

PASADO Y PRESENTE DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA

Past and Present of Television in Spain

Dr. Elias SAID HUNG

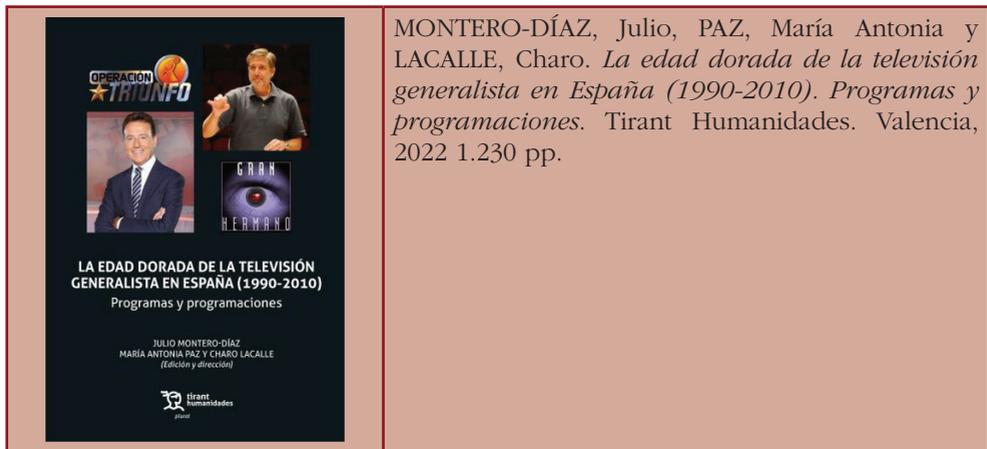
Profesor titular, España, Universidad Internacional de la Rioja, España

E-mail: elias.said@unir.net

 <https://orcid.org/0000-0002-0594-5906>

Fecha de recepción del artículo: 21/11/2022

Fecha de aceptación definitiva: 09/03/2023



1. Introducción

Entender el presente y futuro de la televisión digital en España, requiere comprender como el sector audiovisual ha venido evolucionando en las últimas décadas, desde diferentes perspectivas: a nivel de los formatos, la programación ofrecida, la transformación de los modelos de negocio aplicados y grupos empresariales presentes, y desde el punto de vista del marco regulatorio del sector.

El período de 1990 a 2010 de la televisión en España, es quizás uno de los períodos más relevantes para entender el presente y futuro de este sector. Con la aprobación de la Ley de las Televisiones Privadas de 1989, se dio paso a la apertura de nuevos canales televisivos que competían con la siempre presente RTVE, y con ello un nuevo modelo empresarial, que trajo consigo nuevos actores, formatos y

programaciones, que permitieron a los espectadores ver exponencialmente aumentada las horas de emisión y la oferta dispuesta diariamente. Es durante el primer decenio de este período, donde la *Agenda Setting* de la televisión española donde se inició una Edad Dorada, que ofrecía a la sociedad española, opciones de consumo televisivo nunca antes vistos, y que trajo luego la posterior apertura de nuevas concesiones para la Televisión Digital terrestre (década de 2000) y el posterior apagón analógico (2010) e inicio del actual período digital del sector.

A pesar del auge de nuevos soportes y canales de comunicación, el avance tecnológico y la creciente diversidad de medios de acceso y formatos han favorecido que el consumo promedio mensual televisivo en España está cediendo minutos antes estos nuevos contextos de comunicación (ej. redes sociales). Un retroceso que no ha quitado la relevancia social de la televisión, como uno de los principales sectores de consumo de la sociedad española hasta la fecha. Un papel que solo es comprendido si miramos cómo ha sido su evolución, en un período como el abordado en el libro, *La Edad Dorada de la Televisión Generalista en España (1990-2010)*. Un proyecto editorial formado por 35 capítulos (distribuidos en siete bloques), en el que participaron una treintena de investigadores de diferentes universidades (públicas y privadas), quienes asumieron el difícil reto de reflexionar sobre uno de los pilares de la cultura popular en España: la televisión analógica, dirigida a grandes audiencias.

Como bien se apunta en el capítulo uno, *Introducción. Historia de la Nueva Televisión*, de Julio Montero-Díaz, la comprensión de la «historia actual» del sector audiovisual español, radica en poder reflexionar e identificar las características esenciales de un período que siguen estando presente. A pesar de los cambios asociados a la tecnología de emisión (de la tecnología analógica a la digital), la coexistencia de canales generalistas y un cada vez mayor número de canales temáticos (especializados), y otras formas de ver televisión ha estado marcada por una evolución de las políticas aplicadas al sector audiovisual, pese a las reticencias de los diferentes gobiernos, quienes tuvieron que avanzar y atender los lineamientos establecidos desde la propia Europa (Saavedra et al., 2021).

Los retos que han venido presentándose desde la apertura del mercado televisivo en España en la década de 1990, han servido de base de análisis de estudios liderados por investigadores como Palacios (1992), Reig (1998), Mosco (2006), Álvarez-Monzoncillo (2011) o Bustamante (2013), centrados en la comprensión del panorama evolutivo (a nivel comercial, especializado y estructural), y de los sistemas comunicativos promovidos en este sector de la comunicación.

El capítulo, *Los actores empresariales y financieros en las cadenas españolas de televisión (1990-2021)*, de Manuel Fernández-Sande y María José Pérez Serrano, aborda un punto complejo dentro del período estudiado en este libro: la evolución de los actores empresariales y financieros. Período que los autores dividen en tres: la primera mitad de 1990, donde se da inicio al sistema televisivo mixto (público-privada), con un importante rol protagónico de TVE y la búsqueda (de parte de las nuevas empresas privadas) de nuevas cuotas de mercado; la segunda mitad de 1990, donde se consolidan los dos primeros canales privados abiertos en el país (Antena 3 y Telecinco); y la correspondiente a toda la década de 2000 hasta 2010, donde hay un reforzamiento de los actores empresariales dentro de este sector. Lo que ayuda a comprender mejor la evolución económica y empresarial del sector audiovisual español, durante 1990 y 2010, y los diferentes factores y conflictos que incidieron en dicho período, desde la apertura de Antena 3 y Telecinco (canales generalistas), Canal Plus (canal de pago),

Canal Satélite Digital y Vía Digital (plataformas de televisión digital por satélite), que sirvieron de base al escenario actual.

El capítulo, *Los políticos, la política y la televisión. La comisión de control a RTVE*, de Juan Martín Quevedo, ayuda a tener una mejor comprensión del marco político presente durante el período abordado en el libro *La Edad Dorada de la Televisión Generalista en España (1990-2010)*. Un período caracterizado por el Estatuto de Radio y Televisión aprobado en 1980 y mantenido hasta 2006, el papel ejercido por la Comisión Parlamentaria de Control de RTVE, y rol que tuvieron profesionales destacados en el proceso de evolución del sector televisivo español, como por ejemplo Jordi García Candau, Mónica Ridruejo Ostrowska, Francisco López-Amor, González Ferrari o Carmen Caffarel. Actores que afrontaron, en distintos momentos los diferentes consensos y retos legislativos, financieros y estructurales asociados al sector. Pero también, la modernización del marco político regulatorio y del sistema televisivo público en España, ante la apertura a nuevos actores empresariales.

El bloque dos del libro *La Edad Dorada de la Televisión Generalista en España (1990-2010)*, conformado por siete capítulos, se centró en el estudio de las diferentes estrategias de programación y modelos de negocio aplicadas desde la televisión pública (TVE1 y TVE2) y los principales canales que irrumpieron el escenario televisivo español (Antena 3, Cuatro, Telecinco, La Sexta y Canal Plus), a raíz de la Ley de las Televisiones Privadas de 1989. Estos capítulos, elaborados por Tamara Antona, Antonia Moreno, Julio Montero-Díaz, Silvia García-Mirón, Juan Manuel González Aguilar, Ignacio Nevado y Mireya Vicent Ibáñez, ayudan a ver las diferentes estrategias aplicadas por estos actores audiovisuales, a favor de atraer a un mayor número de audiencia, desde la promoción de nuevos géneros y formatos de programas en ellos.

Con la aparición de nuevos grupos empresariales y canales en el escenario audiovisual español, el espectador tuvo ante sí un aumento exponencial de diferentes formatos y géneros de programas, que enriqueció la oferta televisiva dispuesta en el país hasta 1990. Pero también se dio inicio a la atomización de la audiencia, y nuevos retos asociados a la búsqueda de mecanismos de fidelización de estos, por parte de los agentes a cargo del desarrollo del sector. Lo que favoreció la fragmentación de los espectadores que consumían oferta dispuesta hasta 1990 (Artero, 2015), y cuyo principal afectado (dentro del sector audiovisual) fue TVE. En especial, en los primeros años de aplicación de la Ley de Televisiones Privadas, perdió la mitad de su audiencia. Este escenario es el que se aborda a lo largo del tercer bloque de capítulos del libro *La Edad Dorada de la Televisión Generalista en España (1990-2010)*, centrados en el análisis asociado a las nuevas modalidades de programas de humor, telenovelas, acción, dramas o románticos y ficción juvenil, que fueron inundando la parrilla de programación ofertada desde los nuevos escenarios de comunicación televisiva surgidos en el período analizado. Los autores a cargo de los cinco capítulos que integran este bloque, ayudan a comprender el papel que tuvieron las *Sitcoms*, la comedia familia, los *Thriller*, las miniseries de autor, dramas, telenovelas, así como las diferentes fórmulas aplicadas para la atracción de diferentes perfiles de audiencia fragmentada en el país (ej. jóvenes). Una diversidad de géneros y oferta de contenidos que favoreció la transformación del tipo de competencia existente previamente en un sector monopólico hasta antes del período estudiado. Y que dio lugar a unos años de lucha empresarial por la audiencia, entre canales generalistas (públicos y privados), así como la guerra de los ratings, entre canales propiedad de una misma empresa (Sánchez-Taberner y Artero, 2008; Saavedra et al., 2021).

La década de 2000 trajo consigo un escenario audiovisual en España marcado por el auge de los géneros abordados por los autores a cargo de los capítulos que integran el bloque tres del libro, *Las cadenas y sus estrategias de programación*, pero también la irrupción de nuevos formatos hasta entonces no vistos en el país, y una nueva forma de entender la televisión y el entretenimiento, que ayudó a dar identidad a los diferentes canales generalistas e industria audiovisual, en general. A lo largo del bloque cuatro, *Otros formatos y programas de entretenimiento*, del libro *La Edad Dorada de la Televisión Generalista en España (1990-2010)*, se tiene acceso a diez capítulos, que centran su atención alrededor de lo aquí expuesto, en especial, la evolución y el desarrollo de las series internacionales de ficción, la relación que se ha ido construyendo entre la industria del cine y la televisión, y la programación cinematográfica generada durante el período estudiado. Pero también, la evolución de los concursos televisivos en España, el creciente avance de los programas musicales en la pantalla española, el fenómeno que significó el *Realities, Talents y Talks Show* en el país, con Gran Hermano, Operación Triunfo y Crónicas Marcianas. Además, se analiza la evolución observada en los programas de humor y su transición hacia los monólogos y otros formatos (ej. Zapping), la innovación de uno géneros más importantes de la televisión española, como es el fútbol, la creciente desaparición de los programas educativos, infantiles y juveniles, desde mediados de 1990, y el auge y creciente competencia alrededor de los programas de retransmisión de eventos taurinos y su paso a la retransmisión de otros programas afines (ej. retransmisión de los encierros de Sanfermines), como medida tomada por las cadenas de televisión al Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia de 2004.

Los bloques quinto y sexto del libro *La Edad Dorada de la Televisión Generalista en España (1990-2010)*, integrado por seis capítulos, explican la evolución de los programas informativos, de divulgación cultural y educativos en la televisión, así como el papel del periodismo en estos medios, con la apertura de nuevos espacios, como por ejemplo los informativos, los programas de debate, entrevistas de actualidad, reportajes, sátira informativa, *infoshow*s, reportajes, magazines y programas culturales y educativos. Programas que, como bien apunta el trabajo *Lo programas de debates y entrevistas*, de Virginia Martín e Itziar Reguero, las décadas de 1990 y 2010, tuvieron un rol protagónico, en muchos casos, dentro de la parrilla de programación, para atraer a los espectadores cada vez más fragmentados, en la franja horaria de prime time. Aunque también se observó una creciente focalización de estas ofertas en canales de televisión, cada vez más especializados (caso TVE2, con los programas culturales y educativos), ante el paulatino retroceso de cuota de pantalla de estos en otros canales generalistas privados, como bien apunta el trabajo *Información y divulgación cultural, científica y educativa*, de Rafael Llano, dentro de este libro.

Como cierre del libro *La Edad Dorada de la Televisión Generalista en España (1990-2010)*, sus últimos dos capítulos se detienen en los espectadores. Los trabajos, *Los públicos y la televisión de otro tiempo*, de Mar Chicharro, y *Las audiencias en la Edad de Oro de la televisión generalista (1990-2010)*, de Marta Roel, ayudan a comprender el progresivo cambio del papel de los espectadores en dicho entorno, y cómo el consumo televisivo dentro del espacio doméstico fue transformándose, en la medida que fue evolucionando este sector en el período analizado. Pero también, estos capítulos ayudan a tener una visión retrospectiva del presente de la televisión y su progresivo avance hacia la adultez actual, donde muchos ciudadanos que crecieron en paralelo a este proceso, ven con nostalgia los valores y rutinas cotidianas asociadas

a la televisión de ayer. Una evolución que estuvo acompañada con un cambio en la forma de medir a la audiencia, a través de la audiometría.

La comprensión del escenario digital audiovisual español pasa, por tanto, en hacer una visión retrospectiva, que ayude a comprender el transitar del sector, y su constante evolución, hasta alcanzar la convergencia digital actual. Lo que ayudaría a estudiantes, profesionales, investigadores y público, en general, tener una visión histórica «en movimiento» de este sector, y los distintos factores que han venido marcando el transitar de este sector hasta el presente. Un ejercicio que no es solo necesario, sino también complejo. Sobre todo, si tenemos en consideración que no hablamos de un sector con poco recorrido (más de 60 años), sino ha contado con períodos claves que ameritan ser estudiados, de forma específica.

2. Bibliografía

- Álvarez-Monzoncillo, J. (2011). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Artero, J. (2015). Quince años de televisión privada en España. *IESE Insight Business Knowledge*. Recuperado de: <https://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=843&ar=10&idioma=1>.
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 57-79.
- Palacio, M. (1992). *Una historia de la televisión en España: arqueología y modernidad*. Madrid: ELR.
- Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós
- Saavedra, M., Gago, R., Grijalba, N., y Tavárez, A. (2021). Evolución de los intereses y hábitos de consumo televisivo de la audiencia española, *Oceanide*, 14, 17-24. <https://doi.org/10.37668/oceanide.v14i.60>
- Sánchez-Taberner, A., y Artero, J. (2008). Competencia entre televisiones públicas y televisiones privadas en el mercado europeo. *Palabra clave*, 11(2), 147-54.