

Historia de la programación televisiva en España

POR **GLORIA GÓMEZ-ESCALONILLA**

Una investigación doctoral sobre los primeros cuarenta años de programación televisiva en España revela que el principal cambio que se ha observado en la historia de la programación española coincide con la ruptura del monopolio estatal. A raíz de la entrada de la competencia, no sólo aumenta espectacularmente la oferta televisiva, sino que también hay cambios en la funcionalidad, la temática y la realización de nuestra televisión.

Introducción

La televisión es un medio de comunicación que por su importancia e impacto social se ha constituido como uno de los pilares básicos del sistema de comunicación pública de las sociedades actuales. Esta institución mediática se caracteriza porque en su funcionamiento no sólo intervienen factores comunicativos, sino que también juegan un papel relevante aspectos políticos, económicos, tecnológicos o ideológicos. De ahí que la investigación de este fenómeno se acometa desde aspectos más bien concretos, aun cuando reproducen su inherente complejidad. Por ello, el estudio realizado se ocupa específicamente de la programación de televisión, de su historia en los cuarenta años que lleva el medio en nuestro país.

La programación televisiva, en sí misma, constituye un componente importante del complejo proceso de producción comunicativa del medio, ya que es el resultado de una actividad que sirve para ajustar la oferta comunicativa y los intereses comerciales, políticos o ideológicos del emisor, a las disponibilidades y preferencias de la audiencia. Esta actividad consiste en la ubicación de los productos comunicativos susceptibles de ser ofrecidos a las audiencias en el tiempo disponible para la emisión. Pero cuando se habla de programación también se alude al producto resultante de esa misma actividad; es decir, a lo programado para una emisión o para el paquete de emisiones previstas para determinado periodo de tiempo. En todo caso, la programación puede ser entendida como la propuesta organizada de los productos televisivos que son ofrecidos a la audiencia en un determinado momento. La inclusión o no

de ciertos productos con determinado contenido o formato, el colocarlos antes o después, a una u otra hora, tal o cual día, son rasgos que caracterizan una determinada producción comunicativa, o contraponen un modelo de sistema televisivo frente a otro, una cadena frente a las demás o una época en comparación con otras. Pero la programación no sólo define la oferta televisiva, sino que también influye decisivamente en el propio consumo de televisión, porque la audiencia tiene que someterse a los espacios y tiempos que programa el medio. Además, la programación es vital para los propios programas, las estrellas que los protagonizan, los productos que promociona, todo ello pendiente de su ubicación en el tiempo de emisión. La programación televisiva es, pues, un fenómeno importante en el quehacer cotidiano de la televisión. Pero el programador no opera ubicando aleatoriamente los materiales televisivos disponibles, sino que emplea unos criterios de decisión que pueden variar de una época a otra, de una institución a otra, dependiendo de los objetivos que en cada caso y momento se persigan. Así pues, y como consecuencia de esas decisiones, tras la secuencia de programas que se ofrece a las audiencias se esconde siempre un modelo de orden, unos patrones de programación que se copian o reproducen en unas cadenas u otras, que se repiten o varían con el paso del tiempo. Estos modelos o patrones que definen el uso comunicativo que una sociedad o una determinada institución hace del medio se pueden identificar a partir del análisis de lo programado. Y este es el objetivo al que se orientó desde sus comienzos este trabajo.

Ahora bien, la investigación no se ocupa de la programación como si fuera un fenómeno abstracto. Por el contrario, los datos que se manejan se toman del análisis de la programación televisiva española, desde que comenzaran las emisiones hasta su cuarenta aniversario. Desde 1956 que se inaugura TVE, 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 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 era la programación de esta época? ¿La instauración de la monarquía 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, aparecen en escena nuevas cadenas que acaban con un monopolio de más de 25 años de televisión estatal. Pero, ¿cómo afectó ese cambio en la programación de la oferta comunicativa del medio? Estos y otros interrogantes similares son las incógnitas de un proceso que ahora se cierra al irrumpir la televisión digital, un hito trascendental para el futuro de este medio. Por ello es importante conocer las características y los modelos de organización de la programación televisiva española y cómo han cambiando a lo largo de un periodo que comprende el desarrollo de un único modelo televisivo en este país. Sobre todo teniendo en cuenta que estos aspectos han sido escasamente abordados en los estudios de programación realizados hasta el momento, centrados en la última etapa de competencia y atendiendo la mayoría de las veces a los efectos cuantitativos de esta programación, es decir, a los índices de audiencia.

Supuestos teóricos

La programación televisiva es un fenómeno concreto, un hecho cotidiano que realiza cada

emisora de televisión al disponer los programas en su horario de emisión. Ahora bien, este hecho se puede definir de diferentes maneras y, por tanto, se puede abordar su investigación desde diferentes puntos de vista. En concreto, la investigación realizada parte de un planteamiento teórico que es deudor de paradigmas tan dispares como el estructuralismo, el funcionalismo, la dialéctica o la sistémica. Esta propuesta de análisis entiende la programación televisiva como *la actividad mediadora que organiza la oferta comunicativa del medio en cada momento*, actividad que requiere dos tareas fundamentales: en primer lugar, seleccionar los productos comunicativos que habrán de ser difundidos, y en segundo lugar, distribuirlos en el tiempo que se tiene de emisión. Partiendo de esta consideración, el análisis de la programación implica conocer *qué productos comunicativos propone el medio, cómo se secuencian para conformar las emisiones cotidianas y cómo cambian esas formas de programar a lo largo del tiempo*.

Ahora bien, el modelo televisivo generalista implica que el repertorio de espacios televisivos es variado. Esta variedad permite hablar de diferentes clases de programas, pero también de la problemática de su diferenciación. Y es que no existe una taxonomía estandarizada de programas que haya sido universalmente aceptada. Por ello, esta investigación ha recurrido a una tipología de espacios especialmente diseñada al efecto. Esta taxonomía de productos comunicativos toma en cuenta cuatro criterios a la hora de analizar cada espacio televisivo: el contenido que vehicula (realidad, ficción, variedad ...); el público al que van dirigidos; el formato en que se presentan (directo, en estudio o enlatados), y el objetivo que persiguen (formar, informar o entretener). La pertinencia de esta catalogación estriba en que no se opera con un criterio excluyente a la hora de adscribir los espacios programados en una categoría u otra, sino que, consecuente con los planteamientos estructuralistas, todos los espacios se definen y se diferencian en razón de la combinación de estos cuatro criterios de clasificación.

La elección de un tipo u otro de programa, así como la adscripción de éstos a determinados momentos de la emisión no se lleva a cabo, como es obvio, de manera aleatoria, sino que responden al empleo de ciertas lógicas mediacionales que regulan 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 o momento del día. Ello es así porque la programación es precisamente el mecanismo que adecúa lo que puede ser emitido (oferta comunicativa) a la audiencia a la que va destinada, tratando de ajustar los variados intereses del emisor, comerciales, políticos, económicos o ideológicos, a las costumbres, hábitos o gustos del espectador. Esta convergencia de factores de diversa índole hace que la práctica de la programación televisiva no pueda ser explicada sólo en razón de una lógica estrictamente comunicativa. Los factores que explicarían, por tanto, el porqué de una determinada programación son de naturaleza muy diversa.

Factores causales

a) En primer lugar hay que considerar la época en la 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 las que esa programación tiene lugar es una necesidad para contextualizarla. Además, la programación de una cadena en cuanto que es

oferta de contenidos, puede verse condicionada por las características socio-políticas del momento en el que esa cadena opera.

b) La programación no sólo tiene una dimensión histórica sino también una naturaleza cronológica. 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. Ese tiempo cronológico es, para la programación, un tiempo sociocronológico, en la medida en que el reloj e incluso el calendario están sociológicamente valorados por su correspondencia en audiencia potencial.

c) También hay que partir de la base de que quien organiza la oferta de productos es la propia *cadena de televisión*. Por ello, hay que tomar en cuenta la titularidad, las características o el modelo televisivo que adopta el canal que programa y, cuando existe más de una cadena, el 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: el *coste del programa, su disponibilidad en el mercado* (Le Diberder, 1990), o sus características como producto comunicativo (audiencia, minutaje, identificación con la cadena, contenido, personajes, etc.).

e) En la medida en que la programación opera con lógicas que tratan 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 esos hábitos o preferencias para el programador que confecciona la parrilla de programación. La última consecuencia de la consideración de estos fenómenos hace que la práctica actual y habitual sea la de elaborar la parrilla con los resultados de los audímetros.

f) Otro elemento que en modelos televisivos como el nuestro 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.).

De manera menos directa, existen otros factores que influyen en la programación: peritelevisión (vídeo, mando a distancia, interactividad, cable, satélites, etc.); contraprogramación o programación de las demás cadenas (Palacio, 1994); estrategias programáticas (Le Diberder, 1990; Blum, 1989); influencias extranjeras (Prado, 1992); imagen de cadena (Rizza, 1986)...

El peso de estos u otros factores más o menos coyunturales en la producción comunicativa del medio pueden explicar por qué la programación adopta ciertas características y no otras en un momento determinado de su historia. Pero en la medida en que esos factores pueden

variar, y su incidencia en la programación también, dependiendo del lugar y el momento histórico, la manera de organizar la oferta televisiva también puede cambiar correlativamente. Así pues, las características de la oferta televisiva, y el modelo de programación al que remiten, se mantienen o varían con el paso del tiempo. Ahora bien, estos procesos de cambio o reproducción no suceden tampoco casualmente. Responden a la propia evolución del contexto social donde se desarrolla esta actividad de programar y de los factores que la constriñen. De ahí que se deba hablar también de razones o lógicas que dan cuenta de las pautas de cambio o reproducción en el modo de ofrecer los productos a la audiencia.

Esta concepción de programación pone de manifiesto que se puede describir la oferta comunicativa del medio, sus características y sus cambios a partir del análisis de las estructuras de programación vigentes en determinado momento, y de cómo esas estructuras o relaciones entre los espacios y tiempos de emisión varían con el paso del tiempo. En la medida en que se pueda analizar también el modelo de orden que se esconde tras esas estructuras de programación, y la lógica de sus cambios, se puede explicar por qué se ha programado con unas características y no con otras y por qué cambian o no las maneras de programar con el transcurrir del tiempo. Ahora bien, la complejidad inherente al fenómeno televisivo, y la distinta naturaleza de los factores apuntados, hace muy complicada la investigación de este objeto de estudio. A pesar de ello, este trabajo ha tratado de identificar las estructuras de la programación televisiva española en cada momento de su historia, incidiendo en lo que cambia o en lo que ha permanecido, describiendo por tanto las características de lo programado en estos cuarenta años. El análisis casuístico, la explicación de por qué se ha programado así y no de otra manera, requeriría investigaciones más complejas que analizaran los factores que esta investigación no ha podido más que enunciar (audiencia, rutinas, publicidad, productos...). No obstante, la aportación de la investigación realizada puede ser un punto de partida para otros estudios posteriores que permitan conocer y comprender un fenómeno que ha formado y forma parte de la vida cotidiana de los españoles.

Metodología

El medio televisivo organiza su producción comunicativa en emisiones, y es habitual que estas emisiones se refieran a lo programado para cada jornada. Esta consideración obliga a contemplar dos niveles de análisis diferenciados a la hora de abordar la investigación de la programación en un sistema televisivo multicanal. El primero es el que da cuenta de las emisiones disponibles en la misma jornada por los canales en ese momento en antena (oferta televisiva). El segundo es el que corresponde a la emisión diaria de cada canal. Pero además, como esta investigación toma como objeto de estudio cuarenta años de programación televisiva, es posible aún diferenciar otros dos niveles de análisis complementarios: el sincrónico, que da cuenta de las estructuras de programación disponibles en un momento determinado, y el diacrónico, que corresponde al estudio de la evolución de la programación.

Estos análisis, sincrónicos o diacrónicos, referidos a la oferta televisiva o a la programación

de un canal, se realizan a partir de ciertas variables referidas a las emisiones televisivas, la hora de apertura, de cierre y la duración, criterios que permiten comparar unas emisiones con otras, de otros años o de otros canales. Otras variables consideradas se refieren a los espacios programados, en concreto se computa el género, la hora de comienzo, de finalización y la duración de cada programa, lo que permite analizar la programación televisiva (de un canal, de una época) considerando no sólo lo que se programa sino también cuándo y cómo se programa. Otras variables enmarcan cronológica e históricamente las emisiones y los programas emitidos: el año, mes o día en el que tiene lugar la emisión y la cadena responsable de la misma.

Así pues, la metodología seguida supone registrar estas variables realizando un análisis de contenido, entendiendo esta herramienta como la que posibilita dar cuenta de la articulación que se propone entre el mensaje y su presentación (Del Río, 1996). Se vacían por tanto las parrillas de programación de las cadenas generalistas de ámbito nacional (*TVE-1*, *TVE-2*, *Antena 3* y *Tele 5*) y una de ámbito regional de referencia (*Telemadrid*) que han emitido a lo largo de estos años. Pero estas cuatro décadas son más de 15.000 días de emisión por uno, dos a partir de 1964, y más de dos canales a partir de los ochenta, teniendo cada emisión un número cada vez más elevado de espacios televisivos. Es un objeto de estudio, por tanto, difícilmente abordable en su totalidad. Pero es un universo lo suficientemente extenso como para poder acceder a él a partir de una muestra representativa del conjunto global de programaciones concernidas, que es lo que se ha hecho en esta investigación.

La confección de la muestra requiere, en primer lugar, determinar la unidad muestral, que en este caso es la jornada diaria porque es la que más se adecúa a los objetivos del análisis. En segundo lugar interesa asegurar que la muestra con la que se trabaja sea la más representativa del universo que pretende reemplazar. Los procedimientos de selección muestral que mejor garantizan la representatividad son los métodos de selección basados en el azar. En este caso, el procedimiento es el de muestreo aleatorio simple por racimos, que obliga a la extracción al azar de todas las unidades muestrales a partir de la totalidad del universo, e incluyendo todas las unidades de análisis (emisiones y programas) de la unidad muestral (días). Otro problema es la determinación del número de elementos que deben ser incluidos en una muestra para que sea representativa. Para asegurar un nivel de confianza del 95,5 por ciento y un margen de error de ± 5 por ciento en la hipótesis más desfavorable, el número mínimo de unidades es de 390.

Para seleccionar ese número de unidades muestrales se partió del calendario que incluía todos los días transcurridos desde el 28 de octubre de 1956 al 28 de octubre de 1996 y se desordenó a fin de generar una versión aleatoria. Tomando en cuenta los tramos cuatrienales, los meses y los días de la semana como indicadores de la bondad de la muestra, cuyas proporciones obviamente están controladas, se optó por retener aquella serie de fechas que más se ajustaba a los valores de estos parámetros, realizando un leve ajuste de bondad que elevó la muestra final a 394 días de emisión. Al tomar en cuenta las emisiones de las distintas cadenas en cada una de las fechas seleccionadas, se genera una muestra derivada de 917 emisiones y 13.968 programas.

Ahora bien, estas emisiones, y los programas que contienen, ya han sido difundidos por la

televisión, obviamente en las fechas en las que se programaron. La programación televisiva, por propia definición al ser un flujo constante, desaparece en el mismo momento de su difusión. De ahí que la investigación de este fenómeno tenga que resolver el problema de recuperar unas emisiones que han desaparecido simplemente porque ya han tenido lugar. Pues bien, la metodología seguida en este trabajo afronta este problema y accede, fácilmente además, a estos datos gracias a la utilización de los documentos resultantes de la publicación en los periódicos nacionales de la oferta de programación que se ofrece diariamente para orientar a la audiencia. De este modo se han conseguido los datos del vaciado de las emisiones y programas seleccionados, datos que son el soporte empírico sobre el que se realizan los análisis estadísticos, de frecuencias, de medias y de asociación, de los que derivan los resultados de esta investigación.

Conclusiones

Un primer nivel de explotación de los datos es el que da cuenta de los tiempos en los que se programa televisión. Esta variable es importante ya que no siempre se pudo programar a todas horas ni todos los días de igual manera. En concreto se puede decir que hasta mediados de los ochenta, las entonces únicas emisiones de las dos cadenas estatales no emitían más que una parte del día, sobre todo en los días laborables. Durante treinta años, la oferta televisiva del primer canal se limita a unas 5-10 horas diarias, 5 los días laborables, comenzando a mediodía, interrumpiéndose la emisión en la sobremesa e iniciándose por la tarde-noche, y 10 los fines de semana, por salvar la interrupción y programar desde media mañana. Durante veinte años, la oferta del segundo canal tampoco varía, con una programación exclusivamente nocturna en los días laborables que se torna vespertina en los festivos.

A partir de la segunda mitad de los ochenta, la oferta de televisión española aumenta bruscamente, a lo que no es ajeno en absoluto la ruptura del monopolio estatal. Y crece, obviamente, porque aparecen nuevos canales. Pero también aumenta porque el tiempo de emisión diario por todas las cadenas que emiten, incluidas las que se incorporan, comprende ya la mayor parte del día y de la noche. En los noventa, el tiempo de emisión diario comprende más de 120 horas. Demasiado tiempo para un día, demasiadas horas para ver la televisión.

Esta ampliación del horario de emisión, al margen de otras consideraciones, ha permitido además cierta reestructuración de las parrillas televisivas, en la medida en que se observan cambios en las formas de organizar la programación, aun cuando se mantienen los ciclos estacionales, semanales y diarios porque obviamente estos ciclos siguen organizando la vida cotidiana de las personas. En este sentido se puede decir que la programación varía con el cambio estacional; pero esas variaciones no conllevan cambios sustanciales en la oferta de programas. Más bien se funciona con una lógica de reprogramar en las distintas épocas del año, criterio que persiste en los cuarenta años de historia televisiva. No sucede lo mismo con el ciclo semanal. Siempre, antes y ahora, se distingue claramente la programación de los fines de semana de la de los días laborables, pero estas diferencias se atenúan según avanza

el tiempo. Además, el viernes tradicionalmente se asociaba a los días de diario en lo que a su programación se refiere, pero en la actualidad se caracteriza por una programación de fin de semana. En cuanto a la programación diaria, obviamente sólo a partir de la ampliación del horario de emisión se puede hablar de esa diferenciación de la programación en función de los momentos de día. Pero además, la ampliación del horario de emisión permitió nuevas formas de reiterar los espacios televisivos. Anteriormente, el escaso tiempo de emisión disponible impedía o dificultaba la reiteración de los mismos espacios en una misma emisión. Se operaba, durante tres décadas pues, 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 de 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. Cabe añadir además que, 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.

Pero no sólo se observan cambios en las parrillas de programación por las variaciones en la ubicación de los distintos espacios televisivos, sino que, también cambia la naturaleza de esos espacios. En primer lugar se puede decir que aunque siempre han predominado los programas de entretenimiento sobre los de carácter informativo y formativo, como corresponde al modelo televisivo generalista, con la aparición en escena de los nuevos canales los espacios lúdicos aumentan todavía más, disminuyendo la presencia en las parrillas de los informativos y, sobre todo, de los formativos. Concretamente se puede decir que durante los primeros treinta años del primer canal, la proporción entre unos programas y otros es bastante equilibrada, aunque existen diferencias que benefician a los espacios lúdicos en detrimento de los formativos. Sin embargo, existen momentos de su historia en los que la funcionalidad varía, en el franquismo la función formativa se equipara con la información programada por este primer canal; mientras que en la transición son los espacios informativos los que más se programan en *TVE-1*, más incluso que los programas lúdicos. Por su parte, el segundo canal reproduce la característica de priorizar la función lúdica sobre las demás, pero programando más espacios formativos que informativos, siendo ésta la principal característica que diferencia desde sus comienzos hasta la actualidad a este canal frente a los demás.

En torno a la segunda mitad de los ochenta, y sobre todo en los noventa, las proporciones que resultan de programar espacios de uno u otro tipo se trastoca, y ello considerando la oferta global de todos los canales y de cada canal de forma individual. Y es que la función lúdica del medio es la mayoritaria en todos los canales, aunque con diferencias entre ellos. Básicamente se puede decir que si bien en los canales públicos, estatales y autonómicos existe cierto lugar para la información (*TVE-1* y *Telemadrid*) o para la formación (*TVE-2*), en los canales privados la proporción de espacios lúdicos ronda el 90 por ciento de lo

programado. Además, si bien tradicionalmente existía cierto equilibrio en la programación de los distintos tipos de espacios en las franjas horarias en las que se emitían, como reflejo del equilibrio en su funcionalidad, según se va ampliando el horario de emisión, se produce una re-ubicación de los distintos espacios. Como corresponde al aumento de la función lúdica, este tipo de espacios se programan a todas horas, pero lo hacen con mucha más diferencia con respecto a otros espacios en las franjas y días más privilegiados (tarde-noche y fines de semana). Los formativos son excluidos a los días y horas menos valorados (las mañanas de los días laborables). Mientras, los informativos siguen manteniendo su cuota de pantalla en sus horas típicas (14-15 h.; 20-21 h.) y apareciendo nuevas ediciones en horas pre-matinales y de madrugada.

Ver Gráfico / Tabla (01)

Ver Gráfico / Tabla (02)

Ver Gráfico / Tabla (03)

Homogeneización y reducción temática

También suceden cambios en la temática que abordan los espacios que se han programado en estos cuarenta años. La televisión española, hasta la última década, acudía a la realidad como fuente prioritaria de referencias, aunque programaba también los otros contenidos, tanto ficción como temáticas concretas (toros, música, religión o deportes) o variadas. Sin embargo, la programación de los noventa da prioridad sobre todo a la ficción, en detrimento de la realidad, aumentando al mismo tiempo la programación de espacios de contenido variado en detrimento de los programas que tratan de manera específica un sólo tema.

Además, aunque esta pauta se generaliza a todas las cadenas que emiten en los noventa, existen notables diferencias entre ellas. Básicamente se puede decir que son los canales privados los que más contenidos "creados" programan, esto es, ficción y variedades. Mientras, son los canales públicos los que se refieren más la realidad, aunque compitiendo con la programación de ficción de los canales privados (sobre todo *Telemadrid*) o de variedades (*TVE-1*). Además, es la oferta pública la que posibilita hablar actualmente de programación taurina (en los tres canales), religiosa (cadenas estatales), deportiva (*TVE-2* y *Telemadrid*) o musical (*TVE-2* y *Telemadrid*). Obviamente, la redistribución horaria y diaria de la programación responde a esta homogeneización y reducción de la temática como consecuencia del incremento de la ficción y las variedades, puesto que los espacios que vehiculan estos referentes invaden todas las franjas horarias, mientras que los programas de tema específico o de referente real se ubican en ciertos horarios, que no siempre son los más privilegiados en términos de audiencia.

Ver Gráfico / Tabla (04)

Ver Gráfico / Tabla (05)

Los diferentes contenidos que propone el medio pueden ser presentados en antena a través de formatos muy diversos. Y también 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. 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. De este modo se puede decir que la televisión en España durante las tres primeras décadas utiliza todos los formatos en los que se pueden presentar los espacios televisivos, pero abusando quizá del que recurre al «busto parlante». 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 los que programa *Tele 5*, cuya oferta es la que incluye más espacios de espectáculos en la actualidad. También varían 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, aumentando consiguientemente los procesos de mediación en la realización.

Este paralelismo en la evolución de los espacios según la funcionalidad, temática o realización evidencia que, si bien pueden existir distintas combinaciones de estos criterios, la

práctica televisiva se aleja bastante de este principio. Los informativos referencian la realidad y se presentan con el [busto parlante]; y estas tres categorías disminuyen de las parrillas. El cine trata la ficción y entretiene, lo mismo que las variedades, cuyo formato típico es el presentador estrella, y estos dos espacios aumentan su presencia en la programación. Esta redundancia de espacios, y reducción de géneros, no quiere decir que no haya habido combinatorias distintas. De hecho, y como respuesta al aumento del entretenimiento de la última década, se han importado los *reality show*, *talk show* o *info-show*, pero su importancia no radica, precisamente, en la cantidad de espacios de este tipo que se programan, sino en su ubicación, pues lo hacen en el mejor tiempo televisivo, el *prime-time* o *night-time*.

Por lo que respecta a la audiencia a la que se dirige la televisión se puede decir que el 90 por ciento de la programación televisiva española ofrecida en estos cuarenta años no discrimina el público al que va destinada, obviamente porque se trata del modelo televisivo generalista. Hay que especificar, sin embargo, que una proporción de la programación, en todos los canales y en todos los tiempos, va destinada específicamente para los niños. Esta proporción se ha mantenido relativamente estable con respecto al resto de lo programado, de manera proporcional a lo que supone este sector de la población (10 por ciento). Sin embargo, debido al incremento de la oferta, esta parte que se destina a los menores ha aumentado considerablemente, sobre todo por la importancia que conceden a la programación infantil las cadenas privadas. Pero además, cabe advertir que es en este tipo de programación donde la redistribución horaria es más acusada, puesto que si bien tradicionalmente se programaban estos espacios por la tarde (a la salida del colegio), en la última década pasan a programarse en la franja pre-matinal (6-9h.) con las repercusiones que para este público menor supone esta reorganización de su programación.

Cabe admitir además que la televisión española ha dedicado una parte, ínfima pero presente, de su programación a un sector de la población discriminado según su ubicación territorial. Esta programación, que sólo aparece en la democracia, y sólo en los canales estatales, culmina con la creación de canales específicamente regionales, los autonómicos. Con ellos, se inicia el declive del sistema televisivo generalista y comienza el futuro de la televisión basado en la fragmentación de la audiencia y la creación consiguiente de canales específicos para determinados públicos, o específicos para determinados gustos. La televisión temática rompe, pues, esta dinámica de programación a la que se había acostumbrado el actual modelo televisivo, homogeneizando sus parrillas para perseguir los públicos mayoritarios.

Se inicia, pues, un nuevo concepto de televisión en el que la programación no está basada, precisamente, en la variedad de los espacios y la búsqueda, al menos teórica, del tiempo óptimo en los que ubicarlos; pues será precisamente el público el que busque los espacios en los canales donde se programen. Puede terminar así un periodo en el que el sistema televisivo ejerce cierta tiranía al programar, con un intento, algo obsesivo y progresivo en estas cuatro décadas, de entretener y tener entretenido al pueblo español.