de su inauguración.

6.7.2. La segunda cadena estatal

TVE-2 comienza su andadura en 1965, aunque es inaugurada un año más tarde. Empieza en ese año con una emisión muy corta, de 3 ó 4 horas diarias, empezando por la noche y terminando antes de las 00:00. El número de espacios que entonces se programaban era de 5 programas diarios.

Ese perfil de la emisión de TVE-2 que corresponde a una programación exclusivamente nocturna, no variará substancialmente durante los veinte años siguientes. Bien es cierto que se encuentran excepciones a este modelo de programación, ya que los fines de semana se ofrece una programación vespertina; y ocasionalmente la segunda cadena finaliza la emisión después de la medianoche. Como consecuencia de estas decisiones, la duración de la emisión aumenta hasta situarse en las 6 horas diarias en los casos obviamente en los que la emisión comienza antes o acaba después; sin que esta variación en la duración se traduzca en un aumento sustancia del número de espacios programados, que se mantiene en el promedio de unos 5 diarios.

Esta relativa estabilidad que caracteriza el perfil de las emisiones de TVE-2 a lo largo de estos veinte años parece corroborar la hipótesis de que cambios en el sistema político o en la sociedad donde se desarrolla la televisión no se traducen mecánicamente en una transformación del sistema televisivo, al menos, en lo que a estos aspectos de la programación se refiere. Porque ni los cambios de los sillones directivos ni el cambio de régimen ni el cambio de gobierno en la democracia influyeron significativamente en el perfil de la emisión ni de la primera, como se ha visto, ni de la segunda cadena estatal, únicos canales existentes.

Ahora bien, como pasaba con la primera cadena, TVE-2 sólo se ve espoleada a modificar sus esquemas tradicionales de emisión cuando se incorporan al panorama televisivo español las cadenas autonómicas. En

torno a la segunda mitad de los ochenta, justo cuando las otras cadenas están en pleno auge y se atisba ya la entrada en escena de televisiones privadas de cobertura nacional, la segunda cadena responde con un aumento progresivo su tiempo de emisión.

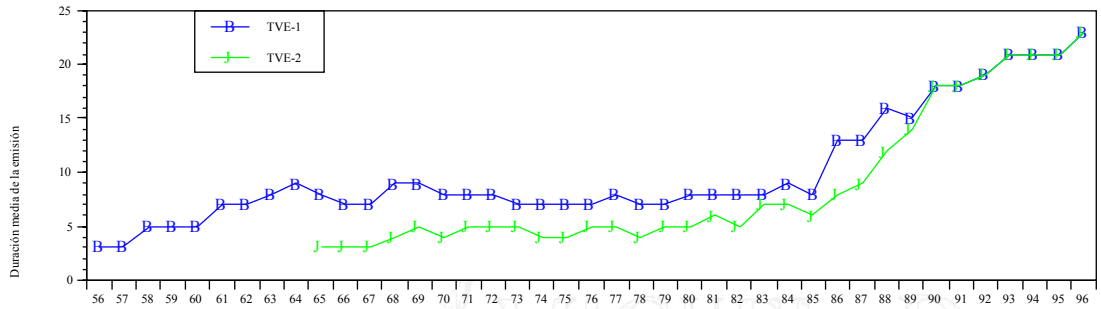
A partir de 1984 el horario de inicio da un salto brusco hacia arriba y se deja de abrir la emisión por la noche para hacerlo en la sobremesa preferentemente los días de diario y a media mañana los fines de semana. Se regulariza entonces la programación vespertina para los días laborables y la matinal para los fines de semana. El cierre también sufre un cambio que provoca un retardamiento en la hora de finalización de emisión ya que se empieza a cerrar sistemáticamente entre la 1 y las 3 de la madrugada. Aparece y se consolida pues la programación de madrugada. Consecuentemente, el tiempo de emisión se dilata. Se pasa de 6 horas de emisión en UHF a 8 horas diarias que irán creciendo a medida que pasan los años y serán ya 14 horas a finales de la década. En paralelo, aumenta progresivamente el número de programas por emisión hasta situarse al final de la década en unos 19 espacios diarios.

Este perfil de la emisión va evolucionando a medida que pasan los años siguiendo la lógica que regía en la primera cadena estatal: aumento de la oferta televisiva, es decir, del tiempo de programación a partir del adelantamiento del horario de inicio de la emisión y el retraso en su cierre; que además conlleva un aumento de espacios programados diariamente. A partir de 1990, cuando aparecen los canales privados, estos cambios en las características de su emisión se acentúan. El inicio se programa, como en las demás cadenas, en la franja pre-matinal, hasta 1996 entre las 7 y las 8 y a partir de ese año entre las 6 y las 7 de la mañana. Sin embargo, el cierre mantiene un cierto desfase al de las otras cadenas. TVE-2 cierra sus emisiones en la madrugada, pero más bien lo hace entre las 3 y las 5 que más tarde de esa hora. Consecuentemente con ello, la duración, si bien no llega al límite de las 24 horas diarias para la mayoría de las emisiones, aunque en el último año ya se registran varios casos, sí se acerca a ese tope, programando una media de 22 horas diarias y una cantidad de espacios en la emisión de más de 21.

Así pues, la lógica que rige la evolución de las emisiones de TVE-2 sigue siendo la del crecimiento en la oferta programática. Este crecimiento,

logrado por el adelantamiento en el horario de apertura y el retraso en el de cierre, es la respuesta frente a la competencia con otras cadenas. Además, este incremento en el tiempo de emisión, encuentra también en esta cadena, aunque no de manera sistemática, el límite que impone a la emisión las 24 horas del día y el choque horario en las horas de apertura y cierre de las emisiones.

Gráfico 1
Evolución del tiempo medio diario que ofrece TVE-1 y TVE-2



6.7.3. Telemadrid

A pesar de que la historia de Telemadrid es breve, ya que inicia sus emisiones en 1989, cabe destacar que existe una evolución que sigue la misma lógica expansiva que las dos cadenas estatales, aunque no haya fechas de cambio significativo y sí un paulatino pero decisivo cambio a medida que pasan los años.

En el año de inicio, Telemadrid empieza sus emisiones por la noche o en la tarde; y las termina en el mismo día, aunque las hay también que no terminan hasta la 1 de la madrugada. La duración media de esas primeras emisiones de la cadena madrileña se sitúa en torno a 5 horas diarias conteniendo una media de también 5 programas por emisión.

1990 supone para Telemadrid su mayoría de edad, o la respuesta inmediata al surgimiento de otras cadenas privadas, ya que en ese segundo año cambia radicalmente el perfil de sus emisiones. Las emisiones ya abren de manera sistemática por la mañana y cierran en la madrugada temprana o medianoche (00:00 a las 3). Estos cambios se traducen en el aumento

notorio del tiempo de emisión que ya se sitúa en este segundo año de andadura en las 14 horas diarias con una media de 16 espacios programados en ese tiempo.

En la década de los noventa sigue la evolución hacia un crecimiento en la oferta programática permitido por un adelantamiento en el horario de apertura, que se sitúa ya en 1992 en la franja pre-matinal y en torno a las 7 de la mañana; un retraso en el cierre, a partir del 93 el cierre ya sobrepasa las 3 de la madrugada y a partir del 96 cierra no mucho más tarde de las 5; y una prolongación de su duración, llega hasta las 21 horas diarias alcanzadas en 1992 y situándose en esa media en los años posteriores; que se ve acompañado por un aumento en el número de espacios programados, que se sitúa en torno a los 20 diarios.

Así pues, aunque Telemadrid no ha conseguido llegar al tope máximo de la emisión al programar la totalidad de la jornada o lo que es lo mismo, las veinticuatro horas del día; la lógica que rige la evolución de sus emisiones tiende también al aumento, paulatino en este caso, de la oferta programática que esta cadena autonómica ofrece a su audiencia.

6.7.4. Antena 3

Las primeras emisiones de Antena 3, concretamente en su año de inicio, tienen unas características peculiares de lo que será la emisión de esta cadena en los años sucesivos. Pero no cabe hablar de diferentes perfiles adoptados por esta emisora privada porque las diferencias son mínimas.

Antena 3 se caracteriza por asumir un modelo de emisión peculiar desde el comienzo, que apenas variará en los 6 años siguientes. Y es que comenzó en el año noventa empezando sus emisiones a las 8 o a las 9 de la mañana, hora de comienzo peculiar por lo pronto que lo hace, sobre todo en comparación con la inauguración de todas las cadenas que nunca se estrenaron antes de las 12 del mediodía. Sin embargo, al año siguiente adelanta todavía más su hora de comienzo hasta situarse en la mañana más temprana (7 ó 6 de la mañana), momento que será su horario habitual de apertura a partir de entonces.

Por lo que respecta al cierre de las emisiones, también adopta desde el comienzo un modelo peculiar en cuanto que ya desde su inauguración en ese año 90 cierra siempre en la madrugada llegando a cerrar incluso después de las 3 y de las 5 de la madrugada, relativamente tarde para ser ese su primer año de emisiones. Pero es que además adopta el cierre más tardío (pasadas las 5 de la madrugada) como pauta habitual a partir de 1994, es decir, a partir de esa fecha ninguna emisión de Antena 3 cierra antes de esa hora.

Consecuentemente con estos horarios, la duración de las emisiones de Antena 3 se ha caracterizado desde siempre por su larga duración, por el prolongado tiempo que ofrece a su audiencia. Siempre más de 15 horas de emisión, y en la mayoría de las veces siempre más de 20 horas diarias.

La peculiaridad de esta cadena afecta también al manejo del número de espacios, porque en su primera etapa programa una cantidad superior de espacios a la que incluye en las parrillas de emisiones posteriores.

El modelo de programación de las emisiones de Antena 3, por lo tanto, apenas tuvo que evolucionar ni se aventura que lo haga en el futuro ya que se ha alcanzado el tope horario tanto en la apertura como en el cierre de las emisiones (en torno a las 6 de la mañana) además de emitir durante el máximo tiempo posible ya que llega en la mayoría de las emisiones a cubrir las 24 horas diarias.

6.7.5. Tele 5

Tele 5 comparte con su competidora privada la prontitud con que alcanza el modo de programar la emisión que parece ser el propio de los años noventa; pero a diferencia de Antena 3, las emisiones de Tele 5 parecen evolucionar de un modelo que se adopta para el año de su inauguración a otro que se consolida al año siguiente y que perdurará hasta la actualidad.

Y es que Tele 5 se pone en antena ofreciendo a sus telespectadores una emisión de 13 horas diarias que se inicia en la sobremesa o la mañana y termina en la madrugada temprana, ofreciendo a su audiencia una media de 16 programas por parrilla.

En 1991 Tele 5 cambia el horario de su inicio, adelantándole a la franja pre-matinal (6-7 de la mañana). Además, inicia el cierre de la emisión en la madrugada tardía e incluso más allá de ella, es decir, Tele 5 a partir de esas fechas programa el cierre alrededor preferentemente entre las 3 y las 5 de la madrugada pero también en un alto porcentaje más tarde de las 5. Estos cambios horarios en su apertura y cierre tienen consecuencias para el tiempo medio de programación, ya que pasa de las 16 horas diarias del primer año a las más de 20 a partir de 1991, llegando frecuentemente a las 24 horas diarias. Esta mayor duración de la emisión permite también el aumento en el número de programas, ya que se programan más de 21 espacios distintos diariamente.

Así pues, Tele 5 llega también al mismo modelo de emisión que alcanzan las demás cadenas en las mismas fechas, con lo que se puede decir que, también en lo referido a la emisión, existe una lógica ineludible que guía el sistema televisivo español en los años noventa, la lógica de la competencia.

6.7.6. Las emisiones de la televisión española

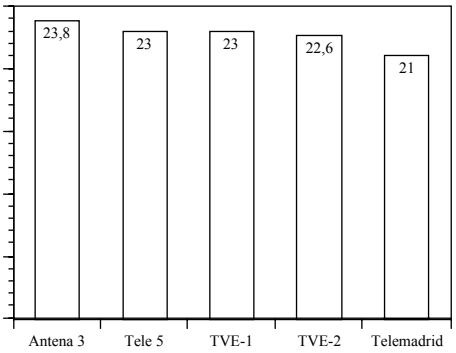
Concluyendo, pues, se puede decir que *la lógica que rige la evolución de las emisiones del sistema televisivo español es la del crecimiento en la oferta programática,* es decir, en el tiempo total de emisión que se ofrece a la audiencia.

Esta lógica provoca que la estructura de la emisión tenga como característica la tendencia hacia la duración máxima posible, una emisión que dure las veinticuatro horas diarias. Además, este aumento impone como condiciones "sine qua non" un adelantamiento en el horario de apertura de las emisiones y un retraso en la hora en la que cierran, que llegan a situarse ambos en una misma hora, las 6 de la mañana.

Esta nueva configuración se podría denominar como una *estructura de sucesión de la emisión* ya que rompe con el criterio diferencial de las propias emisiones, confundiéndolas a efectos del receptor unas con otras. Pero además, posibilita que se pueda hablar de una característica nueva en el concepto de programación. Y es que si bien la emisión vincula unos programas con otros, permitiendo con ello la existencia de un "continuum" y por lo tanto, de programación; esta práctica de encadenar unas emisiones con otras permite a su vez que el "continuum" programático no sólo afecte a las horas y los programas, sino también a los días y a las emisiones, logrando con ello que la programación no sólo se refiera al tiempo horario sino también diario que emite la televisión.

Esta evolución, tendente a la estructura de sucesión de las emisiones, coincide, o mejor dicho, se impulsa por la confluencia de más canales por lo que cabe advertir la existencia de otra lógica en la estructura y evolución de las emisiones televisivas españolas, *la lógica de la competencia*. Esta lógica operó hasta el último año discriminando las emisiones de las cadenas públicas, estatales y autonómicas, de las privadas. Porque tanto Antena 3 como Tele 5 han tenido desde siempre un perfil programático parecido, caracterizado por la que se ha llamado estructura de sucesión de las emisiones (límite del tiempo horario y uniformidad de los horarios de apertura y cierre). Sin embargo, ningún canal de titularidad pública llegó al tope horario hasta 1996, discriminando con diferencias horarias los momentos de apertura y de cierre; aunque esas diferencias fueran mínimas. En 1996, coincidente con un cambio de gobierno en el país, tanto TVE-1 como TVE-2 experimentan un cambio que afecta a las emisiones. Con este cambio sobre todo el primero y en menor medida el segundo canal asumen el modelo programático propuesto por los canales privados adoptando esa estructura programática de sucesión. Las emisiones por tanto se homogeneizan, compitiendo unas con otras por conseguir ese tiempo que la gente puede pasarse delante del receptor.

Gráfico 2
Tiempo medio que cada cadena ofrece cada día en 1996



Cabe añadir, por último, que esta lógica evolutiva de crecimiento de la oferta televisiva y la lógica de la competencia, inherente al sistema actual pluricanal; no sólo explican los cambios acaecidos en las emisiones televisivas españolas. Puesto que el tiempo de emisión diaria ya ha alcanzado un tope materialmente posible, se impone buscar más tiempo de emisión, y al no poder ser un tiempo cronológicamente seguido se crea un tiempo cronológicamente simultáneo, nuevas emisiones de nuevos canales. Sobre la articulación de esta doble lógica es posible explicar la aparición de tantos canales, detrás de los cuales están los de siempre, de nuevas ofertas programáticas, que la mayoría de las veces no es otra cosa que más de lo mismo, de tantas horas ofrecidas a una audiencia que no crece, y en definitiva, de tanta televisión.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPITULO 7

LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA (I)

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

La programación de las cadenas

7.1. INTRODUCCIÓN

El capítulo anterior trataba de las emisiones televisivas considerando la emisión como un elemento característico de lo que se ha definido como programación televisiva, ya que constituye un marco temporal de primera referencia donde se produce la programación: el tiempo diario que programa cada cadena. Pero como ya se ha establecido en la primera parte, la programación se refiere a un concepto más amplio, que no sólo tiene en cuenta el tiempo en el que se programa televisión sino también y sobre todo lo que se programa y cuándo lo hace. De esto último da cuenta el presente y los sucesivos capítulos.

Así pues, la programación es entendida como la ubicación de ciertos espacios en determinados tiempos de emisión. Como esos tiempos en los que se emite ya han sido analizados, es el momento ahora de ahondar en el conocimiento de esos espacios que se programan en televisión. Los espacios televisivos, por tanto, es el material con el que se confecciona la programación. Si se tiene en cuenta que la televisión como industria cultural lo que ofrece como producto es un tiempo en el que se emite algo, ese algo, el "relleno" de ese tiempo, es lo que se define como espacios televisivos[112].

Ahora bien, no todos los espacios son iguales, es más, la distinción entre ellos es una característica esencial de la programación en un sistema televisivo como el español, por lo menos hasta el momento. En este estudio en concreto se han diferenciado unos espacios de otros en función de cuatro criterios que son aplicables a toda la producción televisiva, obteniendo con ellos perfiles de cada programación según el público al que se dirigen los espacios, según el fin social que se persiga, según la temática que aborden y atendiendo al formato con el que se realizan.

Ahora bien, aunque en la primera parte de la tesis se haya expuesto ya la justificación de la adopción de estos criterios y su uso en la catalogación de los contenidos de las emisiones, los resultados empíricos de esta investigación aconsejan que algunas de las categorías adoptadas no se

---

[112] Además, esta concepción de "relleno" da cuenta también de la necesidad ineludible de esta industria televisiva de ofrecer espacios en el tiempo de emisión, necesidad que muchas veces convierte a los espacios televisivos en un mero "relleno", literalmente hablando, del tiempo comprometido de emisión.

contemplen para ciertos casos, según las frecuencias encontradas (ver frecuencias en libro de códigos).

De este modo, en el criterio que clasifica los espacios según la audiencia, se estudian los espacios que se dirigen a los niños o a la audiencia específica en función de su ubicación regional, cuando existan. No se estudian, por tanto, los espacios generales o los que no discriminan el público, pues éstos constituyen casi la totalidad de los espacios que se programan y su análisis aglutina demasiados espacios distintos entre sí, lo que carece de sentido teniendo en cuenta que la programación se caracteriza precisamente por las distinciones entre espacios.

Por lo que respecta a la función asignada a los espacios televisivos cabe apuntar que aquellos que se limitan a cumplir funciones de transición o de venta tienen una escasa frecuencia de aparición. Además, también demuestran un comportamiento atípico por cuanto su aparición está en función muchas veces de la inclusión o no en la redacción de la programación del día publicada por el periódico. Por estas dos razones, se ha adoptado el criterio de no estudiar este tipo de espacios considerando exclusivamente los que cumplen las funciones sociales asignadas tradicionalmente a la comunicación de masas: formar, informar y entretener.

En el caso concreto de los espacios según el contenido vehiculado, tras un análisis de las frecuencias generadas por los datos del corpus se puede decir que la televisión trata tres grandes referentes en sus mensajes: la realidad, la ficción y los temas variados. Los otros referentes, más bien concretos y sin duda posiblemente encajables en las otras categorías, no aparecen con la frecuencia que caracteriza a los principales temas tratados. Por ello, estos referentes: deportes, toros, religión y música, no se consideran en este estudio más que para realizar un análisis individualizado de los espacios que vehiculan estos contenidos concretos. Para el estudio de la conformación del perfil de programación según contenido se les ha englobado bajo la categoría de “otros”.

Algo parecido sucede con los formatos televisivos. Aunque es conveniente tenerlos todos presentes ya que los espacios televisivos no se realizan de otra manera y existen diferencias entre ellos que aconsejan su distinción, las frecuencias obtenidas advierten que existen algunos formatos ampliamente utilizados por la televisión española y otros que apenas que se

han utilizado. Por ello, aun realizando un estudio individual del uso que se ha hecho de cada formato televisivo, en algunas ocasiones en las que el cúmulo de las frecuencias resultaba conveniente para la explotación de los datos se han agrupado los que menos se utilizan bajo la categoría de "otros" formatos.

Cada perfil de programación se define por la relación que se establece entre los distintos espacios. En primer lugar, la relación puede ser de tipo cuantitativo, atendiendo a las frecuencias en el *número de espacios programados para cada tipo según audiencia, fin, contenido o formato.*

En segundo lugar, la relación entre los espacios también puede ser cuantificada atendiendo no a la cantidad numérica de espacios que se programan sino a su principal característica, el tiempo que ocupan en el flujo de la emisión. Esta distinción es relevante porque la oferta televisiva es una oferta sobre todo temporal, se ofrece un tiempo en el que se emite "algo". Por ello, es preciso analizar también el perfil de la programación atendiendo *al tiempo de emisión dedicado a los distintos públicos, a determinadas funciones, a distintos referentes o a la utilización de diferentes formatos televisivos.*

El análisis de esta característica temporal implica la distinción entre los espacios según su duración. Ya que no todos los espacios duran lo mismo, y el tiempo que duran es una variable importante puesto que es el tiempo que están en antena, hay que añadir a la caracterización de una determinada manera de programar, el estudio de *la duración de los espacios televisivos, analizar cómo se articula la relación de los espacios según la audiencia, fin, contenido o formato con el tiempo televisivo de emisión.*

Ahora bien, ese tiempo que duran los programas, que ocupan del tiempo total de emisión televisiva, está sujeto a las características horarias e incluso diarias que impone un reloj o un calendario sociológica y comunicativamente valorado. Es decir, el tiempo de programación es un tiempo que está clasificado según características sociológicas que imponen una valoración por su correspondencia en audiencia potencial. Por lo tanto, no todos los tiempos son equiparables. De ahí se deduce que *la ubicación del tiempo de los distintos espacios televisivos* es una característica relevante cuando se habla de programación, ya que ésta no se puede reducir a meras relaciones porcentuales entre distintas tipologías que pueden

caracterizar un determinado perfil de emisión; pues es sobre todo un problema de ubicación, de colocación de esos espacios en una rejilla horaria y diaria que impone sus constricciones, sus posibilidades y su valoración también a esos espacios televisivos programados. Es decir, se estudian también *las épocas del año, los días de la semana y los horarios en los que se programan los espacios que perfilan una programación para audiencias específicas, funciones concretas, contenidos tratados o formatos utilizados.*

En este sentido hay que hacer una matización, y es que en este estudio se ha utilizado la hora concreta en la que se programan esos espacios, es decir, la hora de comienzo del programa, para conocer su ubicación en la rejilla horaria. Aunque el tiempo de emisión del espacio televisivo comprende no sólo su hora de comienzo sino obviamente el tiempo que duran a partir de esa hora; se ha considerado válido utilizar esta variable para controlar esta característica de ubicación de los espacios televisivos.

En primer lugar, porque la práctica televisiva funciona con este criterio. Normalmente, el consumo televisivo se inicia con el comienzo del programa concreto. Es más, las expectativas del público obligan a estar presente al inicio del espacio, abandonando su visionado si no se ajusta a sus gustos o preferencias. Consecuentemente con este hecho, la industria televisiva y la publicitaria valoran la hora en que se inicia el espacio porque es esa hora la que atrapa al público dispuesto a consumir ese espacio concreto. A pesar de que con la práctica del "zapping" esta característica ha variado notoriamente ya que se ven simultáneamente distintos espacios , esta práctica se puede considerar mínima con respecto al tradicional uso que se hace del medio televisivo por parte de su público.

En segundo lugar también hay que mencionar que se han agrupado las horas del día en franjas horarias que comprenden los períodos en los que se suele dividir convencional y sociológicamente la jornada. Por ello, aunque un espacio empiece a una hora concreta y se consigne esa hora para su ubicación, la hora pertenece a una franja determinada en la que la mayoría de las veces se desarrolla también la emisión del espacio televisivo. Excepción hecha de un mínimo de espacios que pueden comenzar en el límite horario entre una franja y la siguiente; en la mayoría de los casos, aun

considerando solo la hora de comienzo, se puede derivar también su duración en esa misma franja horaria.

Si bien todas las características que se han mencionado anteriormente se remiten a la caracterización de la programación según perfiles atendiendo a la audiencia, fin, contenido y formato; hay que mencionar que también existe otra caracterización de los espacios televisivos según la confluencia de las distintas opciones en las que se pueden concretar atendiendo a los perfiles de la programación de televisión.

A este respecto hay que comentar que el concepto de perfil de programación se ha adoptado porque clarifica la taxonomía de espacios televisivos que se ha realizado en este estudio. Y es que aquí no se han clasificado atendiendo a criterios de audiencia, fin, contenido o formato según lo que más les caracterice, como suele ser la práctica en otras catalogaciones. Es decir, los mismos espacios programados se han clasificado de cuatro formas distintas y no excluyentes, según vayan dirigidos a qué audiencia, persigan qué fin, transmitan tal contenido y se realicen con determinado formato. Todo ello se ha realizado para no caer en la confusión de criterios y, sobre todo, porque los espacios televisivos pueden ser el resultado de todas las combinaciones posibles entre las distintas formas en que pueden manifestarse atendiendo a los cuatro criterios que les define, al menos, en teoría.

Porque efectivamente en la práctica se ve cómo esta hipótesis de que todo es posible no se cumple a raja tabla. La televisión, y la televisión española también, programa de distinta forma los espacios según se caractericen por la confluencia de una audiencia específica a la que se dirigen, la persecución de un determinado fin, el tratar un contenido o realizarse de una manera concreta. Es decir, *la naturaleza de los espacios televisivos,* definiendo ésta como una combinación concreta entre las tipologías establecidas para cada criterio, también puede caracterizar una manera determinada de programar televisión.

De todo lo dicho se puede concluir que *el número y el tiempo dedicado a cada uno de los distintos espacios, según la audiencia, fin o uso social, contenido o formato; la duración de los mismos y la ubicación diaria y horaria en la que se programan, y también la naturaleza de los espacios son las características que en este estudio se han considerado*

como las que mejor pueden definir lo que ha sido programado por la televisión.

Pero la televisión no es un ente abstracto. Es obvio que se habla de una televisión que se desarrolla en un determinado período histórico y en un espacio geográfico concreto. Además, cabe añadir que cada contexto espacio-temporal impone sus características o limitaciones al quehacer televisivo, incluida la actividad de programar. Del mismo modo, hay que considerar esta dimensión histórica del fenómeno cuando se trata de estudiar la programación televisiva, porque posibilita hablar de distintas configuraciones que presentan las características de lo que se programa en función precisamente de las coordenadas espacio-temporales en las que esa programación se produce.

En el presente estudio no se atiende, pues, a la programación de la televisión en general, sino de la televisión referida a un espacio físico concreto: España. Ahora bien, la televisión en este país es la televisión de sus cadenas. En este estudio se está hablando, pues, de la programación televisiva en España entendiéndola como la programación de las emisoras en antena; de las cuatro cadenas generalistas y una de ámbito autonómico de referencia.

Por lo que respecta al tiempo histórico, ya se ha comentado que comprende todo el período en el que lleva la televisión en este país: de 1956, año en el que comienza oficialmente, a 1996, año en el que se cierra el presente estudio y que coincide con los cuarenta años de existencia de este fenómeno comunicativo.

Ahora bien, ya se ha dicho que todo este tiempo sólo afecta a un canal, TVE-1, ya que la historia de la televisión en España se corresponde con la historia de su primera cadena. De ahí que una primera exigencia de este estudio sea desvelar las características de la programación de la primera cadena desde los comienzos hasta la actualidad. A partir de 1965 aparece un segundo canal. Desde esa fecha, no sólo se pueden realizar análisis de las características propias de esta cadena y su evolución histórica, sino también compararlas con las propias del primer canal. El análisis comparativo se completa en la última década ya que a partir de 1990 ya emiten el resto de las cadenas contempladas.

Así pues, no se pueden considerar los cuarenta años en su totalidad. Y no sólo porque no todas las cadenas existieron desde siempre, sino también porque en ese tiempo han podido variar alguna o muchas de las circunstancias que han podido afectar al sistema televisivo en general y a su programación en particular. Incluso, y de acuerdo con las hipótesis de partida, se han realizado acotamientos temporales precisos para comparar la programación antes y después de acontecimientos sociocomunicativos concretos. Además de estos acotamientos que persiguen un objetivo específico, se han realizado también otros, de carácter plurianual (por cada cuatro años o cada década) para conocer la evolución de las características de lo programado por las dos cadenas históricas, TVE-1 y TVE-2. Esta diferenciación por décadas culmina con un estudio de los años noventa para conocer las características de una programación en pleno escenario de competencia.

BIBLIOTECA VIRTUAL

La línea expositiva de los resultados obtenidos se articula en torno a tres apartados, el primero tratado en este capítulo, y los siguientes en los sucesivos, aunque todos forman parte del mismo cuerpo argumental de la exposición de resultados del trabajo de campo. En este capítulo se analizan los datos obtenidos discriminando las cadenas emisoras, es decir, se hace una primera aproximación a las características de la programación de TVE-1, TVE-2, Telemadrid, Tele 5 y Antena 3 de manera independiente. Este acercamiento se realiza atendiendo a los distintos perfiles de lo que han programado esas cadenas. De este modo, se da cuenta del número de espacios, su duración, el horario en el que se programan y el tiempo empleado para cada público, cada contenido, cada fin o cada formato de realización. Además, estas características se ponen en relación con el día de la semana y la estacionalidad para comprobar de qué manera se ven afectados por estos criterios temporales. Además, cuando ha sido posible, es decir, en TVE-1 y TVE-2, estas características han sido estudiadas diacrónicamente, para conocer de qué manera ha evolucionado cada perfil de lo que ha sido programado a lo largo de la historia reciente del medio en este país. En el capítulo siguiente, la programación no se discrimina según la cadena sino según los espacios televisivos. En este sentido se analiza la programación de los infantiles, los informativos, los deportivos, la ficción, el cine, etc. Obviamente la programación de los espacios se realiza de una manera distinta según la cadena y según el tiempo histórico; por lo que en este apartado también se contempla esta doble distinción y su influencia en

la naturaleza de los espacios. En definitiva se trata de otra opción alternativa para estudiar lo que se ha programado por la televisión, realizando un análisis independiente de los espacios pero contextualizados según la cadena que los ha programado y el tiempo en el que lo han hecho. En un capítulo posterior se refieren los análisis comparativos. Se comparan los perfiles de la programación y sus características según las cadenas televisivas. Es posible en este sentido también comparar las cadenas públicas de las privadas en su manera de programar, y aún las cadenas estatales de las que no lo son. Además, se realiza un análisis comparativo entre períodos concretos de tiempo para conocer de qué manera acontecimientos señalados de la vida española de los últimos años han afectado a lo que los españoles podían ver a través de sus pantallas.

Los resultados se han obtenido del vaciado de las tablas y gráficos que proporciona el análisis estadístico. Por razones obvias no se va a incluir todo el material que se ha obtenido, sino que se incluyen las tablas y los datos que resulten significativos y que se han utilizado para la conformación de los resultados. Estas tablas se ofrecen en el anexo aunque se han incorporado algunos gráficos y cuadros para resumir y explicar el siguiente texto que expone los resultados del trabajo que se ha realizado.

7.2. LA PROGRAMACIÓN DE TVE-1

7.2.1. Perfil de la programación de TVE-1 según la audiencia a la que se dirigen los espacios

En este apartado se detallan las características que han adoptado los espacios dirigidos específicamente a los niños o a la audiencia regional. Concretamente, cuántos espacios se han programado, qué tiempo se les dedica, cuánto duraban y cuándo se han programado.

7.2.1.1. Evolución del número de espacios televisivos y tiempo de emisión dedicado a audiencias específicas

La programación de TVE-1 se ha caracterizado siempre por haber ofrecido una mayor cantidad de espacios y mayor tiempo de emisión dirigido a un público general, como no podía ser de otro modo al ser desde sus comienzos hasta la actualidad una televisión generalista. Es decir, desde

1956 a 1996 aproximadamente 9 de cada 10 espacios no discriminan el público al que se dirigen.

En otras palabras, desde el comienzo y hasta la actualidad, los espacios de TVE-1 dirigidos a públicos específicos, que por otro lado son sólo el infantil y el territorial, se han mantenido en bajos porcentajes con respecto a espacios generalistas, no llegando a ser uno de cada diez los infantiles, mientras que los territoriales apenas llegan ser tres de cada 100. Lo mismo sucede cuando se contempla el tiempo de emisión dedicado a los menores y al público regional.

El análisis diacrónico revela que la programación dirigida a públicos específicos varía en función del período histórico en el que se programan dichos espacios.

Por lo que respecta a espacios televisivos dirigidos a una audiencia específica en función de su ubicación territorial, éstos *solamente aparecen a partir de 1975*. Es decir, antes de esa fecha no existió en la primera cadena nacional ningún espacio que se programara específicamente para una audiencia discriminada según un criterio territorial. Y fue en ese año precisamente en el que se produce un cambio de régimen. Se puede afirmar, pues, que la televisión franquista nunca tuvo una programación territorial, y que ésta se inicia precisamente con la democracia.

Desde esa fecha hasta la segunda mitad de los ochenta, es decir, en los diez años que siguen a su estreno, estos espacios tendrán una presencia en las parrillas de TVE-1 que suponen cinco de cada cien espacios programados. Teniendo en cuenta que en estos años se programaban unos quince espacios distintos diariamente, los territoriales no suponían ni uno de ellos, es decir, no se programaban diariamente.

Sin embargo en los últimos años de la década de los ochenta, momento que coincide con el auge de los canales autonómicos, la programación regional de TVE-1 sufre un descenso considerable, disminuyendo su relación con el total, tanto en número de espacios como en tiempo de emisión, teniendo una presencia que se reduce a tan sólo tres de cada cien espacios que se programan, y esta bajada se siente desde esa fecha hasta la actualidad. Se puede decir, pues, que *la aparición de canales autonómicos*

incide en la programación territorial de la primera cadena estatal pues programa menos espacios dirigidos a las diferentes regiones.

En lo concerniente a los espacios dedicados a los menores, se puede decir que su programación en la primera cadena es constante. Desde el comienzo, aun teniendo una programación nocturna, TVE-1 *siempre* reservó un tiempo especial para este público infantil.

El número de espacios infantiles programados por TVE-1 en los años sesenta y setenta se mantiene relativamente *estable*. Suponen diez de cada cien espacios que se programan. Concretamente si en estos años se programan unos 15 ó 20 espacios diarios, exactamente entre uno y dos se dirigían especialmente a los pequeños. Aunque cabe apuntar que durante estos veinte años se aprecia un aumento del número de espacios infantiles programados a medida que se avanza en el tiempo.

De hecho, esta progresión culmina en los años ochenta, década en la que los programas infantiles aumentan significativamente su presencia en las parrillas de TVE-1. Esta línea evolutiva de los espacios que se programan se quiebra en la última década, pues se observa una disminución de la programación de estos espacios para menores en los años noventa, situándose en una cantidad similar a lo que se programaba en las primeras décadas de emisión.

Sin embargo, la evolución del tiempo que se dedica al público infantil no se corresponde con lo referido para la cantidad de espacios que se han programado. Y es que, aunque se aprecia también para el tiempo de emisión la misma línea evolutiva creciente hasta los ochenta, a partir de ese año no existe esta correspondencia entre espacios y tiempos, consecuencia obviamente de una variación en la duración de estos espacios infantiles. De este modo, en la década de los *ochenta se observa que, aunque la cantidad de espacios programados es más alta que en otros años, el tiempo que se les dedica es menor. En los noventa se observa una pauta contraria, si bien el número de espacios que se programan en esta década para los infantes es menor que en los ochenta, el tiempo que realmente se les asigna es, sin embargo, mayor.*

A nivel de emisión diaria lo anterior se traduce en que si bien en los ochenta se programaban tres espacios infantiles diarios con una duración

resultante de casi dos horas cada día, en los noventa sólo se programarán diariamente dos espacios pero la programación infantil cuenta con dos horas y media cada día.

Cuadro I
Evolución de la cantidad de espacios y tiempo televisivo dedicado a públicos específicos

	Sesenta		Setenta		Ochenta		Noventa	
	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión
Infantiles	8.	7.	10.	11.	16.	10.	9.	11.
Territoriales			3.	2.	5.	6.	3.	1.
	(N:1853)	(N:55329)	(N:1393)	N:(61208)	(N:1589)	(N:76976)	(N:1606)	(N:85295)

7.2.1.2. Evolución de la duración de los espacios según el público al que se dirigen

La duración de los espacios según la audiencia a la que se dirigen no se diferencia hasta los años setenta. Hasta esa fecha, la duración era igual tanto si se dirigía al público infantil como si no se discrimina público alguno.

En los setenta se aprecia que los territoriales, que ya empiezan a programarse a partir del 75, consumen prácticamente siempre media hora del tiempo de emisión. Aunque esta duración no se diferencia de los otros espacios, pues lo normal en esta década es que todos los espacios ocupen alrededor de 30 minutos de tiempo televisivo. Por esta razón es relevante que los infantiles se programen poco más de la mitad de ellos con más de media hora de duración.

En los años ochenta existen diferencias entre los promedios de duración de los espacios según la audiencia a la que se dirigen. Estas diferencias se establecen entre los que se dirigen a la totalidad de la audiencia, que tienen una media de duración de 50 minutos, y los infantiles, a los que se les asigna media hora. También hay diferencias entre estos infantiles y los territoriales ya que en los ochenta estos últimos se les asigna como promedio más de una hora. Ello se debe a que en esta década casi la totalidad de los infantiles se programan con una duración no superior a los treinta minutos. Frente a esta relación, los programas que no discriminan el público, aun siendo frecuentes los que duran ese tiempo, se programan poco

más de la mitad con más de 30 minutos de duración. Los territoriales en estos años ochenta se programan más de la mitad de ellos con una duración que ronda los sesenta minutos siendo los que duran en torno a la media hora más bien escasos (tres de cada diez).

También existen diferencias en la duración media de los distintos espacios según el público en los años noventa, pero ésta se manifiesta entre los territoriales, con media hora de duración como promedio, con respecto a los otros, ya que tanto los generales como los infantiles duran aproximadamente una hora.

Aunque más de la mitad de los infantiles dura menos de treinta minutos, poco menos de la mitad ya dura más de ese tiempo, teniendo casi uno de cada cuatro más de hora y media de duración. Esta evolución no afecta a los espacios territoriales, los cuales prácticamente siempre se programan aproximadamente con media hora de duración.

Cuadro II

Duración media de los espacios según el público al que se dirigen

	espacios generales	infantiles	territoriales
años ochenta	50	30	60
años noventa	50	60	30

Cuadro III
Evolución de la duración de los espacios televisivos según la audiencia

	Setenta		Ochenta		Noventa	
	0-30m.	+30m.	0-30m.	+30m.	0-30m.	+30m.
Infantiles	46.	54.	81.	19.	59.	41.
Territoriales	93.	7.	32.	68.	89.	11.
Generales	57.	43.	41.	59.	41.	59.

Tras todo ello se puede identificar cierta lógica evolutiva tendente al aumento de la duración de los espacios televisivos. Aunque esta pauta sólo afecta a los espacios generalistas y territoriales en los años ochenta; en los noventa también se manifestará y notoriamente en los espacios que se dedican a los más pequeños, sin dejar de aumentar la duración de otros espacios, excepto los territoriales que en esta década reducen su duración además de, como se ha visto ya, su presencia en las parrillas de la primera.

7.2.1.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria según la audiencia

a) según el día de la semana

Cabe afirmar que no todos los días de la semana se programan de igual manera a la hora de establecer discriminaciones según la audiencia a la que va dirigida la programación.

Tanto si se establece el criterio diferencial con el número de espacios programados en ese día; como si se establece el tiempo que se les dedica en el total de la emisión, los resultados son similares.

Estos indican que la *programación territorial se programa, y siempre lo ha hecho, los días de diario*. Salvo en 1977, cuando además de los días laborables se programaban también espacios regionales en sábado, no se registra ningún otro año de los cuarenta que lleva emitiendo esta cadena en el que se programe especialmente para los públicos regionales en los fines de semana.

En cuanto a la programación infantil, cabe afirmar que tampoco se programan de igual manera todos los días de la semana, pues existe *mayor probabilidad de que se programen más espacios y más tiempo dedicado al público menor si el día es de fin de semana; y ello, desde que comenzara la televisión hasta la actualidad.*

Ahora bien, existe una evolución que afecta a la programación semanal de estos espacios. Pues si bien desde los comienzos del medio fue el sábado el día en el que se programaban más espacios y más tiempo televisivo dedicado al público infantil, en detrimento de los domingos que era el día en el que casi no existía este tipo de programación; en la última década esta pauta varía notoriamente.

Y es que a partir de los *noventa, el domingo programa más tiempo y más espacios infantiles de lo que programaba hasta entonces.* Llega incluso a programar más que el sábado, aunque este día sigue incluyendo más programación infantil de lo que se ofrece en los días laborables. Por ello, en esta década la cantidad de espacios y tiempo televisivo que se dedica a los niños en los dos días festivos sobrepasa con creces lo que se programaba en estos días antes de esta década.

Cuadro IV
Evolución de la programación infantil semanal

	Setenta		Ochenta		Noventa	
	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión
Laborables	14.	14.	15.	14.	10.	11.
Sábado	21.	22.	16.	22.	17.	22.
Domingo	3.	7.	5.	5.	24.	23.
	(N:1393)	(N:61208)	(N:1589)	(N:76976)	(N:1606)	(N:85295)

b) según la estacionalidad

Los resultados del estudio dan cuenta de que no todas las épocas del año se programan de la misma manera cuando se discrimina el tiempo de emisión en función de la audiencia potencial que puede consumirlo. Es decir, existen diferencias, aunque no muy notorias[113], del tiempo que se

[113]Estas diferencias no se traducen en términos absolutos y se aprecian sólo cuando se toma en cuenta el tiempo televisivo, ya que cuenta con unos totales que permiten apreciar tales discriminaciones. Sin

dedica a públicos específicos en las distintas estaciones anuales. Además, cabe afirmar que esta distinción estacional de la audiencia a la que se dedica el tiempo televisivo evoluciona con el paso del tiempo.

De esta manera, y en lo que a la programación territorial se refiere, el tiempo que se les dedica tiende a ser mayor con el paso de los años en el invierno y en menor medida en el verano que en las épocas que restan, sobre todo en el otoño, siendo en la última década la proporción de tiempo que se dedica al público regional mucho menor en esta estación que en otras épocas del año.

También se observa la misma tendencia en lo que se refiere al tiempo que se les dedica a los menores, ya que éste tiende a aumentar con el paso del tiempo en verano y en invierno, en detrimento del tiempo que se les dedica a los más pequeños en la primavera y el otoño.

c) según las franjas horarias

Los resultados del estudio permiten afirmar que no todas las franjas horarias de la jornada se programan de la misma forma a la hora de dirigirse a audiencias específicas, y además, los espacios que se destinan a los distintos públicos tienen unas franjas horarias típicas de aparición.

De esta manera se puede decir que prácticamente toda la *programación regional de TVE-1 se sitúa y se ha situado siempre en una franja concreta, la del mediodía* (13-15 horas).

Por lo que respecta al horario en el que TVE-1 programa los espacios *infantiles*, cabe afirmar que desde que comenzara sus emisiones la franja típica de su programación es la de la *tarde* (17-20 horas). Sin embargo, es importante señalar que en la última década se observa un cambio notorio y es que se programan menos espacios infantiles por la tarde para programarse en la *franja pre-matinal* (6-9 mañana).

---

embargo, cuando se atiende el número de espacios televisivos programados, al ser un total menor (y más si se discrimina por cada década), las diferencias no resultan ni significativas ni relevantes.

Cuadro V
Programación de espacios territoriales e infantiles

	años setenta	ochenta	noventa
Territoriales (13-15 horas)	100.	85.	69.
Infantiles (17-20 horas)	79.	81.	37.
(6-9h.)			29.

7.2.2. Perfil de programación de TVE-1 atendiendo al fin social

En este apartado se incluyen los resultados de la evolución de las características de la programación de esta cadena según los distintos usos sociales que se le asignan al medio .

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

7.2.2.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo dedicado a cada objetivo

Cuando se hace el balance de la programación de la primera cadena a lo largo de los primeros cuarenta años, los resultados del análisis realizado indican que existe una mayor proporción de espacios televisivos orientados al entretenimiento. Que los espacios que informan serían uno de cada tres espacios programados mientras que los que están más orientados a la formación del público son uno de cada cinco espacios que ha programado TVE-1. Dicho esquemáticamente,

entretenimiento > información > formación

No obstante, en estos primeros cuarenta años de historia de TVE-1, se han programado más espacios dirigidos a informar y formar que a entretener, lo que esquemáticamente se resume en

informativos + formativos > entretenimiento

Sin embargo, cuando se atiende al tiempo televisivo que se ha dedicado a cada una de estos objetivos, se observa que no sólo el tiempo dedicado a entretener es mayor que el que se dedica a informar o a formar, sino que

además, y a consecuencia de la mayor duración de los espacios de entretenimiento, la mayoría del tiempo que ha emitido TVE-1 ha sido para entretener a su público:

informativos + formativos < entretenimiento

Este perfil, aunque se refiere a la totalidad del período considerado, se corresponde también con el de la mayoría de los intervalos en los que se pueden desglosar los cuarenta años de programación, ya sea cada cuatro años o décadas. Hay que señalar también que hay excepciones ya que no en todos los períodos se mantiene esta lógica al programar por lo que cabe hablar de cierta evolución en el uso social adjudicado al medio televisivo.

De este modo, el perfil del período inicial de TVE-1 es similar al que se ha establecido para todo el tiempo considerado, es decir, hay más programas dirigidos a entretener que a informar o formar, y más espacios que informan que los que forman; pero estos dos últimos espacios juntos suman más que los espacios caracterizados por el entretenimiento que ofrecen. Sin embargo, existe el mismo tiempo televisivo dedicado a entretener que a informar o formar y, frente a la cantidad de espacios, en este período inicial de la televisión española se dedica *más tiempo de emisión a la formación de la audiencia que a su información.*

A nivel de emisión se puede decir que si en los años sesenta había diariamente cinco horas de emisión, dos horas y media eran para entretener al público de entonces, hora y media para formarle y una hora para procurar su información.

A partir de esos años iniciales de los sesenta se inicia una pauta evolutiva que implica el incremento considerable de los espacios y los tiempos dedicados a la información en detrimento de la función formativa del medio. Esta tendencia hace que en la década de los setenta se programen la misma cantidad de espacios de entretenimiento que informativos aunque por la mayor duración de los primeros, se dedique más tiempo a la función lúdica del medio. Incluso existe un período concreto en plena transición (76-80) donde los espacios informativos superan a los que se programan para entretener, aunque no el tiempo que se les dedica.

Las emisiones de los setenta duraban diez horas aproximadamente. Pues bien, cinco horas y media eran para entretener al público. Más de la mitad. Dos horas y media para informarle y dos horas para procurar su formación. Sin embargo, el número de espacios que se programaban diariamente para cada misión se equilibra: seis de los 15 diarios son espacios lúdicos, pero otros seis son informativos, mientras que sólo tres son formativos.

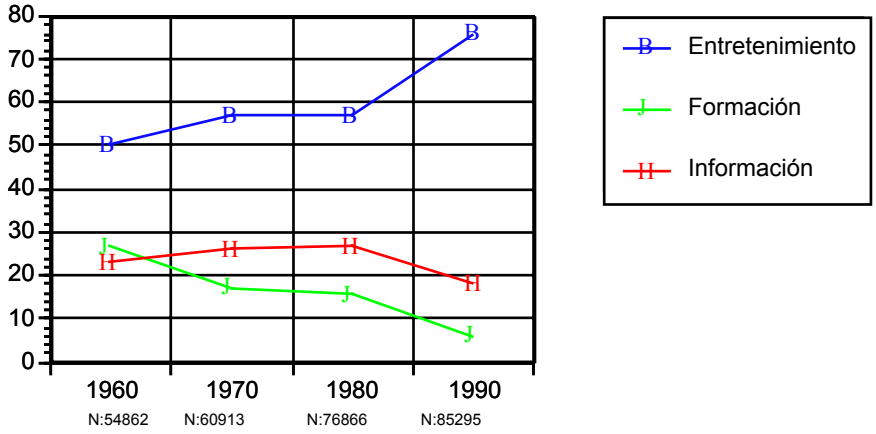
En las últimas décadas se observan también cambios en esta lógica de programar atendiendo a la función social del medio televisivo. Porque si bien aumenta notoriamente el tiempo de emisión diario, como se ha visto, y consecuentemente el número de espacios, no lo hacen de la misma manera los espacios que informan, forman o entretienen.

En primer lugar se observa que *a medida que pasa el tiempo, la función formativa del medio decrece paulatinamente* hasta quedar reducida a poco más de cinco de cada cien espacios que se programan. Concretamente cuatro espacios diarios en los ochenta y dos en los noventa, cuando ya se programan más de veinte diariamente. En cuanto al tiempo asignado, si ya la emisión alcanza las 20 horas en los ochenta, sobrepasándolas incluso en los noventa, sólo dos horas en los ochenta y sólo una en los noventa se dedica a un uso formativo.

También a partir de los ochenta existe una disminución de los espacios y tiempos televisivos dedicados a informar al público. Esta reducción del uso informativo no es tan radical como en el caso del formativo. Concretamente, cinco horas y media se dedican a la información en los ochenta, cuatro horas diarias en los noventa.

Consecuentemente, a partir de 1980 *aumenta progresiva y notoriamente la función lúdica del medio televisivo*. De este modo, ya en los noventa más de la mitad de los espacios que se programan y más de las tres cuartas partes del tiempo que emite esta primera cadena no tienen otro objetivo que el mero entretenimiento de la audiencia. En una emisión de 17 horas, promedio de las que se programaban en los ochenta, nueve horas son para uso lúdico. En los noventa se incrementa esa asignación: 17 horas cada día para entretener.

Gráfico 3
Evolución del tiempo televisivo empleado para informar, formar o entretener



BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

7.2.2.2. Evolución de la duración de los espacios televisivos según el fin social

La duración de los espacios televisivos se programa teniendo en cuenta el uso social que se les asigna, es decir, los espacios que entretienen, los que informan o forman a la audiencia no ocupan el mismo tiempo del que ofrece la cadena.

En los cuarenta años que lleva esta cadena, se observa que los espacios de entretenimiento duran más que los programas que persiguen la información y, en menor medida, la formación del público. Además, esta lógica también se manifiesta en la evolución de la duración de los distintos espacios televisivos, pues estas diferencias se acentúan más a medida que pasa el tiempo.

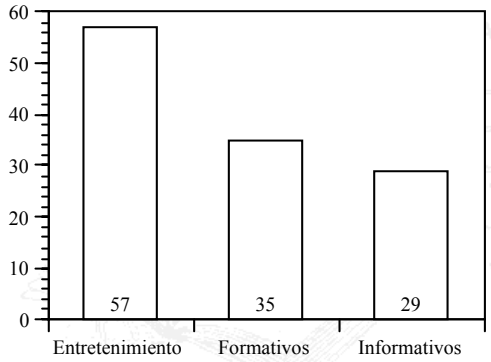
En los primeros años de funcionamiento televisivo no existen notorias diferencias entre la duración de los espacios, programándose todos ellos en torno a la media hora de duración, aunque ya se observa una tendencia de los espacios de entretenimiento a sobrepasar los treinta minutos y de los informativos a programarse por debajo de este tiempo.

En las siguientes décadas cada vez son más los espacios lúdicos que se programan con una hora de duración e incluso más, siendo cada vez más

minoritaria la práctica de programar estos espacios con menos de treinta minutos.

Consecuentemente, a medida que pasa el tiempo se acentúan las diferencias entre la duración de estos espacios con los que pretenden informar y formar a la audiencia. Los programas con estos dos usos se programan sobre todo con media hora de duración o menos de ese tiempo. Y cuando se superan los treinta minutos es más probable que sean formativos que informativos, excepto en los años ochenta, cuando la probabilidad se invierte en favor de los informativos.

Gráfico 4
Duración media de los espacios que ha programado TVE-1 a lo largo de su historia según el fin social que se persiga



Cuadro VI
Evolución de la duración de los espacios televisivos según informen, formen o entretengan a su audiencia

	Entretenimiento				Formativos				Informativos			
	60	70	80	90	60	70	80	90	60	70	80	90
-30'	67.	37.	35.	26.	76.	60.	66.	57.	90.	75.	52.	69.
30-60'	12.	26.	33.	34.	21.	31.	29.	34.	7.	23.	37.	25.
+60'	12.	37.	32.	40.	3.	9.	5.	9.	2.	2.	12.	6.
	N:737	N:565	N:700	N:955	N:468	N:252	N:342	N:12	N:580	N:558	N:542	N:529

7.2.2.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria la finalidad de lo programado

a) Según el día de la semana

El día de la semana de que se trate tiene mucho que ver cuando se programan espacios televisivos que informan, forman o entretienen a la audiencia potencial a la que se destinan.

Y es que se observa *desde los comienzos del medio hasta la actualidad, cierta lógica al programar más entretenimiento*, tanto en número de programas como de tiempo de emisión, *en los fines de semana.*

Esta lógica afecta no sólo al sábado y al domingo sino también al viernes, aunque no se manifiesta de igual manera en los tres días. De este modo, se observa que a medida que pasa el tiempo, el viernes va asumiendo cada vez más entretenimiento llegando en los últimos años a programar más que en los otros días festivos. Sin embargo, es el domingo el que también a medida que pasa el tiempo programa menor cantidad de espacios y tiempos dedicados a entretener, llegando incluso en los ochenta a programar menos de lo que se programa en los días laborables. En menor medida también sucede lo mismo con el sábado en los años noventa, aunque el número de espacios que se programan en ese día se equipara con los restantes, no sucede lo mismo con el tiempo de emisión ya que se sigue programando más tiempo lúdico ese día que en los otros cotidianos. En todo caso, *la evolución en la programación semanal del entretenimiento convierte al viernes en el día más lúdico de la semana.*

Esta actuación del viernes como día de fin de semana sólo se manifiesta en lo que a programación de entretenimiento se refiere. Porque los fines de semana, excluido el viernes, son los que registran menor proporción de espacios y de tiempo dedicado a la información televisiva. Es decir, *es de lunes a viernes cuando se programan más espacios dedicados a la información del público y por tanto cuando se asigna más tiempo de emisión a esta función informativa* y ello sucede en los últimos treinta años de vida televisiva de esta cadena[114].

---

[114]Antes de los setenta los datos obtenidos no son ni significativos ni fiables, toda vez que el tiempo de emisión del fin de semana era más prolongado que el tiempo de emisión de los días laborables, ya que en estos últimos días la emisión se cortaba durante unas horas. Aunque en la década siguiente también ocurre lo mismo, el periodo comprendido por la partición es mucho menor, como ya se ha visto en otro capítulo.

Por lo que respecta a la función formativa del medio se puede decir que en las primeras décadas del medio los días laborables son los que registran mayor programación de este tipo. Sin embargo, esta característica no se repite en los años ochenta y sobre todo en los noventa pues entonces son las emisiones de los fines de semana las que programan más espacios y dedican más tiempo a la formación. Es más, se puede decir que son los domingos los días que absorben ese incremento de la media.

Cuadro VII
Evolución del número de espacios programados diariamente según la funcionalidad del medio

	Entretenimiento				Formativos				Informativos			
	60	70	80	90	60	70	80	90	60	70	80	90
laborable	15.	13.	14.	13.	15.	12.	16.	11.	15.	15.	17.	16.
viernes	9.	16.	16.	19.	12.	19.	15.	17.	12.	17.	15.	20.
sábado	12.	16.	17.	12.	13.	13.	9.	12.	15.	11.	10.	9.
domingo	21.	16.	9.	14.	14.	19.	11.	25.	20.	18.	9.	11.
(N)	(737)	(565)	(700)	(955)	(468)	(252)	(342)	(122)	(580)	(558)	(542)	(529)

b) según la estacionalidad

La programación televisiva tiene en cuenta el ciclo estacional a la hora de establecer discriminaciones en los usos sociales asignados, es decir, existen diferencias, no muy notorias pero sí destacables, en la proporción que de tiempo televisivo se dedica a formar, informar o entretener al público según las estaciones del año. Además, esta distinta funcionalidad del medio según la estacionalidad ha evolucionado con el paso del tiempo.

De este modo se observa que el tiempo televisivo dedicado a entretener se concentra sobre todo en las estaciones más cálidas, aunque esta lógica sufre una variación en los ochenta, pues en esta década se observa que se programa más tiempo lúdico en el otoño y el invierno.

En lo que respecta a la función informativa del medio cabe destacar que no existe apenas diferencia en el tiempo que se le dedica según la época del año hasta los noventa, pues a partir de entonces será muy notoriamente la primavera la estación que registre más tiempo de emisión dedicado a un uso informativo.

El tiempo que TVE-1 dedica a formar a su audiencia desde siempre se ha concentrado sobre todo en verano, aunque también en la primavera y en los ochenta en la estación invernal.

c) según las franjas horarias

La hora en la que se programan los espacios televisivos para ser emitidos tiene en cuenta el uso social que se les atribuye. Sin embargo, en los primeros años de la televisión, y dado que las horas de emisión se concentraban en la tarde-noche, obviamente se concentraban también a esas horas todos los espacios que se programaban, es decir, no se discrimina la función social a la hora de ubicar los espacios televisivos en los tiempos de emisión.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

Cuadro VIII
Evolución de la programación horaria de los espacios según funcionalidad

	Lúdicos			Formativos			Informativos		
	70	80	90	70	80	90	70	80	90
6-9		1.	8.		2.	5.		5.	8.
9-13	5.	11.	17.	15.	17.	33.	2.	5.	12.
13-15	3.	5.	12.	16.	7.	21.	25.	18.	16.
15-17	25.	23.	12.	22.	4.	1.	17.	19.	14.
17-21	42.	36.	24.	20.	54.	16.	18.	21.	20.
21-23	23.	20.	13.	23.	11.	5.	33.	22.	13.
23-1	2.	1.	4.	3.	4.	7.	4.	11.	7.
1-6		3.	11.		1.	12.		1.	10.
(N)	(565)	(700)	(955)	(252)	(342)	(122)	(558)	(542)	(529)

A medida que se avanza en el horario de inicio de las emisiones y se prolonga su horario de cierre, aparecen nuevas franjas horarias en las que programar los espacios televisivos. Con ello aparece en torno a los setenta una variación en la distribución horaria de esos espacios, de tal manera que se puede decir que a medida que la televisión española va cumpliendo sus años se observa que *los espacios formativos van ocupando las franjas horarias más tempranas*, mientras que las franjas más tardías se van llenando de espacios informativos y en menor medida de entretenimiento.

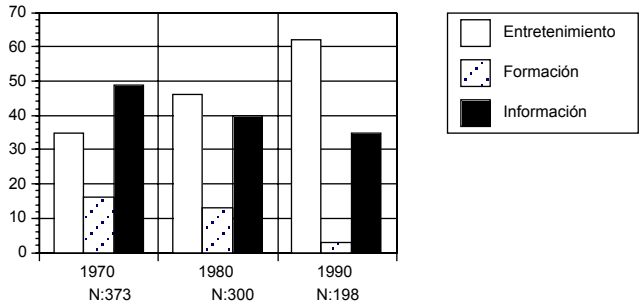
La ecuación en estos años centrales de la historia de la cadena es equivalente entre los espacios informativos y de entretenimiento, tanto en cantidad, como se ha visto anteriormente, como en la preferencia de su

ubicación en unas u otras franjas horarias; aunque esta balanza se suele inclinar hacia la función informativa del medio.

En los ochenta ya se programan prácticamente todas las horas del día, pero no de igual manera. La balanza entre la función informativa y la lúdica se inclina ya por ésta última, porque aunque existe mayor probabilidad de que se programen *espacios informativos en unas horas muy concretas que coinciden precisamente con los horarios tradicionales de los partes* (en torno a las 15:00 y en torno a las 21:00); *existe sin embargo mayor probabilidad de que se programen espacios de entretenimiento en el resto de la jornada*, incluyendo precisamente la franja privilegiada del "prime-time" (21-23 horas). La *formación*, por tanto, deja de ser una función prioritaria en la primera cadena de los años ochenta. No sólo porque se programa en menor cantidad, sino también porque se concentra en franjas poco privilegiadas en público potencial (*mañana y tarde*), sin que lleguen a ser ni siquiera a esas horas los espacios más programados.

En los noventa se acentúa esta lógica negativa para la función formativa e informativa del medio. En esta década, *la programación de esta primera cadena convierte a la función lúdica en la prioritaria prácticamente en todas las franjas horarias*, programándose más y con mayor diferencia con respecto a otros espacios en la franja del "prime-time". Se puede decir que a todas horas lo que más se programan son espacios dirigidos a entretener.

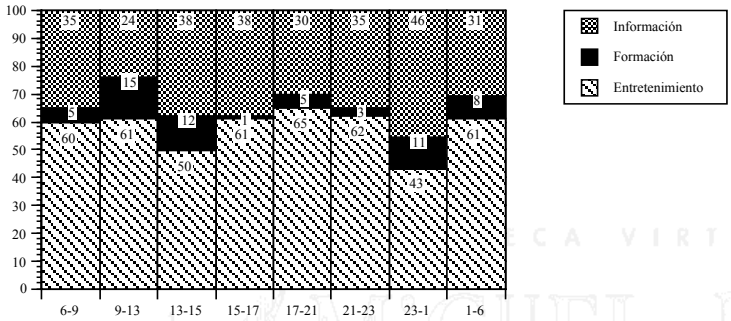
Gráfico 5
Evolución de la funcionalidad del prime time de TVE-1



Aunque de manera minoritaria con respecto a otros espacios, la *formación se concentra en las mañanas y en menor medida en la noche más tardía.*

Los espacios *informativos en esta última década se programan sobre todo entre 6 y 9 de la mañana, entre las 13 y 15 horas y en torno a las 21 horas. Y, aunque de manera minoritaria, también se programan en las últimas horas de la noche* (23-1 de la madrugada), que es el único momento en el que se pueden encontrar más espacios informativos que los que se dirigen a entretener a esa audiencia nocturna.

Gráfico 6
Funcionalidad diaria en los años noventa en TVE-1



7.2.3. Perfil de programación de TVE-1 atendiendo al contenido vehiculado

En este apartado se detallan los resultados que han adoptado las características de la programación según el contenido al que se refieran los espacios televisivos a lo largo del período estudiado.

7.2.3.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo según el referente tratado

El perfil de la programación de TVE-1 atendiendo al contenido de los espacios televisivos programados en sus primeros cuarenta años de historia advierte que la televisión en primer lugar programa espacios que vehiculan referencias de la realidad, aunque los programas que transmiten estas referencias no lleguen a la mitad de los espacios programados. En segundo lugar se encuentran los espacios referidos a la ficción, los cuales suponen un cuarto del total de los espacios programados por TVE-1. En el tercer puesto se sitúan los espacios que referencian cosas varias o variedades y que son

poco más de una séptima parte de la totalidad de los espacios que se han ofrecido. Esquemáticamente,

Realidad > Ficción > Variedades > Otros

A gran distancia de estos tres grandes bloques se encuentran los espacios dedicados a otros contenidos específicos (deportes, toros, religión o música) que se programan con una cadencia de uno de cada veinte de los espacios que ha programado TVE-1 en los cuarenta años que lleva emitiendo. Esta escasa presencia hace que no se considere su estudio cuando se atiende al perfil de la programación que caracteriza a TVE-1 desde el punto de vista temático.

Este perfil programático atendiendo al contenido que transmite la televisión se mantiene si se desglosa el tiempo cada cuatro años o décadas, es decir, tradicionalmente se ha mantenido como principal referente la realidad, seguido de la ficción y en tercer lugar las variedades. Los contenidos concretos los trata TVE-1, como cabía esperar al ser una cadena generalista, de manera puntual, escasa y en todo caso como contenidos concretos dentro de espacios generales que tratan otros temas.

Sin embargo, cabe hablar de cierta evolución en los contenidos que vehicula esta primera cadena por cuanto se observan unas tendencias que, manteniendo este orden de prioridades, acentúan o atenúan las diferencias entre uno u otro referente a medida que pasa el tiempo.

Y es que si bien los programas que versan sobre la *realidad* se mantienen con cierta estabilidad en las parrillas de los sesenta y setenta, siendo el contenido de 7 espacios diarios de los 15 que se programan en estos años; a partir del año 1975 su presencia alcanza un *pico positivo* que hace que más de la mitad de lo programado de TVE-1 tenga como referente inmediato la realidad misma. Sin embargo, ya *en los ochenta se inicia otra tendencia acentuada en los noventa y que implica una progresiva bajada de su presencia en la programación* de esta cadena, aunque siguen siendo en la actualidad aunque por ínfima diferencia, los espacios más programados. A nivel de emisión diaria la presencia de espacios que referencian la realidad se sitúa en unos ocho de 22 que se programan diariamente.

Por lo que respecta a la *ficción televisiva*, si bien había mantenido una tendencia ascendente, en el período 76-80 y contrariamente a esta tendencia, los espacios que tratan esta temática *sufren un descenso*. Sin embargo, *ya en los ochenta vuelven a retomar la tendencia ascendente y tanto en esta década y sobre todo en los noventa, su aumento* en las parrillas de programación de la primera cadena hace que la diferencia con respecto a los programas de referencia real sea cada vez más pequeña. Tres espacios de 15 que se emitían cada día anteriormente, casi 8 de cada 22 que se programan en los últimos tiempos.

No ocurre lo mismo con los programas de *variedades,* ya que se mantienen *estables hasta bien entrados los ochenta, cuando se advierte una tendencia al incremento* de este tipo de espacios que culmina en los primeros años de los noventa con casi un cuarto de lo programado por esta cadena.

Aunque en número de espacios programados resultaba mucho mayor el número de ellos que referían la realidad frente a la ficción u otros contenidos; cuando se analizan los datos teniendo en cuenta el tiempo que resulta de programar esos espacios, los datos arrojan diferencias. Y es que, para todo el tiempo total de emisión de TVE-1, esta cadena ha programado el mismo tiempo para tratar la realidad como para tratar la ficción. Es decir, en estos cuarenta años que lleva emitiendo TVE-1, una tercera parte ha sido para tratar temas que refieren cosas reales, mientras que otra tercera parte ha sido para tratar temas de ficción. La otra parte de tiempo restante ha sido fundamentalmente para tratar temas variados porque los contenidos concretos apenas tienen cabida en la programación de la primera cadena. Esquemáticamente

Realidad = Ficción = Variedades + Otros

En un análisis diacrónico del tiempo que se dedica a cada contenido cabe afirmar que el perfil que refiere la totalidad del tiempo transcurrido no se corresponde con ningún período de tiempo concreto, es decir, nunca en la historia de este medio el tiempo que refería la realidad se igualaba al que trataba la ficción. Se percibe, por el contrario, que tradicionalmente *siempre ha sido mayor el tiempo dedicado a tratar la realidad que la ficción y que sólo a partir de los noventa sucede precisamente lo inverso, que la ficción supera en tiempo de emisión a la realidad como referente de los mensajes*.

Ahora bien, es precisamente en los noventa cuando el tiempo de emisión crece considerablemente y, por tanto, también el tiempo que se dedica a la ficción, además de aumentar también la duración de estos espacios. Por ello, al hacer la media de los cuarenta años la proporción de ficción se iguala con la de los referentes reales.

Además, *el tiempo que refiere la realidad baja en esos últimos años tanto que se ve superado incluso por el tiempo dedicado a temas variados*, ya que éstos ascienden precisamente en tiempo de emisión en estos últimos años. Esta temática variada siempre había ocupado el tercer lugar en la cantidad de tiempo dedicado a cada tema.

Por lo que respecta a los *contenidos concretos*, cabe destacar que si bien el tiempo dedicado a estas temáticas nunca ha sido importante, cabe destacar que si en los años sesenta y setenta su presencia suponía una séptima parte, a partir *de los ochenta y sobre todo en los noventa el tiempo que se les dedica queda reducido* sólo a una parte de veinte si se divide así el tiempo de emisión.

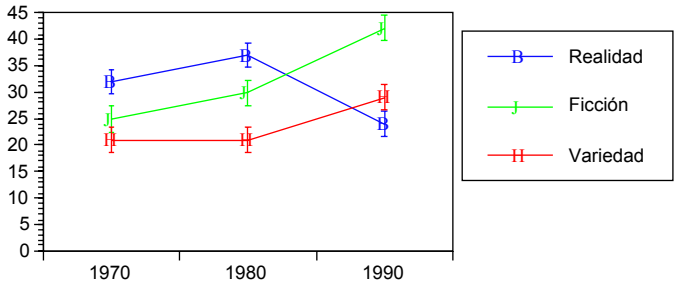
De este modo, si antes se emitía una media de diez horas diarias, tres se referían directamente a la realidad, dos horas y media a la ficción, dos horas a tratar variedades, y otras dos horas y media a otros temas. En los últimos años, si la emisión tiene 22 horas diarias, se dedican de ellas 5 a tratar temas reales, nueve horas de ficción televisiva, seis horas de temas varios y sólo dos a referentes concretos tratados de modo específico.

Cuadro IX

Evolución de la cantidad de espacios y tiempo televisivo dedicado a cada referente

	Sesenta		Setenta		Ochenta		Noventa	
	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión
Realidad	47.	37.	48.	32.	47.	37.	39.	24.
Ficción	24.	30.	20.	25.	24.	30.	34.	42.
Variedades	13.	13.	15.	21.	17.	21.	21.	29.
N (total)	(1853)	(55329)	(1393)	(61208)	(1589)	(76976)	(1606)	(85295)

Gráfico 7
Evolución de la temática de TVE-1



7.2.3.2. Evolución de la duración de los distintos espacios según el contenido que vehiculen

El establecimiento de la duración de los espacios televisivos tiene en cuenta el contenido al que se refieran. Es decir, *no duran igual y no lo han hecho nunca los espacios que referencian la realidad de los que se refieren a la ficción o a temas varios.* En cuanto a otros contenidos, la escasez de su programación impide hablar de regularidades y discriminaciones en sus duraciones.

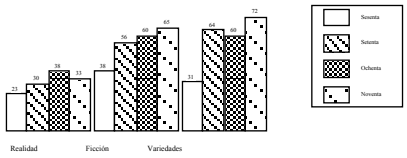
Los que referencian la realidad tienen y han tenido siempre una duración media situada en torno a los treinta minutos, y una frecuencia de programación en la mayoría de los casos no superando la media hora de tiempo asignado. Cuando los espacios que tratan la realidad duran más de treinta minutos, es más probable que sea en los años ochenta que en otro período. A parte de esta pauta, que además no supone una diferencia con respecto a su duración característica ya que sigue siendo de media hora, se puede decir que este tipo de espacios mantiene en lo que a su duración se refiere cierta estabilidad a pesar de los cuarenta años transcurridos.

Mientras, los espacios que no refieren la realidad, aunque también los hay que duran treinta minutos, sobre todo en los primeros años, arrojan un promedio de su duración situado en torno a la hora y una más frecuente aparición sobrepasando los treinta minutos. Se puede añadir que aunque esta pauta se refiere tanto a los espacios de ficción como a los programas de variedades, son estos últimos espacios los que se caracterizan por una mayor asignación de tiempo de emisión. Se puede afirmar también que se observa, *tanto para la ficción como para las variedades, una tendencia a*

programarles con mayor duración a medida que pasa el tiempo, llegando incluso en los noventa a superar con creces los sesenta minutos de duración media.

Gráfico 8

Evolución de la duración media de los espacios según el contenido que vehiculen



Cuadro X

Evolución de la duración de los espacios televisivos según traten la realidad, la ficción o temas variados

	Realidad				Ficción				Variedad			
	60	70	80	90	60	70	80	90	60	70	80	90
-30'	89.	75.	53.	65.	68.	44.	34.	25.	71.	34.	49.	32.
30-60'	11.	23.	36.	27.	22.	26.	37.	37.	23.	30.	25.	27.
+60'		2.	11.	8.	10.	30.	29.	38.	6.	36.	26.	41.
(N)	(875)	(666)	(750)	(626)	(438)	(273)	(382)	(550)	(231)	(203)	(267)	(339)

7.2.3.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria según los distintos referentes

a) según el día de la semana

La programación de los espacios televisivos en los diferentes días de la semana guarda cierta relación con la temática que abordan, es decir, no todos los días se programan igual los espacios y tiempos televisivos de la primera cadena discriminándolos temáticamente.

Y es que se observa que los espacios y tiempos que tratan o transmiten referencias de la realidad se programan con mayor proporción en los días laborables que en los fines de semana. En esta relación el viernes actúa como día laborable. Además, *esta lógica de programar los espacios de*

referentes reales los días cotidianos se ha mantenido invariable a lo largo de los cuarenta años de historia de esta cadena.

Una lógica inversa se manifiesta a la hora de programar *la ficción televisiva. Se puede decir que siempre, desde los comienzos del medio hasta la actualidad, se ha preferido programar esta temática sobre todo en los días de fin de semana*. Cabe añadir además que es el sábado el día que generalmente concentra mayor número de espacios y tiempo dedicado a la ficción. El viernes, en este caso, actúa como un día de fin de semana. Aunque en los primeros años la programación de ficción del viernes era como el resto de los días laborables, este comportamiento ha evolucionado hacia su equivalencia con los otros días festivos llegando incluso a superar al sábado en los últimos años.

Por lo que respecta a los espacios y tiempos que tratan *temas variados, cabe apuntar que tradicionalmente el domingo y a partir de los ochenta también, y sobre todo, el viernes* son los días en los que se concentra su programación. Sin embargo, no se puede hablar de una lógica que da prioridad a los fines de semana dado que el sábado es un día en el que la presencia de variedades es muy escasa.

Cuadro XI

Evolución de la programación semanal según la temática del medio

	Realidad				Ficción				Variedades			
	60	70	80	90	60	70	80	90	60	70	80	90
laborable	15.	14.	17.	15.	13.	13.	13.	13.	13.	15.	18.	15.
viernes	13.	20.	16.	20.	11.	17.	18.	18.	6.	19.	15.	21.
sábado	14.	12.	10.	10.	19.	18.	19.	13.	14.	9.	8.	9.
domingo	12.	12.	7.	10.	16.	12.	10.	15.	27.	12.	5.	12.
(N)	(875)	(666)	(750)	(626)	(438)	(273)	(382)	(550)	(231)	(203)	(267)	(339)

b) según la estacionalidad

La programación de una cadena varía estacionalmente. Pero esto no quiere decir que exista necesariamente una discriminación temática entre las distintas estaciones anuales. De hecho, existe cierta equivalencia en la oferta temática de la primera cadena en cada época del año, y ello desde que comenzara sus emisiones hasta la actualidad.

Esta equivalencia no es igualdad, sino que existen diferencias en la programación de las distintas estaciones anuales, aunque estas diferencias no son muy notables. De hecho, sólo se perciben cuando se atiende al volumen de tiempo de emisión, y ello porque este volumen es elevado. Además, la distinta variación de estas diferencias con el paso del tiempo impide identificar lógicas evolutivas claras ni tan siquiera tendencias ni pautas de programación.

BIBLIOTECA VIRTUAL

Más bien cabría hablar de razones coyunturales que afectan a períodos concretos y que pueden explicar por qué los referentes reales se tratan más en verano en los años centrales y en la primavera en los últimos; por qué también en los sesenta-setenta y en los noventa se trata la ficción sobre todo en verano mientras que en los ochenta es esa la época en la que menos se trata; o por qué es la primavera la época en la que menos variedades se programan tradicionalmente excepto en la última década que es precisamente la que absorbe la mayor proporción de esta temática.

c) según las franjas horarias

La programación horaria de los espacios se realiza teniendo en cuenta los contenidos que transmiten. Dicho de otro modo, no se programan en las mismas horas o franjas horarias los espacios que tratan la realidad, la ficción o variedades. Cada uno de estos espacios tiene sus horas características, donde es más probable su presencia ya que normalmente a todas horas en las que existe emisión se programan espacios de todo tipo.

De esta manera, aunque los espacios que tratan *la realidad* aparecen en todas las franjas, lo hacen con mayor frecuencia *en torno a las 15 horas y en torno a las 21 horas,* citas cotidianas de los telediarios. Además, estas horas concretas se han mantenido desde los comienzos del medio hasta la

actualidad. *A medida que las horas de emisión aumentan, los espacios de referente real ocupan esas horas añadidas, la franja pre-matinal, y en menor medida también las horas más tardías,* más tarde incluso de la 1 de la madrugada.

Los espacios de *ficción* se han programado tradicionalmente por la *tarde y por la noche*, es decir, en las horas en las que se podía. A medida que el horario de emisión se extiende, van apareciendo espacios de ficción a todas las horas del día, apareciendo *en los ochenta la ficción en la sobremesa* (15-17 horas) *y en los noventa la ficción en las mañanas* (9-13 horas) *y en la madrugada* (1-6).

Más estable es la franja típica de los espacios de *variedades* pues desde los comienzos del medio hasta la actualidad la mitad de los que se han programado lo han hecho por la *tarde* (17-21 horas). Sólo a partir de *los noventa* aparece otra franja privilegiada para su programación, *el horario matutino* e incluso pre-matutino.

Cuadro XII
Programación horaria de los referentes televisivos

	Realidad				Ficción				Variedades			
	60	70	80	90	60	70	80	90	60	70	80	90
6-9			5.	7.			2.	5.				12.
9-13	3.	2.	8.	14.			8.	16.		4.	13.	21.
13-15	17.	26.	13.	18.	3.		5.	7.	10.	5.	5.	18.
15-17	23.	20.	15.	12.	29.	29.	28.	17.	17.	24.	18.	7.
17-21	22.	17.	33.	20.	36.	36.	28.	21.	40.	56.	54.	27.
21-23	28.	32.	20.	13.	32.	33.	25.	13.	31.	10.	9.	12.
23-1	8.	3.	6.	7.		2.	1.	6.	2.	1.	1.	
1-6			1.	10.			4.	16.			2.	4.
(N)	(875)	(666)	(750)	(626)	(438)	(273)	(382)	(550)	(231)	(203)	(267)	(339)

La composición temática de las franjas en las que se puede dividir la jornada también tiene su lógica. Como cabría esperar ante el creciente ascenso de la ficción y las variedades en detrimento de espacios de referente real, también sufre un paulatino descenso la presencia de espacios de contenido inmediato en todas las franjas, sobre todo en las más privilegiadas

del día, a favor sobre todo de la ficción y en menor medida de las variedades.

De este modo si bien en los ochenta, que es cuando aparece la franja pre-matinal, prácticamente todos los espacios programados a esas horas trataban temas reales; en los noventa, aun siendo también la mayoría, lo son por escasa diferencia con respecto a los espacios de variedades. La ficción tiene una presencia menor a estas tempranas horas.

Las mañanas de TVE-1 también han sufrido una notable variación en los referentes tratados con el paso del tiempo. Si bien siempre se ha tratado sobre todo la realidad y en menor medida se programan también espacios de variedades teniendo la ficción escasa frecuencia, en los noventa se aprecia cierto cambio ya comentado, y es el aumento considerable de la programación de ficción.

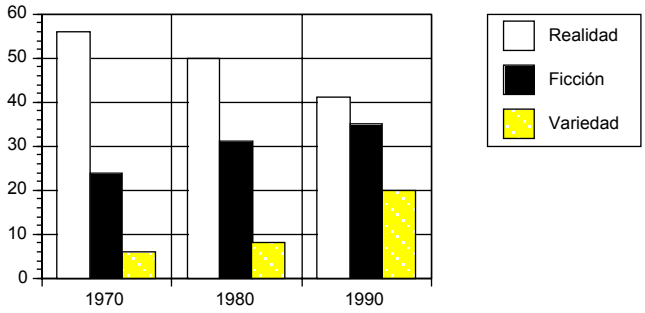
BIBLIOTECA VIRTUAL

La franja horaria del mediodía es la franja en la que sobre todo se programan espacios de referencia real, aunque su presencia va descendiendo a medida que pasa el tiempo a favor de la ficción en los ochenta y de las variedades en los noventa. Dinámica que se invierte en la franja de sobremesa pues aunque los espacios de referencia real descienden también a medida que pasa el tiempo, lo hacen a favor de las variedades en los ochenta y de la ficción en los noventa, llegando incluso a sobrepasar la ficción a los temas de la realidad en la última década.

La tarde es un momento de equilibrio entre los principales referentes que pueden tratar los espacios televisivos, aunque se advierte la tendencia a un aumento considerable de los espacios de ficción que se programan a estas horas en los últimos años.

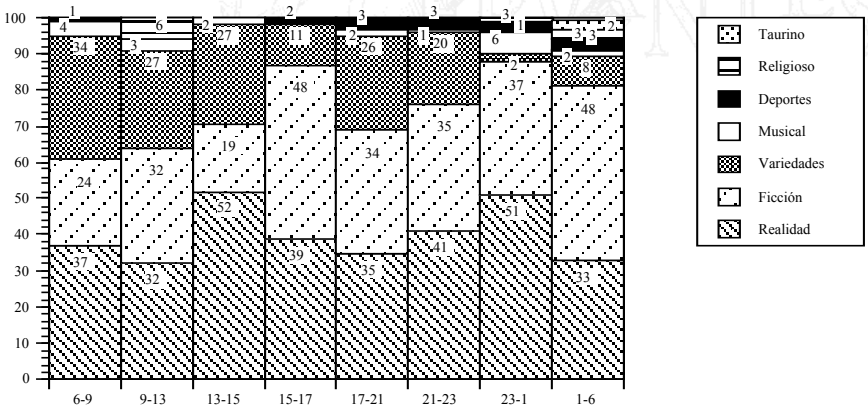
También ha evolucionado el llamado “prime-time” de esta cadena, pues a medida que pasa el tiempo va decreciendo la programación de espacios de temas reales, aunque se mantiene su puesto preferencial, y ello a medida que crece la programación de ficción y de las variedades.

Gráfico 9
Evolución de la temática del "prime time"



En cuanto a la noche cabe comentar que si bien las primeras horas son sobre todo dedicadas a referentes reales, a partir de la 1 de la madrugada se emiten sobre todo espacios de referente ficticio, siendo los espacios de variedades escasos tanto entre las 23:00 y la 1 de la madrugada como más tarde de esa hora.

Gráfico 10
Temática vehiculada por TVE-1 a lo largo del día en los años noventa



7.2.4. Perfil de programación según los formatos de realización de los espacios utilizados por la primera cadena

En este epígrafe se incluye el estudio evolutivo de las características de la programación diferenciada según la realización televisiva.

7.2.4.1. Evolución del número de espacios y tiempo de emisión que se realiza en distintos formatos televisivos

El perfil de la programación de la primera cadena española atendiendo al formato que se utiliza en la elaboración y realización de los diferentes espacios televisivos muestra que para todo el tiempo considerado, el formato más utilizado es el que resulta de producir los espacios en un estudio de televisión, con una relación que casi llega a ser de dos de cada tres espacios programados. El otro espacio que resta, la mayoría de las veces es un enlatado, puesto que las retransmisiones en directo apenas se han utilizado en esta primera cadena.

Programas en estudio < enlatados < retransmisiones en directo

Pero además, se puede decir que TVE-1 ha programado más espacios del prototipo de los telediarios (busto parlante con intercalación de reportajes) que de otro tipo, situándose en torno a un tercio de los espacios programados por esta cadena. A este formato le siguen, con bastante diferencia, las series televisivas primero y el formato tipo magazine (presentador de diversos), cuya presencia alcanza casi seis de cada diez de los espacios que se han programado. En un tercer nivel, y también a gran distancia de éstos últimos se sitúan los otros formatos televisivos, con una presencia individual en todo el período histórico que no supone más que su recurso en uno de cada veinte de los espacios que se pueden emitir. Estos mismos resultados se obtienen si se toma en cuenta el tiempo de emisión que se dedica a cada formato televisivo.

Sin embargo, a pesar de mantenerse este perfil de programación según el formato de realización en la mayoría del tiempo considerado, cabe mencionar algunas tendencias evolutivas que hacen que la relación entre uno u otro formato se alteren con el paso del tiempo.

De esta manera, en los primeros años de la televisión se advierte que dos tercios de la programación es realizada en los estudios televisivos, mientras que el otro tercio es producción preparada, siendo prácticamente inexistente la retransmisión directa. Desglosando la producción de estudio se advierte que ésta básicamente se realizaba con un presentador que introduce reportajes (prototipo telediario) y en menor medida diversas actuaciones (prototipo magazine). Los espacios dialógicos y los

espectáculos tienen poca presencia en estos primeros años. Por lo que respecta a los espacios preparados, cabe decir que sobre todo son de tipo seriado, y en menor medida de animación o documentales. Los cinematográficos y los teatrales tienen una presencia más bien ínfima en las parrillas de la primera cadena en estos primeros años.

A partir de esta primera configuración de su programación, la primera cadena introduce cambios en su realización televisiva. Y es que si bien *siempre se utilizará en mayor medida el formato del busto parlante en detrimento de los otros formatos televisivos, se advierte que a partir de los ochenta desciende su recurso* aunque no dejan de ser los espacios más programados. Sin embargo, y debido a que se inicia con el paso de los años un descenso en su duración, *ya en los noventa el mayor tiempo de emisión no es el que resulta de la utilización de este formato*.

Paralela a esta tendencia decreciente de los formatos de busto parlante, se inicia otra de *ascenso del formato seriado a partir de los ochenta y sobre todo en los noventa.* En esta última década, un cuarto del tiempo total de emisión que ofrece la primera cadena, el que más, tiene carácter seriado.

El otro formato al que recurre en tercer lugar esta cadena para realizar sus productos, el de tipo *magazine, se mantiene con una estabilidad* relativa en los cuarenta años que lleva emitiendo esta cadena. Es decir, en todos los períodos en los que se puede desglosar la historia de TVE-1, uno de cada siete de los espacios que ha programado recurre al presentador de diversos. Sin embargo, y dado que la duración de este tipo de espacios experimenta, como ya se verá, un aumento en los últimos años, se observa que *el tiempo que se adjudica a los espacios con este formato aumenta con el paso del tiempo* y, sobre todo, en la última década equiparando su tiempo de emisión al que se emite con el recurso al busto parlante.

TVE-1 ha utilizado en menor medida otros modos de realizar los productos televisivos. Sin embargo, el paso del tiempo introduce modificaciones en el recurso a unos u otros formatos de realización. Porque si bien nunca TVE-1 utilizó la *retransmisión en directo* como un formato típico de televisión, se observa que *a medida que pasa el tiempo su utilización tiende a descender* todavía más. En los últimos años su presencia es poco más que simbólica. Lo mismo sucede con el formato *dialógico*, aunque en los ochenta experimentara una notable utilización,

abandonada en los siguientes años. Esta pauta se repite con el formato *teatral*, que ya se ha extinguido de las parrillas actuales. E incluso también con los *formatos documentales y animados*.

No sucede lo mismo con el *formato cinematográfico y el espectacular. A medida que pasa el tiempo y sobre todo en los últimos años noventa,* se observa que no sólo el *número de espacios* programados con estos formatos *ha aumentado* considerablemente, sino también *el tiempo de emisión que se les dedica*,. En los noventa ya supone uno de cada seis los espectáculos y uno de cada tres el cine televisado.

En términos más concretos se puede decir que si en los años centrales (setenta) existía una emisión de diez horas diarias como media, tres horas se realizaban con el recurso al busto parlante, dos horas con un presentador de diversos, una hora con el formato seriado y otra gracias a la retransmisión. Las dos restantes, con cualquier otro formato. En los últimos años y ya con una emisión diaria de 22 horas, cinco de ellas son con formato seriado, cuatro con busto parlante, otras cuatro de magazines, otras cuatro horas diarias de cine y tres horas de espectáculos televisivos. Las dos restantes se realizan con otros formatos, incluido el recurso al directo.

Cuadro XIII
Evolución del número de espacios y tiempos televisivos dedicados a cada formato televisivo

	Sesenta		Setenta		Ochenta		Noventa	
	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº Espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº Espacios	Tiempo emisión
Directo	5.	10.	9.	13.	6.	7.	3.	4.
Dialógicos	2.	2.	1.	1.	3.	4.	1.	1.
Espectáculos	6.	7.	3.	6.	4.	6.	12.	13.
Busto Parlante	41.	31.	46.	31.	40.	29.	35.	20.
Magazine	12.	12.	14.	19.	15.	19.	13.	19.
Cine	2.	5.	4.	9.	5.	11.	9.	18.
Teatro	3.	4.	1.	2.				
Series	16.	19.	13.	12.	14.	15.	23.	22.
Documentales	7.	7.	5.	5.	7.	6.	2.	2.
Animados	6.	2.	3.	2.	5.	3.	2.	1.
(N)	(1853)	(55329)	(1393)	(61208)	(1589)	(76978)	(1660)	(85295)

7.2.4.2. Evolución de la duración de los espacios según el formato

Cada formato de realización se ha programado a lo largo de los cuarenta años de historia con cualquier duración. Ahora bien, a pesar de ello y de la escasa utilización de algunos formatos televisivos y por tanto de su escasa regularidad en su tiempo de emisión; se pueden establecer las duraciones medias con las que se han programado y las duraciones más frecuentes con las que aparecen los distintos formatos de televisión. Porque a la luz de estos datos obtenidos del trabajo se observa que existe una lógica que parece explicar por qué unos espacios duran lo que no duran los demás.

Y es que es posible diferenciar cuatro grupos de formatos según la duración con la que se programen. A niveles generales cabe afirmar que TVE-1 programó espacios con *30 minutos* o menos de duración media sobre todo en formato de *busto parlante, o animación, que son los formatos que suelen durar menos* que los demás. Existe otro grupo cuya duración media se sitúa en torno a los *tres cuartos de hora, los dialógicos y las series.* Otro grupo significativamente distinto son los que corresponden a los espacios que se programan con un promedio de *una hora de duración. Estos son las retransmisiones, los espectáculos, los de presentador de diversos y los teatrales.* Existe otro grupo que sólo está formado por los espacios que se programan con formato *cinematográfico* porque se distinguen de los otros grupos ya que su duración media supera con creces la hora de duración. Es decir, el cine es el formato que se programa con *más* tiempo de emisión.

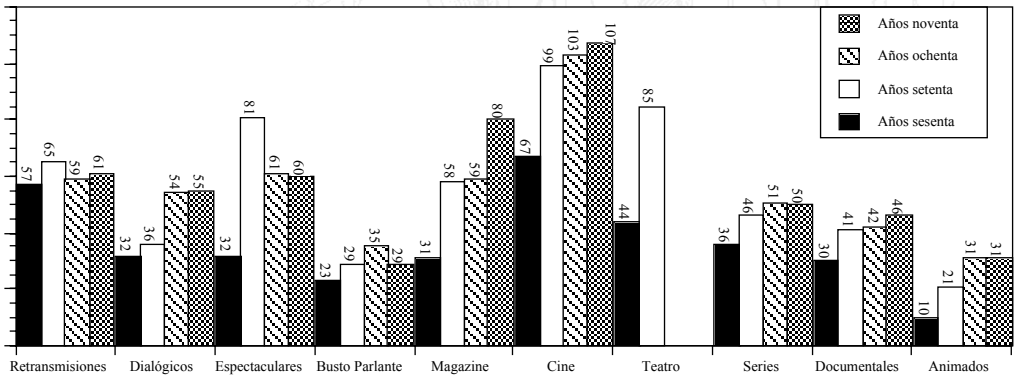
Aunque esta pauta programática se refiere a los cuarenta años de vida televisiva de esta cadena, y no se corresponde, a veces, con los períodos concretos de acotamiento temporal, sí sin embargo refiere la lógica que discrimina los formatos atendiendo a la duración con la que aparecen. Y es que si bien en los primeros años la duración media de los espacios se situaba generalmente en torno a la media hora de duración, y en muchos casos sin llegar a ella, los que sobrepasan estos treinta minutos son los que se caracterizan desde siempre por su mayor duración (cine, retransmisiones o espectáculos). Es decir, aunque varíen las duraciones medias, como efectivamente pasa, se mantiene la diferencia entre los formatos más duraderos y los menos.

También se observa que la lógica evolutiva que sigue la duración de los espacios televisivos es positiva. Es decir, a medida que pasa el tiempo se

aumenta la duración media de los programas, aunque existen diferencias según su formato de realización. A niveles generales se puede decir que todos los espacios de cualquier tipo aumentan su duración con respecto a los primeros años de funcionamiento del medio; pero no todos mantienen esa evolución positiva en las siguientes décadas. De este modo, los espectáculos y las retransmisiones encuentran en los setenta una programación más duradera que en las décadas siguientes, aunque lo normal y lo que sucede en la mayoría de los espacios es un paulatino y progresivo aumento en la asignación del tiempo de emisión, excepción hecha de los espacios de busto parlante, ya que aunque no con mucha diferencia sí que se les programa en los ochenta con una duración media superior a la obtenida en la década de los noventa.

Además, esta lógica evolutiva del aumento en la duración de los espacios no hace variar las discriminaciones entre los espacios que se realizan de diferente forma según lo que ocupan del tiempo de emisión.

Gráfico 11
Evolución de la duración media de los espacios televisivos según su formato



En cuanto a las duraciones más frecuentes con las que aparecen los distintos formatos se puede decir que se confirma lo expuesto anteriormente, *la existencia de cierta lógica diferenciadora que discrimina los formatos: el que menos dura (busto parlante), de los que duran más (cine, en menor medida los espectáculos y los "magazine" y todavía menos las series). También se reconoce la existencia de otra lógica evolutiva que se traduce en la mayor frecuencia de encontrar prácticamente todos los formatos con una duración superior a la que aparecían en tiempos anteriores.*

Cuadro XIV
Duraciones más frecuentes del formato "busto parlante", "presentador de diversos", espectacular, seriado y cinematográfico en los años sesenta y noventa

	Busto Parlante		Presentador de diversos		Cine		Series	
	Años sesenta	Años noventa	Años sesenta	Años noventa	Años sesenta	Años noventa	Años sesenta	Años noventa
-30´	88.	69.	72.	27.	36.		71.	28.
30-60´	10.	24.	21.	27.	12.	1.	26.	56.
Más de 60´	2.	7.	7.	46.	52.	99.	2.	16.
Total	752	563	219	201	44	143	292	361

7.2.4.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria según la realización televisiva

a) según el día de la semana

Existe una relación clara entre el día de la semana y la programación de los espacios según los formatos con los que se realizan. Esta relación coincide tanto si se considera el número de espacios programados como el tiempo que se dedica a cada formato.

Esta relación se manifiesta en la probabilidad de programar más retransmisiones, cine, animados y espectáculos en los fines de semana; y más probabilidad de programar espacios con formato tipo "busto parlante", "presentador de diversos" o series en los días laborables.

De modo más concreto cabe afirmar que las retransmisiones a pesar de que se programan poco, lo hacen es sobre todo en domingo, y ello desde los comienzos del medio hasta la actualidad.

Aunque también los domingos registran más proporción de espacios con formato espectacular que los otros días, cabe señalar que a partir de los ochenta tiene lugar un cambio que intercambia el domingo por el viernes como el día en el que se dan cita los espectáculos televisivos.

Sin embargo, el cine se programa y se ha programado siempre preferentemente en sábado, al que se añade en las últimas décadas también el viernes.

Aunque la cantidad de animados no es muy alta se puede encontrar también un día en el que parece que se concentra su programación, siendo hasta los noventa sobre todo el sábado y en los últimos años el domingo.

Si bien en los formatos anteriormente mencionados se observa claramente el día en el que más se programan, no sucede lo mismo con otros formatos, ya que aun siendo su programación más probable en los días laborables incluido el viernes y desde que comenzara el medio hasta la actualidad, las diferencias entre todos los días que comprende la semana laboral, y aun con respecto a los días festivos, no son tan pronunciadas.

Excepción hecha de las series y los documentales. Estos dos formatos se programan en las últimas décadas de manera especialmente preferente en días señalados, las series los días laborables y la jornada dominical para los documentales.

Cuadro XV
Evolución de la cantidad de espacios programados cada día según la realización del medio

BIBLIOTECA VIRTUAL

	Directo			Espectáculos			Busto Parlante			Magazine			Cine			Series			Documental			Animados		
	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90
L-J	8.	8.	12.	14.	15.	13.	14.	17.	15.	14.	18.	15.	10.	10.	8.	15.	15.	17.	14.	16.	11.	13.	11.	5.
V	5.	10.	18.	15.	19.	23.	18.	17.	18.	19.	12.	18.	6.	17.	21.	19.	20.	18.	26.	13.	12.	13.	10.	8.
S	13.	33.	13.	8.	13.	10.	15.	15.	13.	12.	11.	12.	39.	34.	23.	9.	9.	8.	9.	4.	17.	28.	39.	17.
D	51.	25.	22.	50.	8.	17.	15.	10.	12.	14.	3.	10.	17.	9.	23.	12.	9.	8.	11.	19.	26.	11.	12.	55.
N	120	93	52	47	69	188	646	627	563	196	246	201	54	80	143	176	225	361	74	112	40	47	80	36

b) Según la estacionalidad

No existen diferencias claras entre la programación de los distintos formatos televisivos según las épocas del año. Sólo se pueden derivar tendencias y bastante difusas que dan mayor probabilidad de programar retransmisiones en directo y espacios tipo espectáculo en las épocas cálidas mientras que los otros formatos televisivos se programan prácticamente en las mismas proporciones en las cuatro estaciones anuales.

c) según las franjas horarias

Es obvio que los formatos más utilizados son los que se programan a todas las horas del día. Esto no quiere decir que no existan horas típicas en las que es más frecuente encontrar unos formatos determinados y otras en las que esa frecuencia se reduce. Pero además ocurre que los espacios

realizados con formatos poco utilizados se concentran en unas franjas concretas del día. Ello permite hablar de cierta lógica en la manera de programar la emisión que tiene que ver con el formato con el que se realizan los espacios televisivos.

Por lo que respecta a los formatos más utilizados por la televisión, se puede observar cómo aunque prácticamente se programan a todas horas, también es posible identificar algunas horas en las que es más frecuente encontrarles si se acciona el interruptor.

De este modo, los espacios de *"busto parlante"* se programan siempre. Ahora bien, mientras que en los primeros años la programación de esta modalidad de productos televisivos aparece más concentrada en las franjas centrales de la noche, justo en el "prime-time", en las últimas décadas se observa una distribución a lo largo de toda la jornada de emisión. Ello obedece a la aparición de nuevas horas de emisión en las que programar estos productos. Ahora aparecen programados por las *mañanas y en la madrugada*, y es más probable encontrar estos espacios en las franjas *anterior y posterior al horario privilegiado que en décadas anteriores,* a la vez que se reduce, también respecto a las décadas precedentes, la presencia de esta clase de productos en las horas de máxima audiencia.

Otro tanto sucede con el formato *espectacular*. A medida que el tiempo de emisión se prolonga, van apareciendo más horas en las que programar este tipo de espacios y, por tanto, no se concentran tanto como antes en una franja concreta del día que en este caso concreto también coincide con la más valorada. Ahora bien, a pesar de esta *redistribución programática* que implica la aparición de este tipo de espacios por la *mañana o a mediodía* en las últimas décadas, la franja en la que actualmente más se programan estos programas sigue siendo el *"prime-time"*, al que se añade en la última década la franja *vespertina*. Es notoria la ausencia de espectáculos más tarde de las 23:00 horas.

La *franja privilegiada, junto con la sobremesa*, siguen siendo también las franjas características de aparición de los espacios realizados cinematográficamente, a pesar de los cuarenta años transcurridos. Aunque también en este caso estos espacios se van distribuyendo a lo largo de toda la jornada a medida que pasa el tiempo, teniendo una presencia notoria en

horas donde tradicionalmente no aparecían, como las *mañanas o la madrugada más tardía.*

También con respecto a los espacios realizados con formatos tipo *"magazine" y seriado* se mantiene la lógica evolutiva de *redistribución horaria* en la rejilla de programación, pero también se mantiene al mismo tiempo su programación en la franja en la que tradicionalmente más se programaban, que en estos formatos es la *tarde*.

Pero también en los otros formatos, menos utilizados, es posible identificar diferencias en su ubicación dentro de la emisión. Y es que los espacios que recurren al *directo* para su realización suelen programarse en las horas centrales de la *mañana y de la tarde* y ello desde los comienzos del medio hasta la actualidad.

También los *animados* se concentran y se han concentrado siempre en la franja *vespertina*, aunque residualmente también se les programe a primeras horas de la *mañana*, sobre todo en los últimos años.

Los *documentales* también se programan sobre todo por las *tardes*. Aunque en la programación de estos espacios sí que se encuentran cambios evolutivos ya que tradicionalmente tenían una presencia importante en las primeras horas de la noche, las horas más privilegiadas en términos de audiencia; aunque en las últimas décadas esa parte se ha trasladado a las horas centrales de la *mañana* y en los últimos años también de la *madrugada*.

También el teatro, cuando se programaba, lo hacía en una franja concreta coincidente con la noche más temprana (21-23 horas).

Sin embargo, los espacios realizados con el formato dialógico, además de ser poco numerosos en la historia del medio, fueron bastante variables en su hora de aparición. Porque si bien en los setenta los que hubo lo hicieron en la sobremesa, en los ochenta se programan por la tarde y ya en los noventa son trasladados a la franja matinal.

Cuadro XVI
Evolución de la programación diaria de los distintos formatos televisivos

	Directo			Espectáculos			Busto Parlante			Magazine			Cine			Series			Documental			Animados		
	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90
6-9		2.	2.			4.		5.	8.			20.		5.				6.		2.				11.
9-13	33.	22.	25.		10.	11.	2.	8.	13.	6.	14.	29.		1.	10.		12.	18.	1.	13.	30.	2.	3.	17.
13-15	6.	17.	2.		19.	23.	26.	13.	19.	6.	3.	13.					4.	9.	10.		2.	6.	14.	11.
15-17	13.	3.	10.	38.	3.	1.	19.	16.	13.	25.	19.	9.	30.	30.	16.	30.	28.	16.	15.	6.	2.	26.	28.	31.
17-21	30.	32.	31.	15.	23.	27.	16.	28.	19.	57.	61.	23.	13.	7.	12.	41.	30.	24.	31.	47.	25.	66.	55.	29.
21-23	17.	13.	11.	42.	39.	25.	31.	17.	11.	5.	2.	1.	57.	42.	28.	27.	24.	8.	43.	26.	7.		3.	
23-1		7.	5.	4.	1.	1.	4.	12.	7.	1.		2.		1.	13.	2.		2.			10.			
1-6		6.	14.		1.	7.		11.	11.		1.	20.		1.	20.		16.	11.			13.			
N	120	93	52	47	69	188	646	627	563	196	246	201	54	80	143	176	225	361	74	112	40	47	80	36

De todo ello se deduce que, aunque a todas las horas del día es posible encontrar cualquier modalidad de espacio televisivo, y aunque es obvio también que el formato más utilizado por esta cadena para la realización de sus espacios estará presente también de manera predominante a todas horas; es posible a pesar de ello reconocer la existencia de cierta organización en la programación diaria de la emisión. Y ello porque existen diferencias muy visibles en la configuración de las distintas franjas del día en las que se sucede la emisión desde el punto de vista de la realización televisiva que propone y que ha propuesto TVE-1 a lo largo de su historia.

De este modo, en la franja pre-matinal, de 6 a 9 de la mañana, se programan más espacios realizados con *"busto parlante con intercalación de reportajes"* que de otro tipo, aunque en la última década haya descendido su presencia en relación a los ochenta, que es cuando se regulariza esta franja, a favor de *"magazine" o series televisivas*. También es destacable la mayor programación de "busto parlante" los días laborables y los otros formatos televisivos sobre todo los fines de semana. Apenas se programa con otra modalidad a estas horas tan tempranas de la mañana.

Las *mañanas* de TVE-1 tienen la misma realización que la franja pre-matinal: también ocupadas sobre todo por espacios realizados con un *busto*

parlante", y mayor profusión de series televisivas, sobre todo en los últimos años. Es destacable también la utilización de la retransmisión en directo que coincide plenamente en la programación de los fines de semana. En las *últimas horas de la mañana coincidente con el mediodía,* se advierte también parecida relación de espacios realizados con esos formatos, aunque en estas horas se programan *más espacios con el recurso al busto parlante en detrimento del presentador o las series;* a lo que habría que añadir la presencia notable en los últimos años de *espectáculos* televisivos.

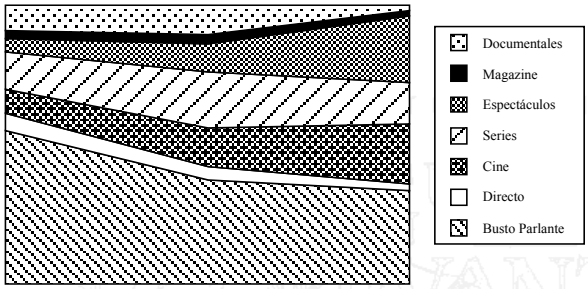
La *sobremesa* (15:00 a 17:00 horas) es la parte del día en la que se produce un perfil de programación marcado, además de por los *espacios realizados con el busto parlante*, que en todas las franjas horarias son los que más se programan; por las *series*, en este caso con porcentajes notables; y en menor medida por los realizados con un *presentador de diversos*. También hay que señalar la proporción de espacios *cinematográficos*. Esta alta proporción de espacios cinematográficos se produce en los fines de semana, y no tanto en los días laborables. En cambio, en estos días, frente a los festivos, se programan más series que cine. Esta es la pauta que ha adoptado esta franja horaria concreta en los cuarenta años que lleva TVE-1 programando televisión aunque se percibe un aumento del cine en los últimos años al programarse también en los días cotidianos.

Las tardes de la primera se caracterizan porque a pesar de que los espacios que se presentan con *"busto parlante"* son los que más se ofrecen, lo hacen con frecuencias no muy dispares a las que denotan los espacios de *presentador de diversos y series televisivas*. Merece la pena destacar que es más probable que en los fines de semana se programen más series televisivas mientras que son los días laborables los días en los que se programan más presentador de diversos. Sin embargo, se advierte una tendencia evolutiva a incrementar las series televisivas en detrimento de los "magazine" a estas horas concretas del día, y ello se debe a una mayor profusión del formato seriado que se utiliza también en los días laborables. También a estas horas se programan, con escasa proporción, *documentales y espacios de animación*, aunque en los últimos años su presencia haya ido descendiendo a medida que aumentaba la programación de espacios *espectaculares*.

De las 21:00 a las 23:00 son horas catalogadas como de "prime time" por los esperados índices de audiencia. A estas horas, TVE-1 ha programado

sobre todo espacios de busto parlante con intercalación de reportajes. Más de un tercio de lo programado en "prime-time" son espacios de este tipo. También han sido programados con cierta asiduidad a estas horas las series televisivas, el cine, los espectáculos y los documentales. Sin embargo, en esta franja concreta es donde ha habido más cambios con el paso del tiempo. Se observa cómo aún siendo *el "busto parlante" el formato siempre más utilizado, a medida que pasan los años decrece su programación y también la de los documentales creciendo paralelamente y de manera notoria la presencia de espectáculos, series y espacios cinematográficos*.

Gráfico 12
Evolución de la realización televisiva del "prime-time" de la primera cadena

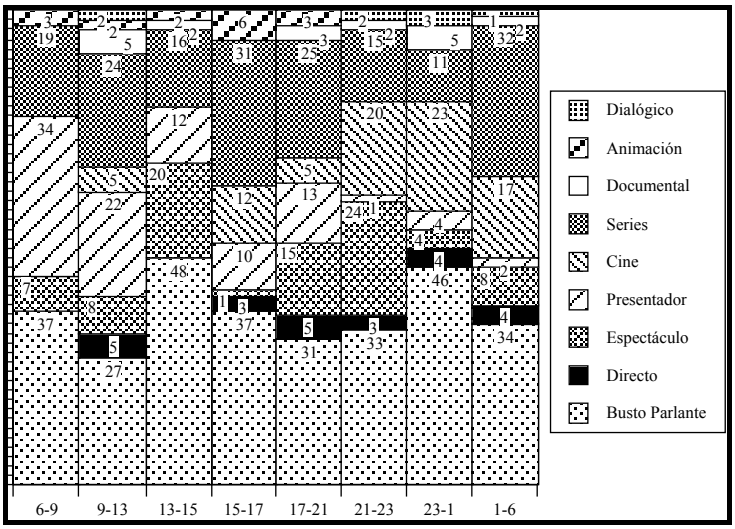


La *noche* de "La primera" (23:00-1:00 de madrugada) es un tiempo que TVE-1 ha programado de manera similar al anterior. *El busto parlante mantiene la preferencia, decreciendo su presencia en los últimos años a medida que ascienden también los espacios seriados, el cine y los espectáculos televisivos*.

TVE-1 ha programado durante la *madrugada*, es decir, a partir de la 1, solamente de manera regular y sistemática a partir de los ochenta. En esta década, lo que más se programaba a estas horas era cine, aunque también con bastante frecuencia lo hacía con el recurso al busto parlante. En los noventa sin embargo, el tipo de espacio que más se programa en la madrugada es el realizado con *busto parlante*, aunque lo hace con una frecuencia que no se diferencia mucho de la que caracteriza a la programación de espacios *seriados*. A gran distancia de estos dos tipos de espacios se programa el *cine*. Por lo tanto, se puede decir que la programación de cine de madrugada ha sufrido un descenso considerable con respecto a la década anterior. Prácticamente no se programa más en las madrugadas de los noventa.

Gráfico 13

Realización televisiva en las distintas franjas horarias en la última década



BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

7.3. LA PROGRAMACIÓN DE TVE-2

7.3.1. Perfil de programación de TVE-2 según la audiencia a la que se dirigen los espacios

Las características que adoptan la programación de infantiles y de espacios territoriales en esta segunda cadena configuran el perfil según la audiencia.

7.3.1.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo dedicado a audiencias específicas

La programación de la segunda cadena se ha caracterizado tradicional y actualmente por ser generalista, es decir, por dirigirse mayoritariamente a un público que no se discrimina ni por la edad ni por la ubicación territorial.

Y es que tanto la cantidad de espacios como el tiempo que TVE-2 emplea para dedicárselo a los menores es una mínima parte de lo que programa, y ello en cualquier período que se considere.

Aunque cabe admitir que siempre, desde que comenzara esta cadena, se programaron espacios infantiles, éstos no representan más que siete de cada cien de los que ha programado. Pero cabe establecer cierta evolución en su

programación, pues se advierte que si bien la cantidad de ellos se mantiene durante más de veinte años con una estabilidad relativa que incluso tiende a descender; en la última década, es decir, en los noventa, se aprecia que su programación suele ser más frecuente, con una cadencia que se sitúa en la programación de 9 de cada cien espacios que se programan.

El tiempo que la segunda cadena dedica a los infantes sigue la misma pauta referida para la cantidad de espacios: *estabilidad decreciente hasta los noventa, momento a partir del cual el tiempo de emisión que se dedica a los niños tiende a crecer.* De este modo, si en los años setenta se emitía como promedio unas 7 horas diarias, media hora se la dedicaban a los niños. En los noventa y contando ya con una emisión cercana a las 21 horas, son ya dos horas diarias las que esta cadena dedica a los más pequeños.

No sucede lo mismo con la programación territorial de esta cadena. Y es que se puede decir que no constituye ni constituyó nunca una programación específica. En primer lugar porque hasta los últimos años de los ochenta, concretamente 1988, momento que coincide con la aparición y eclosión de la mayoría de los canales autonómicos, este canal no programa nunca espacios dirigidos a audiencias específicas en función de su región. En segundo lugar, porque cuando se programa a partir de ese momento, lo hace de una manera poco menos que simbólica, siendo uno de cada cien de los espacios que programa y dos de cada cien del tiempo que emite. Y en tercer lugar, porque pasados dos años, es decir, en la década de los noventa, la programación territorial de TVE-2 es prácticamente inexistente.

Así pues, la programación regional sólo aparece como respuesta inmediata y fallida a la aparición de canales autonómicos, o como un intento acomodado tras la situación de competencia. En todo caso su incidencia en el perfil de programación no es, por su escasez y su temporalidad, merecedora de consideración alguna.

Cuadro XVII
Evolución de la cantidad de espacios y tiempo televisivo dedicado a públicos específicos

	Setenta		Ochenta		Noventa	
	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión	Nº espacios	Tiempo emisión
Infantiles	7.	4.	6.	3.	9.	9.
Territoriales	0	0	1.	2.	0	0

N (total)	(515)	(24662)	(769)	(43780)	(1375)	(83405)

7.3.1.2. Evolución de la duración de los espacios según el público al que se dirigen

La duración con la que se programan los espacios tiene en cuenta no tanto el público al que va dirigido sino la fecha en la que son programados. Es decir, *la duración de todos los espacios evoluciona y positivamente además, a medida que pasa el tiempo, diluyendo las discriminaciones entre los espacios que se dirigen a los menores, tradicionalmente menos duraderos, de los que lo hacen a la audiencia en general.*

Cuadro XVIII
Evolución de la duración media de los espacios según el público al que se dirigen

	espacios generales	infantiles	territoriales
años setenta	50	30	
años ochenta	60	30	100
años noventa	60	60	

De este modo, en los setenta, aun siendo programados todos los espacios preferentemente con media hora o menos de duración, existe una discriminación de la duración de los distintos espacios según se dirijan al público en general, que se programan también con más de media hora de duración; de los que se dirigen específicamente al público infantil, que prácticamente todos tienen una duración de treinta minutos.

A medida que pasa el tiempo se observa una lógica evolutiva tendente a programar los espacios con más duración. De hecho, en los ochenta ya son mayoría los espacios que se programan con más de media hora que los que se programan con menos de ese tiempo, manteniéndose la discriminación según la audiencia por cuanto los espacios dirigidos a los menores son los que duran menos, una media de treinta minutos y una duración más frecuente situada entre los 15 y 30 minutos.

En esta época, que es cuando se programan los espacios territoriales, lo hacen discriminándose de la duración de los otros, porque se les suele programar con mayor duración, normalmente entre hora y media y dos horas e incluso llegando a sobrepasar las dos horas de duración.

En los noventa progresa el aumento en la duración de los espacios pues tanto los espacios generalistas, pero también los infantiles, se les suele programar con mayor duración, siendo cada vez menos los espacios que se programan con menos de treinta minutos. De hecho, en esta década no existe discriminación entre los espacios generales y los infantiles cuando se atiende a la duración media que presentan, pues en ambos casos ronda la hora de duración.

Cuadro XIX
Evolución de la duración de los espacios televisivos según la audiencia

	Generales			Infantiles		
	setenta	ochenta	noventa	setenta	ochenta	noventa
-30'	53.	45.	41.	92.	70.	49.
30-60'	27.	29.	29.	6.	30.	24.
+60'	20.	26.	30.	2.		27.
N	(478)	(712)	(1243)	(36)	(47)	(128)

7.3.1.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los espacios que se dirigen a públicos específicos

a) según el día de la semana

La programación para públicos específicos se realiza también en esta cadena teniendo en cuenta el día de la semana. Aunque la cantidad de espacios específicos para los niños y más aún para la audiencia territorial es muy escasa, sí se puede operar con el tiempo total que se dedica a estas audiencias para establecer cierta lógica en la programación semanal que ha mantenido el segundo canal.

Ahora bien, la manera en la que esta cadena ha programado para los niños no ha sido en estos más de treinta años de existencia siempre la misma. De hecho, se ha operado un cambio en los últimos tiempos que obliga a hablar de cierta evolución en la manera de programar los infantiles de La 2. Y es que *si bien hasta los noventa son los fines de semana, sábado y sobre todo domingo, los días en los que se programa más para los pequeños; a partir de esta última década serán éstos los días en los que se programa especialmente menos, es decir, la televisión de los noventa programa para los menores preferentemente de lunes a viernes y no tanto en sábado y domingo.*

Por lo que respecta a la programación territorial, aunque es ínfima, se puede decir que en los dos años en los que se programó lo hizo exclusivamente en los días laborables.

Cuadro XX
Evolución de la programación infantil semanal

	setenta	ochenta	noventa
Laborable	10.	13.	17.
Sábado	11.	20.	3.
Domingo	35.	25.	7.
N	(1092)	(1465)	(7540)

b) según la estacionalidad

La programación infantil de esta cadena tradicionalmente ha sido más frecuente, dentro de su escasez, en el invierno que en otras estaciones anuales. Ahora bien, en los últimos años desde que empezaran los noventa se percibe un cambio en la época del año en la que suele concentrarse la programación de los más pequeños, pues actualmente es la primavera la que recoge este incremento de la media.

c) según las franjas horarias

La programación infantil se ha programado más frecuentemente a unas horas que a otras; es decir, no es indiferente la hora en la que se programen los espacios infantiles pues existe una lógica que implica su ubicación en ciertos momentos de la jornada. Ahora bien, estas preferencias horarias no han sido en los más de treinta años en los que se lleva programando para los niños siempre las mismas, sino que el paso del tiempo ha introducido modificaciones en las citas cotidianas que los pequeños tienen con "La 2".

Tradicionalmente, la franja que concentra más espacios infantiles es la de la tarde. De 17:00 a 21:00 son las horas en las que se programan casi la totalidad de los espacios infantiles en los setenta, lo cual resulta lógico al no haber más horas de emisión. Pero aun también en los ochenta la mayoría de los espacios infantiles se programan a estas horas, a lo que no es ajeno sin duda la mayor disponibilidad de este público en esos momentos, que coinciden con la salida de los niños de sus colegios.

Sin embargo, esta idoneidad no quiere decir que no existan otras franjan en las que se pueden programan. De hecho, en la época de los noventa la preferencia horaria de la programación de espacios infantiles varía notablemente. Y es que, *aun programándose también por la tarde, la mayoría de los espacios infantiles en los noventa se programa por la mañana*. Dentro de esta franja tan amplia, la *preferencia se sitúa entre las 13 y las 15*, coincidente con las horas de comer de los más pequeños. Sin embargo, también se programan antes de esa hora a pesar de que coincide con el horario escolar y, sobre todo, antes de que los niños entren al colegio, entre las 6 y las 9 de la mañana.

Cuadro XXI

Programación horaria de espacios infantiles

	setenta	ochenta	noventa
6-9		4.	19.
9-13		8.	20.
13-15		11.	33.
15-17	8.	15.	5.
17-21	86.	62.	22.
N	(36)	(47)	(128)

Con respecto a la programación regional, a pesar de que ésta se limita a pocos años y a una cantidad muy reducida de espacios, hay que señalar que tiene unas horas precisas de aparición, situadas entre 13:00 y 15:00 de la mañana.

7.3.2. Perfil de programación de TVE-2 atendiendo a la funcionalidad del medio

7.3.2.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo según el objetivo

Cuando se atiende a la funcionalidad que ha primado en esta segunda cadena de TVE en todo el período que lleva emitiendo se puede concluir que ha sido sobre todo la de entretener a su público potencial. Aunque la cantidad de espacios dedicados a este fin no llegan a representan la mitad de los que se han programado, el tiempo que se les asigna sí que supera esta medida del total que ha ofrecido esta cadena a su audiencia desde que se inauguró.

El segundo uso que se ha marcado esta segunda cadena estatal ha sido el formativo. Poco menos de un cuarto del total de los espacios programados y más de un cuarto del tiempo de emisión ha sido programado para procurar este objetivo.

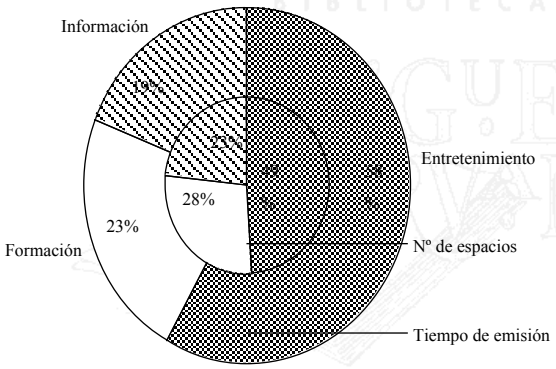
El último fin que ha tratado de cumplir esta cadena es el informativo. Aproximadamente uno de cada cinco de los espacios programados y un quinto del tiempo total de emisión ha sido para informar.

Esquemáticamente

Entretenimiento > Formación > Información

Y gráficamente

Gráfico 14



Este orden de prioridades en los usos que se destacan de los espacios programados por esta cadena se refiere a la totalidad del tiempo que lleva emitiendo, más de treinta años de vida en antena. También cuando ese tiempo se desglosa cada cuatro años, o décadas, la pauta prácticamente se mantiene. Hay que señalar, sin embargo, que en la segunda mitad de los ochenta, posiblemente como respuesta a la multiplicación de la oferta, la segunda cadena equipara la formación a la información, tanto en número de espacios como en tiempo dedicado a estos objetivos; aunque ya en los noventa vuelve a su perfil característico dando a la formación más prioridad que a la información como cometido socialmente adjudicado a su comunicación.

Pero la estabilidad en la relación entre los distintos usos no significa que siempre se ha programado lo mismo para cada uno de los objetivos propuestos. Al contrario, el paso del tiempo modifica tanto la cantidad de espacios que se programan como de tiempo televisivo que la segunda cadena

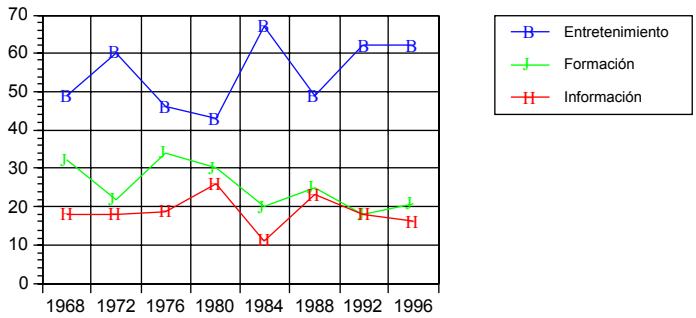
adjudica a formar, informar o entretener a su "inmensa minoría", como suele llamar al público que la frecuenta.

De este modo y a "grosso modo" se puede decir que el entretenimiento sigue una *tendencia evolutiva a la baja desde que esta cadena comienza a emitir hasta que empiezan los años ochenta. A partir de esa década y sobre todo en los noventa la tendencia evolutiva será inversa, un incremento*, moderado eso sí, en las parrillas de programación a medida que avanza el tiempo, aunque con un período de falso retroceso en la segunda mitad de los ochenta.

Paralelamente a lo que ocurre con el entretenimiento, la información adopta una *pauta ascendente desde los comienzos de esta cadena hasta que empiezan los ochenta. A partir de 1980 evoluciona a la inversa ya que desde entonces desciende* su presencia en las parrillas de esta cadena. Hay que anotar que en la *segunda mitad de los ochenta se registra un ascenso de la programación informativa* que trastoca la línea negativa iniciada a principios de década, y que es el período en el que su presencia se iguala a la de formativos. Sin embargo, *ya antes de iniciar los noventa prosigue su línea descendiente* que vuelve a situar la intencionalidad informativa en la tercera y última de las que se propone este medio.

No sucede lo mismo con los espacios que procuran la formación, que desde los comienzos del medio hasta la actualidad se han mantenido en una *estabilidad relativa.* Es cierto que ha habido altos y bajos en su relación con el total, pero en todo caso esas variaciones no suponen una gran oscilación con respecto a su presencia media en la programación de esta cadena. Coincide además que las menores proporciones se dan cuando se cambia de década, y sobre todo en la transición a los noventa, pero seguidamente se remonta a una presencia similar a otras épocas y de hecho en los últimos años noventa ha crecido con respecto al descenso registrado.

Gráfico 15
Evolución de la funcionalidad de TVE-2

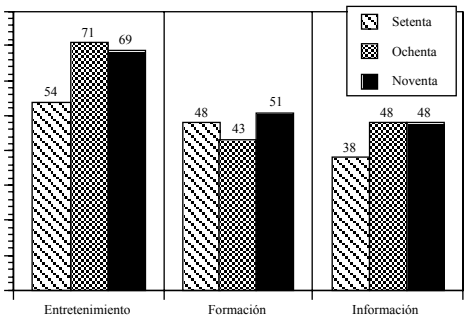


7.3.2.2. Evolución de la duración de los espacios según su objetivo

La determinación de la duración de los espacios televisivos toma en cuenta el objetivo social que persigan y sobre todo el tiempo en el que son programados. Y es que se observa una *tendencia a una mayor duración de los espacios televisivos, de todos, a medida que pasa el tiempo; pero manteniendo la discriminación entre ellos, más duraderos los que persiguen el entretenimiento y más cortos los que tienden a informar a la audiencia.*

De este modo se observa que para todo el tiempo considerado, la duración media de los espacios lúdicos sobrepasa la hora de duración, aunque en los setenta la duración media no llegue a los sesenta minutos y a partir de entonces la sobrepasa. Sin embargo, la duración media de los otros espacios, para todo el período considerado y en cada época en particular, no sobrepasa la hora de duración. La duración media de los espacios formativos es mayor que la de los informativos, superando los primeros los tres cuartos de hora y sin llegar a los cuarenta y cinco minutos los segundos. Cuando se analizan diacrónicamente los promedios de ambos se observa que si bien en los setenta se mantiene la pauta anterior, en los ochenta los informativos superan en su duración media a los formativos, aunque con escasa diferencia, cerca ambos de los cuarenta y cinco minutos. Sin embargo, en los noventa existe la discriminación tradicional, pero más cerca de los cincuenta minutos que de los tres cuartos de hora.

Gráfico 16
Evolución de la duración media de los espacios de LA 2 según informen, formen o entretengan



Cuando se tiene en cuenta las duraciones más frecuentes con las que se programan los distintos espacios televisivos en las diferentes épocas de vida de la cadena se manifiesta también esta *doble lógica en la programación de los espacios televisivos. Primero, su discriminación según la finalidad, y segundo, su evolución hacia una mayor duración de todos ellos.*

De este modo, en los setenta la mayoría de los espacios con cualquier objetivo propuesto, se programan con menos de treinta minutos de duración. Sin embargo, es más frecuente que cuando se programan con más duración sean de entretenimiento o formativos y cuando lo hacen con más de una hora sean sólo los espacios de entretenimiento.

En los ochenta deja de ser más frecuente la programación con media hora de duración de los espacios de entretenimiento, aumentando los que se programan con más de una hora. Y aunque los formativos se mantienen constantes con respecto a la época anterior, los informativos, aunque suelen programarse más que antes con menos de media hora, también se programan con asiduidad con más de una hora de tiempo de emisión.

En los noventa progresan las duraciones de todos los espacios, es decir, es más frecuente que en otras épocas programarles con una hora o más y menos usual con menos de treinta minutos, aunque esta duración sigue siendo la de la mayoría de los informativos y la más frecuente en los espacios que persiguen la formación. La duración más habitual de los espacios de entretenimiento en los noventa ya sobrepasa la hora de duración.

Cuadro XXII
Duraciones más frecuentes con las que aparecen programados los espacios que entretienen, que forman o informan a la audiencia de La 2

	Entretenimiento			Formativos			Informativos		
	70	80	90	70	80	90	70	80	90
-30'	51.	28.	34.	51.	51.	43.	62.	71.	61.

30-60'	23.	33.	26.	33.	33.	40.	25.	15.	20.
+60'	26.	39.	40.	15.	15.	17.	13.	14.	19.
(N)	(222)	(342)	(765)	(146)	(241)	(318)	(140)	(184)	(292)

7.3.2.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los distintos espacios que programa TVE-2 según los objetivos que se propone

a) según el día de la semana

La segunda cadena estatal establece la programación semanalmente, es decir, configura su oferta en los distintos días de la semana. Ahora bien, no todos los días se programan de igual manera. Tampoco en lo que a espacios y tiempos televisivos con distinto uso se refiere. Y ello porque, aunque todos los días se intente formar, informar y entretener a la audiencia, existen diferencias entre los distintos días de la semana según sea más frecuente uno u otro objetivo. Además, esta distinta preferencia según los días no es igual en los más de treinta años que han transcurrido hasta ahora.

De este modo, esta cadena siempre ha programado más espacios televisivos y también más tiempo de emisión dedicado a *entretener* a su público *en los fines de semana* que en los días laborables, comprendiendo también el viernes como día que absorbe más entretenimiento que los demás días cotidianos. Ahora bien, en los primeros tiempos de la cadena el día que concentra más entretenimiento es el viernes mientras que en los ochenta es el sábado el día en el que es más usual programar espacios y tiempos lúdicos. Pero aun en la última década se observa un cambio, ya que el sábado deja de programar tanto entretenimiento y es el viernes el día más lúdico de la semana.

No tan diferencial es la programación de formativos de esta cadena. Pues siempre, y tanto en número de espacios como de tiempo de emisión, la proporción de *formación televisiva que se programa es semejante en los siete días* de la semana. Sin embargo, y pese a que las diferencias no son notables, se puede deducir que a excepción de los años ochenta, los domingos son días especialmente indicados para programar espacios que fomenten la formación. En los ochenta no se sigue esta pauta, pues son los

días laborables, en especial los viernes, los que parecen programar más frecuentemente el uso formativo.

En lo concerniente a la programación *informativa* de esta cadena cabe afirmar que si bien se programan *más espacios que informan los días laborables* que los fines de semana, y ello desde que comenzara esta cadena hasta la actualidad, sucede lo contrario cuando se contempla el tiempo de emisión. Es decir, existe mayor proporción de *tiempo informativo en los fines de semana* que en los días laborables. Ello es consecuencia, sin duda, de la discriminación en la duración de los espacios informativos de esta cadena en función del día de la semana, es decir, aunque se programen menos los fines de semana, se programan con más duración que los espacios programados en los días cotidianos.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

que se dirigen a informar, formar o entretener a su audiencia y, también, la configuración de la funcionalidad en las distintas horas del día.

De este modo, en los setenta cuando la emisión normalmente era de 21 a 23 horas, lógicamente la mayoría de los espacios se programan a esas horas. También se programan por la tarde, aunque sólo una minoría de ellos, ya que aunque comprende más horas que la franja posterior (de 17 a 21 horas), sólo existió emisión a esas horas de manera irregular y sobre todo los fines de semana.

Cuando ya se sistematiza la emisión de tarde en los ochenta, se observa que la mayoría de los espacios, cualquiera que sea la misión adjudicada, se sitúa a esas horas, aunque también de manera minoritaria se programen en la franja tradicional (21-23 horas). En la segunda mitad de la década se amplía el horario de emisión, pero al programar las horas añadidas no se hará con todos los espacios de la misma manera. Cuando se prolonga el horario de cierre hasta la 1 de la *madrugada,* se programan en esa franja sobre todo *informativos*. Cuando se amplía al *mediodía* también se programan a estas horas sobre todo *informativos y en menor medida entretenimiento,* y no se programan prácticamente nunca a estas horas espacios formativos. Y cuando el horario ya cubre la *mañana* se programarán entonces todos los espacios, pero es más frecuente encontrar *informativos y formativos* que espacios que promuevan el entretenimiento de esta audiencia matinal.

En los noventa ya se puede programar a lo largo de toda la jornada. Y se hace con todo tipo de espacios, aunque no de la misma manera. Los espacios de *entretenimiento se suelen programar con mayor frecuencia por la tarde y noche que por la mañana*, siendo notable su escasa frecuencia entre las 23:00 y la 1 de la madrugada y su mayor programación a partir de esa hora. *Los formativos* por el contrario, y aun programándose a todas horas, se concentran sobre todo por *la mañana,* desde que empieza a las 6 de la mañana hasta las 13:00 horas. También, aunque en menor medida, se programan con cierta frecuencia en las horas centrales de la *tarde*. Sin embargo en las otras horas del día se suelen programar formativos de manera más bien excepcional. No sucede así con los *informativos,* pues son unos espacios que en la segunda cadena y en los noventa se programarán a *todas horas y con una distribución parecida en todas las franjas*, excepto en la que corresponde a la noche cerrada (1-6 madrugada).

Cuadro XXIV

Evolución de la programación horaria de los espacios según su finalidad

	Lúdicos			Formativos			Informativos		
	70	80	90	70	80	90	70	80	90
6-9			5.		2.	16.			36.
9-13		2.	16.		2.	31.		5.	20.
13-15		3.	11.			6.		6.	21.
15-17	4.	14.	12.	1.	8.	17.	2.	10.	12.
17-21	42.	49.	22.	36.	53.	13.	32.	39.	25.
21-23	53.	29.	19.	62.	30.	7.	66.	24.	24.
23-1		2.	5.		5.	6.		15.	13.
1-6		1.	10.			3.			7.
(N)	(221)	(342)	(765)	(147)	(241)	(318)	(140)	(184)	(292)

También se puede establecer el perfil de la programación según la funcionalidad a lo largo de toda la jornada, analizando la composición de cada franja horaria en el tiempo en el que se programó.

De esta manera se puede decir que si bien cuando comenzó a programarse la franja pre-matinal lo hizo sobre todo con espacios formativos y en menor medida con entretenimiento, en los noventa esa funcionalidad varía dando prioridad a estas tempranas horas de la mañana a la información en detrimento de la formación, que en esta década queda poco menos que eliminada a estas horas.

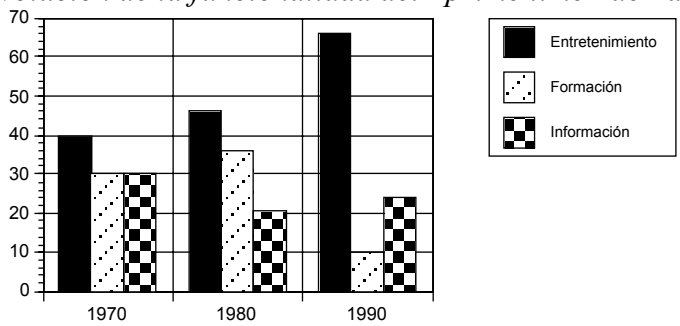
Las mañanas de la segunda cadena son en los ochenta preferentemente informativas aunque también se programe para formar y entretener a esta audiencia matutina en igualdad de proporciones. Sin embargo, las mañanas de los noventa sobre todo son lúdicas y en segundo lugar formativas. La información, al haberla emplazado a primeras horas, apenas tiene incidencia en esta franja.

De 15 a 17 horas, en los ochenta se programaba sobre todo la información, y en menor medida el entretenimiento. No era momento en esta década para la formación. Sin embargo, en los noventa el entretenimiento, como en casi todas las franjas, es la función predominante de la segunda cadena, y en proporciones similares aunque minoritarias se dedica también un tiempo a la función informativa y formativa del medio.

Las tardes de “La 2” son siempre, desde que comenzara esta cadena, tiempo para entretener a la audiencia. Tanto en los setenta como en los ochenta serán los espacios lúdicos los que más se programan aunque no sea hasta los noventa cuando estos espacios constituyan la mayoría de los que se programan a estas horas. También se diferencia la última década de los primeros veinte años en que si tradicionalmente siempre se primó sobre la información la tendencia formativa de este medio, en los noventa se programarán más espacios informativos que formativos en la franja vespertina.

También en el “prime-time” la función predominante es la lúdica desde que comenzara TVE-2 sus emisiones hasta la actualidad. Pero también en la última década hay un notable cambio pues si hasta entonces los espacios dirigidos a entretener habían sido los más frecuentes pero no la mayoría de los que se programan a estas horas, en los noventa sí que constituyen más de la mitad de lo que se programan. Además, si en los primeros veinte años se equiparaban las funciones formativas e informativas primando incluso las primeras, en los años noventa los espacios formativos son los que menos se programan en esta franja privilegiada, programando en segundo lugar espacios que tienden a informar.

Gráfico 17
Evolución de la funcionalidad del “prime time” de La 2



Cuando TVE-2 inicia la franja nocturna, lo hace sobre todo para informar. Pero cuando se consolida en los años noventa, en esta franja también se programa sobre todo para entretener. Los espacios lúdicos en los últimos años son más de la mitad de lo que se programa en estas horas.

Cuando esta cadena sobrepasa la madrugada, raramente en los ochenta y sobre todo en los noventa, lo hace con el fin de entretener a la audiencia.

Los espacios que informan o forman a la audiencia son a lo largo de la noche más bien escasos.

7.3.3. Perfil de la programación de TVE-2 atendiendo al contenido que tratan los espacios

7.3.3.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo dedicado a cada referente en la programación de la segunda cadena

Cuando se hace balance de los más de treinta años transcurridos desde que empezara a emitir esta cadena hasta la actualidad en lo que a temas tratados se refiere se puede concluir que esta cadena ha programado más espacios que vehiculan referencias a la realidad que otro tipo de espacios, aunque no representan la mitad de los espacios programados.

Sin embargo, cuando se atiende al tiempo total de emisión, los referentes ficticios superan a los de referencia real. Tampoco en este caso representa la ficción la mitad del tiempo total de emisión de esta cadena. Obviamente esto se debe a que los espacios que vehiculan la ficción duran más, como se verá más adelante, que los que tratan referentes más inmediatos.

Otra característica de la programación temática de esta cadena es su alto contenido en deportes. Uno de cada diez de los espacios que ha programado ha sido para transmitir referencias deportivas. También destaca la presencia de la temática musical, que se programa con igual cantidad de espacios y tiempo de emisión que la temática variada. TVE-2 apenas ha programado espacios con otros referentes y por tanto es mínimo el tiempo dedicado a la religión o a temas taurinos.

Nº de espacios: realidad > ficción > deportes > música = variedades
Tiempo de emisión: ficción > realidad > deportes > música = variedades

Ahora bien, este perfil se refiere a la totalidad del tiempo que lleva emitiendo esta cadena, y aunque se corresponde básicamente con el que

resulta de desglosar los treinta años en décadas o tramos cuatrienales, existe cierta evolución en la composición temática de la programación. Y no sólo porque a medida que pasa el tiempo se programan más espacios y sobre todo más tiempo televisivo para tratar cualquier tema. De hecho, la mayoría de los espacios programados y también más de la mitad del tiempo de emisión de esta cadena se ha programado en los últimos diez años. Cabe hablar de evolución porque no siempre se programan con la misma proporción espacios y tiempos televisivos que tratan la realidad, la ficción o cualquier otro tema.

De esta manera, cuando comienza esta cadena la mayoría de los espacios que programa tratan la *realidad*. Nunca después estos espacios de referencia inmediata superarán la mitad de los espacios que programa, aunque siempre serán los espacios más programados. Sin embargo, el tiempo resultante de su programación no llega a superar nunca la mitad del tiempo total de emisión, pero es el referente que más tiempo ocupa en la televisión de los primeros años, hasta los años ochenta cuando el tiempo que dedica esta cadena a tratar el mundo circundante es superado, por poco pero superado, por el tiempo que se dedica a tratar el mundo inventado. Por consiguiente, su presencia se mantiene en relación con el total sin grandes oscilaciones *hasta la década de los ochenta*, concretamente en sus últimos años, cuando su presencia, a pesar de aumentar notoriamente, *desciende* en relación al resto de la programación.

Más *estable* es la evolución de los espacios y tiempos televisivos que refieren la *ficción*. Aunque la cantidad de espacios no supera nunca la mitad de los que se programan y ni tan siquiera llegan a ser nunca los espacios más programados, sí sin embargo en numerosas ocasiones y sobre todo en los últimos años, es la ficción televisiva el referente que más tiempo ocupa del total que emite esta cadena, aunque sin grandes diferencias con respecto al referente real.

La realidad y la ficción son los dos grandes temas que aborda prioritariamente la segunda cadena. Pero también el *deporte* ha constituido un referente de su programación. Sin embargo, no siempre ha sido así. Aunque desde el comienzo se programaron espacios deportivos, éstos aparecerán con *más frecuencia a partir de los ochenta*. Sin embargo, ya en los últimos años su presencia con respecto al resto de lo programado sufre

Cuadro XXIII

Evolución de la programación semanal según el número de espacios y el tiempo de emisión programados para formar, informar y entretener

	Entretenimiento						Formativos						Informativos					
	Setenta		Ochenta		Noventa		Setenta		Ochenta		Noventa		Setenta		Ochenta		Noventa	
	Nº	T.	Nº	T.	Nº	T.	Nº	T.	Nº	T	Nº	T	Nº	T	Nº	T	Nº	T
L-J	9.	9.	14.	12.	15.	13.	13.	13.	18.	15.	14.	14.	14.	14.	19.	14.	15.	13.
V	16.	17.	13.	18.	18.	18.	14.	13.	12.	17.	18.	19.	19.	15.	13.	11.	18.	16.
S	18.	21.	18.	20.	9.	14.	13.	16.	10.	16.	11.	10.	10.	16.	4.	14.	9.	15.
D	28.	26.	14.	14.	12.	15.	19.	17.	5.	6.	16.	16.	13.	12.	4.	20.	13.	16.
N	222	12033	342	24436	765	53056	146	7031	241	10402	318	16250	140	5426	184	8917	292	14099

b) según la estacionalidad

Aunque no existen diferencias muy notables en la programación de las distintas estaciones anuales atendiendo a la funcionalidad del medio, sí que se mantiene cierta pauta que atañe tanto a todo el período como a las distintas décadas y es la tendencia a programar más entretenimiento en verano y más información en invierno.

c) según las franjas horarias

Lo primero que se tiene que tomar en cuenta a la hora de establecer un horario en la programación de cualquier espacio, sea este informativo, formativo o lúdico es el tiempo que haya disponible para programar su emisión. Este hecho tan obvio condicionó la programación horaria de los espacios televisivos según su funcionalidad pues, por las características propias de la segunda cadena, hasta hace sólo diez años apenas se contaba con tres o a lo sumo seis horas en las que ubicar todos los espacios. Consecuentemente con este hecho, durante esos veinte años en esas tres o seis horas de programación se ubicaban indistintamente los espacios formativos, informativos o lúdicos, sin decidirse ninguno de ellos por ninguna franja horaria singular. A medida que se abren las posibilidades de programar espacios a otras horas, a partir de 1985, es posible discernir cuales son las franjas en las que más frecuentemente aparecen los espacios

una disminución en número de espacios y, en menor medida, en tiempo de emisión.

Los musicales también se han programado con cierta asiduidad en la emisión de esta segunda cadena, aunque su presencia ha descendido ha medida que pasan los años, y lo hacen en beneficio de los espacios que tratan las variedades. En los últimos años, la presencia de estos últimos ha cobrado más importancia que los musicales e inclusive que los espacios deportivos de "La 2".

Gráfico 18
Evolución del número de espacios televisivos que refieren la realidad, la ficción, los deportes, la música o las variedades en la programación de TVE-2

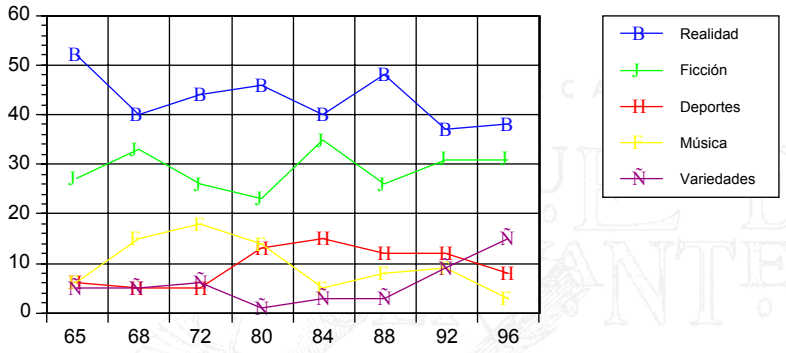
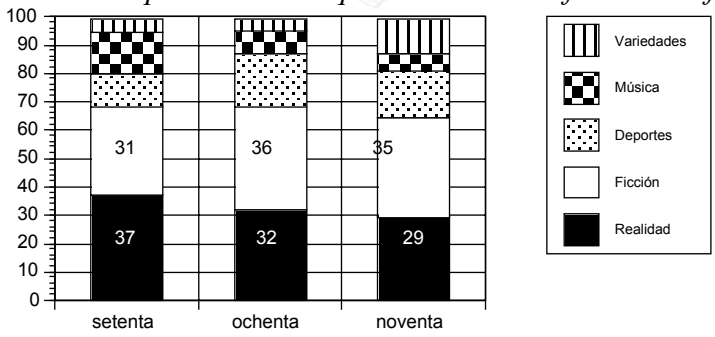


Gráfico 19
Evolución del tiempo de emisión que se dedica a diferentes referentes



7.3.3.2. Evolución de la duración de los espacios televisivos según la temática que abordan

Una característica propia de los espacios televisivos de la segunda cadena sin distinción de la temática que abordan es la extensa duración con la que se programan a partir de que la cadena cumple su "mayoría de edad". Y es que a partir ya de los setenta, la duración media de cualquier espacio televisivo supera la media hora de duración. Además, se observa una *pauta*

evolutiva que tiende a prolongar más ese tiempo de emisión que ocupan los espacios a medida que pasa el tiempo.

Aunque estas características afectan a todos los espacios, lo hacen de distinta manera según tengan referentes distintos. De hecho, son siempre los espacios que referencian *la realidad los que tienen una duración media menor* que los otros, situada siempre en torno a los 40 o 45 minutos. Y siempre también son los *deportivos los que tienen una duración mayor*, sobrepasando siempre la hora de duración media, poco en los primeros años, llegando casi a las dos horas en la última década. Entre estos promedios se encuentran los demás, aunque sin excesiva diferencia en sus duraciones medias, situadas en torno a los *40-60 minutos, más en los últimos años, y más los que referencian la ficción que los que transmiten temas musicales o variedades*.

BIBLIOTECA VIRTUAL

Cuadro XXV
Evolución de la duración media de los espacios televisivos según la temática

	setenta	ochenta	noventa
Realidad	41	41	46
Ficción	54	69	67
Deportes	72	90	100
Musicales	43	63	60
Variedades	51	55	55

Cuando se contemplan las duraciones más frecuentes con las que se programan los distintos espacios también se aprecia que aunque abundan las duraciones inferiores a la media hora, también es muy usual programar espacios con duraciones mayores. Eso se observa sobre todo en los deportivos, ya que la mitad de los que se han programado superan la hora de duración. Incluso se puede decir que su duración más habitual es la que supera las dos horas y media. Aunque son tan escasos los espacios deportivos programados que no se puede hacer afirmaciones seguras sobre su evolución, sí cabe comentar que es más frecuente programarlos con mayor duración en los últimos años noventa que anteriormente.

Lo mismo ocurre con los musicales. Es más frecuente su menor duración en los primeros años que en los últimos, cuando ya se programan sobre todo con una hora o más. Lo único que era más frecuente programarles

antes que ahora, por lo que al hacer balance el promedio resulta de media hora de duración.

Sin embargo, los espacios que referencian variedad de temas se programan sobre todo en los últimos tiempos; y aunque la cantidad ha variado, no lo ha hecho la duración típica de su programación. Siempre, y ahora, se programan sobre todo con media hora de duración, aunque también lo hacen y en proporciones nada pequeñas con una hora o más de duración.

Por lo que respecta a los espacios que representan prácticamente la totalidad de la programación de esta cadena, espacios de referencia real y ficticia, se observa una doble lógica en su programación. Por un lado una evolución en ambos casos positiva tendente a programarles con mayor duración a medida que pasa el tiempo. Por otro, una tendencia discriminatoria que diferencia los espacios de referencia inmediata, menos duraderos, de los que transmiten la ficción, apareciendo siempre con duraciones superiores.

De esta manera, los de referencia real se han programado la mayoría de ellos y siempre con menos de media hora de duración, pero a medida que pasa el tiempo esa frecuencia disminuye, aumentando los que se programan con más de una hora en los ochenta y con más de media hora en los noventa. Más tiempo de emisión ocupa a medida que pasa el tiempo la ficción televisiva ya que se suele programar cada vez menos en espacios inferiores a media hora de duración y cada vez más superando la media hora e incluso más de una hora de tiempo de emisión.

Cuadro XXVI
Frecuencia en las duraciones de los espacios televisivos discriminados según la temática

	Realidad			Ficción			Deportes	Música	Variedades
	70	80	90	70	80	90	65-96	65-96	65-96
-30'	58.	61.	51.	55.	33.	30.	34.	44.	53.
30-60'	31.	26.	33.	20.	29.	26.	16.	36.	25.
+60'	11.	13.	16.	25.	38.	44.	50.	20.	22.
N	(219)	(342)	(509)	(142)	(227)	(438)	(298)	(245)	(245)

7.3.3.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los espacios televisivos de la segunda cadena discriminados según su temática

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

A) según el día de la semana

A la luz de los datos obtenidos se puede decir que existe variación temática en la programación semanal de TVE-2. Es decir, todos los días de la semana no se programan de igual manera cuando se establece la composición de espacios según los referentes tratados. De igual manera, los espacios televisivos que referencian la realidad, la ficción u otros temas se programan preferentemente en unos días en detrimento de otros. Además, se puede decir que esas preferencias establecidas han variado también con el paso del tiempo.

En los primeros años, hasta la década de los ochenta, se programaban más espacios y más tiempo televisivo de cualquier referente en los fines de semana que en los días laborables, incluido el viernes. Ello se debe a que son esos días, los festivos, los que tienen una emisión más prolongada.

Cuando ya se equilibran las emisiones de los días laborables con las de los fines de semana, aumentando al mismo tiempo su duración, en los ochenta, ya se puede hablar de discriminación semanal en la programación temática de "La 2". Y es que la *ficción y el deporte se programan más frecuentemente los fines de semana* que los otros días y especialmente los sábados. Sin embargo, será en los *días laborables en los que es más usual encontrar espacios de referencia inmediata y de temática variada.* Los

viernes en esta década se comportan como un día de transición entre la cotidianidad y la festividad, es decir, se comportan como los sábados y los domingos, pero moderadamente. No se comportan así sin embargo para la programación musical, pues ésta se programa preferentemente los viernes y algunos de los días laborables.

En los noventa se cambia el perfil temático de programación semanal. Y es que aunque siguen siendo los *días laborables* en los que es más habitual programar espacios que referencien *cosas reales y variadas*, también son éstos los días en los que es más frecuente programar la *ficción televisiva.* Sin embargo, siguen siendo los *fines de semana*, y todavía con más diferencia, los días en los que se programan más *deportes y más programas musicales*. El viernes en los noventa adopta la lógica de programar de los otros días laborables, alejándose de la pauta de programación propia de los días festivos. Estas características se mantienen tanto si se contempla el número de espacios como de tiempo de emisión dedicado a cada referente.

Cuadro XXVII
Evolución de la programación semanal según el tiempo de emisión dedicado a cada referente

	Realidad			Ficción			Deportes			Música			Variedades		
	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90	70	80	90
Laborable	11.	17.	15.	8.	11.	14.	13.	7.	8.	11.	15.	9.	9.	22.	17.
Viernes	9.	13.	19.	17.	13.	20.	11.	13.	3.	10.	20.	11.	26.	0	19.
Sábado	20.	11.	8.	21.	32.	10.	37.	32.	28.	20.	16.	32.	9.	4.	3.
Domingo	28.	5.	11.	29.	28.	12.	0	28.	27.	28.	5.	26.	27.	8.	9.
N	9098	13849	23745	7566	15584	29331	2954	8500	14844	3634	3517	4910	1285	1910	9465

b) según la estacionalidad

Aunque la variación temática de la programación según las diferentes épocas del año no es muy señalada, sí que se puede mencionar que la ficción aparece con mayor proporción en los veranos mientras que cuando esta cadena referencia la realidad suele hacerlo más frecuentemente en invierno. En las otras temáticas, por ser menos programadas, no se advierte ningún tipo de discriminación estacional.

c) según las franjas horarias

Es obvio que cuando sólo se emite en pocos momentos del día, todos los espacios se concentran a esas horas. Cuando ya existe emisión a lo largo de prácticamente toda la jornada, se puede establecer una variación temática más adecuada a las idoneidades horarias, y programar los distintos espacios que tratan la realidad, la ficción u otros temas en horarios diferenciales. Esta lógica se impone en la historia de la programación de "La 2".

Hasta bien entrados los ochenta la programación se concentraba por la tarde y primera noche. Por lo tanto todos los espacios se programaban necesariamente a esas horas. No se puede hablar por tanto de preferencias horarias en función de los temas. Siempre se programa de todo abundando a todas horas los espacios que tratan la realidad y la ficción, porque son los más numerosos. Y estos espacios se concentran sobre todo entre las 21 y 23 horas, horario "prime-time" no tanto por ser el privilegiado sino por ser el horario tradicional de esta cadena programando a otras horas en emisiones excepcionales (sobre todo fines de semana).

Cuando ya se regulariza una emisión de tarde y se abre la emisión por la mañana y por la noche más tardía sin llegar a la madrugada, se puede observar que con respecto a la programación tradicional, se observa un cambio. El horario para programar los espacios más numerosos, los que referencian la *realidad o la ficción*, deja de ser el horario preferencial. A partir de entonces aparecerán sobre todo por las *tardes*, entre otras cosas porque comprende más horas de emisión que la otra franja en la que se programan las emisiones de manera regular. También los *deportivos* de esta cadena se programan sobre todo por la tarde, aunque no representa ningún cambio pues es su horario preferencial de aparición. Sin embargo, los musicales y las variedades en estos años ochenta se programarán sobre todo por la noche.

En los noventa ya se emite a todas horas de manera regular. A partir de entonces se puede hablar de una división de la jornada, en momentos preferenciales para tratar *la realidad, las mañanas, y momentos preferenciales para tratar la ficción, las tardes-noches*; aunque siempre, a todas horas en las que existe emisión, se programan espacios de referencia inmediata y referencia irreal. Con respecto a las otras temáticas, no se manifiesta ningún cambio con el paso de década, aunque se programan

poco, lo hacen sobre todo los *deportivos por la tarde*, cuando siempre lo habían hecho; igual que *los musicales y las variedades, ubicados preferentemente en el horario nocturno*.

Cuadro XXVIII
Evolución de la programación horaria de los espacios que tratan la realidad y la ficción

	Realidad			Ficción		
	70	80	90	70	80	90
6-9		1.	15.			6.
9-13		2.	24.		1.	16.
13-15		4.	9.		2.	8.
15-17	2.	10.	13.	5.	14.	7.
17-21	30.	48.	16.	45.	51.	23.
21-23	68.	28.	14.	50.	28.	20.
23-1		7.	5.		2.	5.
1-6			3.			15.
N	(219)	(342)	(509)	(142)	(227)	(438)

En cuanto a la composición temática de las franjas horarias en las que programa esta cadena se puede decir el resultado de programar con distinta frecuencia los distintos espacios televisivos según su temática hace que cada franja se caracterice por ofrecer sobre todo referentes reales o ficticios en mayor o menor proporción según las décadas de que se trate.

Las primeras horas de la mañana, sólo programables en los noventa, ofrecen sobre todo referencias a la realidad. Más de la mitad de los espacios que se programan tienen este referente inmediato. También está presente la ficción o los deportes, pero con escasa presencia.

Las *mañanas* de esta cadena son mañanas siempre para tratar la temática real y no tanto para inventarla, aunque también se programen espacios deportivos, musicales o variedades. Esta composición es así en los ochenta y noventa. Inclusive en los últimos años ha aumentado la frecuencia en la programación de espacios de referencia real y variedades en detrimento de otros referentes.

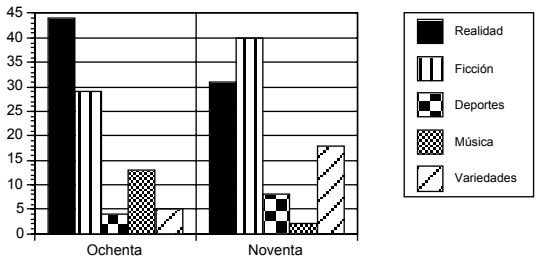
También a mediodía y en la sobremesa se ofrecen sobre todo espacios que tratan la realidad frente a otros referentes, es decir, a estas horas siempre es lo que más se programa. Y aunque el cambio de década hacia los noventa supone programar más ficción que espacios de referencia real en los mediodías, no sucede lo mismo en la sobremesa. De 15 a 17 horas se mantiene en los noventa la mayor referencia a la realidad mientras que los

referentes ficticios incluso descienden a favor de las variedades, aunque sigue siendo una programación excepcional a estas horas.

Las tardes de "La 2" son horas en las que se programaban tradicionalmente más espacios de referencia real que de ficción, pero con escasa diferencia. También se programaban deportes, musicales o variedades, pero con escasa frecuencia. Sin embargo, en los últimos años la ficción televisiva ha aumentado a estas horas, siendo los espacios que, por escasa diferencia, más se programan a estas horas. También aumenta la presencia de los deportivos y las variedades y desciende la programación de espacios de referente real, aunque siguen teniendo una presencia nada despreciable en las tardes de la segunda cadena.

El "prime-time" ha tenido una evolución parecida. Si tradicionalmente se han programado sobre todo espacios con referencias a la realidad más que a otros referentes, en los noventa será la ficción el tema más tratado. En detrimento sobre todo de los espacios de referencia real, porque los deportivos también han aumentado su presencia a estas horas privilegiadas de la jornada. Las variedades crecen también, pero a costa de los espacios musicales, pues han disminuido su presencia con respecto a épocas anteriores.

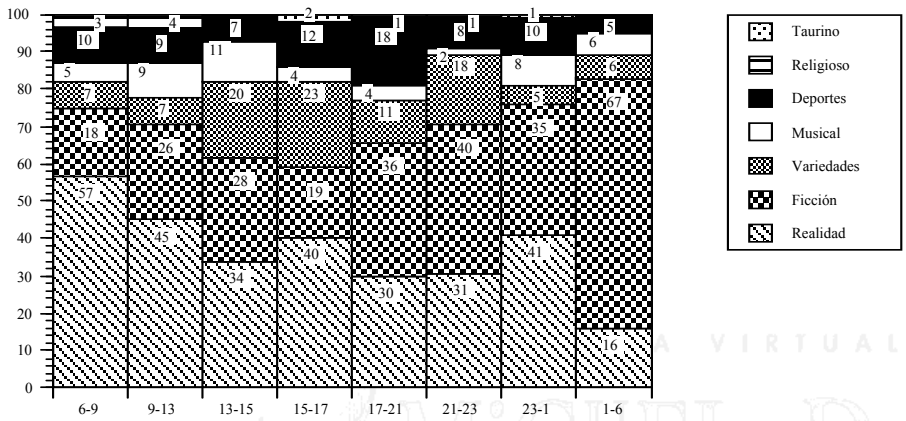
Gráfico 20
Evolución de la temática del "prime-time" de TVE-2



La composición temática de las últimas horas de la noche en esta cadena no ha variado en los últimos años, que es cuando se programan. Sigue siendo el espacio más programado el que transmite referentes reales. Le sigue con bastante margen, menos en los noventa, la ficción televisiva. También hay una presencia de deportivos, aunque mucho menor. Las variedades y los musicales si bien se les ha programado a estas horas de manera más bien excepcional, no dejan de programarse pero con este mismo carácter con el cambio de década.

La noche profunda sólo se ha programado en la última década y lo ha hecho sobre todo con ficción. Más de la mitad de lo que se ha programado ha tenido este referente ficticio. Y aunque también se han programado espacios que referencian otros contenidos, su frecuencia es mucho menor.

Gráfico 21
Temática abordada a lo largo de la jornada en los años noventa



7.3.4. Perfil de programación según la realización televisiva en la segunda cadena estatal

7.3.4.1. Evolución del número de espacios y tiempo televisivo dedicado a cada formato de realización

Si hay una nota que ha caracterizado la realización televisiva de esta cadena durante sus más de treinta años de existencia es la variedad en la utilización de los formatos existentes. A lo largo de ese tiempo TVE-2 ha utilizado todos los formatos en los que se pueden presentar los espacios televisivos a la hora de ofrecerlos a la audiencia.

Ahora bien, no los ha utilizado con la misma frecuencia todos. Existen unos en los que su recurso representa una frecuencia constante e importante y otros en los que su uso se restringe por cualquier motivo.

En el primer caso estaría el busto parlante con intercalación de reportajes. Este rango le deviene porque es el formato más utilizado en la realización de espacios televisivos. Treinta de cada cien espacios programados, casi un tercio, se ha realizado de este modo. Aunque en tiempo de emisión resultante de su programación no llegue a esa relación, ya

que constituye sólo una quinta parte del total, sí sin embargo sigue siendo el formato más utilizado por esta cadena.

La discriminación entre número de espacios y tiempo de emisión es pertinente porque el mayor recurso a un formato en la realización de los espacios no implica necesariamente más protagonismo en el tiempo de emisión. De hecho, después de la utilización del busto parlante, esta cadena realiza más espacios con el formato seriado y documental que con otros. Sin embargo, no son estos los formatos que ocupan el segundo y tercer puesto en el mayor tiempo de emisión, sino que después del busto parlante, los formatos que más tiempo están en antena son el cinematográfico y la retransmisión en directo. Obviamente esta diferencia obedece a una mayor duración de los segundos con respecto a los primeros. Pero hay que tener en cuenta esta doble discriminación porque la realidad televisiva no sólo toma como referencia la cantidad de espacios que se programan sino que también y sobre todo el tiempo que ocupan del que emite, porque al fin y al cabo la televisión es un fenómeno en el que el factor temporal forma parte de su propia definición.

En todo caso, estos cuatro formatos serían los que después del busto parlante son los más utilizados por esta cadena. Cabe añadir que el formato de presentador de diversos se utiliza en cuanto a espacios programados con la misma frecuencia e incluso más que el directo y contabilizando tiempo de emisión con parecidas proporciones al formato documental. A distancia de todos ellos se sitúan los demás formatos: dialógico, espectacular, teatral o animado constituyendo pues una mínima parte de los espacios programados por esta cadena y también, del tiempo total que lleva emitiendo.

Esquemáticamente:

Número de espacios:
Busto parlante>series>documental>cine>retransmisión=presentador de diverso>otros

Tiempo de emisión:
Busto parlante>cine>retransmisión>series>documental=presentador de diversos>otros

Ahora bien, este perfil que se refiere a los más de treinta años de emisión varía cuando se analiza diacrónicamente, es decir, la utilización de los distintos formatos televisivos varían en función del período histórico de que se trate. Obviamente todos los formatos, excepto el teatral, se han utilizado más en los últimos diez años que en los veinte primeros, consecuencia directa del aumento del tiempo de emisión y por tanto de la mayor programación de espacios y tiempos televisivos en cualquier modalidad. Pero cuando se analiza la evolución de cada formato se toma en cuenta la relación de cada formato con el total de lo que se emite en ese momento.

De esta manera, y aunque el formato de busto parlante ha sido en cada período concreto el más utilizado para realizar espacios de televisión, se advierte que en los últimos años su utilización *ha descendido* con respecto a su frecuencia en otros años. Pero además, cuando se analiza el tiempo de emisión resulta que no siempre es el formato que más tiempo ha estado en antena. Concretamente a principios de los ochenta y ya en los noventa deja de ser el formato que más tiempo ocupa del que ofrece la cadena. En cuanto al formato *seriado*, se advierte que su utilización para la realización de espacios televisivos se mantiene *relativamente estable* con respecto a la cantidad de espacios que se programan en cada período y también respecto al tiempo total de emisión. Aunque existen períodos de altibajos, su relación con respecto al total no varía notoriamente. Una evolución igual de estable parece seguir el formato *documental*, el cual también parece iniciar el descenso en la última década.

Sin embargo, tanto el formato *cinematográfico como el recurso al directo* experimentarán en torno a los ochenta, antes en el caso de las retransmisiones, un *aumento* en su utilización con respecto a otros formatos; de tal suerte que ya a principios de los ochenta y en los noventa el tiempo de emisión que se realiza con estos dos formatos supera al realizado con el recurso al busto parlante.

Más discontinua es la evolución del formato típico de los *magazine*. Pues si bien siempre se utilizó e incluso en los primeros años su uso alcanzó una frecuencia nada escasa, su uso *disminuyó enormemente a partir del 1976* y no se recuperará su utilización en la realización televisiva de esta cadena hasta los *últimos años de los ochenta, cuando inicie una línea*

ascendente que llegue incluso a representar una presencia en el tiempo de emisión similar a la que tiene el "busto parlante" de esta cadena.

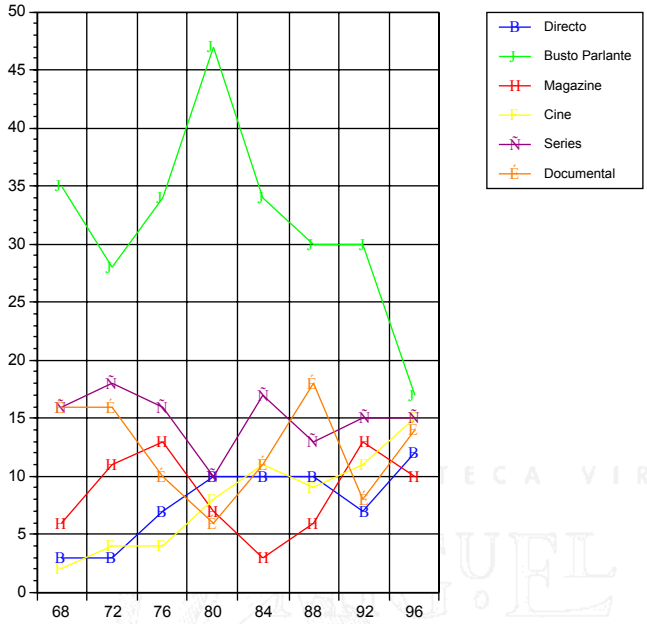
Con respecto a los de menor utilización se puede observar que los dialógicos y espectaculares, poco utilizados tradicionalmente, mantienen una línea evolutiva ascendente, que hace que sean formatos utilizados en los últimos años en siete de cada cien de los espacios que se programan. Sin embargo, los animados y los teatrales mantienen una línea evolutiva inversa, ya que si bien fueron, aunque escasamente, utilizados en la televisión de los primeros años, en los últimos su uso casi se ha extinguido para la realización de los espacios que programa "La 2".

Cuadro XXIX

Evolución del tiempo de emisión que se programa en distintos formatos televisivos

	65-1970	70-80	80-90	90-96
Retransmisión	5.	10.	16.	16.
Dialógico	4.	1.	4.	5.
Espectáculo	3.	6.	4.	5.
Busto Parlante	22.	34.	24.	17.
Presentador diversos	8.	9.	4.	13.
Cinematográfico	5.	12.	18.	22.
Teatro	13.	3.	3.	0
Serie	19.	13.	13.	11.
Documental	17.	8.	11.	8.
Animado	4.	3.	2.	2.
Total	(9988)	(24662)	(43780)	(83405)

Gráfico 22
Evolución del número de espacios que se programa con cada formato de realización televisiva

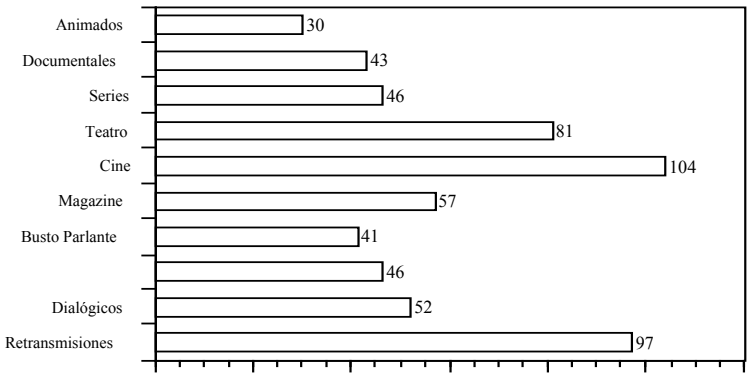


7.3.4.2. Evolución de la duración de los espacios que se programan con diferente formato

La duración de los distintos espacios se establece teniendo en cuenta una doble lógica que funciona tanto si se contempla la duración media de los espacios televisivos programados como la frecuencia en la aparición de las distintas duraciones con las que suelen programarse. Esta doble lógica actúa en primer lugar discriminando la duración de los distintos espacios según los formatos de realización, y en segundo lugar, aumentando la duración de los mismos a medida que pasa el tiempo. Este incremento en las duraciones se produce generalmente en los ochenta (segunda mitad), y aunque se mantiene ese incremento en la siguiente década, tiende a estabilizarse.

De esta manera, y tanto para todo el tiempo considerado como para cada período en particular, los formatos se programan con duraciones medias que les discriminan.

Gráfico 23
Duración media con la que se programa en distintos formatos televisivos



En primer lugar siempre se programan *con mayor duración los espacios cinematográficos y las retransmisiones en directo*. El promedio que resulta supera la hora de duración, y la incrementa a medida que pasa el tiempo, llegando ya en los ochenta y manteniéndose desde entonces con una duración que supera la hora y media de tiempo de emisión. En cuanto a las duraciones más frecuentes con las que aparecen se puede decir que desde siempre, la mayoría de estos espacios se han programado con más de una hora de duración, aumentando inclusive su frecuencia en las últimas décadas, disminuyendo consiguientemente los pocos que se programan con menos de sesenta minutos de tiempo. Además, también es usual, sobre todo a partir de los ochenta, programar espacios que se realizan con estos dos formatos con más de dos horas de duración.

Existen luego formatos televisivos cuya duración media para todo el período considerado se sitúa en torno a la *hora de duración. Es el caso de los dialógicos, los de tipo "magazine" los espectaculares y teatrales.* Sin embargo, su programación no ha sido ni muy frecuente ni muy estable en los treinta años de vida del medio.

De este modo, los dialógicos se han programado sobre todo en los últimos años, y lo han hecho con una duración más frecuente de sesenta minutos.

Los teatrales se han programado sobre todo en los primeros años y aunque se programaban frecuentemente con media hora de duración, aparecían sobre todo con más de una hora de tiempo asignado.

Por lo que respecta a los espacios realizados con un presentador de diversos cabe comentar que tanto en la duración media como en la duración más frecuente se observa la lógica de programarles con poca duración en los primeros años, poco más de media hora, pero superando los sesenta minutos en los últimos años, que es cuando más espacios de este tipo se programan. Ello se debe a que en los últimos años el presentador más que presentar diversos presenta programas enteros (contenedores).

En cuanto a los espectáculos televisivos cabe comentar que aunque la duración media para todo el período considerado se acerca más a los tres cuartos de hora que a los sesenta minutos, se les incluye en este grupo porque tradicionalmente se les ha programado con esa duración concreta, aunque en los últimos años los espectáculos de "La 2" duran la mayoría de ellos media hora o incluso menos de media hora. Estos son los únicos espacios que se escapan de la lógica evolutiva positiva que parece guiar las duraciones de los demás espacios, pues en la última década, precisamente cuando más se programan, lo hacen con menor tiempo de emisión que en épocas precedentes.

También los espacios *seriados y documentales, y en menor medida los espacios más programados, los de "busto parlante"*, se programan con una duración media para todo el período y para los últimos años, que es cuando más se programan, de *tres cuartos de hora*. Lo cual no quiere decir que se programen con esa duración concreta. Es más, solamente en los ochenta y sólo para las series y los documentales, la duración de 45 minutos es la más frecuente. Y es que en los de busto parlante la mayoría y en los seriados y documentales la duración más frecuente es la de media hora o menos incluso de los treinta minutos. Pero es que también es usual, más en las series que en los de prototipo "telediario", y más en las últimas décadas que en las primeras, que se les programe con más de media hora de duración e inclusive más de una hora.

Los espacios que se programan *con menor duración son y han sido siempre los animados.* Estos espacios tienen una duración media para todo el tiempo que lleva emitiendo esta cadena de media hora de duración. Sin embargo, nunca han tenido esa duración . Se han programado hasta la última década con menos de 30 minutos, en torno a 25 minutos como promedio pero en los noventa supera este tiempo y con creces acercándose a una

media de cuarenta minutos. Ello se debe a que aunque siempre se han programado la mayoría de ellos con media hora de duración o menos incluso, a partir de los ochenta y sobre todo en los noventa se les programa también con más de media hora e incluso con más de una hora de duración.

Cuadro XXX
Evolución de las duraciones más frecuentes con las que suelen programarse los distintos espacios televisivos

	Retransmisiones			Cinematográficos			Busto Parlante			Documental		Series
	Setenta	Ochenta	Noventa	Setenta	Ochenta	Noventa	Setenta	Ochenta	Noventa	Setenta	Ochenta	Noventa
-30'	28.	12.	18.	10.	8.	2.	59.	72.	66.	55.	32.	48.
30-60	16.	25.	22.	3.	4.	4.	26.	16.	16.	45.	46.	42.
Más de 60	55.	63.	60.	87.	88.	94.	13.	12.	18.		12.	10.
N	36	70	133	30	70	182	193	252	310	47	108	148

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

7.3.4.3. Evolución de la programación semanal, anual y diaria de los espacios televisivos realizados con distintos formatos

a) según el día de la semana

Esta segunda cadena estatal no programa de igual modo los programas realizados con distintos formatos televisivos a lo largo de la semana. Es decir, el que sea día laborable o fin de semana tiene mucho que ver con la programación que se ofrece, también desde el punto de vista de su realización. A su vez, los formatos televisivos en los que se realizan los espacios tienen unas preferencias en su aparición que no son las mismas para todos. Y además, no son siempre las mismas. Cabe hablar entonces de cierta evolución en las lógicas de programar semanalmente los espacios televisivos discriminados según su forma de presentación.

Básicamente se puede decir que "La 2" *ha programado en los días laborables, incluido el viernes, más espacios televisivos realizados con el "busto parlante con intercalación de reportajes" que los otros días.* En esos días cotidianos es este formato el más utilizado por los espacios que se programan. Sin embargo, son los fines de semana los que registran más proporción de tiempo de emisión que se realiza de esta manera que los días laborables. Esta pauta programática se mantiene invariable en los más de treinta años de vida televisiva.

Mientras, existe *mayor probabilidad de que se programe en cualquier otra modalidad de realización televisiva en los fines de semana incluido el viernes.*

De este modo, la retransmisión en directo y los espacios cinematográficos siempre se les ha programado preferentemente en los fines de semana, incluido el viernes, pues aunque en los ochenta se sienta predilección por el viernes en detrimento del domingo para programar las retransmisiones, en los noventa se vuelve al equilibrio entre estos tres días preferenciales para programar espacios realizados con estos formatos.

En lo concerniente al formato seriado, éste ha tenido una evolución más variable, aunque siempre se le programa más, poco más, en los fines de semana que en los días laborables. Pero si bien en los primeros años se observa una clara preferencia por la jornada dominical, en los años ochenta la preferencia será para el sábado, día en el que no por mucha diferencia pero sí mencionable absorbe más espacios programados de esta forma. En la siguiente década se observa un cambio brusco, pues no sólo el sábado es el día en el que se programa menos espacios seriados, sino que lo más frecuente será programarlos en el viernes.

También varían los días en los que más se programan documentales según se hable de la televisión de los ochenta o los noventa, aunque en ambos períodos, así como anteriormente, se les suele programar con mayor probabilidad los fines de semana que los otros días cotidianos. Porque si bien estos espacios en los setenta se las programaba con la misma asiduidad el viernes, sábado y domingo, en los ochenta el domingo y en menor medida el viernes se descuelgan de esta pauta, beneficiándose los laborables, aunque sigue siendo el sábado el día en el que es más probable encontrar espacios realizados con formato documental. En los noventa aun hay otro cambio, y además es inverso al seguido en la década anterior. Actualmente son los viernes y domingos, en detrimento de los sábados los días en los que más se programan espacios de este tipo, aunque la cantidad de espacios que se programan en los días laborables ya se está equilibrando con los otros días, alejándose de lo que tradicionalmente se venía haciendo.

Aunque los demás formatos televisivos no tienen un uso tan frecuente como los anteriores y por tanto resulte más difícil establecer una lógica semanal en su programación, sí se puede afirmar la mayor probabilidad de

que cuando se programen espacios dialógicos sea en viernes frente a los otros días. Que también sea el viernes cuando existe mayor probabilidad de programar espacios espectaculares, ya que éstos se programan preferentemente en la última década y es entonces cuando explícitamente se muestra ese día. También el viernes es el día en el que se programan más espacios teatrales, pero esto ocurre en los setenta. En la década siguiente, los pocos espacios que se programan prácticamente siempre es en sábado. Así pues, el teatro aunque se programó poco, lo hizo en los días de fin de semana. También se puede decir que es el sábado el día en el que hay más probabilidad de que se programen "magazines" que en ningún otro día, porque aunque en los ochenta se sienta predilección por el viernes, es en los últimos años cuando se programan más espacios de este tipo, y lo hace preferentemente el día en el que empieza el fin de semana. También es el fin de semana cuando más se programan espacios animados. Y siempre ha sido así.

Cuadro XXXI
Evolución del tiempo de emisión que se realiza con los formatos más utilizados según sea el día laborable, viernes, sábado o domingo

	Retransmisiones			Cinematográficos			Busto Parlante			Documental			Series		
	Setenta	Ochenta	Noventa	Setenta	Ochenta	Noventa	Setenta	Ochenta	Noventa	Setenta	Ochenta	Noventa	Setenta	Ochenta	Noventa
L-J	8.	10.	7.	5.	9.	14.	15.	14.	14.	13.	15.	15.	10.	15.	16.
V	11.	22.	12.	9.	31.	20.	15.	12.	15.	16.	11.	20.	15.	12.	20.
S	48.	29.	29.	30.	12.	13.	12.	13.	15.	17.	20.	7.	16.	18.	6.
D	9.	20.	30.	37.	21.	11.	15.	18.	17.	17.	7.	15.	30.	11.	15.
N	2558	7160	13570	3003	7970	18353	8301	10402	14189	1908	4822	6745	3166	5639	8845

b) según la estacionalidad

No existen apenas diferencias entre la programación de las diversas estaciones anuales si se tiene en cuenta los formatos más utilizados que aparecen en cada época. Es decir, aunque la programación se establece para cada estación, se programa una proporción similar de cada uno de los formatos con lo que la preferencia o mayor programación por uno u otro formato televisivo tiene poco que ver con la estacionalidad de que se trate.

c) según las franjas horarias

Sí sin embargo se observa que la segunda cadena estatal cuando programa diariamente tiene en cuenta también las distintas horas del día para ubicar los espacios que se realizan de diferente forma. Aunque en los primeros tiempos no había muchas horas para distribuir lo que se programaba, concentrándose pues todos los espacios en las escasas horas de las que se disponía, sí que a partir de los ochenta, a medida que se abre el horario de emisión, se van estableciendo preferencias horarias en la programación de los distintos formatos y una realización televisiva peculiar para cada franja horaria.

De este modo, desde 1965, momento en el que empieza a emitir esta cadena, hasta aproximadamente 1985 que empieza a programarse más tiempo de la jornada de una manera regular, en esos veinte años todos los programas se ubican preferentemente entre las 21 y las 23 horas, porque es el horario típico de emisión de esta segunda cadena. Cuando se programa por la tarde, de manera regular los fines de semana y esporádicamente algún laborable, se programan también espacios con cualquier formato de realización, pero en esta franja encuentran su hora típica de aparición los espacios animados que programa esta cadena. Las retransmisiones, los documentales y los espectáculos también preferirán esta franja más temprana para programarse, aunque no dejan de aparecer en la más tardía. E indistintamente aparecen en una u otra los espacios cinematográficos, y en menor medida las series de televisión. Los otros formatos, aunque tienen la posibilidad de aparecen por la tarde, se les sigue programando con mayor frecuencia en la franja más privilegiada que es en "La 2" la franja tradicional de emisión.

En los ochenta existe la posibilidad material de programar espacios a otras horas y aunque todos los formatos se programarán preferentemente por la tarde y en menor medida por la noche, se distribuyen también con frecuencias minoritarias a lo largo de esas nuevas horas de emisión.

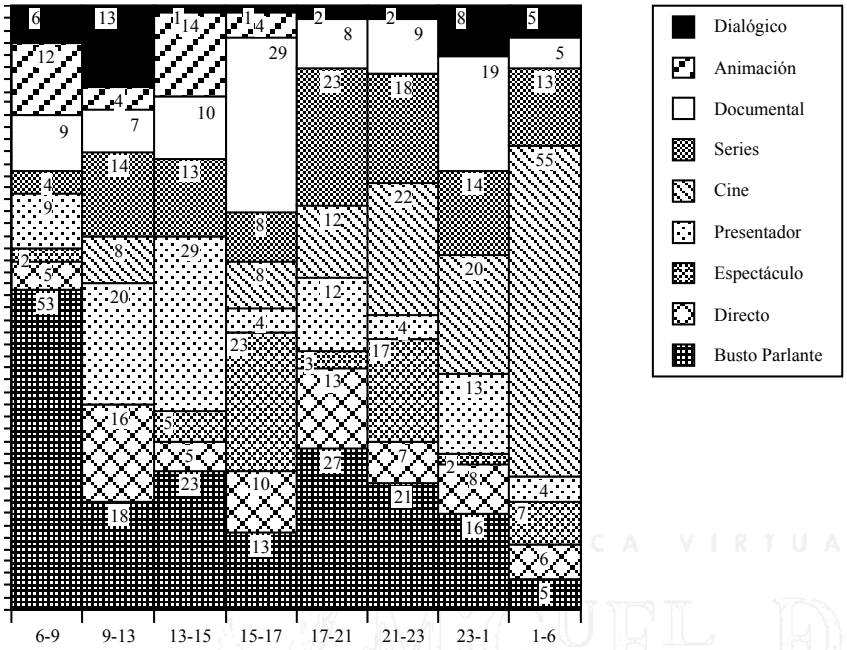
Obviamente los espacios más programados a todas horas son los de "busto parlante con intercalación de reportajes" ya que son los más programados, pero también se programan con frecuencias no despreciables en la franja prematinal los animados; en la media mañana los de tipo "magazine" y en menor medida espacios seriados mientras que son las

retransmisiones, espectáculos, series también y animados los espacios que acompañan a los más programados en las franjas en las que la mañana termina para dar paso a las tardes de "La 2".

Y en estas horas también abundarán los espacios de busto parlante, pero también series televisivas, documentales o retransmisiones en directo. El cine sin embargo, se programa preferentemente por la noche siendo con las series y los espacios típicos de busto parlante los que más se programan entre 21 y 23 horas de la noche. Cuando La 2 atraviesa esta última hora de manera esporádica en los ochenta lo hará sobre todo para programar espacios de busto parlante, cine y en menor medida espacios documentales. Apenas se programa con otro formato a estas horas en las que frecuentemente se sitúa el cierre de la emisión.

Sin embargo, en los noventa, cuando la emisión ya se regulariza con una duración que comprende prácticamente toda la jornada, ya se puede hablar de preferencias horarias de los distintos formatos de realización para su aparición en antena. Y es que tanto *las retransmisiones como los espacios dialógicos así como los más programados, los de "busto parlante" y también los tipo "magazine" o los animados aparecerán sobre todo por la mañana* mientras que los otros formatos prefieren concentrarse por la noche o por la tarde. Obviamente esto no quiere decir que no se programen a todas horas. En general pasa todo lo contrario, a todas horas se programa con todo tipo de formatos, pero es más frecuente encontrar aquellos formatos por la mañana y los *espectáculos, cine, series y documentales por la tarde y la noche*.

Gráfico 25
Realización televisiva a lo largo de la jornada en los años noventa



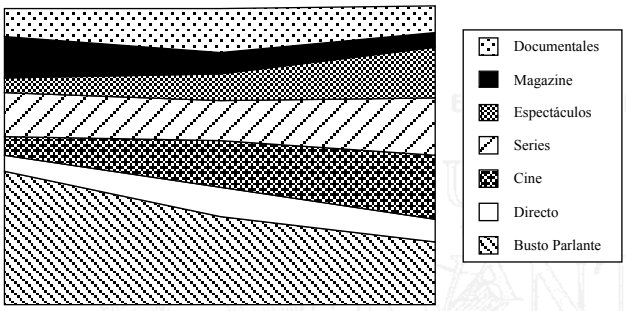
Sin embargo, y debido a que no todos los espacios se programan con la misma frecuencia, existe también una preferencia de formatos típicos para las distintas horas del día.

En la franja *pre-matinal*, que ya en los noventa se programa de manera sistemática, abundan sobre todo los de *busto parlante*, pero también en gran medida se programan animados a estas horas. *En las mañanas* sin embargo lo que es más frecuente es encontrar espacios de *presentador de diversos*, aunque también se programan, como siempre, espacios de busto parlante, a los que se acompaña a veces de retransmisiones en directo y espacios dialógicos, que se concentran en esta década casi en exclusiva a estas horas centrales de la mañana Habitualmente también se ofrecen documentales. A última hora de la mañana se añade a esta composición programática los espacios animados.

Las *sobremesas* de los noventa son horas en las que se programan casi en exclusiva espacios *espectaculares y documentales*. Las tardes sin embargo son horas en las que esta cadena programa sobre todo espacios de formato de busto parlante, pero también y en proporciones similares series televisivas y en menor medida cine, presentador de diversos o retransmisiones en directo.

El *prime time* en los noventa está formado sobre todo por el *cine* de "La 2". En segundo lugar se programan espacios realizados con el *busto parlante con intercalación de reportajes, series o espectáculos*. Los otros formatos se programan a estas horas con una frecuencia mucho menor que los formatos citados. Un perfil parecido componen las *noches* de esta segunda cadena, aunque entre 23 y 1 se programan también una cantidad no despreciable de documentales y "magazine' mientras que a partir de la 1 de la madrugada más de la mitad de los espacios que se programan son cinematográficos siendo más probable que los demás sean series televisivas.

Gráfico 24
Evolución de la realización del Prime Time de La 2



7.4. LA PROGRAMACIÓN DE TELEMADRID

7.4.1. El perfil de la programación que se dirige al público específico: el infantil

Al ser Telemadrid una cadena autonómica, hablar de programación regional en esta cadena es hablar de toda su programación, pues toda ella se dirige a un público ubicado en una región concreta: la Comunidad de Madrid y sus aledaños.

Por ello, cuando se estudia el perfil de programación atendiendo a audiencias específicas en esta cadena se puede suponer que ésta referencia única y exclusivamente la programación que se dirige explícitamente a los menores que viven en esta región.

De la programación infantil de la cadena autonómica se puede decir, en primer lugar, que representa uno de cada diez de los espacios que programa esta cadena.

Si se toma en cuenta el tiempo de emisión que les ofrece a los menores, éste se acerca también a una *décima parte* del tiempo total que lleva emitiendo desde 1989 hasta 1996.

Sin embargo, cabe hablar de una proporción mayor en los últimos años. Ello obedece no tanto a que se programen más espacios infantiles sino a que éstos tienden a aumentar su duración. De esta manera, y aunque la historia de esta cadena no llegue a ser todavía ni de diez años, se puede hablar de cierto cambio ya que a partir de 1993 sobrepasa la programación infantil ese diez por ciento del total, y con creces. La cuestión no es baladí. Pues teniendo en cuenta que una emisión suele durar 22 horas diarias, el tiempo que Telemadrid dedica a los niños en los últimos años puede ser más de lo que los niños pueden llegar a consumir, obteniendo una media de más de dos horas y media diarias en las que los niños madrileños pueden pasar delante de la pantalla si sintonizan este canal.

Otra característica de los espacios infantiles que programa esta cadena es su duración. Aunque la duración media de estos espacios se sitúa para los siete años considerados en unos cincuenta minutos, normalmente los programas infantiles no tienen esa duración. Es más, más de la mitad de los que se han programado lo han hecho con menos de treinta minutos de duración, siendo la media hora la duración más frecuente. Sin embargo, Telemadrid también programa estos espacios con duraciones superiores, siendo más frecuente encontrar de más de una hora que de media a una hora de duración. Hay incluso espacios infantiles en esta cadena que superan las dos horas de duración. Además, cabe apuntar que en los últimos años se suelen programar los espacios infantiles con mayor tiempo de emisión.

Los espacios infantiles de Telemadrid no se programan todos los días de igual manera. Aunque sólo puede hablarse de la discriminación del sábado con respecto a los demás días porque es en este día concreto en el que se programan más cantidad de espacios y más tiempo de emisión dedicado a los menores.

También hay que mencionar la escasa dedicación que Telemadrid ofrece a sus menores en el verano en comparación con las otras estaciones anuales, porque es en la época estival, paradójicamente cuando los pequeños tienen más tiempo libre, cuando se programan menos infantiles por esta cadena. Aunque quizá la clave sea el menor consumo televisivo en esta época de vacaciones.

En cuanto a las horas en las que se programan espacios infantiles cabe afirmar que Telemadrid prácticamente nunca lo hace después de las 20 horas. Así pues, estos espacios se programan por la mañana y por la tarde, es decir, desde las 6 hasta las 20 horas es frecuente encontrar programación dedicada a los menores; siendo lo más frecuente programarlos en la media mañana (9-13 horas) y a media tarde (17-20 horas) porque dos de cada diez espacios que se programan a esas horas son especialmente para ellos.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

7.4.2. Perfil de programación según el uso social adjudicado al medio

a) número de espacios y tiempo de emisión dedicado a cada objetivo

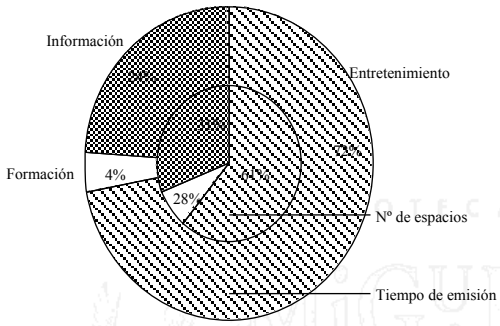
Telemadrid siempre tuvo una *función preferentemente lúdica.* Y ello porque más de la mitad de los espacios programados y mucho más del tiempo que lleva emitiendo esta cadena ha sido para procurar el entretenimiento de su audiencia. Aunque siempre fue así y pese a que la historia de este tercer canal es muy corta, cabe establecer cierta lógica que hace que esta función, sin dejar de ser la prioritaria de la cadena, tenga *cada vez menos peso* en el conjunto de su programación.

Poco más que una *cuarta parte* de los espacios programados por esta cadena son para *informar* al público al que se dirige. El tiempo que se dedica a la información no llega a representar la cuarta parte del tiempo total. A pesar de ello y de que nunca en los años que lleva emitiendo esta cadena la información haya sido el principal objetivo, se percibe en los últimos años un *leve crecimiento* de la función informativa que se le adjudica al medio.

Mucho menos dedica esta cadena a la causa formativa. Los espacios que programa para fomentar la formación no llegan a ser uno de cada diez,

mientras que el tiempo del total que se dedica a la formación es mucho menor, ya que ni siquiera llega a representar ni una de las veinte partes en las que se puede dividir el tiempo que esta cadena lleva emitiendo. La presencia de los formativos en las parrillas de Telemadrid descienden incluso en los últimos años, pues se observa que no sólo el número de espacios sino también el tiempo que dedica de su emisión a la formación es mucho menor que en sus primeros años de existencia.

Gráfico 26
Funcionalidad en Telemadrid



b) duración de los espacios según su objetivo

El desajuste entre el número de espacios que programa y el tiempo de emisión que se adjudica a cada objetivo obedece a que no todos los espacios duran igual en esta cadena. Es más, las duraciones de los espacios tiene mucho que ver con el objetivo que persiguen. A niveles generales cabe afirmar que *los espacios que entretienen suelen durar más que los informativos. Y aunque con escasa diferencia, los informativos también suelen durar más que los espacios que procuran la formación del público.*

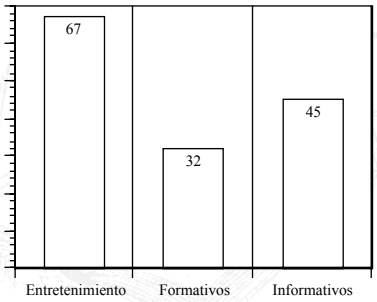
Para los siete años que se consideran, los espacios lúdicos tienen una duración media que sobrepasa la hora de duración. Sin embargo, no son los sesenta minutos la duración más frecuente con la que suelen programarse. Es más usual encontrar espacios lúdicos con una duración que sobrepase los 60 minutos que los que no llegan a ese tiempo, aunque también es normal programarles con media hora de duración.

Los informativos tienen una duración media de tres cuartos de hora. Sin embargo, no es frecuente tampoco encontrarles con esa duración. Normalmente los informativos de Telemadrid suelen durar treinta minutos o

menos. Más de la mitad tienen esa duración. Pero esta frecuencia se ve compensada por la programación también asidua de informativos con una hora de duración y esporádicamente con más de ese tiempo del total de la emisión.

Sin embargo, los formativos de esta cadena se programan con una duración media que se sitúa en torno a la media hora. Y es que es esa la duración más frecuente, ya que la mayoría de ellos ocupa treinta minutos del tiempo de emisión. Aunque se les programa, raramente pero también, con una hora de duración y prácticamente nunca con más de 60 minutos, frecuentemente se les programa con menos de quince minutos de tiempo de emisión.

Gráfico 27
Duración media de los espacios que forman, informan o entretienen



c) ubicación de los espacios según su objetivo

La importancia que se concede a una u otra función del medio no sólo tiene que ver con la cantidad que de esa función se programe sino también con su colocación en la parrilla de programación. Y también en este sentido cabe afirmar que la importancia se la lleva la función lúdica del medio, sobre las otras. Y es que suele programarse con más frecuencia en los días, épocas y horas en las que existe teóricamente más audiencia, porque coincide con el tiempo que el público tiene más libre.

En primer lugar se observa que es *el sábado el día en el que se programa más entretenimiento*. Esta relación es significativa no tanto porque sea la función lúdica la que prima en ese día, puesto que prima también en todos los demás días de la semana, sea laborable o festivo. Lo es porque es el sábado el día en el que se concentran más espacios y más tiempo de emisión dedicado al entretenimiento.

Esta mayor proporción de entretenimiento programada en sábado se corresponde con una menor frecuencia de programar espacios informativos en ese día que en los demás días de la semana; porque en cuanto a los espacios formativos, aunque se programan poco se programan de manera proporcional en todos los días en los que se puede dividir la semana.

En segundo lugar cabe afirmar que se programa *más entretenimiento en verano*. Y no sólo se programa más tiempo lúdico que tiempo de información y formación; relación que se produce en todas las estaciones; sino que también es el verano la época que concentra más entretenimiento en todo el año.

También esta mayor proporción de entretenimiento en la época estival se corresponde con una menor programación en esta época de espacios informativos y en menor medida de espacios que de alguna manera procuran la formación de la audiencia.

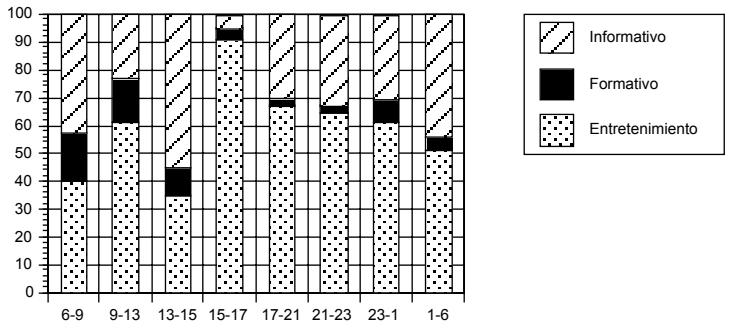
Y en tercer y último lugar, *porque en las horas del día más valoradas, existe más probabilidad de encontrar entretenimiento que espacios informativos o formativos.*

A pesar de que los espacios lúdicos son generalmente los más programados a lo largo de toda la emisión, no lo son a determinadas horas del día. Concretamente en la franja *pre-matinal*, de 6:00 a 9:00 de la mañana, es más probable encontrar informativos que espacios que entretengan a la audiencia matinal. También a *mediodía*, entre 13:00 y 15:00 horas, la mayoría de los espacios son *informativos* mientras que los lúdicos son, a estas horas, programados de forma minoritaria.

A excepción de estas horas concretas, en el resto de la jornada es más probable encontrar entretenimiento que otro tipo de espacios, pues son la mayoría de los espacios que se programan.

Los *formativos* no son nunca los espacios más programados. Ni siquiera a *media mañana*, que es su franja típica de aparición. Es más, a estas horas es más probable encontrar entretenimiento o información que espacios formativos.

Gráfico 28
Funcionalidad horaria de Telemadrid



7.4.3. Perfil de programación atendiendo al contenido vehiculado

a) número de espacios y tiempo televisivo dedicado a cada referente

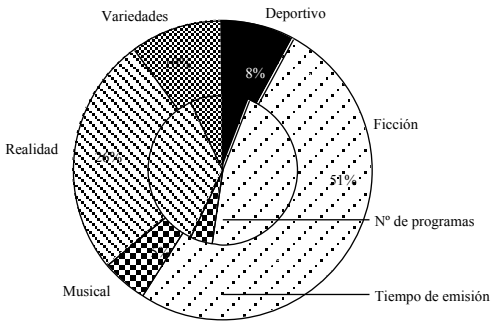
El perfil de programación de la cadena autonómica madrileña atendiendo al contenido que vehicula se caracteriza por una *dualidad equilibrada entre el referente real y el ficticio*. Prácticamente esta cadena no refiere otros contenidos, y cuando los programa lo hace de forma reducida.

A niveles generales, es decir, contando todo el tiempo que lleva en antena Telemadrid, casi la mitad de los espacios que ha programado han sido de ficción, cinco de cada diez; mientras que el tiempo que dedica a este referente sobrepasa la mitad de tiempo que lleva emitiendo desde 1989 hasta la actualidad.

Por lo que respecta al referente real, éste ha sido el contenido que han tratado cuatro de cada diez de los espacios que ha programado, aunque el tiempo de emisión que se ocupa de este referente sólo llega a representar un cuarto de todo el tiempo que lleva emitiendo la cadena.

Con respecto al resto, es más probable que se vehiculen temas variados que otros temas, aunque también se han tratado los deportes y la música como referentes, más bien esporádicos, de su programación. Telemadrid no ha programado nunca espacios de temática religiosa y prácticamente tampoco espacios específicamente taurinos.

Gráfico 29
Contenidos televisivos de los espacios que programa Telemadrid



b) duración de los espacios que tratan distintos referentes

De lo dicho anteriormente se deduce que la cantidad de espacios de referente real e irreal programados por esta cadena no es tan distante como la diferencia entre el tiempo de emisión que se dedica a uno u otro referente. Ello es debido a que ambos espacios no duran igual. Obviamente los que tratan *la ficción lo hacen generalmente con una duración mayor que los que tratan la realidad*.

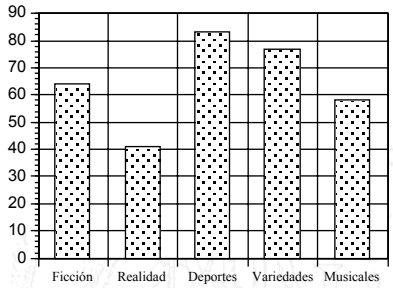
De este modo, los primeros tienen un promedio que se acerca a la hora y media de duración. Porque aunque el tiempo que se les adjudica sea frecuentemente de treinta minutos, es también muy habitual en esta cadena programarles con una hora e incluso con dos horas, encontrándose también espacios que refieren la ficción cuya duración supera los 120 minutos.

Sin embargo, los que referencian la realidad suelen durar menos. Su duración media se sitúa en torno a los cuarenta minutos. Ello se debe no tanto a que se programen con esa duración. De hecho, no es su duración típica y ni siquiera es frecuente programarlos con ese tiempo. Más bien responde a una dualidad en la duración de estos espacios, aunque no es una dualidad equilibrada. Más de la mitad de los espacios que programa Telemadrid para referirse a la realidad tienen una duración concreta de media hora e incluso menos de ese tiempo. Sin embargo, también es frecuente programarlos con sesenta minutos de duración. Apenas se programan espacios de referente inmediato que tengan una duración superior a la hora de duración.

Por lo que respecta a los otros contenidos, cabe apuntar que aunque se programan relativamente poco, lo hacen con una duración que, en el caso de los deportivos y las variedades, en la mayoría de las veces supera la hora de

duración, no siendo raro en ningún caso superar las dos horas. Ello no quiere decir que no se programen con menos de una hora de duración, puesto que efectivamente también se programan con ese tiempo de emisión, pero se programan de manera más infrecuente. De esta manera, los espacios que tratan estos referentes tienen una duración media prolongada, que se sitúa por encima de los espacios de ficción. No sucede lo mismo con los musicales. La mayoría de los que programa esta cadena les otorga una duración de media hora.

Gráfico 30
Duración media de los espacios según su referente



c) ubicación de los espacios que tratan distintos referentes

También hay una lógica discriminante de los espacios según el referente que vehiculen cuando se establece la programación semanal.

Aunque son los espacios que se refieren a la ficción los más programados todos los días de la semana, obviamente porque son los más programados siempre, cabe hablar de una discriminación semanal. *Porque los fines de semana absorben una proporción de ficción superior a lo que se programa en los otros días laborables y, al mismo tiempo, una proporción menor de espacios que tratan la realidad de lo que se programa en los demás días de la semana.* Aunque esta lógica afecta al fin de semana considerándolo sólo como el sábado y el domingo, es decir, excluido el viernes, se manifiesta de una manera más rotunda los sábados que los domingos.

También se puede hablar de una pauta diferenciadora de los espacios según el referente que traten cuando se conforma la programación estacional. Y es que, aunque sean los espacios de ficción los más programados siempre, se puede decir que en el verano se programan todavía más. Paralelamente, es en esta estación estival cuando los de referencia real son más escasos que en otras épocas del año.

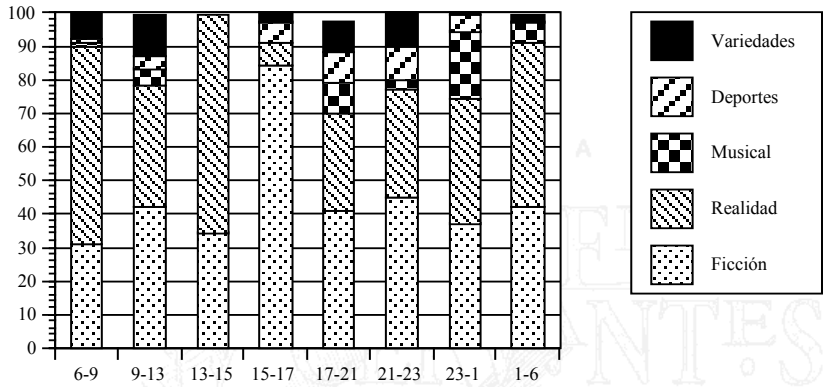
Y, obviamente, también existe una lógica que discrimina los espacios según su contenido cuando se programa diariamente la emisión. Existen en este sentido algunos momentos del día en los que la ficción no es el referente prioritario pues cede lugar al contenido real. Estos momentos no son, sin embargo, los mejores del día.

Concretamente en la franja *pre-matinal, en la del mediodía* (13-15 horas), y en la *madrugada más tardía* (más tarde de la 1 de la madrugada) es más probable encontrar referencias a la *realidad* que a la ficción. También en la franja nocturna (23-1 madrugada) la probabilidad de encontrar ficción o realidad es igual. En las *otras horas de la jornada, incluido el tiempo privilegiado del "prime-time", existe más probabilidad de que se programe la ficción que espacios de referencia real.*

En cuanto a los espacios que tratan otros temas, aunque no se programan con la misma frecuencia que los que tratan los dos grandes

referentes televisivos, sí que, sin embargo, se puede derivar ciertas tendencias en su programación. Y es que los deportivos suelen aparecer sobre todo en los fines de semana y concretamente en las tardes-noche de estos días festivos. Las variedades sin embargo suelen programarse con mayor frecuencia en las mañanas y en menor medida las tardes de los días laborables. Los espacios que Telemadrid programa con especial referencia a la música los suele situar sobre todo por las tardes y mayoritariamente en los días laborables de la semana.

Gráfico 31
Composición temática diaria en Telemadrid



7.4.4. Perfil de programación atendiendo a la realización televisiva de Telemadrid

a) número de espacios y tiempo televisivo dedicado a cada formato

La realización televisiva de esta cadena autonómica se caracteriza por una *mayor programación de espacios enlatados en detrimento de los espacios realizados en estudio; y un restringido uso del directo* que prácticamente solo se utiliza para las retransmisiones deportivas.

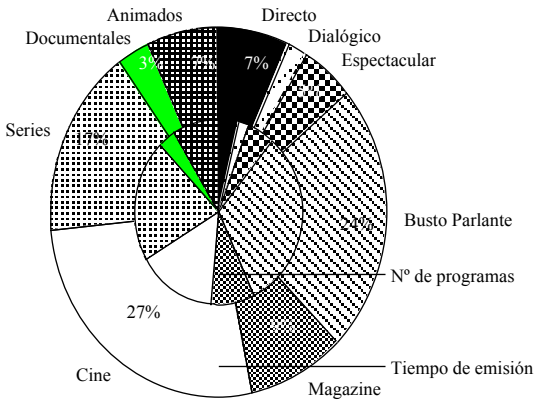
Sin embargo, los espacios realizados con el *"busto parlante con intercalación de reportajes" son los más programados*, pero lo son por escasa diferencia de las *series televisivas y en menor medida de los espacios cinematográficos*. Los demás formatos se utilizan con una frecuencia individual que no supone en ningún caso uno de cada diez de los espacios que se programan. Y aunque los animados y los que son presentados con un conductor de la diversidad se acercan a esta relación, el

resto de los espacios realizados con otros formatos: directo, dialógico, espectacular o documental, no se acercan siquiera a una relación de programarles individualmente en uno de cada veinte espacios que programa esta cadena.

Sin embargo, cuando se atiende al tiempo de emisión de esta cadena, el perfil de programación varía. *El formato que más tiempo está en antena es el cine, aunque lo es por escasa diferencia con respecto al busto siempre parlante que intercala reportajes.* Y aunque el número de espacios seriados es, en esta cadena, bastante elevado, no lo es sin embargo el tiempo que ocupa del total de la emisión.

De esta manera, más de un cuarto del tiempo de emisión es dedicado al cine, poco menos del otro cuarto está realizado con el busto parlante. De lo que resta, más o menos la mitad del tiempo total, un tercio se realiza con formato seriado, y el resto es más probable que sea magazine, retransmisión en directo o animación que el obtenido por el recurso a otros formatos. Y es que este tercer canal utiliza el formato dialógico, el espectacular o el documental indistintamente para realizar solo una décima parte del total del tiempo de emisión y nunca Telemadrid ha utilizado el formato teatral para presentar sus espacios televisivos.

Gráfico 32
Realización televisiva en Telemadrid



b) duración de los distintos espacios según el formato

Este desajuste entre el número de espacios, que favorece al busto parlante, y el tiempo de emisión, que predomina el cinematográfico, responde a una distinta programación de la duración de los espacios según se realicen de una u otra forma. Y es que si bien los espacios seriados y los de busto parlante no se diferencian en las duraciones medias ni más frecuentes con las que suelen aparecer, si se diferencian ambos del cine de Telemadrid.

El cinematográfico es el espacio que se programa en esta cadena con más duración. En cuanto al promedio, el cine supera la hora y media de duración. Y es que siempre es programado con más de una hora de duración, siendo la mayoría entre hora y media y dos horas y un porcentaje relativamente alto de espacios cinematográficos programados con más de dos horas de duración.

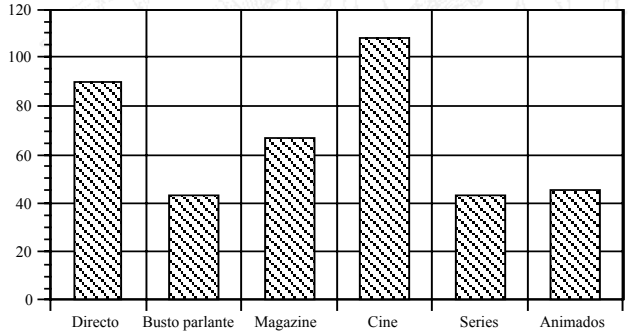
Mientras, tanto *las series como los espacios de busto parlante tienen una duración media de tres cuartos de hora escasos*. Esta duración media no se debe tanto a que se programen con esa duración, sino porque, en ambos casos, se les suele programar con dos duraciones típicas: una situada en torno a la media hora y otra en los 60 minutos. Si bien en el caso de los espacios de busto parlante existen también espacios que se programan con menos de 15 minutos, también existen casos, esporádicos, que se programan con más de una hora de duración. No sucede lo mismo con las series, las cuales se suelen programar prácticamente siempre con esas dos duraciones típicas.

También en el caso de las retransmisiones en directo existe un desajuste entre el número de espacios con este formato que se programan, muy pocos, y el tiempo que del total se ocupa con el directo, que asciende aunque mínimamente. Ello es debido a que también las *retransmisiones se las programa con una duración mayor* que el resto de los espacios. El promedio con el que aparecen se sitúa en torno a la hora y media de tiempo de emisión y es que se programan estos espacios la mayoría de las veces, si no todas, adjudicándoles una duración superior a la hora y media siempre y frecuentemente con más incluso de dos horas de duración.

Aunque también se programan con una duración considerable los espacios realizados con un presentador de diversos, ésta no llega a la duración característica de los espacios en directo y menos de los cinematográficos. Y es que *los "magazine" tienen una duración media de sesenta minutos.* Aunque la duración más frecuente con la que suelen programarse es de media hora, también se les suele programar asiduamente con más de dos horas de duración, que corresponde a la derivación moderna de este formato: el contenedor.

Los *animados*, por el contrario, se acercan al otro grupo de espacios, los seriados y los de "busto parlantes", en lo que a características de su duración se refiere, porque su duración media también ronda los tres cuartos de hora. Sin embargo, la duración con la que aparecen la mayoría de las veces es de *treinta minutos*, pero esta escasa duración se ve compensada con la programación, esporádica, de estos espacios con una hora u hora y media de duración.

Gráfico 33
Duración media de los espacios de Telemadrid según su formato de realización



c) ubicación de los espacios según su realización

También la programación semanal de los espacios establece una discriminación según el formato con el que se realizan. Es decir, no se programan de igual manera todos los días de la semana, se toma muy en cuenta el día para ubicar los espacios que se presentan en pantalla de forma distinta. Y paralelamente, aunque todos los días se programe de todo, cada espacio realizado de manera concreta tiene unos días en los que su programación es más frecuente que en los demás.

De esta manera, *los espacios de busto parlante* con intercalación de reportajes, que son los más programados de la cadena, se programan con más frecuencia *los días laborables*, y con menos, los fines de semana. Es más, es el sábado y no tanto el domingo, el día que registra menor proporción de este tipo de espacios. Hasta el punto de que en este día concreto, el sábado, no son los espacios de busto parlante los más programados.

También preferencia por los días laborables muestran los espacios seriados. Pero en este caso es el domingo el día que programa una menor proporción de series televisivas y no tanto el sábado, día en el que, aunque se programan menos series que los otros días cotidianos, es el seriado el espacio más programado.

Por el contrario, los espacios realizados con el *recurso al directo y los espacios cinematográficos se programan en mayor proporción los fines de semana,* sábado y domingo, que el resto de los días laborables. Pero si bien en los primeros la mayor proporción se programa sobre todo en sábado, el cine muestra cierta preferencia por la jornada dominical aunque también en sábado es más probable encontrar cine que en el resto de los días cotidianos.

Con respecto a los espacios que se realizan con otros formatos, también se puede derivar una pauta en su programación semanal, a pesar de que su presencia en las parrillas de la televisión autonómica no es muy notable. Y es que los espacios que se realizan *en estudio, los dialógicos, tipo "magazine" y los espectáculos televisivos, cuando se programan suele ser porque se trata de un día laborable*, es decir, su presencia es todavía menor en la programación de la cadena de los fines de semana. No sucede lo mismo con los otros formatos pues tanto los *documentales y en menor medida los animados suelen programarse sobre todo en los fines de semana*, concretamente en sábado para los realizados con el recurso a cualquier tipo de animación por televisión.

Aunque la realización televisiva que se programa en cada época del año no arroja diferencias muy notables sí que se puede concluir que en las épocas más cálidas se programan más espacios seriados y retransmisiones en directo, que en invierno o en otoño, mientras que son estas dos últimas estaciones cuando se programan más espacios cinematográficos y más espacios realizados con el busto parlante con intercalación de reportajes.

La programación diaria también se confecciona teniendo en cuenta la realización televisiva de los espacios que se ubican en la rejilla horaria. No todos los momentos del día se programan de igual manera y no todos los formatos televisivos se programan con la misma proporción en las distintas horas o franjas en las que se puede dividir la emisión.

De este modo, en las mañanas se ubican sobre todo los espacios de busto parlante con intercalación de reportajes, teniendo también cierta presencia la animación y en menor medida series y "magazine". Pero estos últimos formatos se programan con mayor proporción en las siguientes horas, cuando no aparece tanto el busto parlante de Telemadrid.

El mediodía (13-15 horas) es un momento del día en el que se programan sobre todo espacios realizados con busto parlante con intercalación de reportajes. También hay una presencia notable de series televisivas y espacios de animación. No se programa prácticamente en ningún otro formato.

Pero las sobremesas de Telemadrid se caracterizan por ser un momento del día en el que el espacio más programado apenas tiene presencia. Entre 15 y 17 horas los espacios más programados son el cine y las series televisivas. Apenas se programa otra modalidad de productos.

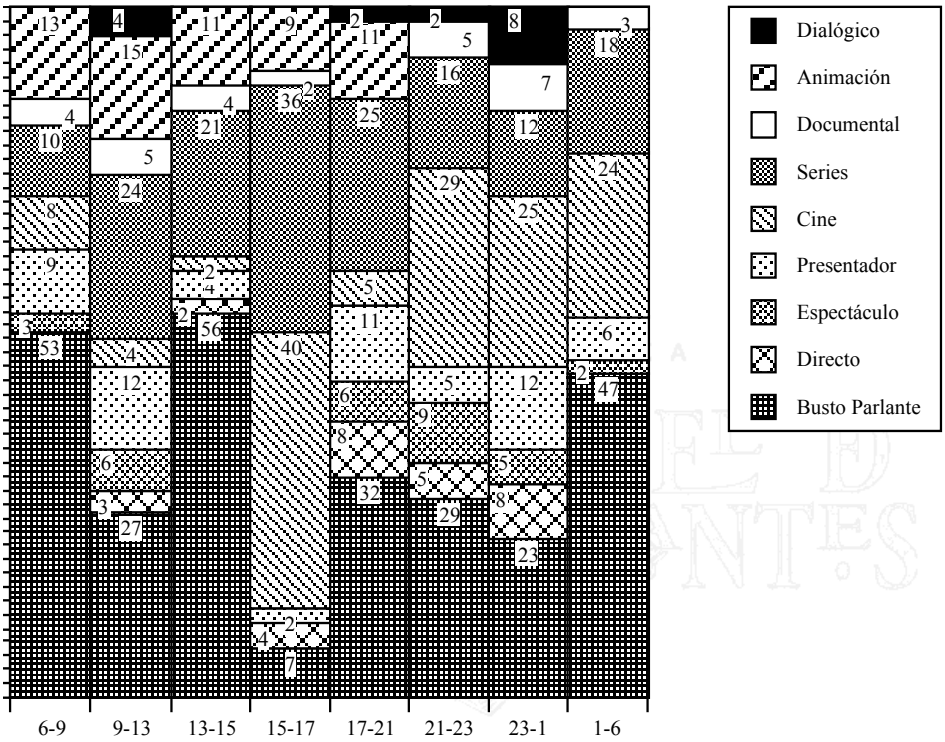
Por las tardes sin embargo el cine escasea en la programación de esta cadena. Lo que se puede encontrar a estas horas son espacios de busto parlante sobre todo, series en una alta proporción, y en menor medida, animados, retransmisión en directo y magazines. Existe en esta franja una discriminación según el día de la semana, pues en los laborables hay más proporción de series y espacios de "busto parlante" mientras que en los fines de semana abundan a estas horas las retransmisiones en directo.

El "prime time" de esta cadena autonómica se compone a partes iguales de espacios cinematográficos y espacios de "busto parlante", teniendo una menor proporción las series televisivas. Los espacios realizados con otros formatos a estas horas privilegiadas se programan de una manera esporádica y siempre escasa.

Por las noches lo que más abunda es el cine. Se programan más espacios cinematográficos que espacios realizados con el busto parlante que

intercala reportajes. Aunque esto pasa hasta la 1 de la madrugada. A partir de esa hora, es más probable encontrar espacios de busto parlante que cinematográficos. Las series en ambas franjas se programan con una frecuencia mucho menor.

Gráfico 34
Realización televisiva diaria en Telemadrid



Así pues, aunque prácticamente todos los formatos que se utilizan para realizar los espacios televisivos se programan a todas horas, unos y otros formatos se concentran en ciertos momentos del día.

Las retransmisiones en directo abundan en las tardes de Telemadrid, aunque también en el "prime time" y a media mañana se suele programar espacios de esta modalidad de manera esporádica.

Los espacios de busto parlante, los más programados, se les ubica a todas horas, pero de manera preferente se les programa por la mañana, muy de mañana, y por la tarde, además de cuando empieza la noche y en la madrugada más tardía.

El cine de Telemadrid es un cine de sobremesa, un cine de "prime-time" y en menor medida un cine de madrugada.

Los “magazine” o espacios con ese formato se les programa sobre todo a media mañana y por la tarde. Apenas se programa a otras horas.

No sucede lo mismo con las series televisivas de esta cadena, presentes a todas horas del día. A pesar de ello, se las suele ubicar sobre todo a media mañana y a media tarde. Muy frecuentemente son series de sobremesa.

La animación en esta cadena se programa desde que comienza la emisión hasta que entra la noche, y aunque la mayor proporción se encuentra ubicada a media mañana, también se suele programar frecuentemente por la tarde y a mediodía.

Los espectáculos y documentales cuando aparecen se les suele ubicar a media mañana y a últimas horas de la tarde.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

7.5. LA PROGRAMACIÓN DE ANTENA 3 TELEVISIÓN

7.5.1. Perfil de la programación que se dirige a audiencias específicas: la infantil

Aunque esta cadena nace con un espíritu generalista que impone la búsqueda de una audiencia sin distinciones, también nace con la exigencia de buscar públicos que garanticen cierta audiencia a sus espacios. Esta contradicción se resuelve con una programación que si bien no discrimina en función de la ubicación territorial, sí sin embargo dedica una proporción nada despreciable a un público discriminado por su edad. Y es que el consumo televisivo infantil, por sus características propias, promete la audiencia esperada en la que muchas veces la fidelidad va incluida.

Es decir, no existe programación regional en Antena 3, pero sí esta cadena programa, y no precisamente poco, para el público infantil.

En los seis años que lleva emitiendo esta cadena, uno de cada diez espacios que ha programado lo ha hecho para dedicárselo a los menores. Sin embargo, cuando se tiene en cuenta el tiempo de emisión que dedica a los infantes, la proporción con respecto al total aumenta notoriamente. Una de cada seis partes en las que se puede dividir el tiempo que emite la cadena, lo dedica a programar espacios infantiles.

Teniendo en cuenta que esta cadena emite normalmente las veinticuatro horas del día, es fácil que más de tres horas diarias se dediquen a los más pequeños. Un tiempo que no es, teniendo en cuenta a quien va dirigido, nada despreciable.

Una característica notoria de los espacios infantiles que programa esta cadena es que se programan con una *duración mayor* que los demás espacios que no se dirigen explícitamente a los pequeños.

La duración media que se obtiene tras los seis años que lleva emitiendo arroja un promedio de más de hora y media para los espacios infantiles.

Antena 3 programa los espacios infantiles con una duración de más de dos horas que con otra duración, aunque es también frecuente programarlos entre una y dos horas y en menor medida con media hora. Esta cadena no programa prácticamente ningún espacio infantil con menos de quince minutos.

Cuadro XXXII
Duración más frecuente con la que se suelen programar los espacios infantiles

De 16 a 30 minutos	22
De 31 a 60 minutos	9
De 61 a 120 minutos	29
Más de 120 minutos	30
N	(138)

Aunque Antena 3 programa para los niños todos los días de la semana, lo hace especialmente *los fines de semana*, incluido el viernes. Es más, los datos revelan que es el sábado el día que concentra más programación infantil que los demás días.

No existen diferencias muy notables en los cambios que pueden producirse en la programación infantil en cada época del año. Aun así, cabe afirmar que es en la primavera, y en menor medida en el otoño, cuando esta cadena programa más espacios dedicado a los menores.

Una característica también peculiar de la programación infantil de esta cadena privada es su ubicación horaria. *Y es que prácticamente la mitad de lo que programa para los más pequeños lo hace antes de las 9 de la mañana.* Un cuarto de la programación infantil se programa en su franja

natural, la tarde. Y el resto, es más probable que lo haga a media mañana que a otra hora. Esta cadena no programa espacios expresamente infantiles a partir de las 21 horas.

Cuadro XXXIII
Programación infantil diaria

De 6 a 9 de la mañana	49.
De 9 a 13 horas	15.
De 13 a 15 horas	6.
De 15 a 17 horas	6.
De 17 a 21 horas	24.
N	(138)

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

7.5.2. Perfil de programación según la funcionalidad del medio

a) número de espacios y tiempo de emisión dedicado a cada objetivo

La programación de Antena 3 tiene un *perfil eminentemente lúdico*. Más de la mitad de los espacios que programa, tres cuartas partes incluso, son programados para procurar el entretenimiento de su audiencia.

El otro cuarto de los espacios que programa esta cadena son informativos.

Sólo 2 de cada cien espacios que programa intentan procurar cierta formación de la audiencia potencial que los observa.

Este perfil de programación atendiendo a su funcionalidad se radicaliza si se observa el tiempo de emisión que dedica la cadena a cada objetivo.

Y es que prácticamente todo el tiempo que emite es lúdico, dejando una parte insignificante del total para la información y un tiempo despreciable para la formación de la audiencia.

Cuadro XXXIV
Número de espacios y tiempo de emisión que Antena 3 dedica a entretener, formar o informar a la audiencia

	Nº espacios	Tiempo de emisión

Entretenimiento	74.	89.
Formativos	2.	1.
Informativos	24.	10.
N	(1420)	(88072)

b) duración de los espacios según el objetivo

El desajuste entre la cantidad de espacios que dedica a cada objetivo y el tiempo de emisión que se les adjudica es debido a una distinta duración de los espacios televisivos. Es decir, esta cadena también establece la duración de los espacios discriminando unos de otros en función del fin social que persiguen.

De este modo, Antena 3 *programa con la lógica de otorgar mayor duración a los espacios de entretenimiento que a los que no tienen ese objetivo lúdico.*

Los espacios que entretienen tienen una duración media para los seis años que se llevan programando que supera con creces la hora de duración.

Y es que si bien se les programa a menudo con media hora de duración, también y más frecuentemente se les suele programar con una hora de duración, dos horas o incluso más.

Son los únicos espacios, los de entretenimiento que se programan con más de hora y media. Porque los informativos, que tienen una duración media para la pequeña historia del medio que no llega a la media hora de duración, se les suele programar en la mayoría de los casos con ese o poco más de tiempo de emisión. Pero también frecuentemente con menos de media hora, siendo relativamente frecuente su programación incluso con menos de cinco minutos de tiempo, cuando Antena 3 programa boletines informativos. Raramente superan los tres cuartos de hora de duración y nunca la hora y media.

Los escasos formativos que programa Antena 3 duran media hora del tiempo de emisión.

Cuadro XXXV
Duraciones más frecuentes con las que Antena 3 programa los espacios que informan o entretienen

	Lúdicos	Informativos
Menos de 30'	25	82
30-60'	34	17
60 -120	30	1
+120	11	
	(1049)	(342)

c) ubicación de los espacios según la funcionalidad

La programación semanal de Antena 3 también discrimina los distintos espacios según el objetivo que persigan. Y aunque todos los días de la semana se programe más entretenimiento que otra cosa, existen diferencias en la proporción de intencionalidades.

Y es que se manifiesta una lógica que discrimina los espacios que *entretienen* de los que no lo hacen, pues los primeros se programan siempre, pero con más frecuencia si cabe *los fines de semana*, incluido el viernes. *Los que informan o los que forman cuando se programan se concentran en los días laborables.*

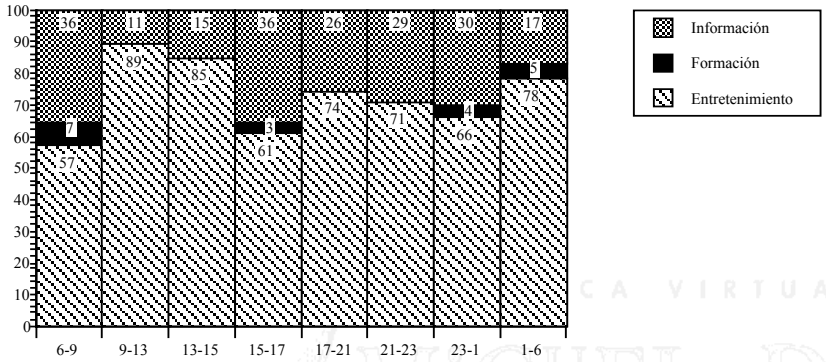
La escasez de la programación que no sea de entretenimiento y la omnipresencia de la funcionalidad lúdica de esta cadena hace que las distintas épocas del año se programen indistintamente con esta misma lógica, es decir, las distintas estaciones no se diferencian significativamente en lo que a funcionalidad del medio se refiere.

Por lo que respecta a la programación diaria, cabe decir que *en todas las horas del día es más probable encontrar espacios lúdicos programados en Antena 3 que informativos o formativos.* Es más, la mayoría de los espacios que se programan a todas horas son de entretenimiento. Es decir, las diferencias funcionales a lo largo de la programación diaria no son muy notables dada esta omnipresencia de los espacios lúdicos. Sin embargo, es posible deducir algunas preferencias horarias de los espacios que Antena 3 programa de manera minoritaria.

Y es que los *informativos*, que se programan a todas horas también, lo hacen sobre todo en la franja *pre-matinal y en la sobremesa* aunque nunca son los espacios más programados por esta cadena.

Por lo que respecta a los espacios *formativos*, si bien Antena 3 programa pocos, además lo hace en franjas donde la audiencia potencial es menor, sobre todo en la franja *pre-matinal* (6 a 9 de la mañana) y en la *madrugada más profunda*.

Gráfico 35
Funcionalidad a lo largo del día



7.5.3. Perfil de programación según los contenidos que vehicula Antena 3

a) Número de espacios y tiempo de emisión dedicado

Cualquier medio de comunicación lo es porque vehicula, transmite, aporta datos sobre un referente, un tema que no tiene necesariamente que existir en realidad. De hecho, este medio de comunicación concreto, Antena 3, transmite, vehicula o aporta datos sobre todo de referentes inexistentes. Uno de cada dos, *la mitad e incluso más, de los espacios que ha programado Antena 3 desde 1990 a 1996 han referenciado el mundo irreal de la ficción televisiva.*

El uso testimonial de cualquier ente televisivo no es, en este medio, un recurso prioritario. Y es que sólo *uno de cada cuatro espacios que ha programado esta cadena ha sido para referenciar el mundo real.*

A caballo entre la realidad y la ficción se sitúa ese referente impreciso que constituye la diversidad temática, un referente tan característico de la televisión como para adquirir una categoría independiente. Este es un contenido que Antena 3 transmite de manera más bien frecuente. *Uno de*

cada seis de los espacios que ha programado han transmitido precisamente la diversidad del mundo donde se recrea la televisión.

Los contenidos concretos, ya sea deportes, música o toros no tienen cabida en su programación (sólo uno de cada cien espacios programados). Antena 3 no ha programado nunca espacios religiosos.

El perfil del contenidos que transmite el medio varía si se toma en cuenta el tiempo de emisión en vez del número de espacios programados.

Porque si bien sigue siendo la ficción el referente concurrente de su programación, subiendo incluso la proporción aumentando a más de la mitad de lo que programa, el segundo contenido que transmite es la variedad televisiva. Un cuarto del tiempo que ha emitido esta cadena ha sido un contenido mosaico. La realidad como referente se excluye en esta cadena a un tiempo del total que no llega ni a representar una de cada seis partes en las que se puede dividir.

Obviamente no varía la proporción que Antena 3 dedica de su tiempo a tratar contenidos específicos. Ni el deporte, ni la música, ni los toros, ni mucho menos la religión son contenidos que trata esta cadena. Desde que nace tiene la impronta de ser un medio generalista al no existir en Antena 3 una programación de temáticas concretas.

Cuadro XXXVI
Número de espacios y tiempo de emisión que Antena 3 dedica a cada referente

	Nº espacios	Tiempo de emisión
Ficción	51.	57.
Realidad	30.	15.
Variedades	16.	24.
N	(1420)	(88072)

b) duración de los distintos espacios según su referente

De lo referido anteriormente se deduce que no todos los espacios se programan con la misma duración en Antena 3. Y que esta cadena parece seguir una lógica que discrimina la duración con la que se programan los espacios también teniendo en cuenta el contenido que vehiculan. Esa lógica *atribuye más duración a los espacios de variedades y en menor medida a los que vehiculan la ficción que a los que transmiten datos de referencia de la realidad circundante.*

Efectivamente, sólo hay que comparar las duraciones medias obtenidas del período de tiempo que lleva emitiendo esta cadena para confirmar la lógica programática anunciada. Los espacios que tratan variedad de temas se programan con una duración media que sobrepasa la hora y media de duración. La ficción se concreta en espacios que suelen durar como media poco más de 60 minutos. Sin embargo, los espacios que referencian la realidad sólo duran promedio de 30 minutos.

Esta distinción se mantiene obviamente cuando se contempla también la frecuencia con la que aparecen programados los distintos espacios.

Más de la mitad de los espacios con temática diversa que programa esta cadena tienen una duración que sobrepasa la hora de duración. Es más, una cuarta parte de ellos dura más de dos horas. Esto no quita que se programen con menos duración. De hecho, también se programan con media hora, aunque son los menos.

Los espacios de ficción en esta cadena suelen programarse con tres duraciones más frecuentes, debido en parte a que se trata de distintos espacios. Los hay que se programan con una duración que oscila en torno a

la media hora. Otra parte de ellos se programa en torno a la hora de duración. Y el resto se programa con una duración entre hora y media y dos horas de tiempo de emisión. Aunque todos los espacios se concentren en torno a esas tres duraciones, también los hay que se programan con otras, de forma, eso sí, minoritaria. Sin embargo, es notoria la ausencia de espacios de ficción que se programan con una duración inferior a los quince minutos.

Sin embargo, esa es una duración con la que es frecuente encontrar programados espacios que referencian la realidad; aunque la mayor frecuencia se encuentra entre los que duran en torno a la media hora. Es notoria la ausencia de otras duraciones, es decir, los espacios que transmiten referencias reales apenas se programan con más de 30 minutos de duración.

BIBLIOTECA VIRTUAL

Cuadro XXXV

Duraciones más frecuentes con las que Antena 3 programa los espacios que referencian la realidad, la ficción o las variedades

	Ficción	Realidad	Variedades
Menos de 30'	24.	76.	23.
30-60'	38.	15.	19.
60 -120	21.	9.	31.
+120	7.		27.
N	(738)	(432)	(229)

c) ubicación de los espacios según su referencia

Cuando esta cadena establece la programación semanal también funciona la distinción de los referentes que tratan los espacios. Si bien el predominio de la ficción sobre cualquier otro referente hace que todos los días de la semana se programe sobre todo ficción en detrimento de la referencia más real o más variada, existe cierta diferencia entre la cantidad de cada referente que se programa en cada día de la semana en función de si ese día es festivo o es un día laborable.

Tanto si se contempla el número de espacios como el tiempo de emisión, son los fines de semana, el sábado y el domingo cuando más ficción se programa. Más que otra cosa y más que otros días.

Paralelamente, son los días laborables, de lunes a viernes, cuando los espacios de referencia inmediata son más programados con respecto no a otros espacios sino a su presencia en los sábados y los domingos.

Las variedades se programan no tanto teniendo en cuenta la festividad o no de los días de la semana, pues aunque no muestran especial presencia en los fines de semana, tampoco lo hacen de una manera general en todos los días laborables. Sólo el jueves y el viernes concentran este tipo de programación de manera notable.

Aunque las diferencias no son muy relevantes y sólo se advierten cuando se contempla el tiempo de emisión que esta cadena dedica a cada referente, se observa una tendencia a programar más ficción si cabe en verano que en otras épocas del año y más referencias a la realidad, dentro de su posición más o menos desfavorable del conjunto de la programación, en la época invernal. La proporción que se dedica a temas variados no parece discriminarse en función de la época del año.

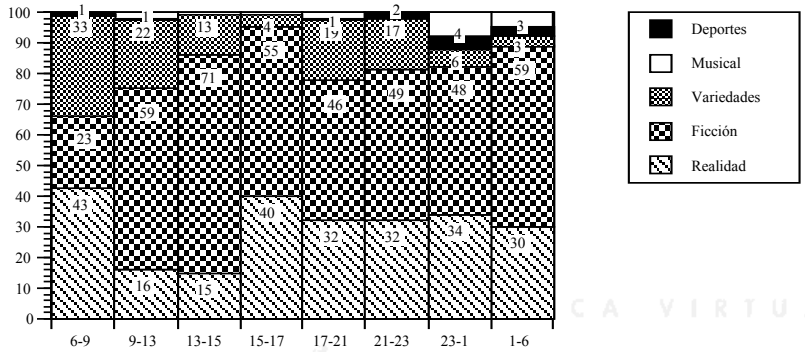
Y obviamente también esta cadena programa diariamente su emisión teniendo en cuenta los temas a los que se refieren los espacios que programa. Y aunque la ficción suele predominar a todas horas del día, se observa que tiende a concentrarse a determinadas horas en detrimento de otras. Y lo mismo ocurre con los otros dos referentes más recurrentes: la realidad y las variedades.

Es de destacar que sólo en la franja pre-matinal, antes de las 9 de la mañana, predominan los espacios de referencia inmediata sobre los de ficción o variedades, porque en el resto de la jornada suele ser mayoría la programación de espacios de referencia irreal sobre los que tratan otros referentes.

De este modo, los que tratan de manera expresa el mundo circundante se programan sobre todo por la tarde, aunque de manera también frecuente se les suele programar en la franja pre-matinal, en la sobremesa, en el "prime-time" e incluso en la madrugada más tardía, siendo notablemente menos frecuente su programación a otras horas del día, en las mañanas a partir de las 9 y entre las 23:00 y la 1 de la madrugada.

Las variedades tienen sus horas también típicas de programación, situadas en las mañanas más tempranas y en las tardes prolongadas (hasta las 23:00).

Gráfico 36
Temática abordada diariamente



7.5.4. Perfil de programación de Antena 3 atendiendo a su realización televisiva

a) número de espacios y tiempo de emisión que realiza de diferente forma

La realización televisiva de Antena 3 se basa en la utilización sobre todo del formato seriado. En menor medida también los espacios se realizan con el recurso al busto parlante que introduce reportajes. También hay una presencia considerable de espacios cinematográficos y realizados con un presentador de diversos. El formato espectacular también lo utiliza Antena 3 frecuentemente para presentar sus espacios.

Aunque prácticamente no utiliza ningún otro formato, dado que tanto el animado y sobre todo el recurso al directo y el formato dialógico apenas tienen presencia en las parrillas de esta cadena, y el formato documental y el teatral no se utilizan en absoluto, la realización televisiva de Antena 3 es cuando menos variada.

Aunque cuando se atiende al tiempo de emisión el perfil varía considerablemente, lo hace sobre todo en la más o menos utilización de los formatos más utilizados, y no en la presencia, que sigue siendo escasa, de

los otros formatos que Antena 3 desprecia para la presentación en antena de sus espacios.

De este modo, el formato que más tiempo ocupa del total de la cadena es el cinematográfico. Antena 3 programa más cine que otra cosa. En segundo lugar se encuentra la utilización del formato seriado, en cualquiera de sus fórmulas. Juntos conforman más de la mitad del tiempo que esta cadena ofrece a su audiencia, siendo en ambos la relación casi parecida: un cuarto del total.

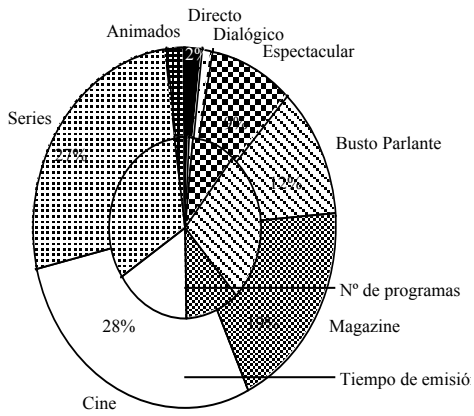
Notablemente también se ocupa un tiempo del total con el formato de presentador de diversos. Los magazines, contenedores o cualquier sucedáneo contemporáneo de esta vieja fórmula encuentra en la cadena privada un tiempo privilegiado de conectarse a la audiencia.

En menor proporción se encuentran los formatos de busto parlante y espectacular. Una parte de cada diez en que se puede dividir el tiempo que Antena 3 ofrece a su audiencia se presenta de este modo, poco más con el primer formato, poco menos con el espectáculo televisivo.

Aunque el recurso al directo aumenta su proporción con respecto al tiempo total de lo que lo hacía con respecto al total de espacios programados, sigue siendo ínfima esa proporción. Antena 3 desprecia esta fórmula televisiva barata y testimonial y se decide por la producción televisiva.

Una pauta contraria mantiene el formato animado. Si bien era mayor el número de espacios animados que el de las retransmisiones, con el tiempo de emisión no sucede lo mismo. Baja su relación con respecto al total, que se reduce a una relación que representa una parte entre cien en que se puede dividir la oferta de esta cadena, equiparándose al tiempo que Antena 3 dedica a los espacios dialógicos.

Gráfico 37
Tiempo televisivo y número de espacios que Antena 3 realiza con cada formato



b) duración de los espacios televisivos según el formato de realización

Las variaciones en el perfil de la realización televisiva de esta cadena según se contemplen los espacios programados o el tiempo en antena es consecuencia de una programación distinta de la duración de los espacios según se realicen de una u otra manera.

Antena 3, pues, mantiene una pauta de programación que discrimina los espacios según su formato televisivo cuando les otorga más o menos tiempo de emisión, tiempo de antena y tiempo de audiencia.

Se tiende a programar con *más duración los espacios cinematográficos, y los espacios que presentan la diversidad, ambos con promedios que superan con creces la hora y media de duración. En menor medida, puesto que las duraciones medias giran en torno a los sesenta minutos, programa series televisivas y espectáculos. La pauta se manifiesta también en la tendencia a programar con menor duración los espacios realizados con el busto parlante que son, en esta cadena, los que menos duran, menos de treinta minutos como media.*

De esta manera, el cine de Antena 3 se programa sobre todo con una duración que oscila entre la hora y media y las dos horas de programación. También con cierta asiduidad se programa con más de ese tiempo y con una hora escasa. No es nada frecuente, por no decir nunca, la programación de estos espacios con menos de una hora de emisión.

No sucede lo mismo con los espacios que presentan la variedad. Aunque la duración más frecuente con la que se programan supera las dos horas de duración, también se programan aunque esporádicamente con menos de ese tiempo, menos de una hora o incluso menos de 30 minutos.

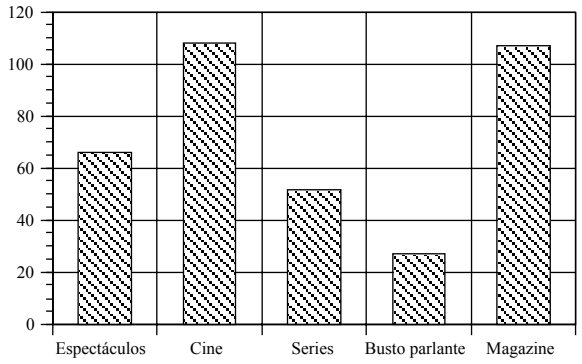
Las series de Antena 3 tienen una duración normalmente de una hora. Pero también se programan con cierta asiduidad series televisivas con media hora de duración. Es escasa la programación de estos espacios con otras duraciones.

No sucede lo mismo con los espacios espectaculares que se programan con todas las duraciones posibles. Y, aunque su duración más frecuente suele ser de media hora, también se programan frecuentemente con una hora, más de una hora e incluso más de dos.

Tres de cada cuatro espacios que se realizan con el busto parlante se programan con menos de media hora de duración, siendo frecuente su programación con menos incluso de quince minutos. Es raro que aparezcan programados con una duración superior.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

Gráfico 38
Duraciones medias de los espacios de Antena 3 según su realización



c) ubicación de los espacios según el formato de realización

Al establecer la programación de los espacios que se realizan de una forma distinta Antena 3 toma en cuenta el día de la semana de que se trate. No se programan igual todos los días que conforman la semana y los formatos de realización no se programan indistintamente los diferentes días en los que se pueden programar.

Porque hay una diferenciación muy clara entre los días según sean laborables o festivos en la manera en que se programan atendiendo a la realización televisiva. Y es que, aunque todos los espacios se programan en todos los días, lo hacen especialmente más en los días laborables los espacios que se realizan con el recurso a un presentador que bien introduce variedades o bien reportajes. Es decir, *de lunes a viernes es más fácil y probable encontrar programados espacios "magazine" en cualquiera de sus variedades y espacios que se presentan con el busto parlante televisivo*.

Aunque *también las series televisivas* se programan en mayor proporción los días laborables que los festivos, no se incluye en esta lógica el viernes, pues en lo que a programación de series se refiere, el viernes actúa como un día de fin de semana, programándose estos espacios pero en menor proporción que en los otros días.

También el viernes se comporta como un día festivo en lo que a programación de cine se refiere. Pero esta vez de manera favorable porque *son los fines de semana, incluido pues el viernes, los que asumen más programación cinematográfica* que el resto de los días.

Aunque hay otros formatos de realización que también se programan sobre todo en fin de semana, no se programan igual los tres o dos días de los que consta. De esta manera, los animados y los espectáculos televisivos muestran especial preferencia por los domingos de esta cadena. Las retransmisiones, aunque no muy abundantes, se programan sobre todo el sábado.

La programación en general y también la programación según los formatos que se utilizan, varía estacionalmente. Pero esta variación no

significa necesariamente cambios profundos en su configuración. De hecho y en lo que a esta cadena se refiere, los cambios de la programación que se ofrece en las distintas épocas del año tampoco supone grandes diferencias en lo que ofrece de cine, series, animados u otros espacios realizados de distinta manera. No obstante, este equilibrio en la oferta anual tampoco significa necesariamente invariabilidad en su programación. Más bien que la lógica de la programación no se establece teniendo en cuenta lo que se ofrece en las distintas estaciones anuales, sino que funcionan ciertas tendencias que se expresan en una mayor programación de cine, animados, y espacios realizados con el busto parlante en invierno y una mayor programación en verano de variedades y en menor medida de series televisivas.

Obviamente también la planificación diaria de la emisión de Antena 3 tiene en cuenta los diversos formatos en los que se realizan los espacios televisivos. Aunque prácticamente a todas horas se programe de todo, es posible deducir una distinta configuración programática en los distintos momentos del día y una preferencia por determinadas horas o franjas de los espacios televisivos según se presenten de una u otra forma.

De este modo, en las primeras horas de la mañana y aun a lo largo de esta primera etapa del día los formatos que más abundan son los que recurren al busto parlante, al presentador y a la serialidad de la realización. A primeras horas lo que es más frecuente encontrar es el presentador y el busto parlante. A media mañana y sobre todo a última hora sin embargo, será el seriado el espacio más programado, disminuyendo a medida que avanza el día la presencia del presentador de diversos y apareciendo primero tímidamente y a últimas horas de la mañana ya frecuentemente los espacios espectaculares.

Las horas centrales del día, de 15 a 17 horas, están programadas sobre todo de espacios de busto parlante al que le siguen en frecuencia y en disposición el cine de sobremesa. También se programan a estas horas espacios seriados, pero en menor medida que espacios realizados con los otros formatos.

Las tardes de Antena 3 se programan con la misma proporción de espacios seriados y espacios realizados con busto parlante. En menor

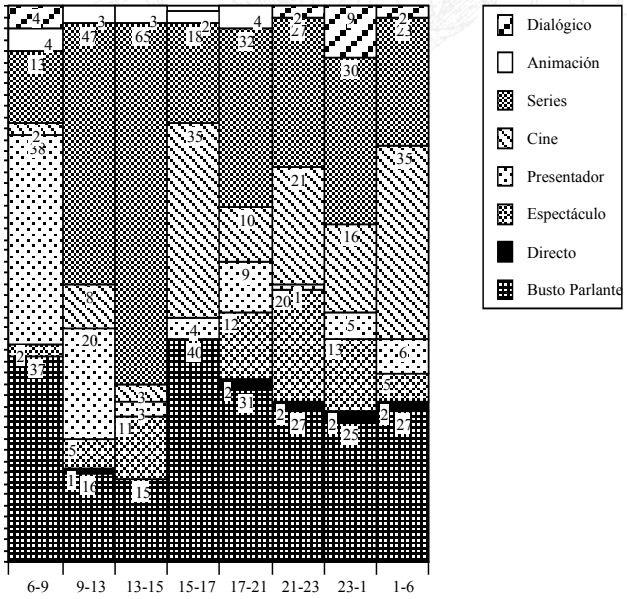
medida se programan también espacios espectaculares, cine de tarde o espacios de presentador de diversos.

El "prime-time" de esta cadena está compuesto de su espacio estrella: las series de televisión. En menor medida también se programan a estas horas espacios de busto parlante con intercalación de reportajes, y con menor presencia cine o espectáculos. No se programan prácticamente espacios realizados de otra manera.

Este mismo perfil se mantiene más tarde, a partir de las 23 horas hasta que empieza la madrugada, aunque a estas horas también se programan los espacios dialógicos que programa esta cadena.

Las madrugadas sin embargo es un tiempo donde sobre todo se programa el cine, en menor medida espacios seriados y todavía menos espacios de busto parlante. Apenas hay programación de otro tipo.

Gráfico 39
Realización televisiva diaria



De todo ello se deduce que cada formato aun apareciendo a todas horas, se programa con más frecuencia en unos momentos determinados del día que en otros.

De este modo, las series televisivas se suelen programar sobre todo por la mañana (de 9 a 15 horas) aunque también por la tarde y primeras horas de la noche es frecuente su programación.

El cine es cine de sobremesa, de tarde, cine estrella en "prime-time" y cine de madrugada. Apenas existe el cine de mañana o cine de noche.

El busto parlante, propio de los informativos, se programa en sus horas fijas: a primeras horas de la mañana, a mediodía, por la tarde (21:00) y en la madrugada, las últimas noticias.

La mayor programación de "magazine" se produce por la mañana, sobre todo en las primeras horas y a media mañana. También se suelen programar por la tarde, pero no a otras horas.

Los espectáculos sin embargo son espacios de máxima audiencia, programados pues en las horas más privilegiadas y por la tarde.

La animación se programa hasta que empieza la noche, sobre todo por la tarde y cuando empieza la jornada. Los pocos espacios de retransmisión en directo se programan por la tarde, en prime-time o en la madrugada. Y los dialógicos se programan a primera hora de la mañana, aunque también y más frecuentemente se les suele programar por la noche, antes de que empiece la programación de madrugada.

7.6. LA PROGRAMACIÓN DE TELE 5

7.6.1. Perfil de programación según los públicos a los que se dirige: el infantil

Al tener un planteamiento generalista, tampoco esta cadena privada se propone dirigirse a audiencias específicas de manera preferente. Es más, la única audiencia que de manera explícita configura un público discriminado del general es la audiencia infantil. Y ello porque los niños son un público fiel y fácil de conseguir además de no ser tan escaso delante de las pantallas.

Aun así, la programación infantil es, con respecto al total de la oferta, una escasa proporción, como no puede ser de otro modo al ser como las demás una cadena generalista. Tele 5 programa de cada diez espacios, más

de uno dedicado a los menores (concretamente un 12% de la programación). El tiempo de emisión que se adjudica a este público menor representa una proporción notable de todo el tiempo que emite, pues un 15% lo dedica a los más pequeños.

A pesar de que en porcentajes es una relación minoritaria, la realidad es muy distinta. Un 15% de lo programado se traduce cotidianamente en cerca de tres horas y media diarias de programación dirigida a los niños; y ese tiempo, todos los días, no se puede considerar en modo alguno escaso.

Una característica propia de los espacios infantiles de Telecinco es que se programan con una duración prolongada.

La media con la que suelen programarse *supera al resto de los espacios*, porque superan la hora de duración, y con creces. Concretamente 72 minutos del tiempo de emisión.

Y es que aunque es más frecuente su programación con media hora de duración, prácticamente nunca con menos, también es frecuente que duren más de una hora e incluso más de dos horas. Es más, prácticamente los espacios televisivos que se programan con más de dos horas son solamente los infantiles.

Aunque todos los días se programan espacios dirigidos a los menores, se programan más, con más frecuencia que en otros días y con respecto a otros espacios, *en los fines de semana y concretamente el sábado*.

También existe cierta lógica al programar más espacios infantiles y por tanto más tiempo de emisión dedicado a este público en otoño que en otras épocas anuales, obviamente porque se inicia el curso y se inicia con él una rutina de ver televisión quizá quebrada tras las vacaciones estivales.

Otra característica de la programación de estos espacios infantiles de Tele 5 es su ubicación diaria en unas horas muy concretas. En primer lugar porque se programan más frecuentemente entre 6:00 y 9:00 de la mañana que en otros momentos del día. Es más, prácticamente la mitad de lo que se ofrece a esas horas está especialmente dirigido a los menores.

También se programa con cierta asiduidad por las tardes, entre las 17:00 y 21:00 horas. En menor proporción se programan a lo largo de la mañana porque presumiblemente esta programación infantil matinal corresponde a los fines de semana, que son cuando los niños pueden verlos.

7.6.2. Perfil de programación según la funcionalidad del medio

a) número de espacios y tiempo de emisión que se programa para cumplir los diversos objetivos

Si por la cantidad tanto de espacios como de tiempo que una cadena dedica a entretener, formar o informar a su audiencia potencial se puede derivar, como aquí se plantea, el orden de prioridades que se establece la cadena cuando programa, se puede decir que Tele 5 se plantea antes que nada *entretenerla*. En segundo lugar procura en cierta medida su *información*. Sin embargo, esta cadena privada desatiende la función formativa que tiene cualquier medio de comunicación.

Además, si cuando comenzó esta cadena programaba poco pero aun programaba algunos espacios que tenían como objetivo la consecución de cierto fin formativo, cualquiera que sea, a partir de un año concreto, 1992, coincidente con un cambio en su accionariado, ese objetivo, mínimo hasta entonces, desaparece completamente de los objetivos que se marca el medio.

Así pues, esta cadena es eminentemente un medio de entretenimiento. Ocho de cada diez espacios que se programan tienen este fin lúdico. Los otros dos, en clara desventaja, son programados para informar al público potencial de la cadena. Esta relación se extrema cuando se contempla el tiempo de emisión. Mucho más se dedica al fin lúdico, nueve y media de cada diez partes en las que se puede dividir el tiempo televisivo, y media únicamente a la información por televisión.

Trasladando estos datos a la realidad cotidiana se puede decir que si esta cadena programa las 24 horas del día, como lo hace, dos horas las dedica a informar, y 22 a entretener a ese público que sintoniza el canal.

Cuadro XXXVI

Nº de espacios y tiempo televisivo que Tele 5 dedica a formar, informar o entretener a la audiencia

	Espacios	Tiempo
Entretenimiento	79.	91.
Formación	1	
Información	20	9.
N	(1435)	(81255)

b) duración de los espacios que entretienen o informan a la audiencia

De lo anterior se deduce un hecho lógico: *Tele 5 programa con mayor duración los espacios que se dirigen a entretener a la audiencia que los que le procuran información.*

Efectivamente, cuando se contemplan las duraciones medias para los seis años que lleva en antena la cadena se observa la discriminación de los espacios según su funcionalidad: los lúdicos tienen una duración media que supera la hora de duración. Los informativos no llegan a los veinticinco minutos.

Y es que los informativos de esta cadena suelen programarse prácticamente siempre con media hora o menos de duración. Cuatro de cada diez con menos incluso de 15 minutos. Cinco de cada diez programados alrededor de los treinta minutos. El que queda se sitúa en torno a la hora de duración puesto que esta cadena no programa informativos que superen ese tiempo.

Los espacios lúdicos por el contrario y aunque se programan con cualquier duración dado que aglutina a muchos espacios distintos, suelen programarse sobre todo en torno a dos duraciones típicas: la media hora y la hora de duración. Sin embargo, no son raros los espacios que entretienen que se programan con una duración de hora y media a dos horas e incluso también es frecuente programarlos con más de dos horas de tiempo de emisión.

c) ubicación de los espacios que se consignan para cada fin

Aunque la función lúdica del medio sea la principal todos los días de la semana, existe una clara diferencia de los usos de la programación en función del día de la semana de que se trate, laborable o fin de semana.

Y es que se manifiesta una pauta *al programar semanalmente más proporción de entretenimiento los sábados y los domingos, más que los otros días y mucho más que otros espacios; y más programación informativa de lunes a viernes, aunque nunca se supere obviamente la proporción de entretenimiento*.

Aunque la formación apenas tiene lugar en las parrillas de programación de esta cadena, cuando se programó en los primeros años lo hizo sobre todo en domingo.

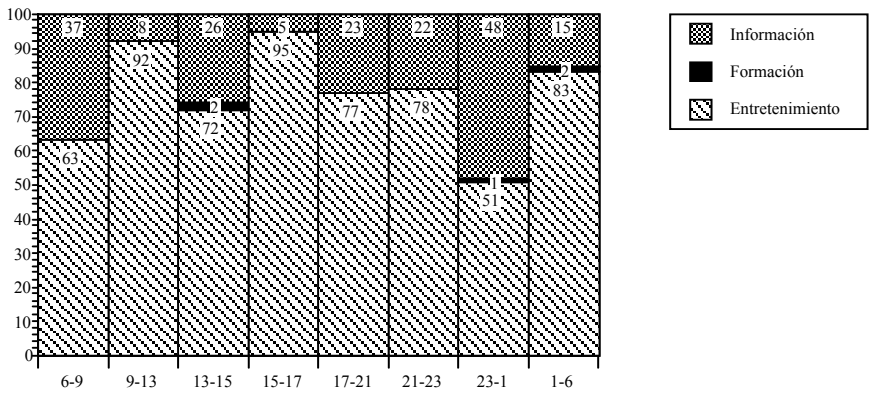
BIBLIOTECA VIRTUAL

También la programación anual manifiesta esta preponderancia de la función lúdica del medio sin discriminar las distintas estaciones anuales, pero se puede observar una tendencia que otorga mayor proporción, si cabe, de entretenimiento en verano y mayor proporción que en otras épocas en las estaciones más frías, otoño e invierno a la función informativa del medio.

Obviamente también a todas horas del día lo que más se programa es lo que más hay, entretenimiento. Pero es posible distinguir diversos momentos de la jornada en los que, a pesar de que la mayoría de los espacios que se programan son lúdicos, existe cierto lugar también para la información. Pero estos momentos no son, en tónica con el orden de prioridades de la cadena, los más privilegiados en términos de audiencia.

Aun así es posible hablar de la *funcionalidad informativa a primeras horas de la mañana* (6:00-9:00) *o por la noche* (23:00-1 de la madrugada). Ello no significa que no se programe a otras horas, aunque en la sobremesa y a media mañana realmente no se programa casi información, sí sin embargo en el resto de la jornada, incluido el "prime-time", se programan espacios informativos, aunque en clara desventaja con el entretenimiento que a todas horas se programa.

Gráfico 40
Funcionalidad a lo largo de la jornada



7.6.3. Perfil de programación atendiendo al contenido que referencia la cadena

a) número de espacios y tiempo de emisión programados para vehicular diferentes temáticas

Casi la mitad de los espacios que programa esta cadena, y más de la mitad del tiempo que lleva emitiendo ha sido para trasladar a su público al mundo ficticio creado por la industria de la imaginación.

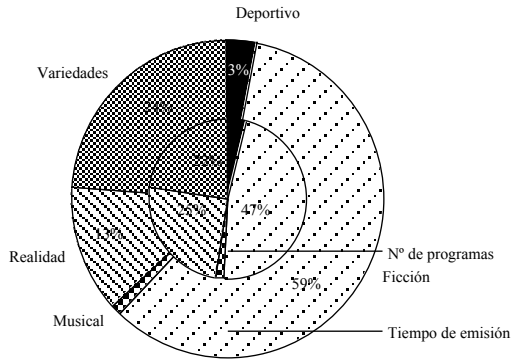
Sólo una cuarta parte de los espacios que programa, y mucho menos del tiempo total que emite se dedica a tratar temas reales, problemas que pasan y que afectan en cualquier medida a la gente que los ve.

Las variedades representan una parte importante de los referentes de Tele 5. Dos de cada diez espacios, y casi una cuarta parte del total de tiempo que emite esta cadena se dedica a este referente tan televisivo como ajeno a lo que no sea televisión.

Los contenidos concretos, deportes, música o toros, apenas tienen cabida en la programación de Tele 5. Tres espacios de cada cien son deportivos, uno musical mientras que lo taurino no llega a representar ni esa cantidad simbólica de lo que emite esta cadena. Y la religión, como en la otra cadena privada, no existe como referente televisivo.

A nivel de emisión se puede decir que si esta cadena programa diariamente veinticuatro horas, como programa, nada menos que catorce de ellas se dedican a la ficción televisiva. Seis horas diarias a temas variados. Y sólo tres para contar lo que pasa alrededor.

Gráfico 41
Tiempo de emisión y número de espacios dedicado a cada referente



b) duración de los espacios según su referente

También esta cadena privada discrimina los espacios según su contenido cuando establece la duración de los mismos. Y es que se mantiene una pauta de programación que otorga *mayor duración a los espacios que vehiculan la ficción o las variedades y menor duración a los que vehiculan referencias a la realidad*.

De este modo, las duraciones medias de los espacios que referencian temas ficticios o diversos supera la hora de duración, más para los espacios de ficción. Mientras, los espacios que refieren la realidad duran como promedio menos de 30 minutos.

Y es que los espacios ficticios, que no tienen una duración fija para todos sus espacios, obviamente porque aglutina espacios de diversa naturaleza, suelen programarse con tres duraciones típicas: una que se sitúa en torno a la media hora, otra que oscila en torno a los sesenta minutos y otra cantidad de espacios similar que suelen duran entre hora y media y dos horas. La frecuencia de espacios con otras duraciones distintas de estas es más bien escasa.

Mientras, los espacios de variedades aunque suelen programarse con más frecuencia en torno a la media hora de duración, también asiduamente se les programa en esta cadena con duraciones superiores y muy superiores, teniendo una presencia notoria los que se programan con más de dos hora e incluso con más de tres.

Sin embargo, la duración más frecuente e incluso de prácticamente todos los espacios que refieren la realidad se sitúa en torno a la media hora e incluso menos. Es rara la programación de estos espacios con una duración superior.

Por lo que respecta a los espacios que menos se programan, también existe cierta regularidad en la manera en que aparecen en antena, en lo que a duración se refiere. Y es que los deportivos, aun sin tener una duración fija para todos, suelen aparecer sobre todo con una hora de programación. Los musicales sin embargo cuando se programan lo hacen sobre todo con media hora de duración. Y los pocos taurinos que se programan suelen durar más de dos horas de tiempo de emisión, obviamente se trata de retransmisiones de corridas taurinas.

Cuadro XXXVII

Duración más frecuente con la que aparecen los espacios ficticios, de variedades y que referencian la realidad

	Ficción	Variedades	Realidad
Menos de 30'	26.	37.	75.
30-60'	34.	31.	19.
60-120'	32.	25.	6.
+120	8.	8.	
N	(696)	(322)	(367)

c) ubicación de los espacios televisivos según su referente

También esta cadena discrimina en la programación semanal los referentes que tratan los espacios televisivos. Aunque la ficción siempre es el referente más tratado todos los días de la semana, no se programan con la misma proporción los espacios que tratan uno u otro contenido.

De este modo, existe una diferenciación muy clara según sea el día, si laborable o festivo, para dedicar más referencias o menos a la realidad, las variedades o los temas concretos. Y es que se programan *más espacios de referencia inmediata los días laborables que los fines de semana*. Una lógica inversa guía la programación de espacios de temática diversa y concreta. Las variedades y los deportes, la música y los toros cuando más se programan son notoriamente los sábados y los domingos.

La ficción se programa siempre, no se observan variaciones en la relación que de ficción se programa según el día sea laborable o fin de semana, siempre es el referente más tratado y todos los días la mayoría de los espacios que se programan son de ficción.

También las diversas épocas por las que atraviesa el año introducen una modificación en la proporción que a cada contenido dedica esta cadena en su programación. Aunque las variaciones no son muy notables, se aprecia que en invierno se programa más ficción y temas de referencia real que en otras estaciones anuales. Mientras, es el verano el que recoge más espacios de temática variada y temática concreta.

A pesar de que la ficción es el primer referente de la cadena, no a todas horas es el referente más programado. Y es que también la cadena establece una diferenciación horaria en la planificación de contenidos tratados, y cada contenido además tiene unas horas preferenciales de aparición.

Básicamente a todas horas se programan referencias ficticias, reales y variadas, pero no en la misma proporción. A primeras horas de la mañana, existe cierto equilibrio entre lo que se programa de ficción y de realidad, en clara desventaja se programa la temática diversa. A media mañana, a partir de las 9, lo que más se programa, más de la mitad, es ficción. A estas horas se programa más temática variada que temática real, aunque ésta también se programa. Sin embargo, a últimas horas de la mañana, concretamente al

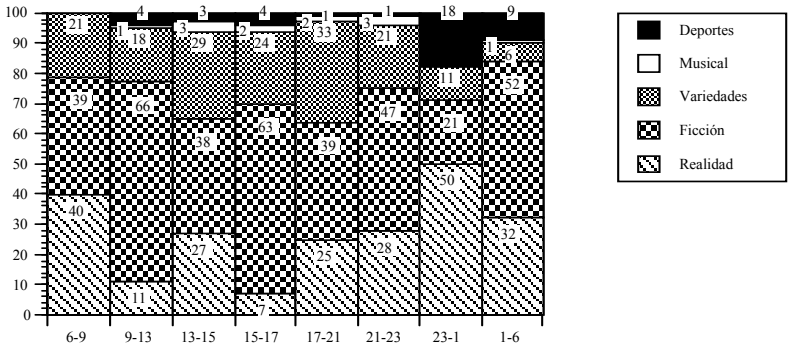
mediodía (13 a 15 horas), y aunque sigue siendo la ficción el referente más tratado, las proporciones con respecto a los otros contenidos más referenciados se equilibran.

Este equilibrio se rompe en la sobremesa, pues la mayoría de lo programado hace clara referencia explícita al mundo ficticio, y cuando no, variado. La realidad apenas tiene cabida entre las 15 y las 17 horas. También por la tarde esta relación se mantiene, pero las proporciones se equilibran de cierta manera no siendo tan pronunciadas las diferencias entre lo programado sobre cada referente.

En el "prime time" de Tele 5 predomina también la ficción, pero no llega a ser la mayoría de lo que se programa. Básicamente la mitad es ficción, y un cuarto prácticamente corresponde a referenciar la realidad y otro la variedad. No pasa lo mismo con las horas nocturnas. De 23 a 1 de la madrugada lo que más se programa son espacios que referencian la realidad. La mitad de lo que se programa a estas horas son espacios de referencia inmediata. La otra mitad se reparte entre la ficción, la variedad y el deporte. Y ya en la madrugada se vuelve al perfil típico de la cadena: el predominio de la ficción que ya a estas horas es no sólo el referente más programado sino también el que referencian la mayoría de los espacios que se programan. También con cierta frecuencia se programan espacios que tratan la realidad. De forma esporádica aparecen variedades y espacios que se refieren a la temática deportiva en la programación de madrugada.

Gráfico 42

Programación diaria de los contenidos



7.6.4. Perfil de programación atendiendo a la realización televisiva

a) número de espacios y tiempo de emisión realizado con diferente formato

La realización televisiva de esta cadena privada se caracteriza porque recurre a todos los formatos que se han establecido como los posibles en los que se pueden concretar los espacios televisivos para aparecer en antena. No desprecia ningún formato de realización, aunque obviamente no todos los utiliza con la misma frecuencia ni del mismo modo.

A niveles generales se puede decir que Tele 5 programa más espacios realizados en un estudio de televisión que enlatados, aunque la diferencia entre unos y otros no es muy distante. Sin embargo, programa menos, y con bastante diferencia, espacios que recurren a la retransmisión en directo como forma de realización.

Sin embargo, este perfil varía si se considera el tiempo de emisión. Tele 5 programa más tiempo realizado con formatos fabricados que con formatos de producción en estudio. Obviamente el tiempo que retransmite en directo es mínimo con respecto al resto del tiempo que emite ya elaborado.

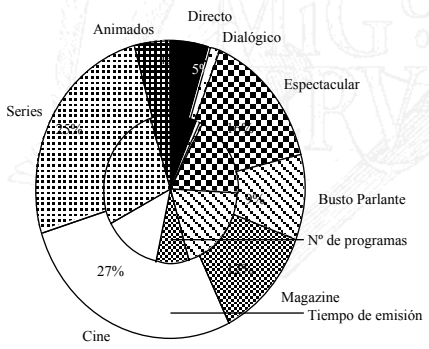
Cuando se atiende a los formatos concretos de realización, se puede decir que el formato que más utiliza *Tele 5 para realizar espacios televisivos es el formato seriado.* Poco más de un cuarto de los espacios que programa son series en cualquiera de sus fórmulas.

Con bastante diferencia de la utilización del formato seriado, se programan también frecuentemente espacios realizados con *busto parlante que intercala reportajes, con formato espectacular y en menor medida, con el cinematográfico.* Estos formatos tienen una relación individual con respecto al total de lo programado parecida: casi dos de diez de los espacios que programa esta cadena.

También a bastante distancia de estos tres formatos se encuentran los que se realizan gracias al presentador de diversos, la retransmisión o la animación, que, aunque no representan ni uno de cada diez de los espacios que programa Tele 5, se programan con más frecuencia que el resto de los formatos que quedan: dialógico, teatral o documental, cuyo uso es cuando menos, ocasional.

Cuando se tiene en cuenta el tiempo de emisión que ocupan del total los formatos de realización, esta relación varía. E*l formato que más tiempo ocupa es el cinematográfico.* Tele 5 programa más cine que otra modalidad de realización. Sin embargo, programa cine con escasa diferencia del tiempo de emisión que ocupan los espacios *seriados.* Un cuarto del tiempo que lleva emitiendo Tele 5 corresponde a series televisivas. Más de otro cuarto es cine. Cuando el tiempo de emisión no está realizado ni con formato cinematográfico ni con el seriado, es más probable *que sea espectacular, en segundo lugar presentador de diversos y en tercer lugar busto parlante* que otro formato, ya que la utilización del directo y la animación se reduce a cuatro de cada cien partes en las que se puede dividir el tiempo de emisión y la utilización de dialógicos, teatro o documental no representa ni una de esas cien partes del tiempo en antena de Tele 5.

Gráfico 43
Tiempo de emisión y número de espacios que se realizan de diferente forma



b) duración de los espacios según su formato de realización

La distinción entre el perfil de la realización televisiva de esta cadena según se contemple la cantidad de espacios o el tiempo de emisión se debe a la distinta duración de los espacios según se realicen de una u otra forma. Tele 5 también discrimina en su programación los formatos utilizados, dando a unos más tiempo de emisión que a otros.

De esta manera, se suelen programar con *mayor duración los espacios cinematográficos y en menor medida los que se basan en un presentador que conduce la diversidad* que otros espacios realizados de otra manera. Son estos formatos los que se programan con más tiempo de emisión,

superando en los dos casos los sesenta minutos de media e incluso el cinematográfico acercándose a las dos horas.

Pero además, Tele 5 también discrimina el resto de los espacios. Concretamente los *espacios seriados y espectaculares, ambos rondando la hora de duración como media*, de los espacios que se realizan *con busto parlante, que no llegan a la media hora de duración.*

Estas discriminaciones también se observan cuando se contemplan las duraciones más frecuentes con las que se suelen programar estos espacios en la cadena privada.

Y es que los espacios cinematográficos prácticamente sólo aparecen con una duración situada entre la hora y media y las dos horas y media, siendo más frecuente su programación entre hora y media y dos horas que más tiempo de los 120 minutos.

Por su parte, los espacios basados en el presentador de diversos se programan más frecuentemente con media hora de duración que con otra duración establecida, pero también se programan asiduamente con duraciones que superan la hora, las dos horas e incluso las tres horas de duración.

Los espacios seriados de esta cadena también tienen una duración característica, que oscila en torno a los sesenta minutos. Sin embargo, también se les programa con media hora de duración o con hora y media aunque de forma minoritaria. Prácticamente no se programan nunca con otra duración.

No ocurre lo mismo con los espacios espectaculares. Si bien su duración más frecuente se sitúa en la media hora larga, también se programan espacios espectaculares con duraciones superiores, más de una hora e incluso más de dos.

Los que se presentan a la audiencia con un busto parlante que intercala reportajes suelen tener una duración más frecuente que se sitúa entre la media hora y los tres cuartos de hora. También se programan con cierta asiduidad con un cuarto de hora de duración, pero prácticamente nunca superando los sesenta minutos.

Con respecto a los otros formatos valga decir que aunque se programan menos, lo hacen frecuentemente con duraciones típicas. Las retransmisiones en directo duran en esta cadena relativamente poco. Más de la mitad de las que se programan no superan la media hora de duración, aunque también se suelen programar en torno a la hora y media de tiempo de emisión. Los animados, sin embargo, y a pesar de que lo más frecuente es encontrarlos con una duración que oscila entre la media hora, también se programan aunque muy raramente con otro tipo de duración, más de una hora, más de dos e incluso más de tres horas de animación.

Cuadro XXXVIII
Duraciones más frecuentes en los formatos más programados

	Cine	Series	Presentador	Espectáculos	Busto parlante
Menos de 30'	1.	29.	31.	43.	77.
30-60'	2.	57.	12.	37.	20.
60-120'	77.	13.	41.	16.	3.
+120	20.	1.	16.	3.	
N	(201)	(402)	(116)	(267)	(293)

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

c) ubicación de los espacios que se realizan de distinta forma

Tele 5 discrimina muy claramente la programación semanal de los espacios que se realizan de diferente forma, es decir, no se programan igual desde el punto de vista de la realización televisiva los distintos días de la semana y cada formato tiene unos días en los que su presencia es mayor que en los otros.

Esta discriminación semanal la establece según sean los días laborables o festivos, considerando al viernes como día perteneciente a la semana laboral.

De este modo, *en los días laborables se suele programar más espacios de busto parlante, seriados y de presentador de diversos que los fines de semana, días éstos en los que es más frecuente encontrar espacios cinematográficos y espectaculares. Aunque la programación de los espacios en directo y animados es mucho menor que la de los otros, se muestra también una preferencia por programarles sobre todo en los fines de semana, esto es, en sábado y domingo.*

También esta cadena establece una discriminación estacional en la programación desde el punto de vista de la realización televisiva porque se observa que en verano se programan más espectáculos y más espacios seriados que en otra época anual. Y que sin embargo el cine y en general los otros formatos abundan sobre todo en invierno.

La programación diaria de Tele 5 es muy variable desde el punto de vista de realización. No existe un formato que sea el más programado todas las franjas, a pesar de la alta presencia de las series en la programación de esta cadena privada. Según las horas del día, se programan de distinta manera los espacios realizados de una u otra forma, es decir, con más o menos cantidad con respecto a otros y con respecto a otras horas. Y estas composiciones hacen variar lo que Tele 5 ofrece a su audiencia a cada momento.

Las primeras horas de la mañana están programadas sobre todo por el busto parlante con intercalación de reportajes, aunque también hay una alta presencia de espacios tipo "magazine", de espacios animados, que es su franja típica de aparición, y de series. Sin embargo, a estas horas no se programan tantas series como en las horas sucesivas de la mañana cuando sean los espacios que esta cadena programa más, aunque se acompañan a media mañana de espacios cinematográficos y a últimas horas con espacios realizados con busto parlante o espectáculos televisivos.

Las sobremesas de Tele 5 son horas en las que se programa sobre todo cine y series, en igual proporción y prácticamente sólo eso, ya que los espectáculos que se programan lo hacen de forma ocasional.

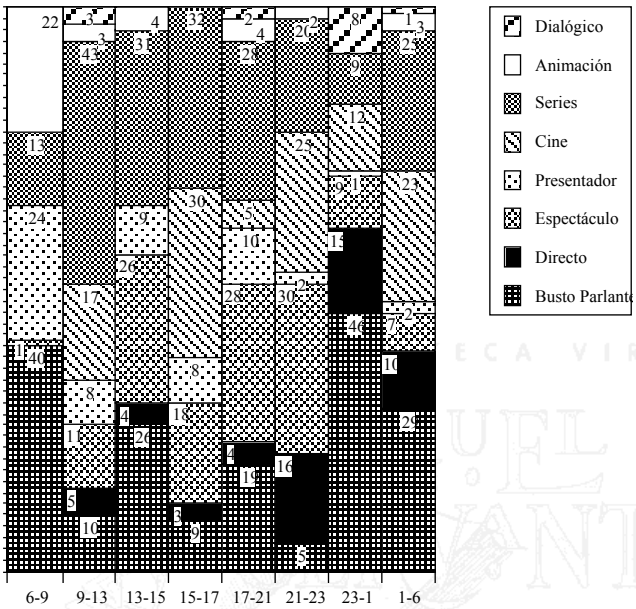
En las tardes, sin embargo, se programan frecuentemente los espectáculos, con la misma proporción que las series televisivas, siendo básicamente los únicos espacios que ofrece esta cadena.

En el "prime-time" de Tele 5 lo que más se programa son espectáculos televisivos, aunque también hay una alta proporción de cine, de series y de retransmisiones en directo. Prácticamente no se programa nada más.

En las noches existe más variedad de realización, se programan todo tipo de espacios, aunque lo más frecuente es encontrar un busto parlante que intercala todo tipo de reportajes, sobre todo antes de empezar la madrugada

puesto que representan casi la mitad de lo que se programa a esas horas sin ser nunca equiparados por ningún otro formato. También la modalidad del recurso al presentador parlante es el que más se utiliza en las madrugadas, aunque a escasa diferencia del cine o de las series televisivas.

Gráfico 44
Realización televisiva a lo largo de la jornada



Así pues, Tele 5 también establece unas franjas típicas en la programación de los distintos espacios según su formato de presentación.

A niveles generales se puede decir que el recurso al directo se programa por las noches, con parecidas proporciones en las primeras horas o en la noche más cerrada.

Que aunque Tele 5 programa pocos dialógicos lo hace por las noches, entre las 23:00 y la 1 de la madrugada. Esporádicamente también se programan a media mañana, pero suelen ser la repetición de los debates o tertulias de las noches anteriores.

Por lo que respecta a los espectáculos, este es un género de programa que Tele 5 ubica en prácticamente todas las horas pero de manera más asidua por las tardes y en “prime-time” que en otros momentos del día.

Los espacios que recurren al busto parlante, presumiblemente los informativos de esta cadena, tienen unas citas cotidianas fijas, situadas en

las primeras horas de la mañana, antes de las 15:00 y antes de las 21:00 horas. La edición de noche se sitúa más allá de la 1 de la madrugada.

Los espacios tipo “magazine” se les suele situar también en las franjas típicas: la tarde y la mañana, pero Tele 5 cuando les programa por la mañana lo hace en las primeras horas, antes de las 9:00 y no tanto después de esa hora.

El cine de Tele 5 es un cine matinal, de sobremesa, cine estrella en “prime-time” y cine de relleno en la madrugada.

Las series las programa esta cadena a todas horas. Pero cabe diferenciar una preferencia por la media mañana y en menor medida en las sobremesas que a otras horas, aunque destaca su menor programación por la noche y cuando comienza la emisión.

Más clara se muestra la ubicación diaria de los espacios que se realizan con el formato animado. Tele 5 los programa sobre todo y la mayoría de ellos en la franja pre-matinal, en esas horas en las que empieza el día y empieza también o mejor continúa la emisión televisiva.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPITULO 8

LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA (II)

Los espacios televisivos

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

8.1. Introducción

Este capítulo trata de ofrecer una aproximación a la programación televisiva en España desde un punto de vista particular, el de los espacios que se han programado.

Tal como ya se ha comentado, se han discriminado unos espacios de otros en función de unas determinadas características, de su público potencial, del contenido vehiculado, de la función comunicativa hacia la que se orientan y del formato de presentación utilizado. En este capítulo se *analizan cómo son esos espacios, es decir, cómo son las características de los programas que han aparecido hasta ahora y si esas características han variado o si se diferencian según el canal.*

Dicho de otro modo; cuando, por ejemplo, la televisión programa para niños, se trata de ver de qué manera o cómo se programa para ese sector de la audiencia, qué contenidos se vehiculan, qué fines se proponen o con qué formatos de realización se presentan los productos infantiles. Del mismo modo, si la televisión programa para entretener, cómo son los espacios lúdicos, qué contenidos transmiten, qué formatos utiliza o si existe alguna diferencia en la naturaleza de los espacios según el momento histórico o el tipo de canal en el que se programan.

Se parte de la presunción más o menos obvia de que existen fórmulas de programación televisiva caracterizadas por el público al que se dirigen, el objetivo funcional que persiguen, el contenido específico que tratan y las formas de presentación que se elijan. Y ello no tanto porque sea algo "natural" puesto que se parte también de que no hay nada "natural" en la manera de hacer televisión. Todos estos criterios podrían combinarse sin restricciones. Sin embargo, la historia de la programación pone de manifiesto que unas combinaciones son más usadas que otras, y no pocas son exclusivamente utilizadas en detrimento de todas las demás alternativas posibles. Es posible identificar, pues, las combinatorias más frecuentes en los espacios televisivos y también si existen fórmulas redundantes o innovadoras con las que la televisión en España ha programado sus productos a lo largo de estas cuatro décadas.

8.2. La programación territorial

La televisión en España nace de la mano de un régimen que, independientemente de otros adjetivos, también se le puede caracterizar por el centralismo territorial. Pero este centralismo no sólo se manifiesta por la negación de cualquier hecho diferencial en función de las regiones españolas. El centralismo también conduce a la dirección del país desde Madrid, desde el punto más céntrico donde reside la personificación del poder.

Y la televisión, en sus comienzos, es una televisión franquista. Por ello, no es de extrañar que esta nueva institución que pronto desvelará su influencia hacia abajo y su manipulación desde arriba, manifieste también esta característica centralista. No sólo porque no se permita el más mínimo gesto de cierta autonomía en la comunicación pública, sino que tampoco se permite el programar desde la institución centralizadora para las diferentes regiones. En esta época, estas posibilidades resultan inconcebibles, dado que no se reconoce ningún derecho a las autonomías, y obviamente tampoco el derecho a la expresión o a la información.

Esta contextualización es pertinente porque explica por qué la televisión en España no emite específicamente para diferentes regiones hasta la muerte del dictador, cuando la España de las autonomías sea legalmente reconocida, y les sea concedida, una vez consolidada la democracia, la libertad constitucional de expresión pública.

Ahora bien. La herencia centralista de la televisión se dejará sentir en la actividad del propio medio incluso después del régimen. Porque si bien nacen las cadenas autonómicas que emiten para las regiones más diferenciales de la geografía española, no se desarrolla la territorialidad de la comunicación televisiva en otros campos, como la autonomía de todas las regiones, no sólo de las históricas, o cierta regionalización de las emisoras estatales.

Y es que las televisiones autonómicas nacen al amparo de los gobiernos regionales, y operan en función de su fuerza política o de su relación con el poder estatal. De esta manera, las autonomías menos poderosas no tienen capacidad ni política ni económica de emprender una aventura televisiva con ciertas garantías de éxito, de tener una cadena propia

que no quede convertida en un repetidor de programaciones ajenas, como actualmente está pasando con las emisoras locales. Existe en este sentido una discriminación en la España de las autonomías, ya que un extremeño no tiene el mismo derecho a la información que un ciudadano gallego.

Esta discriminación puede ser subsanada por las televisiones que operan a nivel estatal, dedicando una programación territorial a las regiones informativamente desatendidas. Pero la televisión se debate entre la búsqueda de público potencial, cuanto más mejor; y la búsqueda de una audiencia real, que puede asegurarse con una programación más cercana, basada en la proximidad con ese público potencial. Y este debate se resuelve por la primera vía, por dirigirse a toda la población española olvidándose de esos públicos específicos a quienes puedan ofrecer una programación territorial. Y ello porque la programación territorial de las cadenas que operan a nivel nacional es poco menos que simbólica.

En primer lugar, *las cadenas privadas no emiten específicamente para estos públicos.*

En segundo lugar porque en TVE-2 no existe tal programación regional. Cabría hablar mejor de una *experiencia* de dirigirse a las diferentes regiones desde La 2, que se inicia precisamente cuando surgen los canales específicamente dirigidos a estas audiencias regionales, pero que no pierde nunca este carácter experimental por cuanto su regularidad e incluso su presencia no tienen continuidad en los años noventa.

Así pues, sólo la primera cadena mantiene una programación regional regular, que en todo caso no supone una parte muy notoria de lo que ofrece a su audiencia (sólo un 3%), y esto a pesar de que se trata de una cadena pública, es decir, para todos los públicos.

Aun así cabe caracterizar a la programación regional de la primera cadena por su permanencia casi intacta desde el año 1975, momento a partir del cual se emite por primera vez en la pantallas televisivas. En estos más de veinte años que existe este tipo de programación, apenas se han modificado *sus características propias*, salvo la disminución de su presencia en las parrillas de TVE-1 como respuesta fallida a la aparición de las cadenas propias de cada región. Es decir, cuando las cadenas autonómicas aparecen, TVE-1 responde con una mayor programación regional, compitiendo

claramente con ellas, aunque esta estrategia la abandona precisamente cuando la competencia aparece por el lado generalista a partir de 1990.

Ahora bien, cuando se han programado este tipo de espacios en los últimos veinte años, lo han hecho con el *formato típico del informativo, es decir, del busto parlante con intercalación de reportajes; que además su referente casi exclusivo ha sido la realidad y que han tenido la misión social de informar a su audiencia. Estas características llevan a la conclusión de que los territoriales en TVE-1, y también los de TVE-2, son prácticamente todos informativos territoriales* que se programan prácticamente sólo en los días laborables, y sólo también en la franja del mediodía (13-15 horas), previos al informativo nacional.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

8.3. La programación infantil

Las cadenas que operan hasta 1996 en España tienen un carácter eminentemente generalista. Lo son porque no tratan específicamente un sólo tema. Pero este carácter generalista también se puede deducir del público al que se dirigen, ya que todas las cadenas emiten para la población en general. Lógicamente, las cadenas autonómicas se dirigen a un público específico, pero su especificidad le viene dada por razones de ubicación territorial. Dentro de su ámbito de cobertura, se dirigen indistintamente a toda la población. Sin embargo, ésta no es homogénea. Existe población infantil, adulta o femenina. Pues bien, de todos los grupos en los que se puede clasificar la población de una sociedad, la televisión, hasta el momento, sólo se ha dirigido de forma explícita a la población infantil.

Y ello no obedece a una imposibilidad de adecuar una programación específica para otros colectivos. De hecho, existen ya canales femeninos o para adolescentes en la oferta digital. Tampoco porque se tiene que programar necesariamente para este público menor. Hay canales generalistas que no tienen programación infantil o si la tienen, muy escasa. Mismo el Canal + español. Más bien se programa para los niños teóricamente porque no todos los espacios son aptos para su consumo y hay que explicitar cuáles son y cuáles no conviene que los niños vean. Pero también hay que tomar en cuenta que los niños constituyen un público potencial apetecible, bastante numeroso y con un consumo televisivo más bien pasivo, poco crítico y en

todo caso fiel. Sea como fuere, la televisión en España desde que existe ha pensado en esta parte de la población, y ha programado para ella de manera proporcional a la parte que representa. Es decir, si los niños son un 10% de la población española, también ronda ese 10% la programación infantil que de la oferta televisiva, cualquiera que ésta sea, se les dedica.

Ahora bien, que siempre se hayan programado no quiere decir que se hayan programado siempre igual. La programación infantil, al igual que el resto de lo programado, ha cambiado en estos cuarenta años de historia.

En primer lugar varía la *cantidad* de programación infantil ofertada por la televisión. En general se puede decir que la cantidad de espacios y de tiempo de emisión que esta institución comunicativa ofrece a la población menor *aumenta* considerablemente con el paso de los años. Pero este incremento se debe más al notorio aumento de la oferta total, con más tiempo de emisión y nuevos canales, que a un aumento específico de la programación infantil. Y es que ésta se muestra *relativamente estable* con respecto al resto de lo programado, a pesar de que el público al que se dirige va disminuyendo paulatina pero decisivamente con respecto a la población mayor.

A niveles más concretos se puede decir que si los niños de 1960 podían ver una televisión adaptada a ellos sólo tres cuartos de hora al día, los niños de 1990 pueden ver más de diez horas diarias. Claro que antes sólo había 5 horas de televisión en un sólo canal, y actualmente la oferta televisiva es continua y multiplicada por cinco canales. Es decir, aunque la programación infantil ha aumentado notoriamente, lo ha hecho de manera proporcional a la oferta televisiva total, sin grandes oscilaciones en torno a la cuota del 10%.

En estos cuarenta años no sólo se modifica la cantidad de programación infantil sino también la *forma* en que se programa para este público. Y es que los espacios infantiles *se programan cada vez más con mayor duración*. Si tradicionalmente, en la primera y en la segunda cadena, que son las que emitían, se programaban la mayoría de los espacios con media hora o menos de duración, aun siendo también lo más frecuente, en los años noventa ha aumentado la cantidad de espacios infantiles que se programan con más duración, más incluso de la hora o de las dos horas. Y ello no sólo en las cadenas existentes. La programación de estos espacios

con duraciones prolongadas es una característica que afecta a todas las cadenas, aunque no igualmente, ya que notoriamente es Antena 3 la cadena que con mayor duración programa los espacios infantiles.

También ha variado la ubicación de los espacios infantiles. Tradicionalmente se les programaba con mayor frecuencia los sábados que los otros días de la semana. A raíz de la incorporación de otros canales, y del incremento de la programación infantil, se programan este tipo de espacios *también preferentemente los domingos, aunque las diferencias con el resto de la semana cada vez se difuminan más*.

No sucede lo mismo con las horas en las que los niños pueden ver la televisión. Antes prácticamente todos los espacios se ubicaban en la franja de la tarde. Lógicamente, porque no había más horas de emisión. Pero también porque es su franja natural. También se programaban por la mañana, pero de manera más ocasional, coincidente con la programación matinal de los fines de semana. En la última década esta lógica de programación varía. Y varía no sólo en los nuevos canales, sino también en los existentes. Ahora se programan espacios infantiles además de por la tarde *en las horas pre-matinales, entre las 6 y las 9 horas de la mañana*, y de forma minoritaria al mediodía. Pero aunque estas pautas afectan a todas las cadenas, no las adoptan del mismo modo. Tele 5 programa más espacios a primeras horas de la mañana que en el resto de la jornada, mientras que La 2 concentra estos espacios sobre todo en las horas del mediodía. El resto de las cadenas equilibra su oferta infantil entre las tres franjas típicas.

Y, por último, también ha variado con el transcurso de los años la *naturaleza* de los espacios que se dirigen a los más pequeños de la casa. Sin embargo, esas diferencias no son muy notables. Entre otras cosas porque los espacios que se dirigen a los más pequeños se caracterizan por su coincidencia con dos formas típicas de presentación. O bien son *dibujos animados infantiles*, que vehiculan una historia inventada, recreada o ficticia; o bien son espacios donde un *presentador conduce a los niños por variedad de temas*, contándoles diversidad de historias y, últimamente, como un mero enlace entre historias animadas autónomas. También se programan asiduamente espacios seriados que se dirigen expresamente al público infantil, pero en todo caso su presencia es menor que los dibujos o las variedades infantiles. Minoritariamente se programan otros espacios,

siendo más frecuente que sean espectáculos que cine infantil, ya que no existen otras formas televisivas de dirigirse a los más pequeños, sin contar con esa otra programación no expresamente dirigida a los niños pero que suele ser frecuente encontrarles entre su audiencia.

Aun así, cabe establecer una diferenciación temporal en la utilización de una u otra forma de presentación. *Hasta la última década, se programaban más dibujos animados que variedades infantiles, siendo más probable la programación de los primeros en la segunda cadena y más frecuente la programación de los espacios de temas diversos en el primer canal. Además, también se programaban series infantiles, pero concentradas sobre todo en la segunda cadena, ya que en la primera era más probable que los otros espacios infantiles fueran realmente espectáculos para menores.*

Sin embargo, en la última década, justo cuando la oferta televisiva se incrementa con nuevos canales, la balanza se invierte. *Ahora, se programan más variedades infantiles que dibujos animados. Pero además, como suelen durar mucho más los primeros, la diferencia del tiempo en antena se multiplica considerablemente.* Ahora bien, esto no quiere decir que los dibujos animados dejen de programarse. Simplemente que ahora se les empaqueta y enlaza con un presentador estrella, para ofrecer una continuidad más lograda que capture y mantenga a los niños que les ven. Son los llamados espacios "contenedores", una versión barata de las variedades infantiles, una forma fácil de hacer un programa grande sin que necesariamente sea un gran programa infantil. También en la última década ha aumentado la programación infantil seriada y espectacular, aunque no llegue a los mismos niveles de los espacios tradicionales.

Sin embargo, este cambio en la forma de los espacios infantiles no afecta igual a todas las cadenas. Aun siendo prácticamente general el uso de variedades en detrimento de los dibujos animados en su forma tradicional de aparición, es decir, independientemente programados, Telemadrid parece que se aleja de esta moda. Es la cadena, *la autonómica, que menos espacios de este tipo programa, recurriendo en prácticamente toda su programación infantil a la animación dibujada.* Pero también se diferencian las distintas ofertas infantiles de las cadenas que operan a nivel nacional. Todas programan más espacios de variedades que dibujos

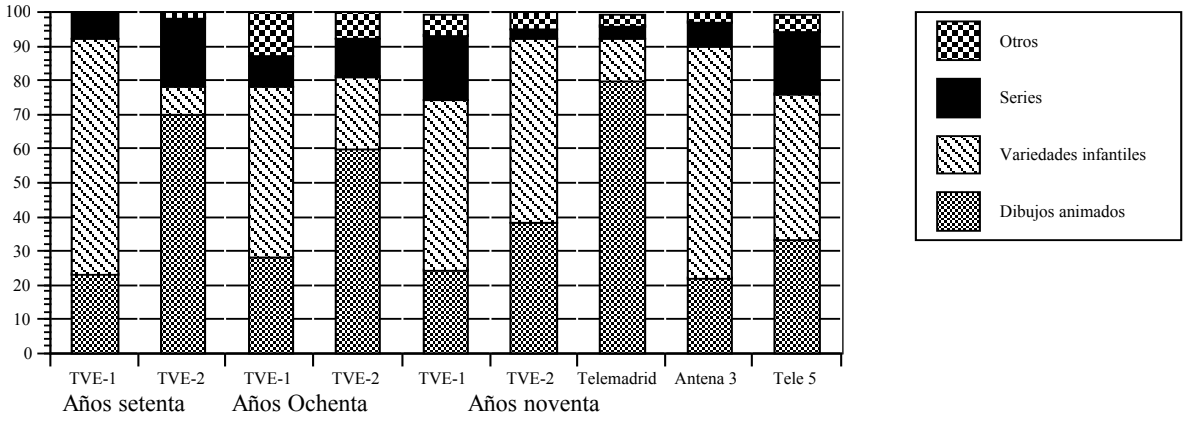
animados, pero no establecen la misma diferencia. *Antena 3 prácticamente se basa en este tipo de espacios variados, mientras que Tele 5 equilibra la oferta entre variedades y dibujos infantiles a la que añade una presencia notoria de espectáculos y series para este público. También una proporción nada despreciable de series infantiles programa la primera, aunque su proporción se aleja de la programación de los espacios típicos, las variedades infantiles, únicos espacios que programa La 2.*

En todo caso, con dibujos animados o con una temática diversa, siempre, cuando la televisión ha programado para los niños, lo ha hecho para *entretenerles.* No en vano se le atribuye a la televisión esa labor de "niñera", "canguro" o "guardería", nombre este último que define explícitamente un espacio infantil de Antena 3. Y es que muy pocos espacios han incitado antes que nada la formación en esta población menor y ninguno ha pretendido informarles. Casi se podría decir que la faceta formativa del medio, tan necesaria a esta edad, se ha reducido a la programación de un espacio concreto, que por su importancia y trascendencia merece su mención. La versión española del "Sesame street" que se ha emitido, bien por la primera, bien por el segundo canal, en ediciones sucesivas para nuevas generaciones de pre-escolares. Un espacio que por el papel que cumple merece su lugar en la historia de la programación infantil en este país.

En cuanto a los contenidos que vehiculan los espacios infantiles se puede decir que tratan sobre todo la *ficción (dibujos animados) y cuando no lo hacen, transmiten temática variada (variedades infantiles)*, mucha de la cual también es recreada. No se programan espacios que hablen del mundo real, porque ese mundo, para la televisión, en la mayoría de los casos se reduce al ambiente socio-político del momento y obviamente no es un contenido apto para este público. Tampoco se programan espacios específicamente deportivos, lógicamente nunca religiosos ni tampoco taurinos, pero tampoco, aunque sea menos obvio, programas basados en la temática musical. Al fin y al cabo el mundo infantil es un mundo donde es natural que reine la imaginación, aunque sea una imaginación cada vez más industrializada, más exportada, e incluso, más deshumanizada.

Gráfico 45
Evolución de la programación infantil española según el canal

10%	7%	16%	6%	9%	9%	10%	12%	10%
N:1873	N:515	N:1589	N:769	N:1606	N:1375	N:1370	N:1449	N:1470



8.4. La programación de entretenimiento en la televisión española

Muchas veces se ha tratado de asimilar el concepto de comunicación al de información. No es momento aquí de debates teóricos. Simplemente de corroborar que ambos conceptos no son equivalentes y la prueba está en el uso que del invento televisivo han hecho los españoles. La televisión es un medio de comunicación, obviamente, pero no es, o no es prioritariamente aquí en España, un medio de información. Y es que es la *función lúdica del medio la que ha primado en los cuarenta años de vida televisiva*. Tanto desde el punto de vista de la institución comunicadora, cada vez más convertida en una verdadera industria del entretenimiento; como por parte de los telespectadores, que parece que buscan exclusivamente en el receptor momentos en los que ocupar su tiempo de ocio; prácticamente siempre que se piensa en este medio se piensa efectivamente en cómo hacer que un tiempo que está vacío, se llene con lo que sea, pero que sea entretenido.

Ahora bien, no siempre el tiempo vacío es el mismo. Como tampoco es igual con lo que ese tiempo se llena. En los cuarenta años que han pasado desde que la televisión se implanta en España, ha variado notablemente este trabajo de rellenar el tiempo que se dedica a ofrecer entretenimiento a la audiencia, no sólo por cuánto le ofrece sino también cómo es lo ofertado.

Y es que si bien siempre, desde los comienzos del medio en 1956, se han programado espacios lúdicos de una manera notable; la cantidad de espacios ofrecidos con este carácter se ha *multiplicado* con el paso del tiempo. Además, se puede establecer que ese aumento ha sido paulatino hasta la última década, momento a partir del cual el crecimiento da un salto

brusco hacia arriba. Y ello no sólo por el incremento de la oferta, que trae consigo también un incremento en la oferta lúdica. Sino que también aumenta notoriamente, como respuesta quizá a esta nueva situación de competencia, la cantidad que de espacios lúdicos ofrecen los canales tradicionales en antena.

Además, la oferta de entretenimiento que ofrece la televisión no sólo aumenta en cantidad, un hecho que resulta más o menos obvio dado que la oferta total, no sólo lúdica, también aumenta progresivamente. Sino que además la oferta de entretenimiento *aumenta su proporción con respecto al resto de lo programado*. Si tradicionalmente aunque esta función lúdica del medio fuera, prácticamente siempre, la prioritaria; también había un lugar para otras labores comunicativas. Pero actualmente, estas otras funciones han quedado en cierto sentido relegadas, cobrando más protagonismo, casi el único, el entretenimiento que ofrece el medio.

Y es que hasta la última década, los espacios que se programan nunca son mayoritariamente lúdicos. Es decir, de todos los que se han programado, los espacios de entretenimiento nunca superan la mitad. Sin embargo, en los últimos años noventa, la cantidad de espacios lúdicos que se programan supera la mitad, y con creces, de los que se ofrecen, y ello por todos los canales y por cada canal en particular.

Ahora bien. Si estas conclusiones se refieren a la cantidad de espacios lúdicos que se programan, cuando se contempla el tiempo de emisión con este fin hay todavía más que decir. Y es que los espacios lúdicos se caracterizan también por la duración con la que se programan, pues desde los comienzos hasta la actualidad, siempre *se les ha programado con mayor duración* que los que no tienen una función expresamente lúdica. Consecuencia de ello, aunque no llegaran a la mitad los espacios lúdicos que se programaban, e incluso en ciertos momentos tampoco eran los más programados; siempre, en cualquier época, se dedica más tiempo de la emisión a entretener a la audiencia que a procurar otros objetivos comunicativos. Pero cabe añadir que *cada vez más se programa estos espacios con mayor duración*. Si a esta evolución positiva del tiempo que ocupan de la emisión se añade la característica anteriormente señalada de su aumento en el número de programas que se ofrece diariamente, resulta que el tiempo que actualmente están en antena se multiplica considerablemente de

tal suerte que en la actualidad ya supera el tiempo lúdico las tres cuartas partes del tiempo total: noventa horas al día para matar un tiempo que ahora está demasiado lleno.

En cuanto a la *naturaleza* de estos espacios cabe decir que aunque no haya habido muchas variaciones desde que empezara la televisión, ya que el entretenimiento tiene su manera típica de concretarse, sí sin embargo se puede decir que la televisión busca con el paso de los años nuevas fórmulas con las que renovar la forma tradicional de entretener a su público.

Como ya sea ha visto, existe y no es poca, la programación lúdica dirigida a los menores. Es más, no existe otro tipo de oferta para este público infantil. Pero la programación lúdica no se resume obviamente a la programación infantil. Esta representa una parte del total del entretenimiento, ese 10% del que se hablaba, pero el 90% restante es entretenimiento para el público adulto o al menos para todos los públicos.

En cuanto a los contenidos que vehicula la televisión cuando entretiene a su audiencia cabe afirmar que alrededor de la *mitad* de los espacios lúdicos programados por la oferta televisiva refieren *la ficción*..

Claro que dentro de esa categoría genérica en la que se engloban los espacios de ficción se pueden incluir temáticas muy diferentes. Puede que entre ellos se incluyan historias basadas en la realidad, porque su carácter ficticio no le viene dado por su naturaleza inventada; ni mucho menos ficción tiene algo que ver sólo con historias sobrenaturales. El concepto de ficción que aquí se ha utilizado engloba la totalidad de temas que son inventados "ex-professo" o dramatizados a partir de una base real, pero con una consideración, no siempre explícita, de que lo que se cuenta no sucede en realidad, o es un cuento, o es una historia verídica recreada.

Sea como fuere, este referente ha sido *el más tratado* por los espacios lúdicos que ha programado la televisión en este país. Ahora bien, aunque haya sido siempre el referente estrella de la programación de entretenimiento, su referencia *ha ido en aumento a medida que pasaba el tiempo*. Y no sólo porque con la incorporación de las cadenas autonómicas primero y privadas después haya cobrado más importancia, dado que éstas programan mucho más de la mitad de la programación lúdica referenciando esta temática ficticia, sobre todo Antena 3; sino que también se programan

más espacios lúdicos que referencian la ficción en la primera cadena estatal. Sin embargo, es La 2, aun siendo la que tradicionalmente programaba más espacios lúdicos de ficción, en comparación con la primera, la que en la actualidad menos espacios dedica a entretener a su audiencia trasportándola a un mundo imaginado, recreado o ficticio.

En menor proporción, pero también con una presencia notable, se programa la *diversidad como contenido habitual de los espacios lúdicos*. La diversidad no significa necesariamente temas reales entremezclados, o temas de una realidad más o menos rosácea como los que tradicionalmente se incluyen en los espacios de "variedades". Dada la composición de los contenedores actuales, la diversidad adquiere también otro matiz al referirse a otros contenidos que, teniendo poco en común, suelen ofrecerse agrupados bajo la rúbrica de un programa como fórmula para asegurar la continuidad.

La variedad siempre ha sido un contenido vehiculado por el medio para entretener a su audiencia, y su referencia para este objetivo *se ha mantenido constante en los cuarenta años de vida televisiva. Pero su recurso no ha sido, y no es tampoco ahora igual en todos los canales.* Cuando sólo había dos cadenas, existía cierta complementariedad en los referentes que cada una vehiculaba para entretener a esa misma audiencia. Si, como se ha visto, TVE-2 programaba más referentes que trataban la ficción, es la primera cadena quien programa más referentes variados. Y esta distinción entre contenidos que sirven para entretener entre ambas cadenas se mantiene en la última década. Pero ahora hay más canales y, aunque sigue siendo el primer canal el que referencia más la variedad temática, ya no es la segunda cadena quien programa menos. Telemadrid se caracteriza por el escaso recurso a la diversidad temática en su oferta lúdica, teniendo en las cadenas privadas una presencia similar a la que caracteriza La 2, un 20% de la programación lúdica.

En el entretenimiento televisivo también se trata la *música* como referente de sus espacios. Obviamente la música es un elemento que aparece en prácticamente todos los espacios, pero más bien como fondo, como atributo o como accesorio que como protagonista de ese espacio, caso este último que, como se ha visto, no es muy profuso en toda la historia de la programación y tampoco, en la programación lúdica. Pero además de mantener una *cuota mínima* de lo que ofrece la televisión para pasar el

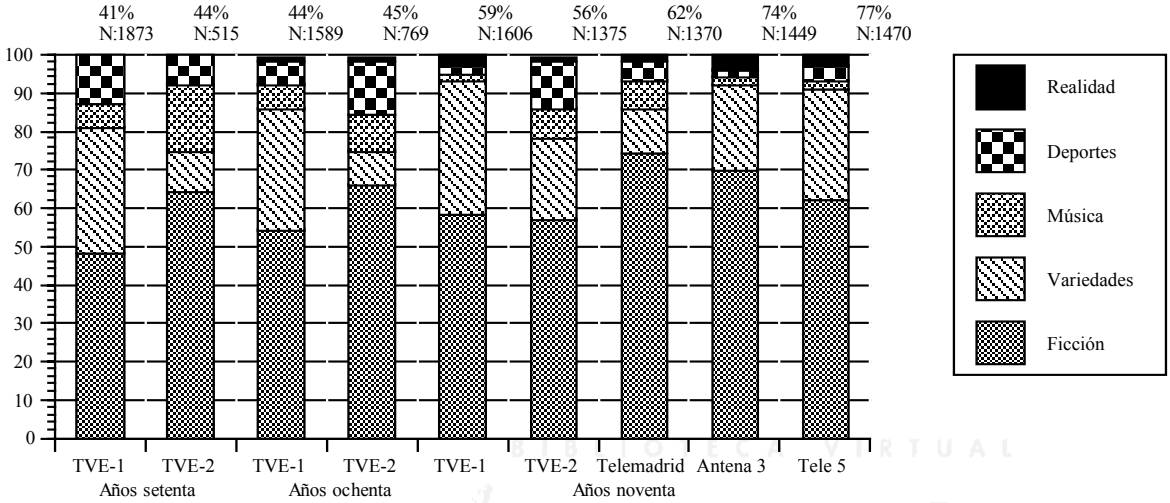
tiempo de ocio, esa cuota *disminuye a medida que pasa el tiempo*. Además, se observa que no todos los canales utilizan del mismo modo el ingrediente musical como referente exclusivo de sus espacios lúdicos. Se puede decir de manera certera que es el *segundo canal estatal* quien, siempre, ha programado más este tipo de espacios, al que se añade el *canal autonómico* en los últimos años con una oferta, no muy notable, de espacios musicales que tienen por objetivo entretener a la audiencia madrileña.

El *deporte* también es otro recurso del que se ha servido la televisión para articular su oferta de programación lúdica. En televisión, el entretenimiento deportivo se asimila a retransmisiones deportivas, mayoritariamente futbolísticas. Pero aunque siempre se han programado estos espacios deportivos, nunca ha sido de manera excesiva. Incluso cabría decir que la programación de espacios deportivos que entretengan a la audiencia *ha descendido con respecto al resto de lo programado*. Y es que, excepto en la *segunda cadena* que es la que más programa, y en menor medida *Telemadrid*, apenas llegan a representar un 5% de la programación lúdica del resto de los canales. Pese a ello, sí que detentan cierto protagonismo, dado que se programan con una duración prolongada, obviamente lo que dura el partido, y en horas y franjas privilegiadas de emisión.

Pero también la televisión se basa en la *realidad* más cotidiana, e incluso más íntima de la gente para entretener a su audiencia. Los "*reality show*", como se les suele llamar, en realidad representan *muy poco* del total de los espacios que se programan con un fin expresamente lúdico, no llegando nunca al *5%* de ellos, y por tanto, no llegando al 3% del total de lo que se ofrece actualmente. Sin embargo, como sucede con las retransmisiones deportivas, su importancia ha trascendido más que por la cantidad que se programa, que ya se ha visto que es mínima, por su estratégica ubicación, pues se concentran en horas de máxima audiencia. Esta última consideración permite corroborar la tesis mantenida de que en la programación importa no sólo el qué se programa sino y sobre todo cuándo lo hace. Además, se puede decir que estos espacios *son característicos de los últimos años*, porque aunque en los ochenta se les programara, es más frecuente su programación en los noventa, y sobre todo en *los canales privados y en la primera cadena estatal*. Dada esta escasa programación y su aparición tardía, la programación de este tipo de espacios parece

responder más a una moda, traída de afuera además, que a una forma tradicional de entretener a la audiencia.

Gráfico 46
Evolución de los contenidos que se programan para entretener según el canal



En cuanto a la forma concreta que presentan los espacios lúdicos de la televisión para aparecer en antena cabe hacer una primera afirmación a la luz de los datos obtenidos. Y es que la forma más frecuente de entretener a la audiencia es programando *espacios seriados*, en cualquiera de sus fórmulas. Telenovelas, culebrones, telecomedias, series trágicas, historias todas que se emiten por entregas.

La utilización del formato seriado en televisión ha sido *relativamente estable* con el paso del tiempo. Siempre ha sido el más utilizado para entretener a la audiencia. Y aunque ahora *se ha multiplicado la presencia de series televisivas en las parrillas de programación, esta multiplicación responde más al incremento de la oferta, con nuevos canales y más tiempo de emisión, y al aumento también de la oferta lúdica, que a un aumento de las series con respecto a otros espacios* también dirigidos a proporcionar momentos de entretenimiento.

Sin embargo, sí que cabe establecer diferenciaciones entre la oferta seriada de los distintos canales, aunque sólo a partir de los últimos años noventa. Y es que *La 2 registra una disminución de la programación de espacios seriados llegando a ser la cadena que menos los programa*, y ello a medida que la primera los incrementa, aunque no llega a la utilización de

este formato por parte de *Antena 3, cadena en la que una tercera parte de su programación* se caracteriza por la continuidad argumental.

Una manera también frecuente de programar el entretenimiento televisivo es el *formato cinematográfico*, las películas de cine llevadas a la pequeña pantalla. La evolución de la televisión y del contexto social donde se desarrolla provoca que este aprovechamiento de los filmes por parte de la televisión evolucione también siguiendo una tendencia hacia una *mayor presencia del cine en este medio*. Y ello no sólo porque aumenta la oferta televisiva, en tiempo de emisión y con nuevos canales; sino que aumenta *la proporción que de cine se programa en relación no sólo al resto de la programación lúdica sino también en relación al resto de lo programado*.

Además, *este incremento se acentúa si se contempla el tiempo de emisión*. Y es que si bien la *duración excesiva*, lógica por otro lado, con la que se programan estos espacios les ha caracterizado desde el comienzo; *en los últimos años todavía se les programa con mayor duración*, a lo que no es ajeno sin duda las cada vez más numerosas interrupciones publicitarias insertadas en los filmes.

Sin embargo, la evolución de la presencia de estos productos de producción ajena al medio ha sido también diferente según el canal. Tradicionalmente, siempre ha sido el segundo canal el que, con bastante diferencia con respecto al primero, programaba más cine en sus emisiones. También en la actualidad, una vez alcanzada la competencia, sigue siendo esta cadena en UHF la que, junto con Telemadrid y en menor medida Antena 3, se sirven de los filmes para entretener a su audiencia. Son, por tanto la primera cadena y Tele 5 las que ofrecen menor número de películas por emisión.

El recurso a un presentador estrella para conducir el espacio, formato típico de "*magazine*", también ha sido habitual en toda la historia del medio como formato de presentación de espacios lúdicos. Es decir, siempre se ha recurrido a él y en la actualidad no deja de hacerse. Sin embargo, cabe establecer una evolución negativa de esta forma de realización. Y ello a pesar de que en los últimos años se programan más. Pero su relación con respecto al *resto de lo programado ha descendido* paulatina pero decisivamente con el transcurso de los años. Aun cabe añadir que esta evolución afecta casi en exclusiva a la primera cadena estatal, puesto que en

la segunda la utilización del presentador-conductor de la diversidad televisiva no ha sido ni lo es tampoco ahora, muy notable. Pese a este descenso en su programación, sigue siendo la primera cadena quien más programa la diversidad presentada, porque los nuevos canales, sobre todo Telemadrid y Tele 5, apenas recurren a este formato tradicional en uno de cada diez de los espacios lúdicos que programan.

Hay que comentar que cuando se contempla el tiempo de emisión que estos espacios ocupan del total, la evolución, aunque se mantiene negativa, no es tan pronunciada. Y ello porque los "magazine", en su nueva versión como "contenedores", se programan con una duración que supera la hora o las dos horas de tiempo en antena, con lo que aunque el número de espacios se reduce se ve compensado con el *alargamiento en su duración*.

Los espacios lúdicos se presentan también con el recurso al *espectáculo*. La televisión siempre ha programado espectáculos a través de sus pantallas, aunque no lo haya hecho siempre igual. La oferta espectacular dentro del entretenimiento televisivo también *ha aumentado* no sólo en términos absolutos sino también con respecto al resto de lo programado. Y no sólo por el impulso que les ha dado la primera cadena española, puesto que la segunda incluso ha descendido el recurso al espectáculo para entretener a su audiencia. También la utilización de este formato ha crecido por su utilización en *Tele 5*, la cadena que, con diferencia con respecto a las demás, más espectáculos televisivos programa en la actualidad.

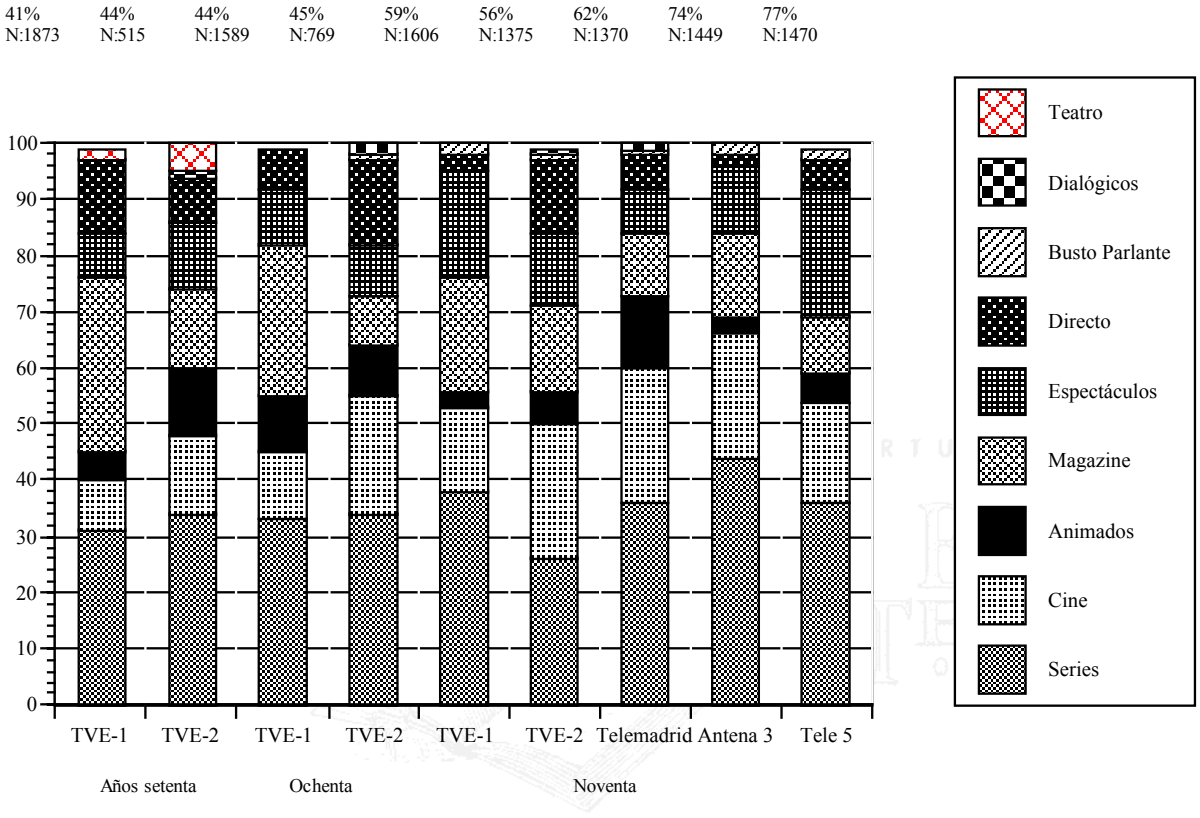
De manera minoritaria también se han programado espacios que se dirigen a entretener a la audiencia televisiva con el recurso a otros formatos. Minoritario es el recurso a los *animados*, puesto que sólo se programan para la población infantil. Minoritario también es el recurso al formato *dramático*, cuyo uso se limita a los primeros años de vida televisiva, abandonado ya en la década de los ochenta. De forma minoritaria también se programa el entretenimiento recurriendo al *directo*, que sólo se utiliza para retransmitir acontecimientos deportivos, dado que su utilización es mayor por parte de Telemadrid y La 2. Y de manera también mínima y por estos dos mismos canales, se recurre al formato *dialógico* como forma constructiva de entretener a la audiencia. Mientras que en los otros canales, es el busto parlante, esta vez con nombre y apellido, quien entretiene al público. En este caso la palabra no es constructiva sino espectacular, son los

llamados “talk show”. Este formato es típico de los últimos años y la importancia concedida en la actualidad se debe más a las polémicas que crea, a su ubicación en una franja cada vez más valorada, la primera noche, que a su importancia numérica en las parrillas actuales, puesto que apenas se utiliza en dos de cada cien de los espacios que se programan.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

Gráfico 47

Evolución de los formatos con los que se presenta la programación lúdica según el canal



8.5. La programación informativa

Cuando apareció la televisión se generó un debate en torno al futuro de la prensa o de la radio, en aquel momento en auge. Los medios escritos, y en menor medida radiofónicos, medios de información por excelencia, encontraron un competidor al que no podían igualar. Y no sólo por la simultaneidad que permite la tecnología televisiva, puesto que también simultánea es o puede ser la información radiofónica. Sino y sobre todo, porque la información televisiva es una información testimonial. Se ve lo que ocurre, aunque habría que hacer muchas matizaciones a lo que se ve por las pantallas, imágenes vicarias, la realidad mediada, etc. pero en todo caso funciona la fuerza de la imagen, una imagen que vale más que las palabras escritas o habladas de los otros medios.

Sin embargo, medio siglo después de la invención de la televisión y con su uso ya generalizado, la prensa y la radio siguen funcionando e incluso gozan de momentos de esplendor. Y es que si bien las características que permite la tecnología televisiva en su labor de contar lo que pasa no admiten ningún tipo de competencia de los otros medios, su recurso deja mucho que desear. La televisión no es, y no ha sido nunca, un medio en el se prime la información, si por información se entiende la comunicación de la novedad, de la actualidad, de las cosas que cambian alrededor.

Y es que los espacios informativos de la televisión, aunque se *han incrementado* con el paso de los años, *no lo han hecho en relación con el total de la programación*, dada la excesiva oferta actual.

No han sido prácticamente nunca los espacios más programados, excepción hecha de unos años en los que el ambiente era tan cambiante que la televisión no podía quedar ajena a él. Pero *tampoco el tiempo que emitía la televisión ha sido sobre todo informativo*. Dado que los espacios que informan se programan en la televisión española con una *duración escasa*, en relación a otros espacios, el tiempo que están en antena es mínimo con respecto al tiempo que no pretende informar.

La función comunicativa de informar queda, pues, en el medio televisivo relegada a un segundo lugar después de la función lúdica. Además, esta función va decreciendo su importancia a medida que pasa el tiempo. *Con los años, el número de espacios que se programan es menor, el tiempo que duran también y consecuentemente, el tiempo de emisión que se adjudica a la información va disminuyendo.*

Sin embargo, es posible también discriminar la labor informativa de cada cadena. Actualmente, es *Telemadrid, seguida de la primera cadena*, quienes ofrecen una comunicación más informativa que la que caracteriza a las otras cadenas.

Aparte de esta caída en desgracia del papel testimonial que se le adjudica a cualquier medio de comunicación, *los espacios informativos se caracterizan por su estricta regularidad: apenas han sufrido variación en sus características propias que son, por otro lado, las típicas que cabría esperar*.

Y es que los informativos de la televisión se han dirigido *siempre y todos a un público mayor, entre los que se cuenta el territorial; que siempre y todos se refieren a la realidad (los deportes y los toros son parcelas de la realidad); y que siempre y prácticamente todos se realizan con el formato del busto parlante con intercalación de reportajes.*

Ello conduce a afirmar, o más bien confirmar, que los informativos son los tradicionales partes, llámense Telediarios, Telenoticias, etc., pues, además, se programan en las horas puntuales de su aparición (6-9 horas, 15 horas, 21 horas, 00:00 horas) en los días en los que la información, como cualquier hecho cotidiano, tiene su cita.

La naturaleza de los espacios informativos no admite duda. Además, la televisión informa en sus espacios propios, diarios, cotidianos, en un formato típico sin que haya cabida pues a otro tipo de programación informativa. Porque ésta, cuando se da, lo hace de manera minoritaria, apenas un 10% de la programación informativa actual.

La información exclusivamente de deportes ha descendido con los años, y ha quedado reducida a una cadena en concreto: La 2. Las demás cadenas apenas programan espacios en los que el objetivo principal sea informar exclusivamente de deportes. Ello no implica que actualmente no se informe de este contenido, es más, la información deportiva se puede decir que adquiere en los últimos años una importancia desmedida. Lo que ocurre es que *se incluye como una sección, cada vez más importante, en los espacios informativos generales*.

Existen también espacios que informan exclusivamente de una parcela muy concreta de la realidad: *la actividad taurina*. En realidad, casi se puede decir que sólo existe un espacio, "Tendido cero", que ya sea en la primera o en la segunda, aparece con una cadencia semanal en la actualidad, pero casi diaria en épocas anteriores. Que se pueda informar, y que se informe, específicamente de este tema permite concluir que no toda la información es información sociopolítica del momento.

En cuanto a la forma que tiene la información de aparecer en pantalla, se puede decir que la televisión en España desprecia el poder testimonial del medio dado que tanto el *recurso al directo como al formato documental, los más testimoniales, es mínimo* mientras que prácticamente en todos los

espacios se recurre a la figura del mediador-presentador para informar de la realidad. Aun así cabe afirmar que existen espacios que informan documentando, aunque en la actualidad prácticamente hayan desaparecido, o retransmitiendo directamente imágenes, recurso bastante barato al que Tele 5 ha dado un impulso en los últimos años, aunque sea para informar del cupón de la ONCE.

También de forma mínima se presentan con otras formas de realización. El formato *dialogado*, debatiendo temas actuales, puede ser una fórmula, utilizada sólo en la actualidad, para informar a la audiencia sobre lo que está pasando. Y también, aunque en ocasiones muy esporádicas y solamente en Tele 5, se utiliza el formato *espectacular* para informar a la audiencia. El "info-show", tan de moda en otros países, apenas tienen incidencia en el conjunto de lo que se ofrece hoy por televisión.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

8.6. La programación formativa

La televisión tiene un poder social abrumador. Sobre esta aseveración hay pocas dudas. Pero a la vez, la televisión, por lo menos en este país, no aprovecha ese potencial generando cierta formación entre su audiencia. Obviamente no se trata de convertir a esta institución comunicativa en una institución educativa. La televisión es un medio de comunicación pública, un "mass media", pero se puede fomentar un tipo un tipo de comunicación más social y menos masiva aunque no se esté por esa labor.

Y es que la formación, en cualquiera de sus posibilidades, es el último objetivo que se marca la televisión, sobre todo en sus últimos años. Es un uso que siempre se ha mantenido en el tercer lugar y que *ha evolucionado negativamente* llegando a una presencia casi simbólica en las parrillas de los años noventa.

Y ello no tanto porque la duración de este tipo de espacios vaya disminuyendo, ya que se ha mantenido con una estabilidad relativa en los cuarenta años de emisión; sino llanamente porque *ya no se programan tantos espacios que persigan este objetivo* tan deseable pero poco rentable que posibilita este medio de comunicación.

Sin embargo, no se pueden hacer generalizaciones entre las cadenas cuando asumen su función formativa. Si bien en la primera cadena es cierto que su programación ha descendido dramáticamente; no sucede lo mismo cuando se habla de *La 2*. Siempre ha sido la cadena que más se ha preocupado por la formación del público. Pero además, en la actualidad es la única que asume esta función priorizándola incluso sobre la informativa. En las demás cadenas, sobre todo en las privadas, la programación de espacios formativos es, cuando menos, ocasional.

En estos cuarenta años de historia lo único que les ha pasado a los formativos ha sido eso, su olvido. Porque no sólo se olvida programarles, sino que además, se les programa en tiempos olvidados para la audiencia; en las mañanas de los domingos y en las tardes de los días cotidianos. En las otras características que los define, apenas han sufrido variación.

Y es que los formativos pretenden y han pretendido siempre llegar al público general. *No se proponen, paradójicamente, la formación del público menor.*

Los formativos *transmiten ante todo referencias a la realidad*. Se trata en general de dar a conocer alguna faceta, la naturaleza, la vida animal, las ciudades, etc. del mundo que nos rodea. Este ha sido el contenido principal de los formativos de antaño y también de los de ahora.

Aunque muy excepcionalmente, también se ha tratado de formar moral o estéticamente a la audiencia, y ello sólo desde las cadenas estatales. Los espacios formativos *religiosos o musicales son más bien escasos*, pero aun así existen, muestra indudable de que se pueden crear actitudes positivas con cualquier pretexto. Incluso del *deporte*, La 2 tuvo una buena aliada con Eva Nasarte cuando trató de generar una actitud positiva sobre el cuidado del propio cuerpo.

En cuanto a la forma de presentación que adquieren los espacios formativos cuando se emiten en antena tampoco se ha variado notablemente en los cuarenta años de vida televisiva.

Y es que desde siempre estos espacios en La 2 suelen ser *documentales*. El formato documental es el que más se utiliza para llevar a la audiencia una visión de esa parte del mundo que sólo se ve a través de las

pantallas. Sin embargo, su uso para transmitir más conocimientos no lo detenta la segunda cadena, aunque sea quien más los programe. Las demás cadenas también programan documentales para fomentar la formación del público, aunque lo hacen de manera muy minoritaria.

También, cuando se programan espacios formativos se recurre *a un presentador que conduce diversidad de temas.* Es la forma que presenta la televisión educativa en este país, en el primer canal, en el segundo y aun en el autonómico, únicos canales en los que se puede hablar de cierta educación a través de la televisión.

El recurso al *directo* también se utiliza en la oferta formativa de la televisión, aunque quede resumida en las retransmisiones de las misas o conciertos que, bien en la primera, bien en La 2, se emiten en la actualidad.

También aunque de forma muy minoritaria se programan espacios formativos en formato *dialógico*. Además, es el formato que más se utiliza en los espacios formativos, pocos espacios, que programan las privadas, aunque su uso también se aprovecha por las públicas. En general, se trata de debates o entrevistas que intentan formar, aunque sea opiniones, en cumplimiento de la función mediadora de la televisión, catalizadora de la opinión pública y testigo de la sociedad del siglo XX. La televisión asume de esta manera su papel de "gate-keeper" y lo hace, pese a la literatura sobre el tema, de forma muy reducida, al menos así, tan claramente.

8.7. La programación comercial

La sociedad de consumo y la mercantilización creciente en la que se vive actualmente imponen muchas peculiaridades en las formas de vida, y también en las formas de comunicar. Concretamente en la televisión, la imposición más palpable es la publicidad constante con la que se bombardea a la audiencia. Pero no es la publicidad la única forma en la que se concreta el objetivo comercial de la televisión actual. La nueva sociedad consumista hace que llegue incluso a convertirse este medio de comunicación en un mero escaparate, en un medio de venta de bienes de consumo. Son en realidad dos vertientes distintas de contemplar el objetivo comercial del medio televisivo.

La publicidad es el motor económico de la televisión, el verdadero producto comunicativo que ofrece, manteniendo de señuelo la oferta programática para capturar y mantener a la audiencia, que es en realidad el objeto de su venta. Sin embargo, no es esta característica la que se ha analizado en este estudio, aunque efectivamente en los últimos años, justo con la entrada de la competencia, su uso ha impregnado las parrillas de programación siendo por tanto un elemento que hay que considerar cuando de programación, como aquí, se habla.

En este estudio se han consignado los *espacios comerciales como los que explícitamente venden bienes para su consumo,* porque resulta del todo inconcebible cómo un medio de comunicación pueda convertirse en un verdadero supermercado. Ahora bien, este tipo de espacios tiene unas características propias, pues no todas las cadenas incluyen la tele-venta como oferta programática. Sólo son las cadenas que se incorporan, y sobre todo las *privadas*, las que emiten este tipo de espacios. Por ello, solo aparecen a partir de la última década, en los *años noventa*. En cuanto a su naturaleza, obviamente se refieren a la *realidad*, los objetos que vende tienen necesariamente que existir, la forma de realización suele ser recurriendo a un *presentador* que introduce un reportaje mostrando el producto y, lógicamente, van dirigidos a la *audiencia adulta*.

8.8. La realidad en televisión

La realidad ha sido el referente prioritario de la televisión a la hora de programar sus espacios hasta los últimos años. Actualmente sigue siendo el contenido que tratan la mayoría de los espacios del segundo canal. Sin embargo, no sucede lo mismo con las otras ofertas. Aun siendo la realidad un referente ineludible de su comunicación, no constituye el contenido más referenciado en sus espacios.

Sin embargo, cuando se contempla el tiempo de emisión se puede decir que nunca y por ningún canal, la realidad ha sido el referente que ha ocupado más tiempo de la emisión diaria, obviamente porque sus espacios, cualquiera que éstos sean, se programan con escasa duración, con menor duración por lo menos que otros espacios que no tratan el referente inmediato.

Cabe añadir además que este contenido, aun tratándose con más tiempo y lógicamente en más espacios en los últimos años que antes, *no ha aumentado* su referencia con respecto al resto de otros contenidos tratados por la televisión diariamente. Es más, su relación ha descendido en el conjunto de la oferta televisiva actual.

Sin embargo, no ha variado notablemente la *naturaleza* de estos espacios.

Y es que la realidad se ha referenciado siempre en *espacios que se dirigen a la población en general*, nunca a la infantil y *escasamente a la territorial*.

Además, normalmente, es decir, la mayoría de estos espacios son *informativos*. En menor medida son *formativos*, no porque se traten otros referentes cuando se plantea esta función, que ya se ha visto que no, sino porque los formativos se programan con menor frecuencia que los informativos. Además, cabe añadir que cuando se trata la realidad para cubrir una función expresamente formativa del medio suele ser en la segunda cadena, que es la que más programa espacios de este tipo. La referencia a la realidad para informar de ella es una práctica que es así en todas las cadenas. Esporádicamente se referencia la realidad para entretener a la audiencia, aunque ya se ha comentado que la incidencia de los "reality show" es en todo caso reducida, por su mínima programación sólo en los últimos años.

En cuanto a los formatos con los que se suelen concretar estos espacios también hay un predominio del *"busto parlante con intercalación de reportajes"*. Este formato es el que se utiliza en la *mayoría* de los espacios que tratan la realidad. Se está hablando, por tanto, de los informativos en su concepción más concreta, de los telenoticias, o telediarios, presentes y muy presentes en todas las cadenas.

Pero también la realidad es un referente de los espacios *documentales*, como no puede ser de otro modo. Aunque el formato documental se utiliza en menor medida que el que recurre al mediador-presentador para tratar la realidad.

Y también se recurre a la realidad misma sin la mediación del busto parlante. Cuando el medio *retransmite en directo,* retransmite obviamente sobre la realidad, aunque se utilice siempre de forma ocasional, para retransmitir algún acontecimiento de trascendencia social.

Estos han sido los formatos tradicionales en los que se presenta la realidad referenciada.

De forma minoritaria también se han programado espacios de referencia inmediata en los últimos años, con el formato dialógico, en debates emitidos por todos los canales, o con el formato espectacular en los "reality show" y con un presentador-estrella en los espacios que se han definido como "talk show", formatos estos últimos cuyo uso es más frecuente en los canales privados.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

8.9. La programación de ficción

La ficción televisiva constituye un principal contenido de lo que vehicula la televisión, y no sólo en la actualidad. Aunque no es siempre el referente que tratan los espacios más programados, cuando se contempla el tiempo total de emisión, sí que constituye el contenido más referenciado. Esta pauta, que rige en la mayoría del tiempo, se incrementa en los últimos años, en parte por el notorio aumento del tiempo de emisión y la necesidad ineludible de llenarlo y en parte ante la necesidad también ineludible de competir tras la implantación de la competencia. Se puede decir que en los últimos quince años el número de espacios que referencian la ficción y sobre todo el tiempo que se le dedica, toda vez que la duración de estos espacios también evoluciona positivamente con el paso del tiempo; se ha multiplicado con respecto a los veinticinco años primeros, constituyendo más de la mitad de lo que ha programado la televisión a lo largo de su historia.

La importancia actual de este contenido en la programación se manifiesta también por su ubicación estratégica en las franjas y días más privilegiados, aunque la ficción televisiva se programa siempre que se puede sin menospreciar los horarios o los días en los que se supone hay menos audiencia potencial para verlos. Es más, actualmente cuando se emite a lo

largo de la noche es precisamente la ficción el contenido más referenciado, lo que evidencia que es un contenido al que se puede recurrir no sólo para captar audiencia sino para rellenar un tiempo de emisión sin importar la audiencia que tenga.

La ficción, cualquiera que ésta sea, se concreta en la mayoría de los casos en *series televisivas*; y en menor medida también son espacios *cinematográficos*. También se utiliza el *formato animado,* pero su uso es muy limitado, limitado porque la ficción animada es toda infantil, y la programación infantil, como se ha visto, es limitada. Es escasa, por no decir que irregular, la realización de espacios dedicados a tratar temas ficticios con otros formatos televisivos.

Sin embargo, cuando esta relación se analiza diacrónicamente cabe afirmar que durante los primeros años de vida televisiva existió un alto porcentaje de espacios de ficción realizados con formato *teatral*. Justo en estos años, la realización cinematográfica en televisión era más bien escasa. A medida que pasa el tiempo, el formato teatral va desapareciendo en su utilización para la realización de, al menos, espacios de ficción y paralelamente va aumentando el formato cinematográfico, hasta llegar a los últimos años en los ochenta cuando el teatro deja prácticamente de usarse y el cine es el formato que, junto con las series, es el que se utiliza para transmitir la ficción televisiva.

La proporción de espacios de ficción con formato seriado o animado no parece variar en todo el período, los primeros con un alto porcentaje del total y los segundos en una proporción mucho menor.

También se utiliza, aunque de forma *ocasional*, *un presentador que presenta la ficción.* Pero esto solo ocurre en la actualidad. Y sólo por parte de los canales privados. Recurren a esta fórmula televisiva original en la que se mezclan series independientes o incluso películas de cine, que se programan en un espacio común como si fuera un "contenedor", presentados o incluso a veces no por un conductor para dotar de continuidad a espacios de hecho independientes, para mantener una audiencia que ha sido capturada por el espacio precedente.

En cuanto al público al que va dirigida la ficción televisiva, la mayoría de se dirigen a un público general (más de 8 de cada diez), pero también hay

un alto porcentaje que van dirigidos al *público infantil* (casi dos de cada diez), siendo inexistente la ficción dirigida al público regional.

La ficción es un contenido que se referencia exclusivamente para *entretener* a la audiencia. No existen espacios de este tipo que informen al público, porque no se puede informar, al menos lógicamente, sobre algo que no existe o no ha ocurrido. Sin embargo, sí que se puede intentar formar a la audiencia a través de contenidos de ficción. Aunque de manera mínima y ocasional, cabe decir que La 2 e incluso Tele 5 han innovado con una fórmula televisiva en la que se ha intentado trasladar al público cierta inquietud por aprender o por conocer a través de un referente creativo, inventado o ficticio.

BIBLIOTECA VIRTUAL MiGUEL DE CERVANTES

8.10. Las variedades en televisión

Cuando la televisión española programa espacios de variedades, tanto en su concepción tradicional de cotilleos femeninos como en su concepción más amplia de diversidad temática e incluso diversidad argumental, lo hace en la mayoría de los casos, y siempre lo ha hecho, con su formato típico, *el presentador de diversos*, tanto en su forma tradicional de "magazine" como en la versión actual de "contenedor", dada la enorme duración con la que se programan en los últimos años.

Cuando no se recurre a ese formato típico, se programan con una presentación *espectacular*, ya sea de actuaciones, de espectáculos propiamente dichos, de concursos o de shows televisivos.

La temática variada no se ha programado con otros formatos de realización. Sin embargo, el recurso a uno u otro no es igual ni para todo el tiempo considerado, ni para todas las cadenas . A modo general cabe decir que hasta la última década era más probable su programación, tanto en la primera como en el segundo canal, con formato "magazine", mientras que en los últimos años es frecuente, y mucho más frecuente, su presentación como un espectáculo, y en ambas cadenas. Además, también el recurso al espectáculo se ha generalizado por parte de las cadenas que se han incorporado al panorama televisivo, siendo incluso en Tele 5 el formato

espectacular el que de manera predominante se utiliza para presentar en antena la diversidad televisiva.

En cuanto al público al que se dirige, la mayor parte de estos espacios van dirigidos a la audiencia en general, aunque también hay muchos, como ya se ha comentado, que se dirigen a la población infantil. No se programan espacios de variedades para el público regional.

Los programas de variedades van dirigidos fundamentalmente a *entretener* al público. El objetivo lúdico es no sólo el predominante, sino el que se proponen la mayoría de los espacios de temática variada que se presentan.

De forma minoritaria, también existen programas que referencian multitud de temas con un objetivo expresamente formativo. La televisión educativa de las cadenas públicas es un ejemplo de una manera de hacer televisión sin caer en la comunicación mosaica, banal y superficial que implica meter en un espacio toda una diversidad.

8.11. La programación deportiva

La televisión en España ofrece una programación generalista, por lo menos a través de los canales que se contemplan en este estudio. Y es generalista porque no trata de forma específica temas concretos. En este sentido hablar de la programación deportiva en la televisión hasta el momento es hablar de una programación residual, de unos espacios que de manera regular sí, pero no prioritaria han tratado de vehicular datos que referencian el mundo deportivo.

Ahora bien, es en la programación deportiva en la que existen grandes diferencias entre la oferta de los distintos canales. Porque prácticamente desde siempre la segunda cadena nacional se ha caracterizado por una programación en la que el deporte tenía su lugar.

Frente a ella, la primera y las demás cadenas cuando aparecen, programan espacios que tratan de esta temática concreta de modo exclusivo de forma más bien minoritaria, no superando una décima parte de su oferta

total, mientras, en el segundo canal se supera con creces esta proporción, y más a medida que pasan los años.

Pese a su escasa programación, este contenido es relativamente importante en la oferta televisiva actual. Y esta importancia le viene concedida por su *programación en días y horas privilegiadas en términos de audiencia*.

Si bien no se han programado con la misma asiduidad los espacios deportivos en los distintos canales, sí sin embargo se programan con las mismas características, unas características además que se muestran invariables a lo largo del tiempo.

Y es que siempre cuando la televisión ha programado sobre el deporte lo ha hecho para dirigirse a la audiencia adulta general. *Nunca*, por ningún canal, se han programado estos espacios *para los niños ni para el público regional* y eso que referencian una parcela de la realidad no tan alejada de los menores.

Además siempre, cuando la televisión ha tratado este contenido lo ha hecho con *dos formatos típicos de presentación: o bien se transmite directamente de la realidad, en este caso deportiva. O bien se retransmite pero mediando la comunicación con un busto parlante que explica, comenta, o presenta la actualidad deportiva. No se utilizan otros formatos de presentación para tratar esta temática concreta.*

También varía, y en función precisamente de la forma de presentación, los objetivos que se persigan con su emisión. O bien se intenta *procurar momentos de entretenimiento deportivo,* claro que vicarial, a la audiencia que los ve. O bien *se informa a esa audiencia* de los acontecimientos deportivos novedosos.

Así pues, los espacios deportivos de la televisión en este país son *retransmisiones deportivas o informativos sobre el deporte*. Más o menos la proporción de uno u otro es equilibrada, aunque la oferta actual más bien se inclina hacia la programación de retransmisiones que de espacios en los que de manera específica se informa sobre acontecimientos deportivos. Esto no significa que no se informe de este tema. Ya se ha comentado que la práctica habitual es incluir la información de acontecimientos deportivos

como apartado especial del informativo general. Sin embargo, también se programan, y sobre todo por las públicas, espacios en los que se informa específicamente de deportes.

Tampoco la mayor programación de uno u otro es igual en todas las cadenas. Aunque en todas se programen más retransmisiones que informativos, son las privadas las que se caracterizan por su uso casi exclusivo. Es decir, en Tele 5 y en Antena 3 cuando se tratan los deportes se trata de retransmitir un acontecimiento deportivo, programado en horario estrella por Antena 3 y en horario de madrugada por Tele 5.

Claro que no es lo mismo retransmitir partidos de fútbol de primera división como se hace actualmente; o un combate de boxeo, como hace Tele 5, o tratar de divulgar que existe más deporte que el futbolístico, como intenta La 2. Todo ello es deportivo, pero hay formas de programarlo más importantes que otras. De hecho, actualmente parece que la programación deportiva la deciden los clubes de fútbol, instituciones que poco o nada tienen que ver con la comunicación. Toda una teoría que se puede argumentar sobre la influencia que el deporte de masas ejerce sobre la televisión, un hecho que evidencia que aunque en términos porcentuales la programación deportiva, y en concreto las retransmisiones deportivas, representan menos de un 5% de la programación actual, en términos concretos, reales, de funcionamiento del medio ese 5% lo mueve todo. Su ubicación en franjas privilegiadas, derechos de antena multimillonarios, y sobre todo, una audiencia que se cifra en millones de personas y de pesetas, parecen confirmar la hipótesis de que la programación no es sólo lo que se ofrece sino cómo y cuando es ofrecido.

8.12. La programación musical

La música forma parte de esos referentes sobre los que es posible comunicar. Es más, existe toda una literatura sobre el tema de la comunicación musical. Y la prueba está en la radio, el medio que, por excelencia, convierte a la música en el referente en muchos casos exclusivo de su oferta. Frente al medio radiofónico, la televisión apenas programa espacios en los que se referencia única y exclusivamente el mundo de la música. La música, como se ha señalado, forma parte del decorado

televisivo, un ingrediente indispensable de la mayoría de los espacios. Pero espacios dedicados a ella, que hablen de ella o en los que la dejen sonar, se han programado más bien pocos. Además, su programación decrece a medida que pasa el tiempo y eso que la oferta total ha crecido estrepitosamente. Y no sólo porque los nuevos canales programan estos espacios de manera más bien ocasional y siempre de forma minoritaria. Sino también y sobre todo porque en los canales tradicionales, los estatales, donde la programación musical contaba con cierta regularidad, en los últimos años su programación no es tan frecuente ni tan regular.

Pero además, el paso del tiempo también ha hecho variar la naturaleza de estos espacios. Si bien siempre y por todas las cadenas se han programado para la audiencia adulta, nunca para el público infantil, no ha sido tan estable la presentación ni aun el fin social que se proponen estos espacios. *Si tradicionalmente con la música se intentara con la misma proporción entretener a la audiencia y también procurar cierta formación en torno a este tema; a medida que pasa el tiempo los espacios que pretenden cierta formación musical son cada vez más reducidos*. Es decir, cuando ahora se programa a propósito de la música es, en la mayoría de los casos en TVE-1 y TVE-2 y en todos en los demás canales, para proporcionar momentos de entretenimiento al escucharla.

Pero además, también ha variado su forma de presentación. Desde siempre, la música ha tenido diversos formatos de realización: el más utilizado ha sido el que recurre al presentador de diversas actuaciones. También se recurría, aunque en mínima proporción al formato espectacular. Y también ocasionalmente se retransmitía en directo algún concierto musical. Pues bien, con el paso de los años el recurso al formato espectacular ha crecido considerablemente. Y lo hace en detrimento de las otras formas de aparición.

Además, cuando se programan espacios de este tipo por cualquier canal, sean espectáculos musicales, magazines sobre la música o conciertos, se ubican preferentemente a partir de la 1 de la madrugada, convirtiéndose la música así en el típico relleno de una programación sin aliciente alguno de llegar a su audiencia.

8.13. La programación religiosa

La televisión nace en un régimen confesional, donde la religión invadía muchas parcelas de la vida social. En este sentido no resulta raro que se programaran espacios cuyo contenido principal fuera la religión, al margen de que los valores religiosos impusieran ciertas normas en el quehacer profesional de este medio (censuras, pañoletas, retrasmisión de oficio ordinarios y extraordinarios, oraciones de despedida, etc.). Por ello, resulta más o menos obvio que a comienzos de 1976, con el cambio de régimen político, su programación descendiera vertiginosamente, y ya en los últimos años adquiera ese carácter minoritario en las parrillas de la televisión. Además, a partir de esa fecha no todos los programas religiosos se refieren a la religión dominante, un hecho que resulta inconcebible en otros tiempos. Más bien la programación religiosa ha quedado reducida al cumplimiento del servicio público que supone la televisión, dado que *las cadenas que no son estatales no programan ni programaron nunca espacios religiosos.*

A parte de su escasa presencia, existen otras características de la programación de este tipo de espacios por parte de la oferta estatal. Porque aunque tradicionalmente se les programara preferentemente en la primera, en la actualidad la oferta religiosa ha sido desplazada en su mayoría al segundo canal. En primer lugar, la *ubicación en su programación, claramente en las mañanas del domingo en el segundo canal y en las noches más tardías del primero* (cierres). En segundo lugar, su naturaleza: *todos dirigidos a la audiencia en general, encaminados a la formación o adoctrinamiento moral y realizados habitualmente con el formato de un "busto parlante" que intercala o no reportajes religiosos, al que se suele añadir el recurso al directo para retransmitir las misas de la jornada dominical.*

8.14. La programación taurina

Hablar de toros en televisión se ha hablado bien poco. Porque la programación de espacios taurinos no representa ni uno de cada cien de los espacios que se han programado. No obstante, más interesante que la frecuencia es su permanencia como una peculiaridad que se mantiene en antena desde el inicio mismo de las emisiones de televisión, lo que la

convierte en una referencia obligada en la historia de la programación televisiva de este país.

Cuando se han programado espacios que tratan el tema taurino lo han hecho con unas características bien precisas. O bien se trata de espacios que informan sobre la actualidad de este fenómeno, con un busto parlante que presenta reportajes de corridas; o bien es una retransmisión en directo de una corrida de toros, cuyo objetivo es simplemente entretener a la audiencia que gusta de esta afición. Se puede decir además que estas características han variado notablemente con el paso del tiempo, pues ahora se tiende a programar sólo retransmisiones taurinas, es más, es el único espacio taurino que programan Telemadrid y Tele 5, pues Antena 3 no ha programado nunca este tipo de espacios. La información sobre esta actividad, ya se ha comentado, que queda reducida a un único espacio que se emite sin regularidad fija bien por la primera o por el segundo canal.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

8.15. La retransmisión en directo

Transmitir directamente de la realidad, poner una cámara y a emitir tal cual sucede, un recurso que sólo la tecnología televisiva permite y que, sin embargo, infrautiliza sistemáticamente. La programación resultante de retransmitir directamente no supone su utilización ni en el 5% de la programación televisiva, es decir, siempre y en todas las cadenas más del 95% de la programación sufre algún proceso de mediación.

Ahora bien, cuando se utiliza este recurso, ¿por qué lo hace? La respuesta no ha variado en los cuarenta años que lleva la televisión ofreciendo sus imágenes. Siempre y en todas las cadenas, *las retransmisiones más numerosas son las deportivas*.

Cuando no se retransmite un acontecimiento deportivo, es más probable que se utilice el formato directo para retransmitir un concierto o una corrida de toros. En cualquier caso, como se ha visto, esta utilización es muy escasa. Más minoritario aún es la utilización del directo para retransmitir acontecimientos religiosos, es decir, la misa dominical. Y todavía más escaso es el recurso al directo para retransmitir acontecimientos señalados de lo que ocurre en la realidad.

También cabe afirmar que la retransmisión en directo es un formato que se utiliza la mayoría de las veces para realizar programas de entretenimiento, los partidos, las corridas de toros. Que más de una tercera parte del directo es para realizar programas formativos, los conciertos de música clásica o misas religiosas; y que en ínfimos porcentajes, paradójicamente, se utiliza el recurso más testimonial para informar de la realidad a la audiencia.

8.16. La programación que dialoga

El formato dialógico en televisión es un formato de utilización actual. Solo aparece a partir de los ochenta, estabilizándose en los noventa en una proporción no muy notable (2%) de la programación total, pero con una regularidad y una programación extendida a todos los canales.

Ahora bien, estos espacios, cuando se programan, tienen unas características fijas. Se basan casi en exclusiva en tratar temas que afectan a la *realidad sociopolítica del país*. Este contenido no varía en ningún momento y es general para todas las cadenas.

Son por lo tanto espacios dirigidos a la audiencia en general, no a los pequeños.

Y persiguen sobre todo formar a la audiencia en cumplimiento de su función de "gate-keeper". Aunque esta es su principal objetivo, también se programan aunque de manera ocasional para entretener e informar de esa realidad, casos estos últimos que suelen ser objetivos en los espacios dialógicos de los últimos años.

8.17. Los espectáculos de televisión

La programación de espectáculos en televisión no fue en un principio muy notable, pero ha experimentado un notorio ascenso en los últimos años. A raíz de la incorporación de nuevos canales y la espectacularización de su oferta, sobre todo la de Tele 5, la proporción que de espectáculos se programa actualmente asciende de manera considerable. Pero también aumenta en la primera cadena, con respecto a épocas anteriores y también

con respecto al resto de lo programado. En La 2 se mantiene estable con una proporción escasa pero presente en el conjunto de su programación.

En cuanto a su naturaleza, los espacios espectaculares tratan y han tratado siempre *sobre todo las variedades*, ese cajón de sastre donde se incluye el concurso, los cotilleos, las actuaciones o cualquier temática cuya nota característica sea la variedad. Es el contenido que más han referenciado los espectáculos televisivos, tanto antes como ahora por todos los canales.

En menor medida estos espacios son espectáculos *musicales,* sobre todo trataban la música en los primeros años.

Sin embargo, en los últimos años se referencian con este formato aspectos concretos de la realidad. Son los "reality show", cuya programación si bien no muy notable es característica de la televisión de los noventa, y concretamente de los canales que lo programan: TVE-1, Antena 3 y Tele 5.

La mayoría de estos espacios van dirigidos a un público general, aunque también se programan espacios con este formato dirigidos a los más pequeños.

Casi todos los espectáculos de la televisión persiguen exclusivamente el *entretenimiento* de su público. Aunque se registran algunos casos que también fomentan la formación (concursos de conocimientos normalmente), que fueron programados sobre todo en los primeros tiempos. Mientras que es en la actualidad cuando se pretende informar con la emisión de los espectáculos, es decir, se espectaculariza la información.

8.18. El busto parlante en televisión

Cuando la televisión ha utilizado o utiliza este formato, que es también el más utilizado prácticamente siempre para realizar sus espacios televisivos, ha sido para que ese presentador siempre tratara de transmitir contenidos que se fundamentan en la *realidad*, aunque a veces sea en una parcela muy concreta de la misma, los *deportes*. De forma muy ocasional también transmite otros contenidos, religiosos o taurinos en las cadenas estatales, e incluso de ficción.

Sin embargo, no siempre se consigna como objetivo el *informar* de esa realidad. En una proporción notable se ha tratado a través de ese "busto parlante" trasladar a esa audiencia unos conocimientos o simplemente aptitudes que fomenten su *formación* a través de la pequeña pantalla. Cuando lo ha hecho es más probable que sea en las cadenas estatales que en las demás. Pero también el medio se ha servido de esta figura mediadora para *entretener* a la audiencia. Cuando se consigna este objetivo se trata de espacios programados en los últimos años y concretamente en las cadenas privadas. Sin embargo, la utilización de un busto parlante divertido es, por definición, muy escasa.

8.19. La programación de una diversidad presentada

Una característica que se ha mantenido en los cuarenta años que se estudian es la estabilidad relativa de estos espacios en la televisión. Es decir, siempre se han programado y no han dejado nunca de programarse, siendo en las diferentes épocas su programación bastante similar en proporción a la oferta total.

Sin embargo, su naturaleza sí que ha variado con el transcurso de los años. Este formato es el típico y por lo tanto más usado en toda la historia de la televisión en España para tratar las *variedades*. Cambian los telefamosos pero se renuevan constantemente, la televisión requiere de estos presentadores de una diversidad televisiva, único hilo conductor de espacios que introducen o conducen variedad de temas, variedades, que presentan también actuaciones *musicales*, aunque ahora no tanto; que hablan sobre todo en los últimos años de la *realidad* sociopolítica, de la realidad cotilleada, o de la realidad más íntima. Pero también presentan diferentes programas autónomos, algunos de los cuales son de *ficción*, en la actual modalidad de estos espacios como auténticos contenedores en los que lo importante no es tanto la variación de los temas como su yuxtaposición.

Este tipo de espacios, aunque en mayor proporción dirigidos a un público general, también son frecuentes, y bastante, en la programación *infantil*, siendo inexistente este formato cuando se dirige a la programación territorial.

Con este formato se realizan espacios dirigidos fundamentalmente a *entretener*, pero también se registra una cantidad nada despreciable de presentador de diversos dirigido a formar a la audiencia (la televisión educativa); y existen, aunque muy pocos, que se dirigen a *informarla*.

8.20. La programación cinematográfica

La presencia del filmes en la pequeña pantalla es el crisol que resume la historia de las relaciones entre el cine y la televisión. Estas relaciones han estado marcadas por la polémica y la competencia más que por la integración y la complementariedad de los dos medios. En realidad, ambos medios se benefician de la existencia del otro; la televisión se sirve de productos cinematográficos para rellenar sus parrillas de emisión aprovechándose de su éxito en salas comerciales para asegurar su audiencia; el cine como industria cultural tiene asegurado un canal privilegiado de distribución de sus productos, pues la televisión no solamente consume los que alcanzan récords de taquilla, sino también películas que han pasado por las salas sin la más mínima aceptación de la crítica, ni del público. A pesar de ello, el conflicto entre ambos medios se mantiene y los debates sobre el derecho moral de no cortar los filmes por la publicidad, el respeto por el tiempo mínimo que debe pasar entre su exhibición en salas comerciales y su emisión en televisión; las cuotas de nacionalidad, y sobre todo, los derechos de las películas que constituye la vertiente económica de ese histórico intercambio, marcan todavía la relación que mantienen ambos medios de comunicación.

Y es que la televisión se sirvió, desde sus comienzos, de la producción fílmica para rellenar de una forma bastante económica y sencilla un tiempo programado para su emisión. Lo hizo desde sus comienzos, no sin polémicas por la crisis que podría provocar en el cine como espectáculo de sala, aunque sí con una amplia aceptación por parte de la audiencia. La cada vez más creciente demanda de filmes por televisión dispara los índices de emisiones de películas, de tal suerte que no se puede concebir una cadena de televisión generalista que no programe cine en una proporción considerable de su emisión.

Aunque su presencia se ha incrementado con el paso del tiempo, no lo ha hecho la naturaleza con la que aparecen. El cine es cine ahora y siempre, y obviamente también en todas las cadenas. Todos los espacios cinematográficos vehiculan historias, recrean la ficción. Todos se programan con el explícito principal fin de entretener a la audiencia, y aunque existe cine infantil, la mayoría del que se programa va dirigido al público sin distinción.

8.21. La programación teatral

Tradicionalmente, los espacios teatrales resultan de la escenificación en el estudio de la misma emisora de una pieza teatral o bien eran retransmisiones de una obra que ha tenido lugar en una sala ajena al medio. Estas dos modalidades de producción televisiva son las que actualmente están en desuso. Bien es cierto que las actuales comedias de situación ("sit-com") son las actuales versiones del teatro televisado, de aquellas escenificaciones en los primeros platós. Pero en esta investigación no se las considera como el resultado de la utilización de una realización teatral; sino que se han catalogado como series televisivas debido a que estas comedias tienen continuidad argumental como nota característica básica, más sobresaliente que su carácter dramático. Por ello, el teatro en su concepción tradicional prácticamente ha desaparecido de las parrillas actuales. De hecho y en lo que a TVE-1 afecta, más de la mitad de los espacios teatrales que ha programado, lo ha hecho en los primeros años de su historia, es decir, en sus primeros ocho años de vida la televisión programó más teatro que en los 32 años que vivió después.

Por otra parte, los espacios teatrales de TVE-1 o TVE-2, únicas cadenas que los han programado en su concepción tradicional, representan *temas ficticios*, aunque existen también espacios de este formato que tratan temas musicales. No existen otros temas representados con el teatro. Esta relación se ha mostrado así desde el comienzo hasta que se dejó de programarles.

Existen espacios que han sido programados para el público menor y se realizan con el formato teatral; aunque lo normal es que el teatro sea para realizar espacios dirigidos a una audiencia general.

Básicamente el teatral es un formato televisivo de realización de espacios que persiguen el entretenimiento del público, y también aunque con bastante diferencia fomentan también la formación de las audiencias; obviamente este es un objetivo que se persiguió en los primeros años y sólo en el primer canal, cuando existieron más espacios con el recurso de este formato, y había más probabilidad de que fueran de divulgación teatral y no sólo de representación escénica.

8.22. La programación seriada

El formato seriado es un formato típicamente televisivo. Permite no sólo capturar a la audiencia sino comprometerla para ediciones sucesivas del mismo espacio seriado. Y ha sido, por ello, ampliamente utilizado por la televisión en España, en cualquiera de sus fórmulas. Además, aunque siempre se han programado series televisivas como plato fuerte de la oferta, se percibe un notable incremento en su utilización en los últimos años y no sólo porque se haya ampliado el horario de emisión sino también por haber incrementado su presencia en las parrillas con respecto a otros formatos televisivos. De hecho, más de un cuarto de lo que se programa actualmente, y se programa más que en décadas anteriores, se realiza seriadamente.

Por lo que respecta a su naturaleza, ésta se mantiene invariable pese al paso del tiempo y además coincide plenamente con una combinación típica. Y es que prácticamente todas las series televisivas han tratado y tratan temas *ficticios*. Aunque existen series dirigidas especialmente para los más pequeños, lo normal y lo más usual es que los espacios seriados vayan dirigidos al público en general. Además, los espacios seriados son espacios que en todas las cadenas persiguen y han perseguido siempre el *entretenimiento de la audiencia.*

8.23. La programación documental

El formato documental ha sido un formato que la televisión ha utilizado desde sus comienzos hasta la actualidad. Sin embargo, habría que hablar mejor de que ha sido infrautilizado y de que ahora lo es todavía más. Toda vez que los espacios realizados con este formato nunca han constituido

un número elevado del total, es decir, sólo uno de cada veinte espacios se realizaba con formato documental y, además, a partir de los noventa sólo es uno de cada cien los que se presentan así.

Aunque el paso del tiempo ha perjudicado la programación documental, no la ha hecho variar en su naturaleza. Y es que los documentales televisivos referencian la mayoría de las veces sino todas, *la realidad* tal cual es. Esto ha sido así desde los comienzos del medio hasta la actualidad. Son espacios, los documentales, dirigidos al público en general, es decir, *apenas hay ni ha habido, documentales dirigidos al público menor*. Y son los únicos espacios que prácticamente persiguen *sólo la formación de la audiencia que los recibe, aunque también existen espacios de tipo documental que informan al público.* Estos últimos espacios se programan sobre todo en los últimos años.

Es en la utilización del formato documental donde se pueden hallar más diferencias en la oferta televisiva actual por cada canal. Porque hay cadenas en las que no se utiliza para nada. *Antena 3 no ha programado nunca un documental* en sus emisiones, al menos en las emisiones que se han registrado. Pero además, *Tele 5 ha programado solo un documental de cada 1000* espacios que programa para su emisión. Es un formato que tampoco se utiliza mucho en la oferta pública, excepción hecha de La 2. Y es que sin ser el formato más importante ni el más utilizado, sí que representa para esta cadena y para todo el tiempo que lleva emitiendo una programación específica, autónoma y, frente a las demás, que la caracteriza. Doce de cada cien de los espacios que ha programado esta cadena han sido documentales, teniendo una proporción mayor en algunos períodos, incluido el actual, y levemente menor en otros. La importancia que esta cadena concede a este formato en particular no sólo se deriva de la frecuencia con la que lo programa sino y sobre todo de su ubicación en horas cuando la audiencia puede ser mayor. Aunque también se programan y desde hace tiempo ya en las mañanas y sobre todo en las sobremesas, también lo hace y frecuentemente en el "prime-time" y el tiempo posterior, ofreciendo un espacio que raramente se encuentra en otra cadena distinta de La 2.

8.24. La animación televisiva

El formato animado se utiliza y se ha utilizado siempre en todas las cadenas para vehicular *contenidos ficticios*. Es el único formato que se utiliza exclusivamente para realizar espacios *dirigidos a los menores*. Y son espacios, los animados, que siempre persiguen exclusivamente entretener a la audiencia. Esta relación se mantiene inalterable a medida que pasa el tiempo.

Su naturaleza permite concluir que aunque la animación se utiliza como un recurso más en la realización televisiva, utilizado más frecuentemente a medida que pasa el tiempo y la tecnología digital se impone en el proceso de post-producción de los espacios; como recurso exclusivo sólo se utiliza para animar el entretenimiento infantil, es decir, estos espacios son los dibujos animados de los más pequeños.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

CAPÍTULO 9

LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA (III)

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

La oferta televisiva

9.1. Oferta televisiva

Hasta ahora se ha tratado la programación como un fenómeno que afecta individualmente a cada cadena. Cada emisora establece unas características propias en los espacios y tiempos que programa. Se han estudiado, por tanto, esas características que ofrece cada canal. La programación así entendida es la programación de la cadena. Obviamente se ha tratado así porque la realidad funciona de ese modo. Es la propia emisora quien establece qué se programa y cuándo y cómo lo hace.

Ahora bien, desde el punto de vista del telespectador, la programación no es un fenómeno que afecta a cada cadena por separado. Su programación es la combinación de lo que ofrecen todas las cadenas que emiten en ese momento. Es más, se podría decir incluso que la programación del espectador es lo que selecciona, según su tiempo disponible, sus costumbres, sus preferencias, etc. de entre todo lo que le ofrecen. Esta última consideración no se puede controlar en un estudio como el actual, ni tampoco se pretende puesto que el consumo televisivo no es un objetivo del trabajo. Pero hay que tomarla en cuenta puesto que, por ejemplo, la práctica de ese consumo dicta que las horas en las que la disponibilidad de la mayoría del público coincide influye de manera decisiva en lo que las cadenas ofrecen para emitir en pantalla. Y en general las costumbres del público, las horas en las que comen o en las que duermen son tomadas en cuenta por la institución comunicativa a la hora de planificar su programación.

Pero además, la programación de una cadena, aunque es una rutina profesional que realiza la propia emisora, tiene en cuenta también la programación de las demás cadenas en antena. Esta consideración es obvia en un sistema basado en la competencia entre ellas, pero también funciona en otros sistemas televisivos para ofrecer complementariedad, siempre que existen emisiones simultáneas para una única audiencia.

Estas consideraciones impiden hablar de la programación como un hecho que afecta exclusivamente a la cadena que programa. También se puede, y de hecho es necesario considerar el fenómeno de la programación como el resultado de lo que programan las distintas emisoras que emiten en cada momento. Y el conjunto de lo programado por todas las cadenas constituye la *oferta televisiva* disponible para la audiencia.

Obviamente también la oferta televisiva, como la programación de cada cadena, está sujeta a un condicionante ineludible, el temporal. Como ya se ha establecido, la programación, y el conjunto de lo programado también, son hechos históricos, se han producido, producen y se producirán en momentos determinados, temporal y geográficamente ubicados. En un estudio como el actual, cuyo objeto material es la oferta televisiva desde que comenzara en España hasta la actualidad, desglosada o no en diferentes programaciones, la referencia temporal es obligada, máxime cuando no todas las cadenas emiten desde el comienzo, y máxime cuando no todas las cadenas son de la misma naturaleza.

Así pues, se pueden establecer las características de la oferta televisiva española en momentos determinados, momentos distintos por las peculiaridades históricas vividas por este país. Pero además del estudio sincrónico, también se pueden realizar análisis diacrónicos, establecer cómo es y cómo evoluciona lo que el telespectador puede recibir por la pantalla del receptor.

Por otro lado, el estudio de la oferta televisiva remite a un nivel en el que los espacios programados no sólo se relacionan con el tiempo de emisión, ni sólo con los espacios programados por la misma cadena, sino que también existen ciertas relaciones que se establecen entre los espacios televisivos que programan las distintas cadenas que emiten simultáneamente para una misma audiencia. Se trata de establecer las lógicas que funcionan entre programación y programación, entre una determinada configuración de los espacios televisivos, y otra alternativa. En definitiva, de saber cómo funciona la oferta televisiva en cada momento, sobre todo en el último momento, en el que coexisten cinco canales de diferente naturaleza para una única audiencia.

De todo lo anterior da cuenta el presente capítulo, centrado en este aspecto de conjunto de la programación televisiva en España. Se analiza la oferta televisiva característica de períodos concretos, fijados sus límites por acontecimientos sociopolíticos o comunicativos que pueden afectar o afectan a lo que los españoles pueden ver a través de sus receptores.

La historia de la televisión en España ha estado marcada, dada la gran manipulación política que la ha caracterizado, por los sucesivos cambios de gobierno que acaecidos a lo largo de estos cuarenta años. A pesar de la gran

distinción entre los dos regímenes que se han sucedido, se parte de que dentro del régimen franquista la figura de Fraga marcó un antes y después en la política comunicativa del régimen dictatorial, que coincide, y no casualmente, con el estreno de un nuevo canal que aunque de la misma naturaleza, estatal, que el existente, supone para la oferta televisiva una nueva programación siempre alternativa a la primera.

Pero también en la democracia existe una gran distinción que impone separar una época anterior al gobierno del PSOE y otra posterior. Y no sólo porque un cambio de gobierno se puede traducir en un cambio de política comunicativa, de sillones directivos y de intercambios profesionales, sino que el ascenso de este partido coincide, y tampoco en este caso casualmente, con el surgimiento de nuevos canales que, aunque de ámbito reducido, condicionan la oferta televisiva hasta ese momento existente.

Estas discriminaciones de la historia de España pueden desvelar las características que en esos períodos concretos se produjeron en el perfil programático de la televisión de esas épocas atendiendo a su audiencia, sus fines, los contenidos que se transmiten o las formas de hacerlo, porque se parte de la hipótesis de que esa también es una forma que tiene el sistema sociopolítico de influir en el sistema comunicativo propio de esa época.

Pero indudablemente el cambio acaecido en los últimos años con la incorporación de nuevos canales privados es un cambio, esta vez en el terreno comunicativo, que afecta de manera directa a la oferta televisiva española, no sólo por la existencia de más programaciones sino también por la adecuación de las existentes a un nuevo "star system" con un componente de competencia. Así pues, se termina este estudio diacrónico en los últimos años, los años noventa, donde confluyen las programaciones de todas las cadenas. Aunque sólo se incluyen seis años en este último apartado, los datos revelan significatividad estadística no sólo para caracterizar las distintas programaciones sino también y sobre todo la oferta televisiva actual.

9.2. LA OFERTA TELEVISIVA DEL FRANQUISMO (1956-1975)

9.2.1. Discriminación de públicos

En los veinte años de televisión franquista no se programaron nunca espacios dirigidos a audiencias específicas en función de su ubicación territorial. No hubo programación regional en la televisión de los tiempos de Franco ni por el primer ni por segundo canal.

Sin embargo, la televisión de esta época, que coincide en ser también su primera época, sí que programó espacios dirigidos a los menores. Considerando todo el período y toda la oferta del momento, ocho de cada cien espacios que se programaban eran infantiles.

Sin embargo, cabe comentar que existe una pequeña diferencia entre el período inicial de la televisión en España del que sucede desde 1966, momento en el que entra en vigor la Ley Fraga. Y es que en este último período se incrementa la programación infantil con respecto al resto de lo programado. Y ello no sólo porque se incrementa la oferta programática con otra cadena que también programa espacios para menores, sino también porque aumenta la programación de la primera, y con ella, su programación infantil. Sea por lo que fuere si antes de esa fecha sólo 7 de cada cien espacios eran para niños, a partir de entonces los niños podrán ver diez de cada cien que se programan indistintamente por TVE-1 o por La 2.

9.2.2. El uso social del medio televisivo

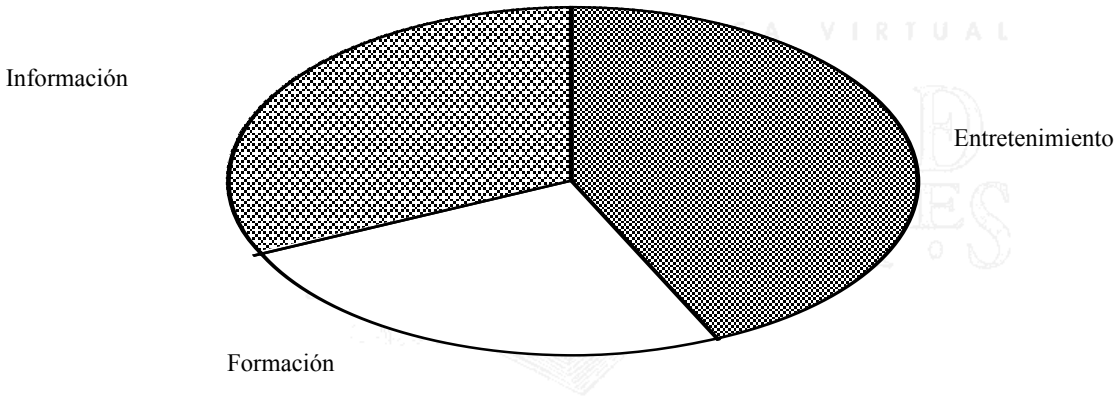
La televisión nació en España con vocación lúdica. La oferta televisiva, cuando comienza y en los veinte años sucesivos en los que se dirige este medio bajo la batuta dictatorial, el fin social que persigue es sobre todo el de proporcionar entretenimiento a su audiencia.

Sin embargo, este objetivo lúdico no es el de la mayoría de los espacios que se programan, aunque sí el de la mayoría del tiempo que se ofrece a la audiencia. Aun así se puede decir que existe cierto equilibrio en la función social que cumple la televisión en tiempos de Franco que, aunque prioriza el entretenimiento, no desprecia en absoluto la función formativa e informativa del medio, aunque sea un tipo especial de formación y una información censurada, mediatizada y propagandística.

En los veinte años siguientes a su inauguración y sin que existan diferencias tras cambios gubernamentales ni tampoco entre el perfil de

objetivos propuestos para cada cadena, la totalidad de la oferta del momento se caracteriza porque aunque se pretenda ante todo proporcionar entretenimiento al público de entonces, también sirve a objetivos informativos y formativos, cualquiera que éstos sean. Es más, cabría decir que en tiempos de la dictadura franquista la televisión iguala estas tareas porque, aunque se programen más número de espacios informativos, el tiempo que se les dedica es menor. En esta época, los formativos se programan con mayor duración que los informativos y, consecuentemente, ocupan más tiempo de la emisión.

Gráfico 48
Espacios televisivos que forman, informan o entretienen a la audiencia en tiempos de Franco



9.2.3. Los contenidos vehiculados por la televisión franquista

El perfil de la oferta televisiva en tiempos franquistas atendiendo al contenido no varía notablemente en los veinte años que le restan al régimen.

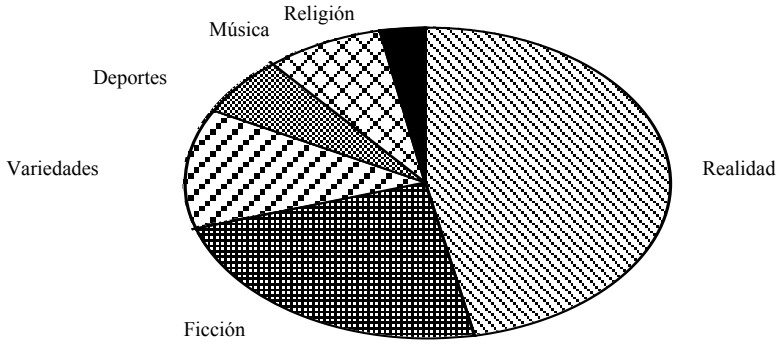
Siempre en este tiempo el referente más tratado por los espacios que se programan es la realidad misma, aunque no llegue a ser el contenido referenciado de la mayoría de los programas. La inventiva de esta naciente industria no es en estos tiempos muy profusa y la ficción sólo supone el referente de menos de un cuarto de lo que se programa, aunque en todo caso es el segundo contenido que se vehicula a través de este medio. La temática variada, que en estos tiempos son las variedades en su concepción más tradicional, representan poco más de uno de cada diez de los espacios que se programan. Los contenidos concretos, deportes, música, religión o toros son, en la televisión de esta época, referentes minoritarios de lo que se

programa, obviamente siempre esta televisión fue sobre todo generalista, pero aun cabe hablar de cierta presencia de estos contenidos en dos de cada diez espacios que se programan.

Los aires aperturistas de Manuel Fraga no modifican notoriamente la oferta temática ofrecida por la televisión. Tampoco la introducción de un nuevo canal complementario a TVE-1, salvo un pequeño aumento de los deportes y de los espacios religiosos en detrimento de los espacios musicales que no modifican en todo caso la proporción que de realidad, variedad o ficción se escapa a través de las pantallas.

La prioridad de los contenidos vehiculados a través de la televisión tampoco varía si se diferencia la oferta televisiva por cadenas. En ambos casos siempre es el referente real el contenido que más tratan los espacios. Sin embargo, se puede establecer cierta lógica complementaria en la programación de espacios según la cadena. Pues es la segunda la que concentra más espacios, y sobre todo, más tiempo de ficción, en detrimento de las variedades; y más espacios musicales en detrimento de los religiosos. Mientras que la primera cadena programa en proporciones inversas, más variedades y menos ficción; más religiosos y menos espacios basados en el ingrediente musical.

Gráfico 49
Proporción de espacios que referencian la realidad, la ficción, variedades o temas concretos en la oferta televisiva franquista



BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

9.2.4. La realización televisiva

La manera en la que se hacen los programas y aparecen en pantalla no es una cuestión baladí, es quizá la manera más directa que tiene la televisión de conectar con su audiencia. Hay contenidos que llegan a más gente si los espacios que los vehiculan se realizan de determinada manera y no de otra; hay formatos que incitan al consumo, otros lo dirigen o cuando menos seleccionan ese consumo televisivo, objetivo último de cualquier programación. Por ello, de la utilización de unos u otros formatos no sólo se puede caracterizar, desde el punto de vista de la realización, determinada oferta televisiva, sino también la manera en la que esa oferta televisiva concreta se conecta con su audiencia.

De este modo se puede decir la televisión franquista se dirige a su audiencia a través sobre todo del busto parlante en espacios en los que se intercala, o no, algún tipo de reportajes. Casi cuatro de cada diez espacios se realizaron de ese modo.

En un segundo término y con bastante diferencia, la televisión de esta época también se dirige a la audiencia con un presentador que presenta más que conduce las variedades propias de la época. Con la misma proporción que esta aparición, que no llega a representar ni dos de cada diez de los espacios programados, también se ofrecen espacios seriados.

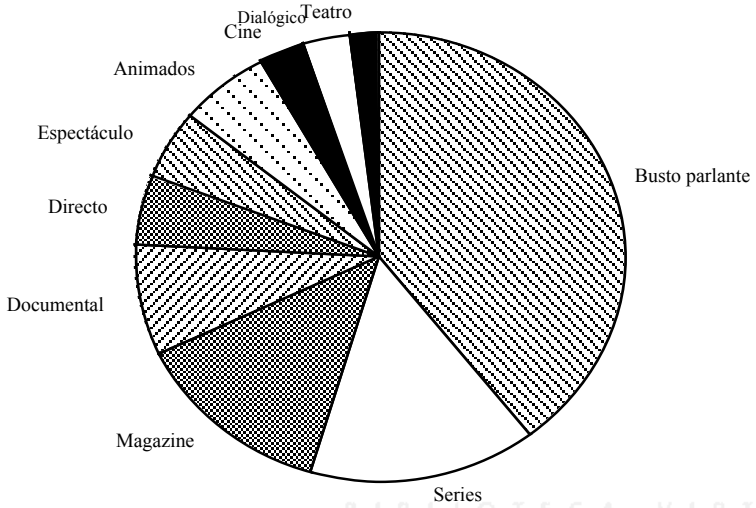
Todos los demás formatos televisivos tienen una escasa presencia, en relación a los tres formatos prioritarios, ya que en ningún caso llegan a representar ni su recurso en uno de cada diez espacios que se programan. Sin embargo, aun cabe establecer una mayor utilización del formato documental, de la retransmisión en directo, del espectáculo o de la animación y un menor recurso a los formatos dialógicos, cinematográficos y aun el teatral.

Este perfil de realización se mantiene básicamente cuando se contempla el tiempo de emisión adjudicado a cada formato. Sin embargo, hay que señalar que la presencia del formato cinematográfico y en menor medida del directo es mucho mayor si se contempla su tiempo en antena. Ello se debe a que estos formatos se programan con una duración muy prolongada. Aún así, su utilización en la realización televisiva queda muy lejos del recurso a los tres formatos típicos: presentador de variedades o de información o el espacio seriado.

Ahora bien, este perfil es el balance de los veinte años en los que la televisión en España convivió con el régimen franquista. Lo cual no quiere decir que siempre, en esos veinte años, su utilización concreta fuera esa. Es más, en 1966, cuando se modifica substancialmente la política comunicativa del régimen, también se percibe en la realización televisiva cierto cambio en su perfil, aunque no muy notorio. Y es que tras esta fecha la oferta televisiva se caracterizará por una mayor utilización del busto parlante, de las series televisivas, de las retransmisiones en directo, documentales y en menor medida espacios cinematográficos. Y lo hace en detrimento del uso que a partir de entonces se hace de la animación, del formato teatral y en menor medida del presentador de la diversidad.

Cabe añadir finalmente que la oferta televisiva desde el punto de vista de la utilización de los formatos de realización para su puesta en antena funciona con una lógica claramente complementaria entre las cadenas entonces en antena: TVE-1 y TVE-2. *La primera programa más retransmisiones y más espacios en estudio de cualquier forma que la segunda cadena, y ésta programa más "enlatados" en cualquiera de sus fórmulas que la primera cadena nacional.*

Gráfico 50
Formatos más utilizados por la televisión de tiempos de Franco para la realización de los espacios



9.3. LA TELEVISIÓN EN TRANSICIÓN (1975-1982)

9.3.1. La oferta dirigida a audiencias específicas

Un primer cambio que supuso para la televisión en España la muerte de Franco, y lo que trajo consigo, fue la aparición de la programación territorial, dirigida expresamente a las diferentes regiones españolas. Esta programación se sitúa en esta época en la primera cadena.

También se registran cambios con respecto al anterior período en la oferta televisiva infantil. Notoriamente aumenta su tiempo en antena. Si antes se ofrecían ocho espacios de cada cien a este público pequeño, a partir de 1975 se programarán doce. Este incremento responde a un cambio positivo de esta programación exclusivamente en la primera cadena estatal.

9.3.2. El fin social que persigue

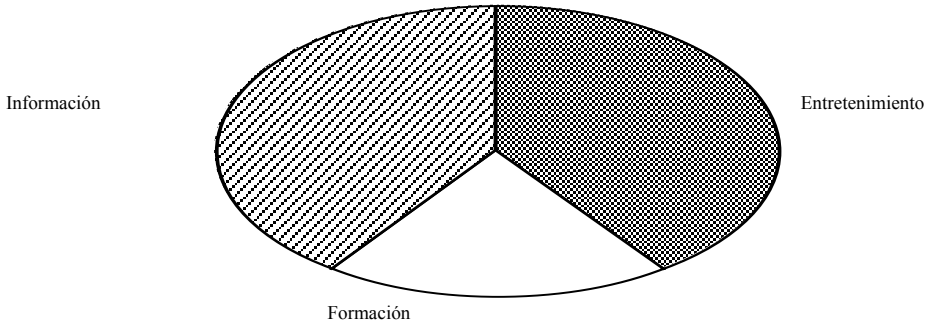
Cuando la diferenciación por períodos históricos se realiza atendiendo al cambio histórico que se produjo en España con el cambio de régimen, se puede afirmar que este cambio no supone para la televisión un cambio en los objetivos que se propone cumplir; pues siempre, con Franco o sin él, la

televisión fue sobre todo un medio de entretenimiento; en segundo lugar, de información, dejando como último objetivo la formación del público.

Sin embargo, la televisión en tiempos de Franco era más formativa que la que emite después de su muerte, e incluso más lúdica. La cantidad de espacios y aun de tiempo de emisión que se dedica a la formación y al entretenimiento de la audiencia baja en relación con el total a partir de 1975. Esta pauta se corresponde con una *mayor programación* de espacios y tiempos televisivos dirigidos *a informar a la audiencia.* En la transición, la función informativa y lúdica del medio se equilibran, y aunque es mayor el peso del entretenimiento en la oferta de televisión, lo es por escasa diferencia con respecto a la información.

Se puede apuntar además que no existe diferencia en la oferta televisiva según sea la primera o la segunda cadena. En ambas se manifiesta esta lógica de incremento de la información en detrimento de la formación y del entretenimiento con el advenimiento de la democracia. Pero es en la primera cadena donde estos cambios cambian el perfil de objetivos propuestos. En esta época de cambios sociopolíticos, los espacios que informan se programan más en la primera cadena que los que entretienen, aunque lo hagan con menor duración y por tanto con menor tiempo de emisión.

Gráfico 51
Espacios que se programan para entretener, formar o informar a la audiencia en la transición



9.3.3. Contenidos vehiculados en la transición

Por lo que respecta a la distinción del perfil programático atendiendo al contenido transmitido comparando las dos fases que históricamente también se han sucedido en la historia de la televisión en España, se advierte que la transición si bien no modifica substancialmente la prioridad temática de la oferta de televisión ni su perfil, sí sin embargo se ven modificadas las proporciones de la presencia de los diferentes contenidos que vehicula el medio.

Es decir, en ambos momentos se programan más espacios que referencian la realidad que de otro tipo, pero es destacar que la oferta de la transición programa más espacios y más tiempo de emisión que transmite datos de referencia real que lo que se programaban antes. A partir de 1975, los espacios de referencia inmediata suponen la mitad de los que se programan.

En ambos períodos también le suceden a los espacios de referencia real los espacios de ficción, aunque también existen diferencias en las proporciones puesto que en la transición el porcentaje de espacios ficticios es menor que el que se programaba en tiempos franquistas, aunque no tanto su tiempo en antena dado que en esta época se programan con mayor duración.

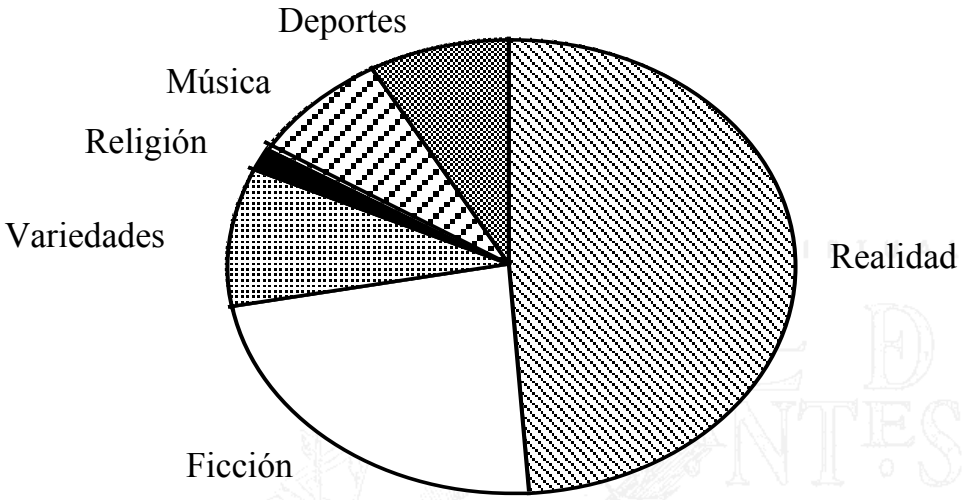
En un tercer lugar y en ambos períodos se programan más espacios de temas variados, aunque también en este caso la televisión que se estrena con la democracia los programa en una proporción menor que en el régimen anterior.

Los contenidos concretos no varían notablemente su relación con el resto de la oferta televisiva, que siguen siendo una clara minoría frente a los tres referentes típicos. Aun así se puede decir que el cambio de régimen supone una disminución de la programación de los espacios religiosos a favor de la programación de los espacios deportivos, mientras que el resto de contenidos específicos, música o toros, apenas varía antes y después de 1975.

Estas lógicas cambiantes en un tiempo también de cambios se manifiestan en las dos cadenas que emiten en esos momentos. En ambos

casos aumenta la proporción de contenidos de referencia real, social o política, en detrimento de la ficción o las variedades. Sin embargo, si bien en ambos casos los espacios religiosos disminuyen con respecto al régimen pasado, los deportes como contenido específico de espacios televisivos aumentan su presencia sobre todo en el segundo canal, que ya entonces empieza a especializarse de cierta manera en este contenido concreto.

Gráfico 52
Contenidos más tratados por los espacios televisivos de la televisión de la transición



9.3.4. La realización televisiva

El formato que utilizan los programas para su emisión es una variable que puede resultar afectada por el cambio más importante acaecido en la sociedad española en los últimos tiempos; y de hecho, la realización televisiva es distinta antes y después de 1975.

Aunque en ambos períodos los formatos privilegiados de realización de los espacios no varían; sí sin embargo se han utilizado en diferente proporción unos u otros formatos que tiene la televisión de realizar sus espacios televisivos.

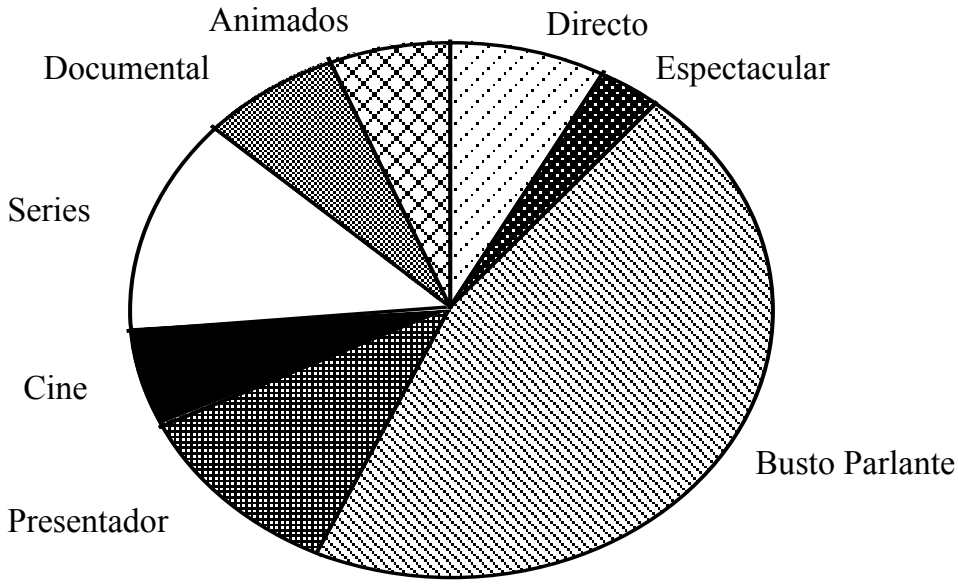
De esta manera, aunque en ambos períodos es el busto parlante con intercalación de reportajes el formato más utilizado, en el período de transición lo es todavía más. Existe mayor proporción en la utilización de este formato con respecto a su utilización anterior y con respecto a la utilización de otros formatos de realización.

Sin embargo, el formato seriado, aun siendo un formato también privilegiado en las dos épocas, pues es el segundo más utilizado, se programan más espacios con este formato en la televisión franquista que en la propia de la transición.

El formato que requiere un presentador de diversos ocupa, en ambos períodos, un tercer recurso en la realización televisiva, pero es más profusa su utilización antes de 1975 que después. Igual pasa con el resto de los formatos, excepto con el directo y el cinematográfico, pues aumentan su presencia tras el cambio de régimen, y no sólo porque se programan más espacios con esta forma concreta de aparición, sino también porque aumentan la duración. Con ello, en la televisión posterior a esa fecha, estos formatos están tanto tiempo en antena como el presentador estrella de la diversidad.

Este cambio en la realización televisiva priorizando el busto parlante que explica los acontecimientos que cambian se manifiesta en ambas cadenas. También en ambas cadenas su uso requiere la menor utilización de otros formatos, de todos los demás, salvo en la segunda cadena, en la que la utilización de la retransmisión y del espacio cinematográfico aumentará tras 1975.

Gráfico 53
Realización televisiva de los espacios programados entre 1975 y 1982



BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

9.4. CAMBIOS POLÍTICOS Y COMUNICATIVOS EN LA TELEVISIÓN DEMÓCRATA (1982-1990)

En 1982 accede al poder, también al poder mediático de la televisión, el partido socialista hasta entonces en la oposición. Este cambio gubernamental no sólo supone un cambio en el partido del gobierno sino también la finalización del período de transición y la consolidación de la democracia en España. También a partir de esa fecha, y no precisamente como un hecho independiente del anterior, surgen en este país nuevos canales, los autonómicos, que en diferente fecha y en diferentes circunstancias emiten para regiones concretas de la geografía española. Aunque hasta finales de los ochenta no aparece Telemadrid con una oferta regularizada, sí sin embargo a partir de 1982 la oferta televisiva de los dos canales estatales se ve modificada, no sólo por su incremento sino por su posible adecuación a la nueva situación de concurrencia.

Así pues, se puede establecer un antes y después de esta fecha en las características propias de lo que los españoles, todos los españoles, podían ver a través de sus receptores. Aunque el gobierno del PSOE sigue en 1990, se ha preferido cortar hasta ese año porque a partir de ese momento empiezan a emitir los canales privados y ya regularmente la cadena autonómica que en este estudio se toma como referencia de las restantes, y ello supone un cambio en el sistema comunicativo que no puede obviarse en un estudio sobre su oferta televisiva.

9.4.1. Oferta dirigida a audiencias específicas

En este período de tiempo que comprende ocho años de la vida de la televisión en España existe un cambio notorio en la concepción de la programación dirigida a audiencias específicas por cuanto la programación específicamente infantil y también la específicamente territorial ven incrementada su presencia en estos años.

Si hasta entonces la programación territorial había aparecido tímidamente, en este período, que coincide con la explosión de las autonomías y de sus televisiones, la oferta estatal responde con un incremento en su oferta territorial. Si antes poco más de dos espacios de

cada cien se dirigen a esta audiencia específica y sólo en la primera cadena, en este período la relación se incrementará a cuatro espacios de cada cien, programándose sobre todo en la primera cadena, pero también en el segundo canal.

También un incremento con respecto al total de lo que se ofrece experimentan los espacios infantiles, aunque este aumento de la programación infantil se produce en la primera cadena y no tanto en la segunda. Es más, este segundo canal público en estas fechas disminuirá su programación infantil con respecto a lo que estaba ofreciendo hasta el momento.

9.4.2. Objetivos que se marca el medio

En cuanto a la discriminación de los objetivos del medio atendiendo al cambio de gobierno que instala en el poder al PSOE, cabe afirmar que este cambio de sillones no implica un cambio correlativo en las funciones del medio televisivo controlado por él. El fin principal sigue siendo lúdico, seguido de la labor informativa y en menor medida formativa adjudicada al medio. Sin embargo, sí que se observa un cambio en las proporciones que se programan para cada objetivo.

Si bien en la etapa que coincide con la transición la información televisiva había gozado de cierto protagonismo en la comunicación televisiva, una vez concluida esta etapa que consolida la democracia en este país, la información desciende considerablemente su presencia en las pantallas en relación al total de lo programado.

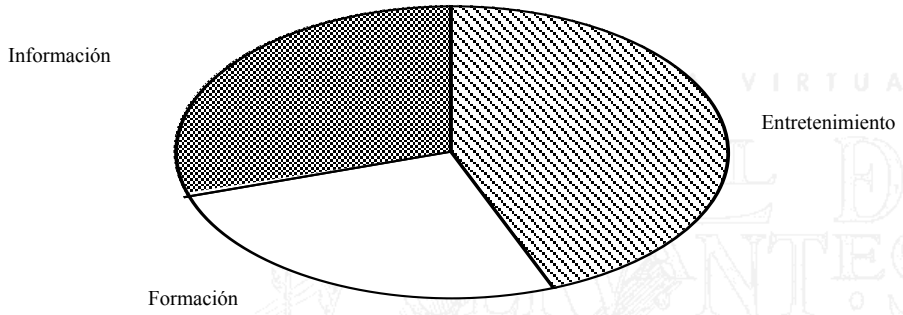
Paralelamente, se observa que crece la programación lúdica. El tiempo de emisión dedicado a entretener a la audiencia aumenta considerablemente con respecto a épocas pasadas. No sólo porque existen más horas de emisión y, por ende, más horas de entretenimiento, sino porque se programan más espacios y más tiempo de emisión dedicado a este fin del total que se ofrece a la audiencia.

También el número de programas que tienen un fin formativo aumentan con respecto al resto de la programación. Pero en esta época se programan con menor duración. Ello conduce a que el tiempo de emisión que se

propone este objetivo social permanezca relativamente invariable con respecto a otras épocas anteriores.

Pero cabe apuntar que estos cambios no afectan de la misma manera a las dos cadenas que componen la oferta televisiva para la mayoría de los españoles. *Y es que si bien la información televisiva decrece en ambas cadenas, asciende a su costa el componente lúdico del medio, pero principalmente en el primer canal porque en el segundo lo que asciende es su interés por la formación televisivamente mediada.*

Gráfico 54
Espacios que forman, informan o entretienen en la oferta televisiva estatal en los años ochenta



9.4.3. Los contenidos que transmite la televisión del momento

La realidad siempre ha sido un contenido prioritario de la temática televisiva, y también en esta etapa es el mundo circundante el referente más programado. Sin embargo, y tras consolidarse la transición con sus altas dosis de realidad en los mensajes que la televisión ofrecía a su audiencia, la realidad como referente vuelve a ocupar el tradicional porcentaje del total que le sitúa en una posición privilegiada sí, pero sin acercarse a la mitad de lo que ofrece ese medio en esta etapa concreta de su historia.

Paralelamente, la evolución de los espacios de referente irreal o variado, siguen una lógica precisamente contraria. Estos otros referentes tratados por el medio televisivo incrementan su relación con el resto de lo programado una vez se consolida la democracia y se acomoda la oferta existente ante un aumento previsible con nuevas programaciones. Se puede decir además que aunque las dos temáticas aumentan su presencia en las emisiones televisivas, son los temas variados las que registran un aumento

más relevante, más por programarles en espacios de mayor duración que por aumentar el número de espacios por emisión, aunque también aumentan.

Además, se percibe cómo en este período la cantidad de espacios que tratan temáticas específicas baja con respecto a lo que se programaban en épocas anteriores y obviamente también a lo que se programan otros espacios que refieren la realidad, la variedad o la ficción. Sin embargo, no disminuye tanto la presencia de los deportes en la oferta televisiva del momento. Ello se debe a que a pesar de programar menos espacios que se refieren a esta temática concreta, los que se programan lo hacen con mayor duración.

Pero precisamente en estos momento empieza a diferenciarse claramente lo que de la oferta televisiva es del primer o del segundo canal estatal. Y es que si bien se ha visto que los espacios de referente real bajaban su presencia en esta época creciendo al mismo tiempo los espacios de ficción y las variedades, esta pauta afecta única y exclusivamente a la primera cadena. La segunda cadena, sin embargo, parece invariable a esta etapa de cambios políticos y comunicativos a los que responde únicamente con un aumento de los espacios deportivos en detrimento de los espacios que tocan otras temáticas concretas, manteniendo la relación que ofrece a su "inmensa minoría" de espacios de referente real, ficticios o variedades.

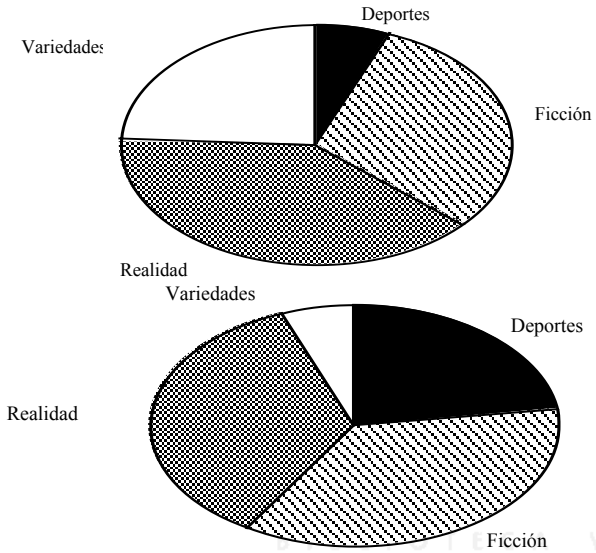
Así pues, hay una clara diferencia dentro de la oferta televisiva del momento. *Una cadena claramente generalista, la primera, que desprecia las temáticas concretas como referentes exclusivos de sus espacios y que programa sobre todo espacios de referencia al mundo real dedicando también altas dosis en su programación a la ficción televisiva y a la temática variada en prácticamente la misma proporción.*

Frente a ella, la segunda cadena casi se podría decir que se especializa en tres contenidos televisivos: la realidad, referente del cual es imposible olvidarse; la ficción que es el referente que ocupa mayor tiempo de emisión de esta cadena; y los deportes, cuyo tiempo en antena equivale al tiempo que se dedica a tratar la temática real. Los otros contenidos específicos y las variedades apenas tienen cabida en la programación de este segundo canal.

Gráfico 55

Referentes más tratados en las programaciones de las dos cadenas entre 1982 y 1990

TVE-1 ***TVE-2***



9.4.4. La realización televisiva

Obviamente la televisión y su manera de realizarse no podía sustraerse al cambio político y comunicativo que vive la sociedad española en los años ochenta. Pero los cambios que implican no se corresponden con cambios radicales en la manera de hacer televisión, puesto que siempre es lo que se hace. Es decir, no se modifica substancialmente el perfil programático de los formatos televisivos cuando cambia el gobierno, o cuando surgen los canales autonómicos pues este perfil básicamente se mantiene durante los cuarenta años que se lleva emitiendo televisión. Sí sin embargo merecen detallarse las diferencias que se encuentran en los porcentajes relativos a la cantidad de espacios programados en los distintos formatos en relación al total de ellos en este período compulsivo para la vida del medio.

De esta manera, se puede decir que si bien el formato del busto parlante con intercalación de reportajes es el más utilizado en todo el tiempo, también lo es en este período particular, pero en menor medida que en períodos anteriores, sobre todo con respecto a su utilización en la transición. También el recurso al directo será en esta época mucho menos utilizado que en la etapa anterior. Y también este período es altamente negativo para el formato animado y teatral, pues su presencia en la

realización de la oferta televisiva se reduce aun más de lo que les caracterizaba en otros períodos.

Sin embargo, en estos siete años de los ochenta los espacios dialógicos experimentarán una notable subida de tal suerte que es el período en el que más se programan con relación a la oferta total. Pero no sólo se utiliza más el formato dialógico, también el cinematográfico, el documental y el presentador de diversos experimentarán una notable presencia en las pantallas televisivas de la época. Los espacios seriados, y los espectaculares no muestran ninguna variación en su utilización con respecto a años anteriores, los primeros con más presencia obviamente y los segundos con menos.

Así pues, el perfil característico de lo que sale en antena refiere una televisión en la que casi cuatro de cada diez espacios se presentan con el busto parlante característico. Otro espacio de cada diez, aunque realmente es uno y medio, se muestra en pantalla a través de un presentador de la diversidad televisiva, y otro espacio, mejor dicho otro y medio es un espacio seriado. Se puede decir incluso que otro espacio es un documental. Con respecto a los dos restantes, es más probable que se realicen con el recurso al directo o que sean espacios cinematográficos llevados a la pequeña pantalla que dialógicos, espectáculos o animados. En ningún caso se trata de un espacio teatral, formato que ya en estos tiempos está casi olvidado.

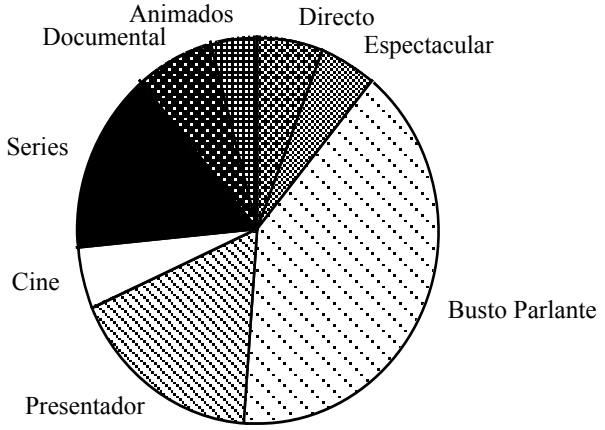
Al igual que con otros perfiles de la oferta televisiva del momento, también desde el punto de vista de la realización existen diferencias a la hora de hablar de la primera y de la segunda cadena estatal. Cada una de ellas se especializa en determinados formatos, no tanto porque utilicen unos en vez de otros, ya que ambas utilizan prácticamente todos los formatos de realización, sino porque lo hacen en diferente proporción.

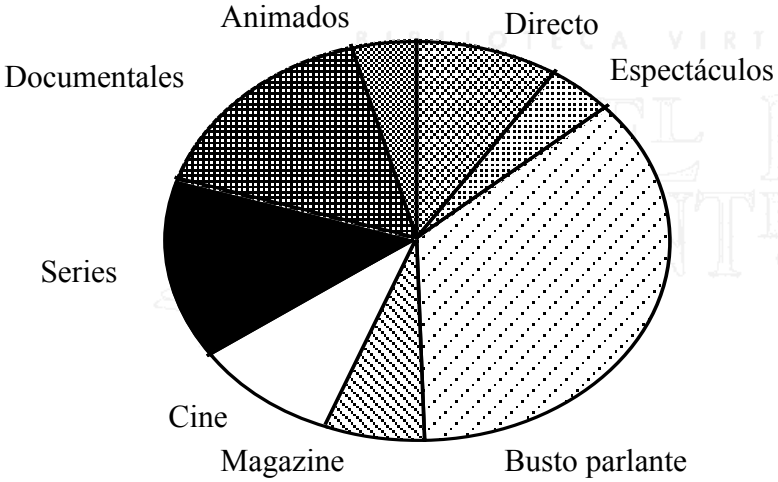
De este modo existen diferencias muy notables entre una y otra en la utilización del directo y del formato documental, los formatos más testimoniales, y en menor medida en el cinematográfico, en los que la segunda cadena estatal los utiliza en proporción mayor que la primera cadena. Sin embargo, la primera cadena tiene una realización más mediada, pues utiliza más la figura del presentador ya sea como mero conductor o incluso con derecho a palabra.

Gráfico 56

Realización televisiva de TVE-1 y TVE-2 entre 1983 y 1990

TVE-1 *TVE-2*





9.5. LA OFERTA TELEVISIVA ACTUAL

En programación, el hecho de que una cadena de televisión opere en solitario, es decir, en monopolio de emisión, o lo haga en competencia, es una cuestión de suma importancia, toda vez que su programación constituye una única oferta a la audiencia o una más entre las que el telespectador puede elegir. Esta última opción obliga a la cadena a plantearse una programación con unas características que permita competir con las otras para ganarse la elección del público. Por ello, se ha estimado conveniente separar las épocas en las que la cadena de televisión más veterana operaba

en exclusividad, de las que lo hacía en concurrencia con otras opciones. Y dado que la concurrencia en este país ha sido progresiva, confiando primero la competencia al mismo organismo (ente público estatal), y después a otros pero en el ámbito de lo público y no será hasta pasados 34 años cuando la competencia sea de verdad, con operadores privados que emiten a nivel nacional, se establecen también los límites temporales de acuerdo con estas fechas.

Así pues, 1990 marca una diferenciación temporal con el resto del tiempo, y no tanto porque cambie de gobierno puesto que siguen en el poder los socialistas desde 1982, sino porque surgen nuevas opciones que se añaden a la oferta televisiva de los españoles. Y aunque en el último año, 1996, se cambia de gobierno al acceder el Partido Popular, esta modificación gubernamental ya sólo afecta a parte de la oferta, la estatal, y sólo afecta a partir del último año por lo que en este trabajo no se analiza la posible influencia que esta nueva composición del poder político puede ejercer en la composición de la programación televisiva.

9.5.1. La oferta dirigida a públicos específicos

La programación territorial actual casi se podría decir que se reduce a la programación de las cadenas autonómicas. La programación regional que pueden emitir las cadenas que operan a nivel nacional se reduce considerablemente con respecto a otras épocas, a pesar de que la oferta haya aumentado considerablemente con el incremento de nuevos canales. Y es que los privados carecen de cualquier tipo de programación regional. De ahí se deduce que la programación regional de TVE-1 y TVE-2 únicas cadenas que emiten este tipo de programación, también han respondido a la oferta ya regularizada de las autonómicas, y su respuesta ha sido negativa para estos espacios, ya que en estos años estos espacios no representan ni uno de cada cien de los que se programan, y cuando lo hacen es sobre todo en la primera cadena. La programación regional de TVE-2 prácticamente ha desaparecido de sus parrillas televisivas.

No ocurre lo mismo con la programación dirigida a los más pequeños. Si bien baja también la proporción que de estos espacios se programan en

los dos canales hasta este momento existentes, esta menor proporción se ve compensada con la programación infantil de las cadenas que se incorporan.

Porque tanto la autonómica Telemadrid, como las privadas, programan también y a niveles incluso superiores espacios para los más pequeños.

Aunque todas las cadenas programen este tipo de espacios, no lo hacen del mismo modo. Si bien las cadenas que más espacios infantiles programan desde 1990 son en primer lugar Tele 5 seguida de Telemadrid teniendo las restantes una cantidad de espacios infantiles por emisión similar; no sucede lo mismo con el tiempo que de la emisión se dedica a este público concreto. Sigue siendo Tele 5 quien se caracteriza por una mayor programación infantil, pues es la que dedica más tiempo de su emisión a este público; pero lo hace con una proporción similar a lo que dedica la otra cadena privada, Antena 3. Esto se debe obviamente a que los espacios infantiles de esta última cadena se programan con una mayor duración que los que programa Tele 5. También una duración considerable tienen los espacios infantiles programados por la primera cadena. Porque aun siendo una de las cadenas que menor número de espacios programa, no lo es con respecto al tiempo de emisión que les dedica. Aunque no llega a los niveles de las dos cadenas privadas, sí que se diferencia notablemente del tiempo que las dos restantes, la segunda y Telemadrid, dedican a los niños, pues son las dos que menos dedican a este público concreto.

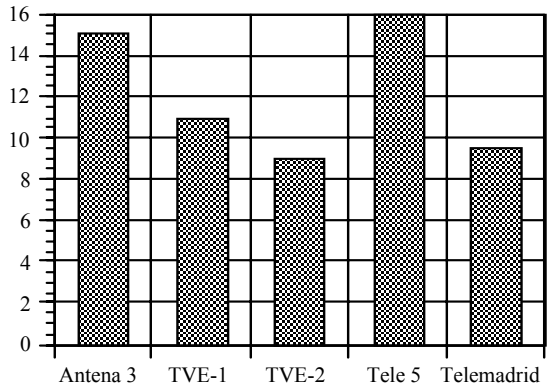
Los niños de los noventa, pues, pueden ver una media de uno de cada diez espacios que se programan por cualquier canal y a cualquier hora. Pero lo que realmente interesa no es tanto cuántos espacios ven sino sobre todo cuanto tiempo dedican o pueden dedicar a ver la tele. Y en este sentido se puede decir que la oferta es muy superior al tiempo que los niños deberían de dedicar al ocio pasivo. Y es que se programan nada menos que una media de tres horas diarias por cada canal, dos horas en Telemadrid y la segunda cadena, dos horas y media en la primera, y tres horas y media al día de programación infantil ofrecido por cada cadena privada.

Aunque la mayoría de la programación infantil de las cadenas se concentra en unas horas muy concretas del día (previo y posterior al horario escolar) por lo que la programación de unas y otras cadenas coinciden en el tiempo y los niños tienen obligatoriamente que elegir entre un canal, lo cierto es que disponen de a lo sumo tres horas al día para ver la televisión, y

eso contando que sólo se pongan delante de la pantalla cuando expresamente se dirigen a ellos.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

Gráfico 57
Programación infantil en cada cadena



9.5.2. Objetivos sociales del medio televisivo

La televisión es, se quiera o no se quiera, un medio de entretenimiento. Lo ha sido siempre y lo es también ahora. Además, actualmente, el entretenimiento supone más de 6 de cada diez espacios que se programan y más de las tres cuartas partes del tiempo televisivo global. Supone, pues, no sólo el fin más perseguido, sino el único objetivo que se proponen la mayoría de los espacios que se programan.

Si bien en todas las cadenas es el fin lúdico el predominante, no en todas se programa con igual proporción. En lo que respecta a espacios que se programan, que siempre en tiempo de emisión es mucho mayor, las cadenas que más programan son las privadas, destacando Tele 5 sobre Antena 3. En ambos casos la relación con respecto al total de lo que se programa llega a ser de siete de cada diez (casi ocho en Tele 5); mientras que en las públicas la relación es de seis espacios de cada diez e incluso TVE-2 menos de esa relación.

En cuanto al tiempo de emisión, se puede decir que si la televisión emite 24 horas como actualmente hace prácticamente por cada canal, 18 horas y media al día son de entretenimiento, obviamente por cada canal. Pero realmente no es así en todos, existen diferencias, mínimas, pero que en televisión se concretan en horas diferenciales. Las privadas dedican 21 horas al día, pocos minutos más incluso en Tele 5, a este fin lúdico. Mientras, lo

que ofrecen las públicas también varía, pero en todo caso es mucho menor: la primera 18 horas diarias, Telemadrid 17 y la segunda cadena, que es la que menos entretenimiento programa en la actualidad, dedica 15 de sus 24 horas a este fin.

La segunda función que se asigna a la televisión actual es la de informar a su audiencia. Más de dos espacios, concretamente dos y medio de cada diez son informativos. Pero no todas las cadenas programan igual. La primera cadena estatal y la autonómica madrileña llegan a programar tres de cada diez dedicados expresamente a informar a su audiencia. Las otras cadenas sólo programan dos de cada diez, siendo la segunda cadena y sobre todo Tele 5 las menos informativas de entre la oferta actual.

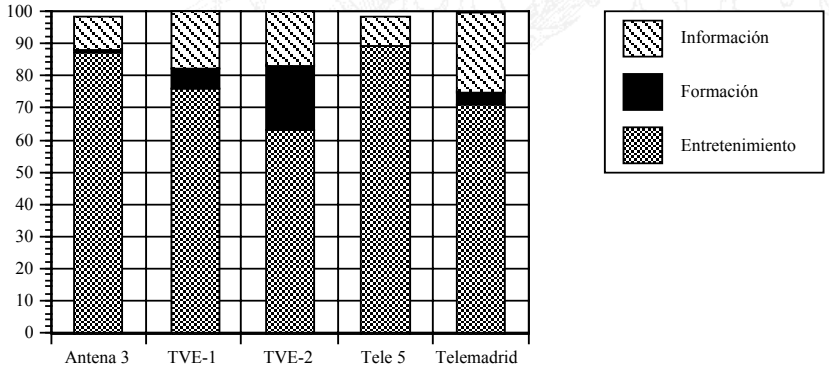
Sin embargo, no sucede lo mismo cuando se contempla el tiempo de emisión, dado que no todas las cadenas programan los informativos con duraciones similares. Y es que Telemadrid destaca también sobre la primera cadena en tiempo dedicado a informar. Cinco horas y media al día de tiempo informativo, frente a poco más de cuatro horas que dedica TVE-1. Telemadrid, por tanto, programa sus informativos con más duración que la otra cadena pública. También La segunda cadena programa los informativos con más tiempo de duración. Porque si bien no programaba en relación con las otras cadenas muchos espacios informativos, sí sin embargo adopta el comportamiento de las cadenas públicas en lo que a tiempo de emisión se refiere, programando cuatro horas de las 24 que emite. Las dos privadas son las que menos tiempo dedican a la función informativa: dos horas al día de veinticuatro que emiten.

La formación tiene en la televisión de los noventa una presencia más bien simbólica, que no llega ni a proponerse en uno de cada diez espacios ofrecidos por todas las cadenas. Pero este objetivo no se establece igual en las cinco cadenas que emiten en la actualidad. Las que menos programan espacios formativos son precisamente las privadas, destacando también aquí Tele 5 por su ínfima programación de formación que llega a unos niveles superables incluso por los espacios cuyo objetivo explícito es la venta de bienes de consumo. En ambas cadenas privadas no se dedica nada de tiempo al día a este objetivo comunicativo, y a la semana puede ser una hora en Tele 5, dos horas en Antena 3 dedicado a la formación que a pesar de ser mínimo el tiempo dedicado se le suele ubicar en horario nada preferenciales de la

madrugada o de las mañanas de los días cotidianos. Sin embargo, las públicas, todas las públicas, dedican una parte del tiempo de emisión diario a programar este tipo de espacios formativos, destacando positivamente la segunda cadena estatal. En este canal, más de dos espacios de cada diez tienen este fin social, cuatro horas y media diarias de su tiempo de emisión; mientras la primera dedica hora y media y Telemadrid escasamente una hora diaria.

La oferta televisiva actual distingue claramente las programaciones de las cadenas según su fin social, en función básicamente de la naturaleza del operador. *Los privados destacan por su función lúdica y el menosprecio de las funciones informativas y sobre todo formativas del medio. Las públicas a pesar de ser sobre todo medios de entretenimiento, programan también para fomentar la información y formación de la audiencia, destacando Telemadrid por su alto valor informativo y la segunda cadena estatal por su inquietud de fomentar cierta formación entre su audiencia.*

Gráfico 58
Programación lúdica, formativa e informativa en la oferta televisiva actual



9.5.3. Los contenidos transmitidos

En la oferta temática actual, lo que más se ofrece es ficción. Cuatro de cada diez espacios que se programan, más incluso, tratan el mundo inventado. Sin embargo, también de manera notoria se trata el mundo real. Tres de cada diez tocan este tema. Las variedades o en general la temática diversa ocupa también otro gran referente de la televisión de los noventa. Casi dos espacios de cada diez que se programan por cualquier canal tratan la diversidad como contenido específico. El espacio que resta es más

probable que sea un espacio deportivo que musical, puesto que lo taurino o lo religioso apenas se trata de forma específica por los espacios que se programan en la actualidad.

El tiempo de emisión que se dedica a cada referente aporta la misma distribución. Si la televisión emite 24 horas al día, por cinco canales, doce horas son para tratar el mundo ficticio, cinco la realidad, otras cinco la variedad, hora y media específicamente hablando de deportes y media hora escasa de música. Esta proporción es la media de lo que debería ofrecer cada canal si la oferta fuera homogénea. Pero como no lo es, y cada programación trata con más o menos profusión unos u otros contenidos, cada cadena programa en sus 24 horas de emisión proporciones distintas:

En general los privados programan más ficción y variedades y los públicos más espacios de referente real, y más deportivos. Aunque también esta relación admite matices. Telemadrid adopta el comportamiento de los privados en lo que a programación de ficción se refiere, aunque no llega a los mismos niveles de ellos. Doce de veinticuatro horas son de ficción en esta cadena autonómica, mientras que en las privadas se programan catorce horas, más minutos incluso en Antena 3. Sin embargo, se aleja de lo que programan las otras cadenas públicas, las estatales, pues ambas programan muchas menos horas diarias a la ficción, concretamente diez horas la primera y 8 la segunda.

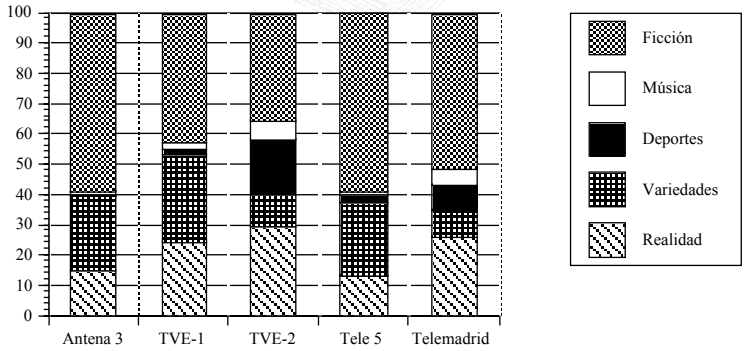
Sin embargo, la primera cadena estatal se comporta como los privados pero sólo en lo que a programación de variedades se refiere, llegando incluso a superar la programación de variedades de los privados en lo que a tiempo de emisión se refiere. La primera programa siete horas de esta temática variada, mientras que los privados programan seis horas diarias. Los canales que se decantan por una menos variada programación son la segunda cadena, con dos horas y media diarias y sobre todo Telemadrid, con dos horas escasas dedicadas a las variedades.

Sí sin embargo existe una clara diferencia según la naturaleza de la cadena en lo que a programación sobre el mundo circundante se refiere. Sólo tres horas diarias dedican las cadenas privadas a hablar de lo que pasa realmente en el mundo, mientras que las públicas dedican seis horas o más a contar la actualidad. Es de destacar que dentro de la oferta pública es la segunda cadena junto con Telemadrid quienes ofrecen más tiempo televisivo

a tratar la realidad. Incluso también la realidad deportiva. Aunque en este último contenido destaca sobre todo la segunda cadena con una programación casi se podría decir como especializada en este contenido ya que dedica diariamente más de cuatro horas diarias, también Telemadrid programa con diferencia del resto de las cadenas un tiempo de su emisión a tratar los deportes: dos horas cada día mientras que en el resto de las cadenas la programación deportiva no admite la regularidad diaria.

Así pues, *la oferta temática de la televisión actual también discrimina lo que se ofrece por cada canal adoptando lógicas de programación según la titularidad del operador. Sin embargo, sólo el segundo canal estatal opera con total consecuencia de la lógica que guía la titularidad pública, pues se somete a una programación con altas dosis de realidad y deportes en detrimento de la ficción y las variedades, justo lo contrario de lo que se ofrece desde la titularidad privada. La primera, por su alta programación de variedades, y la autonómica, por su mayor programación de ficción, homogeneizan su oferta temática de estos contenidos con lo que proponen con los canales privados.*

Gráfico 59
Oferta temática actual, diferenciada por canales



9.5.4. Realización televisiva en los noventa

La realización televisiva en los noventa no varía notoriamente de la realización televisiva de otras épocas. También ahora el formato más utilizado para la realización de los espacios es el busto parlante, que se utiliza en tres de cada cien casos. El formato seriado también se utiliza ahora en proporciones considerables. Dos de cada diez espacios televisivos actuales son series. En menor medida también se programa en formato cinematográfico, frente a otras épocas en las que no se utilizaba tanto. Actualmente, uno o incluso más de los espacios que se programan por cualquier canal corresponde a una película trasladada a la pequeña pantalla. También ha crecido considerablemente el formato espectacular. Otro de cada diez espacios es un espectáculo televisivo. Sin embargo se mantiene relativamente estable la utilización del formato tipo magazine, aunque ahora son menos magazine y más contenedores. Sigue siendo el formato con el que se realiza uno de cada diez de los espacios que se programan. Los otros dos que restan es más probable que se realicen en directo o en animación que con formato documental o dialógicos, dos formatos que actualmente se utilizan más bien poco. El formato teatral no se utiliza en la televisión actual.

Esta realización televisiva de los espacios varía considerablemente si se tiene en cuenta el tiempo que cada formato está en antena. Porque es el cine el formato que actualmente más tiempo ocupa de emisión. Concretamente seis horas diarias de cada canal están realizadas con este formato. Las series también ocupan un tiempo diario considerable, nada menos que cinco horas diarias de espacios seriados. Estos dos formatos enlatados ocupan mucho más tiempo que el formato más utilizado para realizar los espacios, el busto parlante. Solo cuatro horas de emisión diaria está presentada por el busto parlante. Obviamente porque estos espacios se suelen programar con menor duración que los anteriores y, consecuentemente, ocupan menos de lo que ofrece la televisión. Los “magazine” o cualquier otro espacio basado en el presentador de la diversidad también tiene su presencia diaria, tres horas y media por cada canal. Los espectáculos también han ganado cuota de pantalla y diariamente se programan dos horas dedicadas al más puro estilo espectacular televisivo. La retransmisión en directo, si bien no se utiliza mucho para la realización de los espacios de televisión, sí sin embargo tienen una presencia considerable, dado que se les suele programar con

bastante duración. Hora y media diaria que corresponde con lo dicho anteriormente: un espacio en directo retransmitido por cada cadena. El resto del tiempo, apenas dos horas, se reparte entre los formatos restantes, animación, documentales o formatos dialogados.

Ahora bien, aunque el perfil de la realización de la totalidad de la oferta muestre unas características poco diferenciales, no así la oferta distinguida según el canal. Cada cadena se especializa y tiene una manera determinada de hacer televisión, utilizando más el recurso de unos formatos concretos y no otros.

Es el caso de Tele 5, que aunque programe con todos los formatos, como todas las demás cadenas, destaca su alta proporción de espectáculos, siendo la cadena que más los programa. En menor proporción, pero también destacando, utiliza las series, cine y en menor medida el recurso al directo. Esta cadena apenas programa espacios dialógicos y documentales.

Antena 3 por su parte, es la cadena de entre todas las demás que más series y más cine programa, destacando el poco uso del directo, de los documentales y de la animación en televisión. Aunque también programa espectáculos, no lo hace con la misma frecuencia que la otra cadena privada. Antena 3 se decanta más por espacios que se realizan con un presentador de la diversidad.

Las públicas también se discriminan entre sí. La primera cadena destaca por la menor utilización del espacio cinematográfico pues es la cadena que menos cine programa. Escasean también en esta cadena la animación y los espacios dialógicos. Por el contrario, es relevante en la cadena más veterana la utilización actual del formato espectacular y en menor medida del presentador de diversos.

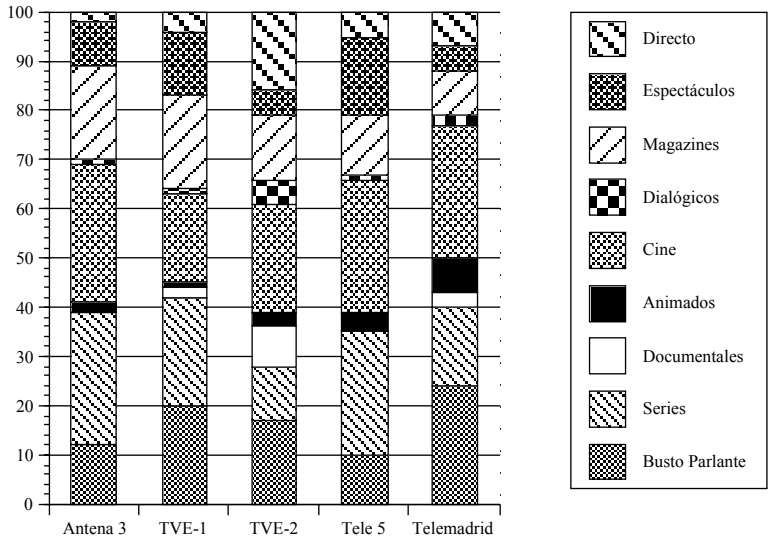
TVE-2 es una cadena diferencial de todas las demás. Porque es la que destaca y notoriamente además, en la utilización del directo, de los espacios dialógicos y del formato documental mientras que es la cadena que menos series programa en su parrilla televisiva.

Telemadrid, finalmente, destaca en la programación de animados siendo la cadena que actualmente más espacios animados programa. También destaca en la cantidad de espacios cinematográficos que ofrece,

aunque no llegue al nivel de Antena 3. Aunque esta cadena no programe la cantidad de espacios con formato de busto parlante que la primera cadena, el busto parlante de la autonómica es el que más tiempo está en pantalla. Es la cadena que menos espectáculos televisivos programa.

Así pues, en la realización televisiva actual se ofrece, por un lado, un tipo de programación que se basa en los formatos cinematográficos y seriados y en menor medida en los espectáculos y "magazine". Esta lógica es seguida por los canales privados, dentro de los cuales también se decantan por un tipo de programación basada en los formatos enlatados, Antena 3; o por los formatos de estudio, Tele 5. Por otro lado, existe otra manera de hacer televisión basándose en formatos de busto parlante con intercalación de reportajes, recurso al directo, la utilización del documental y los espacios dialógicos que correspondería a un perfil de un modo de hacer televisión desde lo público. Este perfil caracteriza la programación únicamente de la segunda cadena estatal. Porque la primera con sus altas dosis de espectáculos y la autonómica con la programación de enlatados, cinematográficos y series, se alejan de eta pauta al confeccionar su parrilla de programación.

Gráfico 60
Utilización de los distintos formatos televisivos en el tiempo de emisión que emite cada cadena



9.6. Estructuras de programación en la oferta televisiva española

Finaliza esta parte de resultados haciendo un breve balance de los datos aportados en éste y en los anteriores capítulos.

La televisión en España se ha caracterizado por guiarse por una doble lógica político-económica. Esta lógica se manifiesta desde los comienzos del medio hasta la actualidad. La televisión nace en un régimen político dictatorial, nace por tanto bajo un control estrecho y personal desde el poder. Pero también nace, aunque pudiera resultar paradójico, con un componente comercial ineludible. La televisión en España pronto adoptó el fenómeno publicitario como forma de financiación privilegiada, sometiéndose a sus imposiciones o sus exigencias. Estas características del sistema televisivo condicionan de cierta manera la programación que ofrece el medio a su audiencia.

El sometimiento a las exigencias publicitarias bien puede explicar que ya en sus primeros años y frente a la práctica televisiva del entorno europeo, la televisión española se caracterice por el *protagonismo otorgado al entretenimiento* en su programación. Si emite poco tiempo, la mitad de ese tiempo es para entretener a la audiencia. La adopción de esta pauta en su manera de programar es una de las características del sistema televisivo español, una lógica que ha funcionado y funciona a la hora de establecer qué y cómo se programa. Porque efectivamente, el componente lúdico no solo se ha programado más sino también en tiempos privilegiados de emisión. En los primeros años, si bien no había muchas horas de emisión y por tanto capacidad de elección a la hora de ubicar los espacios televisivos, sí que existía una discriminación en la parrilla semanal. Los fines de semana, teóricamente más privilegiados puesto que es cuando el público potencial tiene más tiempo libre para ver televisión, son los que absorben más entretenimiento. Sin embargo, a pesar del peso del entretenimiento, también la información y sobre todo la formación tienen un lugar en las primeras emisiones de la televisión de este país. La ideología paternalista del régimen para con sus ciudadanos, esta vez públicos, se traduce en una programación que no desprecia la formación televisivamente mediada. La educación, nuevos idiomas, nuevos saberes, los valores religiosos o morales propios del régimen encuentran en la televisión un medio idóneo para su difusión social.

Y la información, más bien propagación de los acontecimientos novedosos, de la política desarrollista del régimen y de lo que pasa detrás de unas fronteras cada vez más abiertas también ocupan un lugar en la programación de los primeros años.

De esta manera, las primeras emisiones tienen una duración escasa pero con una composición rígida: un espacio informativo diario, un espacio formativo también, a veces dos incluso, y el resto asignado al entretenimiento televisivo. Estos espacios se sitúan en horas fijas y días también fijos, por lo que cabe hablar de una estructura horizontal (a determinadas horas cambian los espacios) y también vertical (cada día cambian los espacios). Estas estructuras tienen una cadencia semanal, cambiando cada día de la semana el tipo de espacio lúdico (teatro, series, variedades, cine), informativo (general, documental, taurino o deportivo), y formativo (magazines educativos, documentales o espacios religiosos).

Esta estructura de programación, por su redundancia, será la típica de la televisión en España, no sólo en estos primeros momentos por el primer canal, sino que se mantiene durante años en esa cadena y se repite al aparecer el segundo en 1966. Aunque esta nueva cadena se rige por un criterio diferencial, según sean los días laborables (menos tiempo de emisión y casi exclusivamente dedicado a espacios informativos y sobre todo formativos) y los fines de semana, con mayor tiempo de emisión y mayor protagonismo de la oferta lúdica en cualquiera de sus variantes. Es por ello que ambas propuestas de emisión no son alternativas ni diferenciales, sino que son dos expresiones igualmente configuradas de cierta política comunicativa que considera al medio televisivo una naciente industria de la que no sólo se pueden obtener beneficios económicos, que cada vez crecen más, sino también y sobre todo beneficios políticos al ser un medio indiscutible de propagación de la ideología del régimen.

La estructura de programación no varía substancialmente con el cambio de régimen, habría que hablar mejor de una adecuación de la oferta televisiva en un tiempo en el que la información de lo que pasaba alrededor era más demandado para comunicar por televisión. La lógica política, esta vez alejada del poder dictatorial, gana terreno a la lógica comercial. Sin embargo, el entretenimiento no deja de perder el protagonismo que adoptó en sus comienzos, dado que hay que garantizar una audiencia fiel a la

emisión de espacios publicitarios. En ambas ofertas, de la primera y de La 2, si bien no dejan de programarse otros espacios, excepto los religiosos, se equilibran las funciones formativas, en cualquiera de sus variantes, e informativas, estas últimas con el recurso casi exclusivo a un "busto" siempre mediador que garantice cierto control político y comunicativo del telespectador en plena transición.

Transcurridos los primeros veinticinco años de la inauguración de la televisión en España se rompe el monopolio estatal de la radiodifusión con la apertura de otros canales de ámbito autonómico. Aunque se sigue en el nivel de lo público, con ello se introduce ya un cierto grado de competencia por cuanto que aparecen unas programaciones alternativas para el público, y un mercado también alternativo para el pastel publicitario. Esta competencia modifica la estructura programática de los dos canales estatales en estos años. *Se incrementan los espacios lúdicos* en ambos canales, pero con una *lógica de reparto complementario*, caracterizados en el primer canal por la mayor programación de series y variedades y en el segundo por la programación de más cine y retransmisiones deportivas. Además, y dado que se amplía el horario de emisión en ambos canales, estos espacios serán *redistribuidos a medida que se añaden nuevas horas* en los que colocarles, *ubicándolos en tiempos preferenciales*, sobre todo fines de semana y especialmente durante las tardes y noches. Los espacios informativos aumentan por el incremento de la oferta, pero no en el conjunto de la programación. Siguen limitados a ser los espacios tradicionales de siempre, Telediarios, aunque aumentan sus ediciones. Se da un impulso a la información regional y a la deportiva, la primera en TVE-1, la segunda en TVE-2, manteniendo una lógica también *complementaria* en la información de parcelas específicas de la realidad. No menos *complementaria es la programación de los formativos*, pues se concentran ya sobre todo en la segunda cadena. También se ven afectados por la redistribución horaria, aunque más bien perjudicados por cuanto se les sitúa en los horarios matutinos que son, precisamente, los no preferenciales en términos de audiencia.

Esta configuración de la programación de los canales estatales ante la entrada de la competencia se mantiene básicamente cuando a la competencia entre lo público se añade también la competencia de los privados. Se acentúan las tendencias de incremento de la función lúdica, redistribución

horaria de todos los espacios ante el crecimiento en los tiempos de emisión, redistribución que beneficia a los espacios de entretenimiento en prejuicio de los formativos e informativos; también una tendencia que diferencia los canales estatales, complementando una oferta generalista en la primera con una oferta especializada en deportes y formación en La 2. Una programación en la que los beneficios económicos, ya compartidos, de la publicidad y de la audiencia hace incrementar los espacios lúdicos de éxito asegurado: series, películas de cine, espectáculos baratos y retransmisiones deportivas, productos al fin y al cabo con los que se pueden identificar la mayor cantidad de público potencial.

Por su parte, los nuevos canales que se incorporan a la oferta televisiva no distan mucho, en lo que a programación se refiere, de la configuración que ofrecen las cadenas existentes. Una estructura que tiende a la sucesión de la emisión que concede especial protagonismo a los espacios lúdicos, manteniendo una relación entre los espacios televisivos y los tiempos de programación parecida: a todas horas lo que más se programa es un tiempo para la evasión de la realidad.

Aun así se puede identificar un modelo de programación actual que intenta equilibrar una tendencia competitiva que implica la homogeneización de la oferta por todos los canales, con una tendencia hacia la especialización, que intenta singularizar cada cadena con un perfil de programación diferenciado de las demás.

De este modo, en todas las cadenas es prioritario el uso lúdico del medio, dejando las labores informativas y formativas en segundo lugar. Sin embargo, existen diferencias entre la oferta pública y la privada. Desde lo público se programa más información sobre el acontecer sociopolítico, concretamente en TVE-1 y Telemadrid; o la actividad deportiva, en este caso La 2 y Telemadrid. También desde lo público se programa formación, especialmente a través de La 2.

Sin embargo, lo informativo en las privadas tiene un carácter minoritario que pasa a ser muy residual en lo formativo.

Aun programando menos entretenimiento, las públicas intentan competir con las emisoras privadas. En lo que a ficción se refiere, que ahora se limita a espacios seriados y cinematográficos, es Telemadrid la que

compite con respecto a Antena 3, cuya programación es básicamente toda de ficción. Y la primera cadena estatal compite con una programación basada en variedades y sobre todo espectáculos, espacios que son característicos de la programación de Tele 5.

Pero además, la preeminencia de lo lúdico se manifiesta también por la búsqueda de nuevas fórmulas a las ya tradicionales con las que se pueda entretener a la audiencia, ganándosela a la competencia en las horas en las que existe mayor probabilidad de que se encuentren delante de la pantalla. Las polémicas de los "reality show", "talk show", debates o retransmisiones futbolísticas evidencian la lucha cotidiana por conseguir un índice superior, un punto más que en horario de máxima audiencia se puede traducir en un millón más de españoles sintonizando su canal.

De todo ello se deduce que la televisión en España no ha experimentado cambios substanciales tampoco en lo que a programación se refiere, en los cuarenta años de existencia. La televisión es televisión ahora y siempre, un medio de entretener a la audiencia. Este uso preferencialmente lúdico no es solamente adjudicable a la presión comercial que impone la publicidad como medio principal de financiación. La publicidad lo único que busca es audiencia. Y una mayor audiencia no se consigue solamente programando entretenimiento. La idea de que las televisiones programan lo que quiere su público y éste solo quiere un tiempo entretenido, no se corresponde efectivamente con la realidad. Sobre todo cuando no hay más que una cadena, o cuando la televisión es un servicio público. Además, la audiencia no es un número ni un producto que se venda, la audiencia son cuarenta millones de españoles y cada uno tiene la suficiente autonomía como para decidir qué es para ellos la televisión y qué no.

Sea por lo que fuere, lo cierto es que la televisión en este país ha funcionado con esta lógica de ser sobre todo un medio de entretenimiento. En ello coinciden las diversas políticas comunicativas de gobiernos de diversa índole, coinciden las políticas concretas de los directores generales que se han sucedido, coinciden todas las políticas programáticas de cadenas de diferente naturaleza, públicas o privadas, que emiten para comunidades territoriales específicas o a nivel nacional.

El único cambio que se ha sucedido en los cuarenta años de historia es que ahora se programa más, por más cadenas y con más tiempo de emisión

por cada una. Que ahora, lógicamente, se programa más entretenimiento. Pero no sólo por haber aumentado el tiempo en el que puede ser ubicado, sino que además crece en detrimento de otros espacios, los informativos y los formativos, de obligada inclusión los primeros y de forma ocasional los segundos. Que ahora a todas horas se programa entretenimiento, ahora porque antes no había más horas de emisión. Y que ahora el entretenimiento se concreta en espacios distintos. Si bien siempre cuando se trata de entretener a la audiencia las series o las variedades son las formas típicas que ha utilizado la televisión a lo largo de su historia, ahora se programan más espacios cinematográficos, espectáculos televisivos, retransmisiones en directo de acontecimientos deportivos y nuevas fórmulas de espacios lúdicos. Se abandona el teatro y cambian la forma de las variedades, ahora más cercanas a un espacio contenedor que a un "magazine" al uso. En definitiva, tantas horas de entretenimiento hay que llenarlas con algo que, a poder ser, garantice un equilibrio entre el coste, cuanto más barato mejor, y los resultados, cuanta más audiencia, mejor. La programación queda reducida, pues, a un mero problema contable, donde la política comunicativa, la profesionalidad del programador, la autonomía de la audiencia, incluso las programaciones alternativas son sólo adornos de un problema mucho más simple, consistente en resolver cómo llenar un tiempo de la forma más rentable posible, y rentable sólo en términos económicos, porque a menudo se olvida que la materia prima de esta industria es, ni más ni menos, que la cultura.

CAPÍTULO 10

CONCLUSIONES DE LA TESIS

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

Esta tesis se plantea como objeto de estudio los primeros cuarenta años de programación televisiva en España. Para ello se parte de una concepción de programación como una actividad productiva del medio televisivo destinada a organizar los productos comunicativos de los que se dispone en el tiempo de emisión de cada cadena. Esta organización implica la adopción de ciertos criterios que determinan una manera de programar frente a otras alternativas. Del estudio de lo que ha sido programado en este dilatado período de tiempo se pueden desvelar las lógicas que resultan de la aplicación de esos criterios que se manejan en la confección de la oferta televisiva.

Ese estudio es posible gracias a una metodología que recurre a un vaciado de las parrillas de programación del medio. Este trabajo se basa fundamentalmente en un análisis estadístico de algunos de los factores temporales, formales y de contenido que intervienen en la programación televisiva, a partir de una muestra representativa de lo programado a lo largo de las cuatro décadas que se investigaron.

Los datos del estudio permiten describir cómo fueron, cómo son y cómo han evolucionado históricamente algunos de los elementos que definen el modo en que el medio organiza la oferta de producción comunicativa que propone a sus audiencias. Los resultados revelan algunas pautas de programación que han caracterizado y caracterizan la actividad televisiva en España y su proceso evolutivo.

Las conclusiones que siguen son las aportaciones con las que esta tesis contribuye al conocimiento del fenómeno que se ha propuesto investigar.

En una primera aproximación al fenómeno se puede decir que la historia de la programación televisiva en España es la *historia de un proceso de ampliación de la oferta comunicativa del medio* sobre la base de la prolongación del horario de emisión y de la apertura escalonada de nuevos canales.

De la ampliación de la oferta da cuenta, en primer lugar, la evidencia de que las emisiones actuales tienen una mayor duración que las de épocas anteriores. El análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en este país refleja el incremento de la oferta comunicativa que el medio propone a su audiencia, desde las tres horas diarias de emisión de 1956 a la programación prácticamente ininterrumpida de la mayoría de las cadenas en 1996. Pero este proceso de *despliegue de la duración de la emisión hasta alcanzar las 24 horas* de programación continua ha sido distinto según las cadenas. Las últimas en aparecer alcanzan en tan solo un año lo que a TVE-2 y TVE-1 les llevó casi tres o cuatro décadas conseguir.

En segundo lugar, en el proceso de la ampliación de la oferta intervino también el hecho de la incorporación de nuevos canales. En 1956, cuando se inauguran las emisiones de televisión en este país, los escasos telespectadores de entonces sólo tenían acceso a un canal. Cuarenta años más tarde, las cadenas en antena se han multiplicado: cuatro canales de ámbito nacional, nueve canales autonómicos y un canal de acceso restringido configuran la oferta televisiva actual; ello sin contar con la proliferación de cadenas locales o los canales que se pueden recibir a través de antena parabólica.

En este proceso histórico de la ampliación de la oferta se pueden distinguir varias etapas. La primera corresponde a lo que podría denominarse como la fase de inicio de las emisiones. Esta etapa se caracteriza por la oferta de un sólo canal que incrementó la duración de sus emisiones desde las tres horas de sus comienzos hasta las casi diez horas de programación en 1964. A partir de esta fecha se inicia una segunda etapa que se caracteriza por un incremento de la oferta basado no tanto en el aumento del horario de las emisiones como en la propuesta de una programación alternativa a través de la apertura de un segundo canal. Esta fase del proceso se prolongará por un período de veinte años en el que la oferta televisiva se mantiene relativamente estable. La tercera y última fase coincide con la ruptura del monopolio estatal de la televisión a raíz de la apertura de las emisiones del primer canal autonómico (ETB-1). Esta etapa se caracteriza por un incremento de la oferta televisiva a través no sólo del rápido aumento del horario de emisión de los canales estatales, sino también por la sucesiva aparición de los canales de ámbito autonómico y más tarde

de otros de titularidad privada que tienden a cubrir en un breve lapso de tiempo el espectro de emisión continua durante las 24 horas del día.

La historia de la programación en España es también la historia de la ampliación de las posibilidades de elección que el medio fue ofreciendo al telespectador. Esta mayor elección deriva, por una parte, de la variedad de espacios que ofrece cada cadena, y por otra, de la posibilidad de elegir entre propuestas alternativas que se emiten simultáneamente.

En un principio, esta posibilidad de elección se ofrecía a través de una sola propuesta de programas diferentes distribuidos a lo largo de la franja horaria de emisión. La apertura del segundo canal supuso un salto cualitativo en la medida en que al telespectador se le brindaba la posibilidad de elegir entre programas alternativos emitidos simultáneamente. A partir de entonces, *la programación española se regirá por la articulación de ambas lógicas. Por un lado, la necesidad de secuenciar espacios distintos; y por otro, la necesidad de tomar en cuenta la secuenciación propuesta por las cadenas alternativas*.

Mientras el sistema televisivo español funcionó con una oferta basada en dos canales, la programación de ambas se rigió por un criterio de complementariedad, según el cual era raro que el telespectador se encontrase simultáneamente con dos propuestas de corte temático o de formato de realización similares. Con la ruptura del monopolio, TVE-1 y TVE-2 siguen programando en función de este criterio de complementariedad que incluso se incrementa; pero aparece otro fenómeno, la redundancia en las posibilidades de elección que se pone de manifiesto en la homogeneización de las propuestas de las distintas cadenas.

La variedad de la programación cotidiana que propone la televisión se identifica con un modelo de programación que es el que habitualmente se asimila a las televisiones calificadas de *generalistas*. Esta modalidad de televisión se caracteriza por una confección de parrillas a partir de la combinación de programas que proponen contenidos diferentes, que se realizan de distinta forma o que van dirigidos unas veces a la audiencia en general, y otras a públicos concretos. La aparición de nuevos canales no supuso en su momento un cambio en esta lógica de programación. Lo que diferencia la programación de las distintas cadenas no es la especialización temática sino *el peso que en su oferta cotidiana dan a un tipo u otro de*

programas. Ello da lugar a combinaciones que definen perfiles de programación específicos para cada cadena, que en ningún caso permiten hablar de una especialización de la misma en temáticas concretas.

Sin embargo, el siguiente paso en la evolución de la oferta televisiva tiende a basar el aumento de la variedad en la especialización temática de las cadenas. A la variedad de contenidos o de formatos inherente a la programación generalista se añade también a efectos de lo disponible para la audiencia, la programación de las cadenas especializadas ya sea en contenidos concretos, en determinados formatos o dirigidas expresamente a públicos específicos. Sin embargo, este fenómeno no supone la desaparición de la televisión generalista en España ya que aparece como complementaria a la televisión convencional, en emisiones ya sean codificadas o en abierto pero difundidas por satélite o asociadas a la tecnología de televisión digital.

La necesidad de ofrecer una agenda de productos variados conlleva, en primer lugar, a que el medio articule su oferta combinando temáticas diferentes. Ahora bien, el manejo de la variedad temática como criterio organizador de la programación ha sufrido cambios en la historia de la televisión en España. Así, en la última etapa, coincidiendo con la apertura de otros canales distintos de los estatales, tiene lugar un proceso en el que se observa la *disminución paulatina tanto de la programación de productos televisuales tomados de la realidad como de los que tratan contenidos específicos. Al mismo tiempo, aumenta la programación de propuestas temáticas cuyo contenido es más creativo, como son concretamente los productos que se basan en la ficción y las variedades. Ello conlleva una cierta reducción de la heterogeneidad temática de lo que se propone a la audiencia y hace que la reciente programación televisiva española sea una programación que, sin dejar de ser generalista, ofrece, paradójicamente, una agenda de contenidos cada vez menos variada.*

Desde los comienzos del medio y hasta la ruptura del monopolio estatal, la programación televisiva de este país solía acudir preferentemente a la realidad como fuente prioritaria de referencias para elaborar su oferta comunicativa. Con la ampliación del número de canales, los productos más programados pasan a ser los que están basados en la ficción. Aunque la referencia a la realidad nunca ha dejado de ser el recurso preferencial de los espacios de TVE-1, estos productos televisivos basados en el mundo real

dejan de ser, en las últimas décadas, los que mayor cantidad de tiempo ocupan en las emisiones de esta cadena. De este modo, actualmente no sólo en las cadenas estatales, sino también y sobre todo en las nuevas cadenas que se incorporan al sistema televisivo español, el tiempo cotidiano de emisión que se destina a programar contenidos de ficción supera el tiempo que se dedica a productos basados en otros contenidos alternativos. Esta coincidencia u homogeneidad no significa que no existan diferencias en el perfil temático de la programación que proponen las distintas cadenas. De este modo, son las privadas las que más ficción han programado. Y son, por el contrario, entre las públicas, las cadenas estatales las que menos recurren a la programación de esta clase de productos. La llegada de la competencia supuso además un cambio en la oferta estatal de ficción, que se gestiona a través de la lógica de complementariedad que caracteriza la programación de ambas cadenas.

BIBLIOTECA VIRTUAL

Al mismo tiempo, a medida que aparecen nuevos canales distintos de los estatales se observa también una marcada tendencia de incremento de la programación de espacios basados en contenidos variados. Este aumento se detecta tanto en la mayor presencia de una oferta de variedades, como en el aumento de la duración de esta modalidad de programas, que ya desde siempre se viene caracterizando por ser muy prolongada. Consecuentemente, el tiempo de emisión de la oferta de todas las cadenas que se ocupa tratando estos contenidos variados se incrementó considerablemente en los últimos años. Pese a esta homogeneización, se observa que el tiempo que diariamente destinan los canales privados y TVE-1 a espacios de variedades supera al que se dedica a programas que tratan referentes más inmediatos; pero no sucede lo mismo con TVE-2 y Telemadrid. Estas últimas son las cadenas que proponen una menor oferta de espacios de contenido variado, y ello se hace para incluir en sus parrillas una mayor programación basada en contenidos referidos a la realidad.

Con el paso del tiempo, y sobre todo en las últimas décadas, la temática televisiva se caracteriza también por programar cada vez menos espacios que se refieren a contenidos específicos, que tratan lo deportivo, lo taurino, lo musical o lo religioso. Salvo en la segunda cadena estatal que desde la aparición de nuevos canales tiene una mayor carga de programación deportiva, las otras temáticas concretas se incluyen de forma ocasional, insignificante se podría decir en el caso de la oferta privada. Ello conlleva a

una homogeneización de la oferta televisiva en la medida en que prácticamente todas las cadenas programan espacios de contenidos genéricos, persiguiendo gustos mayoritarios, acorde con la lógica de mercado inherente al principio de reparto de la audiencia. Además, esto se lleva a cabo en detrimento de la variedad temática propuesta por el medio.

Los diferentes contenidos que propone el medio pueden ser presentados en antena a través de formatos muy diversos. Sin embargo, a lo largo de estos cuarenta años ha habido cambios que afectan a la ubicación y al peso que se le adjudica a cada formato en la confección de las parrillas de programación. *También a este nivel se observa una tendencia a la homogeneización de la oferta televisiva a través de una disminución de la variedad de formatos utilizados. El presentador cobra protagonismo, y las parrillas se invaden de series y películas cinematográficas.*

De este modo se puede decir que la televisión en España durante las tres primeras décadas utiliza sobre todo el formato que se basa en busto parlante que intercala reportajes". Sin embargo, en la última década no es este formato el que más tiempo está en antena, ni en la oferta televisiva global, ni en la de ninguno de los canales por separado. A pesar de la disminución general de la utilización de este formato, existen diferencias en su uso según el operador, pues los privados lo utilizan en menor proporción que los canales públicos para la realización de sus espacios. Al mismo tiempo que disminuye el número de programas conducidos por un "busto parlante" para la realización de los espacios de estudio; aumentan los programas que recurren al presentador-estrella y aquellos con formato de espectáculo. Sin embargo, cabe también diferenciar las distintas cadenas en función del uso que se hace de estos dos últimos formatos. Porque son Telemadrid y TVE-2 las que más se caracterizan por el escaso recurso a estas modalidades tan habituales en la oferta privada. Sin embargo, TVE-1 no comparte la pauta de los otros canales públicos. La primera cadena estatal coincide con los canales privados en la programación de este tipo de espacios. Concretamente utiliza el presentador estrella de forma similar a Antena 3, que es la cadena que más programa espacios realizados de este modo; y también programa espectáculos televisivos con parecida frecuencia a lo que les programa Tele 5, cuya oferta es la que incluye más espacios de espectáculos en la actualidad.

También varía con el tiempo y sobre todo con la entrada de la competencia, los formatos en los que se ofrecen los productos enlatados. Ahora es casi exclusivo el uso de dos formatos por todas las cadenas: el seriado y el cinematográfico. Su presencia ha crecido considerablemente en los últimos años, de tal suerte que son los formatos que más tiempo ocupan del total que ofrece la televisión. Pero aunque la presencia de películas y de series televisivas invade actualmente las parrillas de todos los canales, cabe advertir que su utilización es todavía más frecuente en la oferta privada que en la pública. Sin embargo, se observa también que Telemadrid, con su programación de cine, y TVE-1 con la serialización de sus espacios, homogeneizan su oferta con la que ofrecen de esta modalidad de productos los canales privados. A medida que aumenta el recurso al cine y a las series para presentar los espacios enlatados, disminuye la utilización de otro tipo de formato. De este modo, el teatro se ha dejado de programar en su forma tradicional para ser ofrecido en formato de teleseries; el formato documental cada vez se utiliza menos, generalmente desde lo público y preferentemente en La 2. Y el formato animado sólo suele utilizarse en la programación infantil. Además, si bien la televisión en España siempre se ha caracterizado por incluir poca programación en directo para la realización de los espacios, el recurso a este formato disminuye todavía más tras la incorporación de nuevos canales. Su uso queda ahora limitado para retransmitir acontecimientos deportivos sobre todo y algunos religiosos; especialmente desde la segunda cadena estatal, porque es la que más deportes y religiosos programa.

Los espacios pueden diferenciarse también en función de la audiencia a la que explícitamente van dirigidos. A este respecto, la presencia de una *programación infantil* es la primera manifestación de la adopción de un criterio de programación que toma en cuenta la diferenciación sociológica de las audiencias. La evolución de esa programación dirigida a los menores aparece constante a lo largo de los primeros cuarenta años de emisiones televisivas en España. Su relación con respecto al resto de la programación no varía substancialmente ni con el paso del tiempo, ni de unos a otros canales, manteniendo una proporción similar a la parte que representa este segmento de población. Aun así, cabe hablar de la existencia de un proceso de cambio que afecta a este tipo de productos comunicativos especiales para los niños. En primer lugar, porque al aumentar la oferta comunicativa, la programación infantil también aumenta, ahora no sólo se programan más

espacios infantiles y por más canales, sino que lo hacen con mayor duración y, por tanto, con más tiempo de emisión. En segundo lugar, porque con la aparición de nuevos canales, la programación infantil ya se ofrece en cadenas alternativas; aunque la programación infantil estatal se programe de forma complementaria. Y en tercer lugar, porque con la entrada de la competencia, cambia la forma de secuenciar los espacios para los niños. Tradicionalmente se programaban por la tarde, actualmente también en las primeras horas de la mañana y al mediodía.

La aparición de una programación territorializada implica también una diferenciación de la oferta basada en la fragmentación de la audiencia, esta vez con criterios espaciales. La práctica de la territorialización de la oferta implica la aparición de un fenómeno peculiar en la programación: la emisión simultánea de espacios distintos por una misma cadena, una programación para determinada área geográfica frente a lo que al mismo tiempo se ofrece para otros territorios del Estado. Este fenómeno se observa en la televisión pública sólo a partir de la muerte de Franco y no pasa de ser más que una pequeña proporción de la oferta diaria de las cadenas implicadas. Sin embargo, la variedad de la oferta televisiva basada en la territorialización evolucionó posteriormente para culminar con la aparición de las emisiones regulares de los canales autonómicos que alternativamente se ofrecen.

Pero la programación de la televisión que ha funcionado hasta el momento no sólo se basa en ofrecer a la audiencia una agenda variada de productos comunicativos; sino también en ofrecerlos cuando la audiencia está en disposición de consumirlos. Es más, se puede decir que *la programación es precisamente el recurso del que dispone el medio para ajustar o adecuar su producción comunicativa a las costumbres, los hábitos y los ritmos de vida de la audiencia.*

Ciertas actividades sociales se organizan temporalmente. El trabajo, las vacaciones, el colegio o las necesidades cotidianas de comer o de dormir están sujetas a ciertas fechas, ciertos días o ciertas horas. Estas actividades condicionan el que exista una mayor o menor disponibilidad de tiempo del público para dedicarlo al consumo televisivo. De ahí que *la lógica de programación también funcione ajustando la producción comunicativa de la televisión a esos ciclos diarios, semanales y estacionales a la hora de*

organizar la agenda de productos al proponer perfiles adecuados para cada estación, cada parte de la semana o cada franja horaria.

La programación televisiva se rige por un criterio estacional dado que las parrillas se confeccionan para cada trimestre. Al cambio de estación le suele acompañar un cambio también en la programación televisiva, en consonancia con las variaciones en las costumbres de la audiencia. Sin embargo, *estos cambios la mayoría de las veces consisten en meras sustituciones de unos espacios por otros o en la reubicación de los existentes sin que ello implique necesariamente un cambio substancial en el perfil de lo que se programa*. La reprogramación estacional, por lo tanto, no establece diferenciación en la programación propuesta por ninguna de las cadenas y en ningún momento de la historia del medio, por lo que se puede decir que las combinaciones entre los distintos tipos de programas que ofrece la televisión se mantiene básicamente en las distintas épocas anuales.

No sucede lo mismo con el criterio semanal. Dado que la disponibilidad de horario de exposición al medio no es el mismo todos los días ya que en unos se trabaja y en otros no; tampoco son iguales todos los días a la hora de programar los distintos espacios que se le ofrecen al público. *Desde el primer momento y hasta la actualidad, existe una discriminación según la parte de la semana a la hora de elaborar la parrilla de programación.* En los días en los que se dispone de más tiempo libre, los fines de semana, se programaba en un principio más tiempo de emisión que los otros días; y desde siempre, más espacios de entretenimiento para llenarlo, más ficción, más cine, más programación infantil, etc. Paralelamente, los días laborables, sometidos a unas rutinas también comunicativa, es cuando se ofrece más información y una programación serializada en función del día de la semana. Existe en ese sentido una estructura vertical de la programación, que determina que a la misma hora cada día de la semana se programe habitualmente el mismo u otros espacios similares. Sin embargo, el criterio semanal de la programación en España se altera justo en el momento en el que aparecen los canales autonómicos. *El viernes, día laborable, va asumiendo un comportamiento en lo que a programación se refiere propio de los días de fin de semana.* Pero con la puesta en funcionamiento de los canales privados y la asunción de la lógica de la competencia como criterio prioritario de programación, la distinción de la programación según los diferentes días

también se ve afectada por el fenómeno de la homogeneización de la oferta al que se ha aludido. Actualmente, aunque subsisten las diferencias de programación entre los días de la semana, éstas tienden a ser cada vez menores.

También se identifica en la emisión diaria una *segmentación horaria de la programación* ofrecida por el medio. En la medida en que las costumbres cotidianas de la audiencia están sujetas a determinadas pautas horarias, la actividad de programar, tratando de adecuar la oferta televisiva con la disponibilidad de los públicos, funciona también con ese criterio. Ello implica diferenciar perfiles de programación característicos en los distintos momentos de día. A partir de entonces la oferta televisiva se articula en paquetes de espacios o programas adecuados a las demandas de la audiencia estimada para cada franja horaria. Obviamente esto es posible cuando la emisión discurre a lo largo de la jornada, por lo que la secuenciación horaria de la oferta sigue un proceso paralelo al de la ampliación del horario de emisión.

En un principio, cuando la televisión sólo emitía durante la tarde-noche, y además con una interrupción; el escaso tiempo de emisión disponible impedía o dificultaba la reiteración de los mismos espacios en una misma emisión. Se operaba entonces con una lógica de secuenciación horaria basada en la variedad y una repetición ya sea diaria o semanal del mismo tipo de espacio. A medida que se adelanta el horario de comienzo de las emisiones y se prolonga su cierre, no sólo se abre la posibilidad de distribuir a lo largo del horario de emisión los productos comunicativos ofertados al público que antes se ofrecían en unas franjas muy limitadas, sino que también se dispondrá de más tiempo de emisión con la posibilidad para programar los mismos u otros espacios similares en distintos momentos de la misma emisión, con lo que aparece un fenómeno de redundancia de contenidos o formatos que va a caracterizar desde entonces la programación televisiva de este país. A partir de ese momento se puede hablar de *diferenciación horaria de la programación. Pero además, como ese momento coincide con la aparición de otros canales, la adecuación de la oferta no sólo tomará en cuenta la disponibilidad de públicos en consonancia con sus costumbres cotidianas, sino también las preferencias de determinados públicos frente a otros. Por ello, también se puede hablar*

de una diferenciación según los canales de la programación que se ofrece en los distintos momentos del día.

La confección de parrillas según criterios diarios, semanales y estacionales ha caracterizado la actividad de programación televisiva hasta el momento, en aquellas cadenas que basan su oferta en el modelo televisivo que se ha venido llamando generalista. Sin embargo, estos criterios dejan de funcionar en aquellas otras cadenas que proponen una oferta temática especializada que emergen al amparo de las plataformas digitales. En la medida en que se reduce la variedad de contenidos o formatos, carece de sentido la diferencia en su disposición según el tiempo en el que se emiten. Además, el siguiente paso en la evolución de la programación televisiva, el modelo de televisión bajo demanda que también aparece como una propuesta más de las plataformas digitales, supone la desaparición de los actuales criterios organizadores de las parrillas, y la transformación del actual concepto de programación. En esta modalidad, la programación la mayoría de las veces se reduce a la disposición de los espacios que se ofrecen a la audiencia, dejando su secuenciación a cargo del que lo solicita. De todos modos, este modelo no implica la desaparición de la programación tal como auguran algunos autores. En primer lugar, porque este modelo convive con la televisión convencional; y en segundo lugar, porque los espacios televisivos tienen que estar disponibles para que la audiencia los demande, y esa disponibilidad implica una actividad productiva a cargo del programador.

Al mismo tiempo que se implanta en España un modelo de televisión con un marcado carácter generalista, lo hace también con una fuerte orientación recreativa. *La televisión en España ha desempeñado y desempeña una función preferentemente lúdica*, antes que informativa o formativa.

Tanto desde el punto de vista de los espacios que se han programado a lo largo de estos cuarenta años, como si se contempla el tiempo de emisión asignado a los mismos en todas y en cada una de las cadenas, generalmente se ha primado el uso lúdico del medio sobre cualquier otro uso social alternativo. Además, el medio televisivo asume esta función de instrumento de ocio no sólo por programar más cantidad de recreativos que de otro tipo de espacios, sino también por concederles más importancia. La televisión en

España siempre ha programado los espacios de entretenimiento asignándoles una mayor duración y ubicándolos en los horarios y días de máxima audiencia. Si la alta tasa de entretenimiento caracteriza la programación televisiva española desde sus comienzos, cabe añadir que se *incrementa todavía más su presencia a medida que se incorporan los canales autonómicos y los privados después.* En primer lugar porque con la ruptura del monopolio aumenta la programación lúdica en los canales estatales, pero también porque el entretenimiento es una característica definitoria de la programación de los canales que se incorporan al panorama televisivo español. Y es que, aunque la importancia de la programación lúdica caracteriza a todos los canales, son precisamente los *medios privados los que más* entretenimiento proponen a la audiencia, constituyendo ésta la base fundamental de su programación.

Consecuentemente, *el uso informativo del medio nunca fue mayoritario* a lo largo de la historia de la televisión en este país. Si bien el período de transición se caracteriza por la programación de un mayor número de espacios informativos, el tiempo de emisión que se dedica a tales espacios no sobrepasa, tampoco en estos momentos, el que se asigna a espacios de entretenimiento. Además, con la incorporación de los canales autonómicos y sobre todo privados, la programación informativa del medio *desciende* considerablemente con respecto al entretenimiento. Y ello responde no sólo a una disminución de la oferta informativa de las cadenas estatales, sino también a la escasa importancia que conceden las cadenas que aparecen a la información televisiva. Aún así, la programación informativa discrimina unas cadenas de otras, pues son precisamente las públicas, autonómicas y estatales, las que programan más información y son las privadas, por lo tanto, las que programan menos. Es más, la función informativa queda reducida a los espacios típicos de presentación de noticias, aumentando con el tiempo las ediciones pero limitados a unas horas muy concretas, aunque sirven de anclajes en torno a los cuales se ajusta el resto de la programación además de servir para otros usos (imagen de cadena, profesionalidad, etc.) que nada tienen que ver con la información.

Tampoco el uso formativo del medio ha sido *nunca un uso prioritario que se ha marcado la televisión en España, ni siquiera en los primeros años cuando primaba la formación sobre la información.* Además, con la concurrencia de los canales autonómicos y la competencia de los privados,

la programación formativa ha descendido y se repliega a horarios no preferenciales. Actualmente, la programación formativa es prácticamente inexistente en los canales privados, donde se programan más espacios de venta de productos que espacios que fomenten la educación o la cultura. Y entre los canales públicos, se concentra casi exclusivamente en *TVE-2, que es la única cadena que desde siempre ha sido y es más formativa que informativa.*

De lo expuesto anteriormente se puede deducir que la principal transformación que se ha operado *en la historia de la programación televisiva en este país no* ha sido consecuencia *del cambio de régimen sociopolítico* habido a mediados de los setenta, ni tampoco a raíz de los sucesivos cambios gubernamentales o de directores generales del ente televisivo. *El cambio a la democracia sólo supuso modificaciones en la programación que afectan a la disminución de los espacios religiosos y a la aparición de la programación regional, hechos ambos que no inciden substancialmente en la configuración de una nueva oferta televisiva.* Además, ese cambio sociopolítico implicó también un cierto incremento de la función informativa del medio, pero sólo afecta al período de transición y parece responder a una exigencia coyuntural de adecuar la oferta a lo que demandaba el público del momento.

Lo que supuso una transformación radical de la programación de la televisión española fue la ruptura del monopolio estatal con la *aparición de nuevos canales*. Y no sólo por lo que significa directamente (nuevas programaciones, incremento de la oferta y de la diversificación de lo programado). Sino que también se trastoca el modelo de programación de los canales existentes. Durante veinte y treinta años la programación no varía substancialmente. Hasta la aparición de los canales autonómicos apenas se advierten cambios en la configuración de la emisión de TVE-1 y TVE-2, y en la confección de sus programaciones. Ante el nuevo escenario, la primera se orienta hacia *una programación sociológicamente más universalista y la segunda más orientada a públicos y contenidos restringidos, manteniendo e incrementando ante la competencia la lógica de complementariedad* que caracterizó siempre la programación de ambas cadenas. Esta respuesta de las cadenas estatales *se acentúa más en los últimos años noventa*, cuando la competencia sea entre operadores públicos y privados. La programación entonces *se rige por una doble lógica que*

conduce, por un lado, a homogeneizar la oferta de las diferentes cadenas; y exige, por otro, tratar de diferenciar lo que se ofrece desde la titularidad privada y lo propio de la titularidad pública.

De todo lo dicho hasta ahora se desprende que *hay ciertos rasgos característicos de la programación televisiva en España que se mantienen inalterables a lo largo de las cuatro décadas que se han estudiado; pero existen otras características que diferencian la programación según el momento histórico de que se trate y según la cadena que la propone.*

En conclusión se puede afirmar que la programación televisiva en España que se ofrecía en abierto se caracteriza por ser una programación generalista, basando su oferta en la variedad de espacios de diferente contenido, diferente formato y discriminando en ocasiones la audiencia a la que se dirigen. Esta oferta se articuló siempre atendiendo a criterios diarios, semanales y estacionales. El análisis funcional de la programación revela que a lo largo de los primeros cuarenta años el uso que se ha hecho del medio en este país fue un uso preferentemente orientado al entretenimiento.

El paso del tiempo supuso modificaciones en la manera de programar que se expresan a través de un incremento escalonado del tiempo de emisión, y un aumento de la oferta de entretenimiento en detrimento de las programaciones informativa o formativa. También se produce una redistribución de la ubicación horaria de los espacios que se acompaña con cambios en la temática y la realización televisiva. Además, aunque hay una tendencia hacia una mayor homogeneización de lo que se propone al telespectador, existen diferencias en los perfiles de programación de las distintas cadenas: una mayor proporción de entretenimiento en los dos canales privados basada en la propuesta de altas dosis de ficción en ambos casos y de espacios de variedades en Antena 3 o de espectáculos en Tele 5. En lo concerniente a los canales públicos, sin que el entretenimiento deje de ser la base de su programación, ésta es más informativa que la de las cadenas privadas. Además respecto a la presencia de espacios formativos, ésta es una característica casi exclusiva de las ofertas de las cadenas institucionales. No obstante, estas cadenas de titularidad pública se diferencian entre sí por la presencia de una mayor proporción de ficción en Telemadrid, de espectáculos y variedades en TVE-1, o de formativos y deportivos en “La 2”.

De acuerdo con sus objetivos, este estudio se ha limitado a aportar un conocimiento de cómo ha sido y de cómo ha evolucionado la programación televisiva española desde sus comienzos hasta la actualidad. Dada la complejidad inherente al proceso de decisión implicado en la práctica cotidiana de la programación, el conocimiento de las razones que explican el por qué la programación ha resultado ser la que fue y no otra alternativa o las que justifican la reproducción y el cambio habidos en la misma, requerirían el desarrollo de nuevas investigaciones cada una de las cuales rebasaría con creces el ámbito de una sola tesis doctoral. Llegar a saber con rigor, por ejemplo, por qué la televisión del franquismo tenía una orientación más formativa que informativa; por qué a partir de un determinado momento la segunda cadena decide programar tanto deporte; por qué TVE-1 se lanza a competir con otras cadenas por la audiencia con una oferta de espectáculos, o por qué la televisión emite ininterrumpidamente cuando se sabe que durante la noche apenas hay audiencia; si se pretende ir más allá de las respuestas más o menos afortunadas que se acostumbran a ofrecer a tales cuestiones, se requeriría el planteamiento de estudios "ad hoc" que esta tesis sólo puede proponer como objetivos para posibles líneas de investigación futuras.

Si se toma en cuenta que la programación televisiva es una rutina productiva de la cadena destinada a poner a disposición de los anunciantes la audiencia que consume sus productos comunicativos que ofrece como reclamo; son estos factores por los que se puede empezar a indagar: la cadena como institución organizada, la audiencia y sus preferencias y los propios productos que se ofrecen.

Se ha repetido en numerosas ocasiones que quien realiza la tarea de programar es la cadena que emite esa programación. Ahora bien, la cadena no es una entidad abstracta, sino una institución social y comunicativa donde confluyen una serie de profesionales, entre los que se cuentan los programadores, que con ciertos condicionamientos técnicos, económicos, políticos o de otra índole llevan a cabo la tarea de organizar la producción comunicativa de la televisión. Por ello, una de las claves que contribuyen a explicar por qué se propone una determinada programación y no otra alternativa podría desvelarse ahondando en el conocimiento del propio proceso productivo a través del cual los profesionales de una cadena confeccionan la parrilla de programación. De ahí que una de las posibles

líneas de investigación para el futuro podría tomar como objeto de estudio conocer cómo se llevó a cabo esta rutina profesional de los programadores a fin de desvelar los condicionamientos con los que operaron estos profesionales. Esta investigación que toma como base la experiencia de los profesionales de la programación, requiere un planteamiento metodológico radicalmente distinto al seguido en esta tesis; para ello resultaría más conveniente el recurso a procedimientos y técnicas de obtención y análisis cualitativo de datos, como podrían ser las entrevistas en profundidad o reuniones de grupo con los profesionales que se ocuparon o que se ocupan de realizar estas tareas.

En segundo lugar, la programación televisiva es un fenómeno que suele estar asociado a la demanda o a la evolución de la demanda comunicativa de la audiencia del medio. En la medida en que la programación responda a una voluntad de adecuar la producción del medio a esa demanda, es obvio que la audiencia es otra de las claves explicativas de por qué se programa de tal o cual manera y del por qué de los cambios acaecidos. Pero la audiencia no sólo puede explicar el por qué de una programación en régimen de competencia. En la medida en que la televisión en este país introdujo la publicidad como forma privilegiada de financiación, surge la necesidad de controlar los gustos del público, práctica en la que España tiene una larga tradición pues el EGM se remonta a comienzos de los años sesenta. A medida que la audiencia pasó a ser considerada como objeto de reparto tras la aparición de nuevos canales, pero también a medida que el consumo televisivo cambiaba por la propia evolución de las preferencias de esta audiencia; la programación obviamente tuvo que adaptarse constantemente a las nuevas circunstancias. Conocer pues cómo ha respondido la audiencia a la oferta que se le proponía es fundamental para explicar la programación de nuestro sistema televisivo. Por ello, se propone también una futura línea de investigación que intente desvelar la relación entre audiencia y programación. La metodología, en este caso, podría orientarse al aprovechamiento o explotación de la gran cantidad de datos secundarios recopilados en este país a lo largo de más de tres décadas.

En tercer y último lugar, la programación está sujeta a un condicionamiento ineludible que deviene de su propia naturaleza: la oferta televisiva es una oferta de productos comunicativos que a su vez se producen y distribuyen como mercancías de una industria cultural. Un programa exige

una planificación, una realización, una promoción, un proceso de venta, un negociado, un mercado, una disponibilidad y una adecuación a la audiencia que no ser obviados. Como la oferta televisiva es variada, existen diferentes programas y ese proceso productivo al que se someten hasta aparecer en pantalla puede variar según la clase del espacio en cuestión. No es el mismo proceso el de un informativo cotidiano que la retransmisión de un partido de fútbol o la emisión de un film de gran éxito en salas comerciales. Si otra cadena pagó más por la retransmisión, si ese film se vende a un precio que la cadena no puede costear, por ejemplo, son circunstancias que pueden impedir que ese espacio concreto se programe. A este respecto, las diferentes proporciones que se han detectado en el estudio que refiere este trabajo de los distintos espacios televisivos puede deberse, en última instancia, a una circunstancia que afecta a algún elemento de ese proceso, que su precio se dispare, que haya más disponibilidad en el mercado, que ya no se "fabriquen" ese tipo de espacios o que su promoción no fue del todo efectiva y se abandonó. Por ello, se propone una línea de investigación que tenga como objeto de estudio ese proceso que afecta a los espacios anterior a su programación. Dado que ese proceso funciona y funcionó desde que apareció el medio íntimamente ligado al proceso de producción comunicativa, la entrevistas a los profesionales pueden recabar información también sobre el procedimiento de adquisición de programas. A ello se une la existencia de amplia bibliografía, de libros y revistas, incluida la producida por el propio ente televisivo estatal, que detalla el "entresijo" de los programas o los procesos de compraventa, de producción y su actividad promocional. De ahí, y dado que se habla de una diversidad de productos considerable, bastaría con elaborar un informe específico de los productos televisuales ofrecidos a lo largo de este amplio período de tiempo y los procesos habituales seguidos para que lleguen a estar delante de la pantalla.

En definitiva, lo que se proponen son posibles líneas de investigación que podrían complementar el estudio realizado en esta tesis a la luz de los datos y fenómenos que se han observado en el trabajo de investigación y también en la consulta de fuentes secundarias. Al fin y al cabo, el fenómeno no se agota en sí mismo y falta aún mucho camino para despejar el desconocimiento que se tiene del fenómeno, sobre esta práctica comunicativa que forma parte de la vida cotidiana de los españoles.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

Referencias bibliográficas

ALVAREZ, J.M. Y IVWENS, J.L.: *El futuro audiovisual en España. Las transformaciones ante el nuevo marco europeo*; Madrid, Fundesco, 1992.

AISBERG, E.: *¿La televisión? ¡Pero si es muy fácil!;* Barcelona, Marcombo, 1975.

ALVAREZ, J.M. (COORD): *La industria cinematográfica en España (1980-1991);* Madrid: Ministerio de Cultura, 1993.

ANTENA 3: *Las razones de la TV privada*; Madrid, Antena 3, 1982.

ANTONOFF, M.: "La televisión del futuro", *On-off, 12*, 1993*;* págs. 22-28.

ARIAS RUIZ, A.: *La televisión española;* Madrid, Publicaciones españolas, 1970.

ARIAS RUIZ, A. : "Hoy... televisión", *Cine-Radio televisión, 30,* 1957; págs. 65-80.

ARIAS RUIZ, A.: *La televisión española;* Madrid, Publicaciones españolas, 1965.

AVENIR. *L'Avenir de la Télévision en Europe - Radiodiffusion publique et privée en Europe.* Conseil de l'Europe, Strasbourg. 1986.

BAGET HERMS, J. M.: *18 años de TVE;* Barcelona, Diáfora, 1975.

BAGET HERMS, J. M.: *Televisión, un arte nuevo;* Madrid, Rialp, 1965.

BAGET HERMS, J. M.: *Historia de la televisión en España. 1956-1975*; Barcelona, Feed-Back, 1993.

BARDIN, L.: *Análisis de contenido*; Madrid, Akal, 1986.

BALDI, P.: "Italia: un equilibrio inestable", *Telos, 31,* 1992, págs. 109-116.

BENAVIDES, J.: *La imagen del niño en la publicidad*. En *¿Qué miras?* Valencia: Generalitat valenciana; 1993; pág. 313-332.

BENITO, A.: *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*; Madrid, Paulinas, 1991.

BERGER, P.L. Y LUCKMANN, T.: *La construcción social de la realidad;* Buenos Aires, Amorrortu, 1976.

BERGER, P.L. Y KELLNER, H: *La reinterpretación de la sociología;* Madrid, Espasa-Calpe, 1985.

BLUM, R.A. Y LINDHEIM, R.D: *Programación de las cadenas de TV en horario de máxima audiencia;* Madrid, IORTV, 1989.

BLUMLER, J.G. (ed.): *Televisión e interés público;* Barcelona, Bosch, 1993.

BUGEDA, J.: *Manual de técnicas de investigación social;* Madrid, Gráficas Espejo, 1974.

BUSTAMANTE, E.: *Los amos de la información en España;* Madrid, Akal, 1982.

BUSTAMANTE E. Y ZALLO, R.: *Las industrias culturales en España*; Madrid, Akal; 1988.

BUSTAMANTE, E. Y VILLAFAÑE, J. (ED.): *La televisión en España, mañana*; Madrid, Siglo XXI- Ente público Radiotelevisión Madrid, 1986.

BUSTAMANTE, E. (ED.): *Telecomunicaciones y audiovisual en Europa. Encuentros y divergencias;* Madrid, Fundesco, 1991.

CAMPO VIDAL, M.: *Confidencias. La televisión por dentro;* Barcelona, Muchnik, 1985.

CAÑADAS, G: *La red de difusión de RTVE;* Madrid, RTVE, 1987.

CASSIRER, M.: *La télévision et l'enseignement;* París, Unesco, 1971.

CASTAÑARES, W.: "La televisión y sus géneros, ¿una teoría imposible?" en *CIC*, 3; 1997; págs. 167-181.

CASTILLO, A.: "Programación a la parrilla", *Portatil, 10*, 1996, págs. 34-35.

CAZENEUVE, J.: *La sociedad de la ubicuidad. Comunicación y difusión*. Barcelona, Gustavo Gili, 1978.

CAZENEUVE, J.: *El hombre telespectador;* Barcelona, Gustavo Gili, 1977.

CEBRIÁN HERREROS, M.: *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica;* Madrid, Pirámide, 1978.

CEBRIÁN HERREROS, M.; *Teoría y técnica de la información audiovisual;* Madrid, Alhambra Universidad, 1988.

CEBRIÁN HERREROS, M.: *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación;* Madrid, Síntesis, 1998.

CLARK, E.: *La publicidad y su poder. Las técnicas de provocación al consumo;* Barcelona, Planeta, 1989.

CLUZEL, JEAN: *La Télévision après six réformes*. Éditions JC Lattès et Licet, Paris, 1988.

COLOMO, F.: *Televisión: la realidad como espectáculo;* Barcelona, G.Gili, 1976.

CONTRERAS, J.M.: *Vida política y televisión;* Madrid, Espasa Calpe, 1990.

CORTES, J.: "El programador, la nueva estrella de la TV", *Mensaje y medios, 6,* 1989, pág. 32.

CREMOUX, R.: *¿Televisión o prisión electrónica?;* Mexico, Fondo de cultura económica, 1974.

CRUSELLES, E. Y MELÚS, J.L.: "Nuevas perspectivas de la TV. Tv de pago, digital y de alta definición", *Mundo electrónico, 243,* 1996, págs. 22-30.

CUEVAS, A.: *Las relaciones entre el cinema y la televisión en España y otros países;* Madrid, CAM y EGEDA, 1994.

CHEEUDE, M.: "Francia: grandes cambios en una programación cosntante", *Telos, 31,* 1992, págs. 85-99.

DE AGUILERA, J.: *Dimensión y sistema de televisión educativa;* Madrid, Editora Nacional, 1975.

DE AGUILERA, J. Y VERGES, J.: *La televisión libre en la nueva democracia española;* Barcelona, Sirocco, 1980.

DE FLEUR, M.: *Teorías de la comunicación masiva;* Buenos Aires, Paidós, 1970.

DE LA CRUZ, A.: *Comunicación política y elecciones en España (1975-1991).* Madrid: U.C.M.; 1993.

DE LA MOTA, I.: *Diccionario de la comunicación*; Madrid, Paraninfo,1988.

DE MIGUEL, A.: *Manual del perfecto sociólogo;* Madrid, Esasa Calpe, 1997.

DEL RÍO, P.: *Psicología de los medios de comunicación*. Madrid: Síntesis, 1996.

DELGADO, J.M. Y GUTIERREZ, J. (COOR): *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales;* Madrid, Síntesis, 1994.

DIAZ, L.: *La televisión en España. 1949-1995;* Madrid, Alianza, 1994.

DRAGÓ, M.: "Televisión", *La Revista, El mundo,* 1996, págs. 33-40.

EHMER, H.K. Y OTROS. *Miseria de la Comunicación Visual. Elementos para una crítica e la industria de la conciencia*. Gusatavo Gili, Barcelona, 1977.

ECHEGARAY, J.: "La transmisión de las imágenes", *Teorías modernas de la física*; La Coruña, Formoso,1883.

ESTEFANÍA, J.: *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía;* México, Nueva Imagen, 1983.

FARIAS, P. Y MULTIGNER, G (EDS.): *La televisión local ante el reto del cable;* Zaragoza, Diputación Provincial de Zaragoza, 1995.

FAUS BELAU, A.: *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*; Barcelona, Ediciones internacionales universitarias, 1995.

FERNÁNDEZ, F.: "Algo más sobre los orígenes de la televisión latinoamericana", *Diálogos de la comunicación, 18,* 1987, págs. 32-51.

FERNANDEZ AREAL, M.: *La luz de prensa a debate;* Barcelona, Plaza&Janes, 1978.

FERNANDEZ BUEY, F.: *La ilusión del método;* Barcelona, Crítica, 1991.

FERNANDEZ SHAW, F.: *Relaciones internacionales y medios audiovisuales;* Madrid, Tecnos, 1985.

FERNANDEZ SHAW, F.: *La organización de la televisión iberoamericana;* México, OTI, 1975.

FEYER, C.: *Comunicación por objetivos: la publicidad;* Pamplona, EUNSA, 1986.

FLICHY, P: *Una historia de la comunicación moderna*; Barcelona, G. Gili; 1993.

FUNDESCO: *Comunicación Social/Tendencias.* Anuarios de Fundesco (1989 a 1993)

GAMALERI, G.: *La galaxia Mcluhan;* Barcelona, ATE, 1981.

GARGUREVICH, A.: *Géneros periodísticos;* Ecuador, Belén, 1982.

GARCÍA JIMÉNEZ, J.: *Teoría de los contenidos de la televisión;* Madrid, Servicio de formación de Televisión Española, 1965.

GERIN, E.: *Televisión amiga;* Barcelona, Nova Terra, 1965.

GOELIER, M.: *Funcionalismo, estructuralismo y marxismo;* Barcelona, Anagrama, 1976.

GONZALEZ CASANOVA, J.A.: *El régimen político de la televisión;* Barcelona, Síntesis, 1967.

GONZALEZ NAVARRO, F.: *Televisión pública y televisión privada*, Madrid, Civitas, 1982.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

GONZALEZ REQUENA, J.: *El análisis cinematográfico.* Madrid, Complutense, 1995.

GONZALEZ REQUENA, J.: *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Catedra, 1992.

GOROSTIAGA, E.: *La radiotelevisión en España. Aspectos jurídicos y derecho positivo.* Pamplona. Universidad de Navarra. 1976.

GRILO, JULIO MARIO.: "O grande programador". *Revista de Comunicação e Linguagens*. Lisboa, Nº 9, Mayo 1989, pp. 73-76.

GUBERN, R.: *El simio informatizado;* Madrid, Fundesco, 1988.

GUBERN, R.: *La Televisión;* Barcelona, Bruguera, 1964.

GUIDDESNS, A.: *Sociología;* Madrid, Alianza Universidad, 1992.

HABERMAS, J.: *La lógica de las ciencias sociales.* Madrid, Tecnos, 1988.

HERNANDEZ, H. E INFANTE, R.*: Análisis de información internacional y medios de difusión.* La Habana, Pueblo y Educación, 1991.

HERRERO, R. Y GARCIA SERRANO, F.: *Los procesos de producción de series argumentales.* Madrid, RTVE, 1987.

HERREROS, M.: "La contraprogramación en TV desde la óptica publicitaria", *I Jornadas sobre contraprogramación en TV,* 1994.

IBAÑEZ, J.: *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*; Madrid, Siglo XXI, 1985.

IBAÑEZ, J.: "La guerra incruenta entre cuantitativistas y cualitativistas", *Las ciencias sociales en España*; 1992

IÑIGO, J.M.: *Estudio Abierto.* Madrid, Ediciones 99, 1972.

JENSEN, K.B. Y JANKOWSKI, N.W.,: *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*; Barcelona, Bosch, 1993.

KRUEGER, R.A.: *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*, Madrid, Pirámide, 1991.

LE DIBERDER, A. Y COSTE-CERDAN, N.: *Romper las cadenas. Introducción a la post-televisión;* Barcelona, Gustavo Gili, 1990.

LIEBERT, R.; NEALE, J. Y DAVIDSON, E.: *La televisión y los niños.* Barcelona, Fontanella, 1976.

LÓPEZ, M.: "Adivina qué ponen esta noche", *Ciudadanos,1994*, págs. 12-15.

LUYKEN, G. Y SPINHOF H.: "Alemania: un panorama relativamente inestable", *Telos, 31,*1992, págs. 125-132.

MADEC, A.: *El mercado internacional de la información.* Madrid, Tecnos, 1984.

MACIA, P.: *Televisión Hora Cero*; Madrid, Erisa,1981.

MARCH, J.C.: *La generación TV.* Granada, Junta de Andalucía, 1994.

MARTÍN SERRANO, M.: *La mediación social*; Madrid, Akal, 1977.

MARTÍN SERRANO, M.: *Métodos actuales de investigación social*; Madrid., Akal, 1978.

MARTIN SERRANO, M.: *Las mujeres y la publicidad. Nosotras y vosotros según nos ve la televisión*; Madrid, Instituto de la mujer, 1995.

MARX C. : *El capital. Crítica de la Economía Política*.; Mexico, Fondo de Cultura económica, 1946.

MATELSKI, M.: *Programación diurna de televisión.* Madrid, IORTV, 1992.

MATTELART, A.: *La internacional publicitaria*; Madrid, Fundesco, 1990.

MEYROWITZ, J., "El desafío oculto de la televisión", *Medios audiovisuales, 167*, págs. 6-11.

MILLERSON, G.: *Técnicas de realización y producción en televisión.* Madrid, IORTV, 1987.

MIGUEL, J.C.: *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*; Barcelona, Bosch, 1993.

MOLES, A. Y ROHMER, E.: *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*. México, Trillas, 1983.

MORAGAS, M (ED.).: *Sociología de la comunicación de masas.* Barcelona, G. Gili, 1985.

MORAGAS, M.: *Teoría de la comunicación.* Barcelona, G. Gili, 1981.

MORLEY, D.: *Family television: cultural power and domestic leisure*; London, Comedia Publishing Group, 1986.

MUJICA, M.: *Sociología de la comunicación.* Venezuela, Universidad Central, 1980.

MUÑOZ, P.: *RTVE. La sombra del escándalo*, Madrid, España Hoy, 1990.

ORIVE, P.: *Los españoles ante los telediarios.* Madrid, AECAS, 1988.

ORIVE, P.: *Comunicología regional.* Madrid, Fragua, 1984.

PALACIO, M.: *Una historia de la televisión en España. Arqueología y modernidad.* Madrid, Consorcio para la organización de Madrid Capital Europea de la cultura, 1992.

PALACIO, M.: "La contraprogramación", *I Jornadas sobre contraprogramación en TV*, 1994.

PEREZ CALDERÓN, M.: *La Televisión, de cerca;* Barcelona, Argos Vergara, 1980.

PEREZ-TORNERO, J. M.: *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*; Barcelona, Paidós Ibérica, 1994.

PIAGET, J. Y OTROS: *Las nociones de estructura y génesis*; Argentina, Nueva Visión, 1975.

PIÑUEL, J.L.: *Cultura y comunicación política en la transición en Chile*; Chile, CEDEAL; 1990.

PIÑUEL, J.L. Y GAITÁN, J.A.: "Transferencias mediadoras de la identidad: *telefamosos* y programación televisiva", *Revista de la facultad de CCII*, 1994; págs. 13-41.

PIÑUEL, J.L. Y GAITÁN, J.A.: *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social;* Madrid, Síntesis, 1995.

PIZARROSO, A.: *La guerra de las mentiras.* Madrid, Eudema, 1991.

PIZARROSO, A.: *De la Gazeta Nueva a Canal Plus.* Madrid, Complutense, 1992.

PRADO, E.: "La televisión hoy", *I Jornadas sobre contraprogramación en TV*, 1994.

PRADO, E.: "Tendencias internacionales de programación televisiva", *Telos, 31*, 1992, págs. 66-71.

PRADO, E. Y HUERTAS, A.*: Medición de audiencias televisivas: un universo en crisis*. Madrid. Fundesco. 1992.

PRADO, E.; HUERTAS, A. Y PERONA, J.J.: "España: nuevos modelos de programación", *Telos, 31*, págs. 72-84.

PRIETO, M. Y OTROS: *Audiencia y programación*; Valencia, Ente Público RTVV, 1993.

PROPP, V.: *Morfología del cuento*, Madrid, Fundamentos, 1974.

QUADRA SALCEDO, T. Y FERNANDEZ, C.: *El servicio público de la television*; Madrid, Instituto de Estudios Administrativos, 1976.

REIG CRUEAÑES, JOSE (ED.): *Jornadas sobre el papel de la T.V. estatal en las comunidades autónomas*, Valencia, Generalitat Valenciana, 1991.

RICHERI, G.: *Los satelites de Televisión en Europa - Historia, Política y Economía.* Fundesco, Madrid, 1988.

RICHERI, G.: *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*; Barcelona, Bosch, 1994.

RICHERI, G.: *La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*; Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

RIZZA, N.: *Immagini di televisione. Strategie di orientaento del consumo televisivo*, Italia, RAI, 1986.

RODRIGUEZ MARQUEZ, I. Y MARTINEZ UCEDA, J.: *Pioneros de la televisión Española*; Barcelona, Mitre, 1992.

RODRIGUEZ MENDEZ, J.M.: *Carta abierta a televisión española.* Madrid, Ediciones 99, 1973.

ROSELLO, R..: *Cómo se hace un programa de TV.* Madrid, RTVE, 1984.

RTVE: Rtve. 1976; Madrid, RTVE, 1977.

RTVE: *RTVE. Informe. 1978*; Madrid, RTVE, 1978.

RTVE: *Anuario RTVE. Crónica de un año. 1979;* Madrid, RTVE, 1980.

RTVE: *El anuario RTVE. 1983,* Madrid, RTVE, 1984.

RTVE: *Anuario RTVE. 1984,* Madrid, RTVE, 1985.

RTVE: *Anuario. 1986,* Madrid, RTVE, 1987.

RTVE: A*nuario 1987,* Madrid, RTVE, 1988.

RTVE: *Anuario 1988,* Madrid, RTVE, 1988.

RTVE: *Anuario 1989,* Madrid, RTVE, 1989.

RTVE: *Memoria 1990,* Madrid, RTVE, 1990.

RTVE: *Memoria 1991,* Madrid, RTVE, 1991.

RTVE: *Memoria 1992,* Madrid, RTVE, 1992.

RTVE: *Memoria 1993,* Madrid, RTVE, 1993.

RTVE: *Memoria 1994,* Madrid, RTVE, 1994.

SANCHEZ TABERNERO, A.: *Concentración de la comunicación en Europa.* Barcelona, Generalitat de Cataluña, 1993.

SINOVA, J.: *La gran mentira, el tinglado de la televisión al descubierto.* Barcelona, Planeta, 1983.

SOLER, LL.: *La televisión. Una metodología para su aprendizaje*; Barcelona, Gustavo Gili, 1988.

STONE, P.: *La televisión*; Barcelona, De Gassóhnos, 1972.

TAYLOR, J.L. Y BOGDAN, R.: *Introduccion a los métodos cualitativos de investigación*; Barcelona, Paidós, 1987.

TIMOTEO, J.: *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX.* Barcelona. Ariel, 1986.

THAYER, L.: *Comunicación y sistemas de comunicación.* Barcelona, Península, 1975.

THESING, J. Y HOFHEISTER, W (ED).: *Medios de comunicación, democracia y poder.* Argentina, CIEDLA, 1995.

TORCHI, A.: "Gran Bretaña ¿hacia el fin de la televisión de calidad?", *Telos, 31*, 1992, págs. 117-124.

VAZQUEZ, J.M.: *Los dibujos animados en televisión*; Madrid, TVE, 1965.

VAZQUEZ MONTALBAN, M.: *El libro gris de la televisión española*; Madrid, Editorial 99, 1973.

VAZQUEZ MONTALBAN, M.: *Historia y comunicación social*; Barcelona, Bruguera, 1980.

VILA SAN-JUAN, J.F.: *La trastienda de TVE;* Barcelona, Plaza & Janes, 1981.

VALVUENA, F.: *Receptores y audiencias*; Madrid, Pablo del Río Ed., 1976.

VILLAFAÑE, J.; BUSTAMANTE, E. Y PRADO, E.: *Fabricar noticias*. Barcelona, Mitre, 1987.

VIZCAINO GUTIERREZ, M.: *Los falsos dilemas de nuestra televisión. Una mirada tras la pantalla*; Bogotá, Cerec, 1992.

V.V.A.A.: "La nueva perspectiva audiovisual. El reto de la TV pública regional". *IX Conferencia de Consejeros de los Organismos Autónomos de Radio y Televisión*, Madrid., Ediciones Telemadrid, 1995.

VV.AA.: *Televisión y violencia*; Madrid, TVE, 1966.

VV.AA.: *Estudios sobre televisión*; Madrid, TVE, 1967.

VV.AA.: *Financiación y publicidad de las radiotelevisiones públicas y privadas*; Valencia, Ente público RTVV, 1991.

VV.AA.: *Comunicación Social 1993. Tendencias.* Madrid, Fundesco, 1993.

VV.AA.: *El público opina sobre televisión. Dos encuestas para TVE*; Madrid, Instituto de la opinión pública y TVE, 1965.

VV.AA.: *La audiencia de televisión en España*; Madrid, Ministerio de Información y turismo, 1969.

VV.AA.: *Televisión pública, televisión privada;* Pamplona, Ediciones de la Universidad de Navarra, 1982.

VV.AA.: *La generación TV;* Granada, Escuela Andaluza de Salud Pública, 1994

VV.AA.: *I Jornadas sobre televisión autonómica*, Zaragoza, Diputación de Aragón, 1984.

VV.AA.: *Persona, cultura y familia en los medios de comunicación*; Madrid, Dossat, 1980.

VV.AA.: *La televisión europea del año 2.000. Informe del grupo de Prospectiva de la televisión europea;* Madrid, Fundesco, 1989.

VV.AA.: *¿Qué miras? Textos. Primer congreso internacional sobre infancia, juventud y comunicación audiovisual,* Valencia, Andreu López Blasco, ed., 1991.

VV.AA.: *La televisión;* Barcelona, Salvat , 1974.

VV.AA.: *Teoría de la Comunicación*. A. Corazón Editor; 1982.

WILLIAMS, R. (Ed.): *Historia de la Comunicación*; Barcelona, Bosch, 1994.

WESTPHALEN M.H. Y PIÑUEL J.L.: *La dirección de Comunicación*; El Prado, 1993.

YOUNIS, J.A.: *El aula fuera del aula. La educación invisible de la cultura audiovisual*; Las Palmas, Nogal, 1993.

ZALLO, R.: *Economía de la comunicación y la cultura*; Madrid, Akal, 1988.

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES

Colecciones de Revistas

Boletín de Información Estadística (Ministerio de Información y Turismo, Madrid)

Cine & Teleinforme (Exportfilm S.L., Madrid)

Cine-Radio Televisión (Servicio Nacional de Radiodifusión y Cine, Madrid)

Cuadernos de Documentación (IORTV, Madrid)

Cuadernos para Debate (Secretaría de Estado para la Comunicación, Madrid)

Dialogos de la Comunicación (FELAFACS, Lima)

Medios Audiovisuales

Mundo electrónico (Revista Iberoamericana, Barcelona)

Mensaje & Medios (RTVE, Madrid)

On-Off, Ciencia, Tecnología y Productos (Globus S.A., Barcelona)

Televisión y Educación (RTVE, Madrid)

Telerradio (RTVE, Madrid)

TP, Teleprograma

Telos (Fundesco)

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES