

CAPÍTULO 10

CONCLUSIONES DE LA TESIS



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 encontrara 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.