

La Aportación de la Televisión a la Construcción del Imaginario Español

The Contribution of Television to the Spanish Collective Imagination

Javier Mateos

Universidad de Chile

javiermateos7@yahoo.es

Resumen

El devenir de la televisión española concuerda con la historia general de España debido al papel esencial que este medio ha desempeñado en la vida colectiva del país. El consumo televisivo ha sido uno de los pilares de la socialización, y las experiencias televisivas compartidas construyeron un imaginario colectivo concreto. La televisión ha funcionado como un factor de cohesión y como un vínculo referencial. Se recorre la historia de la televisión de España porque se estima un modelo de televisión singular, original y diferente en comparación a otras televisiones. Un modelo que ha ido perfilando una imagen e identidad colectiva propia. Un modelo que se constituyó como un servicio público, pero que mutará hacia un modelo peculiar de televisión comercial.

Palabras Claves: Televisión española, imaginario, historia.

Abstract

The evolution of the Spanish television goes parallel with the History of Spain due to the essential role that this mass media has played in the collective life of the country. Consuming television has been one of the main socializing elements and the shared experiences concerning television have built a specific collective vision. Television has become a factor of cohesion and a referential link. The work examines the history of television in Spain because it is thought to be an original, singular model, that differs from other televisions. A model which was born as a public service but grew and transformed into a peculiar commercial television.

Keywords: Spanish television, collective imagination, history.

ESTADO DE LA CUESTIÓN. SOBRE LA TELEVISIÓN ESPAÑOLA

Sobre la televisión española existe un notable contingente bibliográfico. Pero, en general, este tipo de trabajos abordan la construcción sobre el imaginario español de manera tangencial, puesto que algunos de estos estudios son monografías y síntesis sobre la historia general de la televisión, como el de Manuel Palacio (*Historia de la televisión en España*); el de Josep María Baget (*Historia de la televisión en España 1956-1975*); el de Lorenzo Díaz (*La televisión en España 1954-1995*); o la obra de José Carlos Rueda y M^a del Mar Chicharro (*La televisión en España (1956-2006). Política, consumo y cultura televisiva*). Otros se especializan en temas muy concretos. Así, se han desarrollado estudios sobre el ámbito económico, como el de Enrique Bustamante (*La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*); empresarial y político televisivo, como el de Eduardo Giordano y Carlos Zéller (*Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*); programativo, como el de José Miguel Contreras y Manuel Palacio (*La programación de televisión*); o el de Gloria Gómez Escalonilla (*Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*); periodístico, como el de Manuel Vázquez Montalbán (*El libro gris de Televisión Española*); publicitario, como el de Jesús González Requena (*El spot publicitario. La metamorfosis del deseo*); o el de Mercedes Medina Laberón (*Valoración publicitaria de los programas de televisión*); o los cada vez más numerosos ensayos dedicados a algunos géneros de entretenimiento popular, como el de Mario García de Castro (*La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España*); o el de Antonio Cuevas Puente (*Las relaciones entre el cinema y la televisión en España y la Unión Europea*), entre otros.

Por este motivo, aquí se propone un recorrido sintetizado por la historia de la televisión española desde su nacimiento hasta la actualidad. En este trayecto se repasan los hitos más significativos del medio televisivo, así como los contenidos más particulares de cada periodo, con el fin de determinar la influencia de la televisión sobre la sociedad y valorar su protagonismo en la construcción de un imaginario colectivo, distintivo y peculiar.

LOS ALBORES DE LA TELEVISIÓN ESPAÑOLA

La televisión en España arrancó más tarde que en otros países de su entorno. De hecho, su nacimiento no posee una fecha concreta como sucede en el resto de los países. Los primeros debates sobre la implantación del nuevo medio hay que rastrearlos en la década de los años treinta, con el comienzo de la II República (1931-1936). La efervescencia cultural del periodo posibilitó que se publicaran noticias, ensayos y

conferencias sobre la televisión. El gobierno republicano entrevistó la importancia del nuevo invento y aprobó una serie de disposiciones legales sobre televisión en una de sus innumerables regulaciones sobre telecomunicaciones (diciembre, 1934).

A pesar de ello, los primeros ensayos de la televisión en España se dilataron en el tiempo. La empresa Philips organizó, en la Feria de muestras de Barcelona (junio, 1948), una serie de pruebas que consistían en la emisión en directo de programas musicales y humorísticos. La expectación fue tal que un interminable reguero de espectadores esperó su turno pacientemente para comprobar la veracidad del nuevo invento. También la empresa RCA realizó otro experimento, esta vez en el Círculo de Bellas Artes de Madrid (agosto, 1948), donde retransmitió una corrida de toros.

Tras una serie de emisiones experimentales realizadas a principios de los cincuenta, Televisión Española (TVE) comienza sus emisiones regulares en octubre de 1956, en un chalé situado en el madrileño Paseo de la Habana. En aquella primera época, la televisión se convirtió en un material de lujo que fue introduciéndose con dificultad en los hogares españoles, primero en la capital, tres años después en Barcelona y Zaragoza y, escalonadamente durante los siguientes dos años, en el resto de ciudades españolas.

Las primeras emisiones televisivas regulares se redujeron a unas pocas horas nocturnas y carecían de producción informativa propia. Fue necesario abastecerse del material del NO-DO, el noticiario documental propagandístico del Régimen franquista. Así, la televisión en España nació al cobijo de la dictadura, como una herramienta ideológica al servicio de su plataforma informativa.

Hasta los años 60, el patrocinio fue el sistema que TVE utilizó habitualmente. La televisión subastaba los espacios, las agencias publicitarias los compraban y a su vez los vendían a los anunciantes. Sin embargo, eran las agencias las que fijaban los modelos de programas emitidos durante este primer periodo: variedades, telefilmes norteamericanos, concursos, programas dirigidos a la mujer y a los niños y, por supuesto, retransmisiones futbolísticas. El espacio escogido para estrenar las emisiones en Barcelona fue el clásico que enfrentó a los equipos Real Madrid y F.C. Barcelona (febrero, 1959).

LA ÉPOCA DORADA. LA TELEVISIÓN DEL RÉGIMEN

La época dorada de la televisión en España comenzó a partir de los años sesenta, coincidiendo con la inauguración de los estudios de Prado del Rey (1964). Se trata de una época exitosa por la considerable inversión publicitaria y la consiguiente producción de programas de variedades (*Gran parada*, *Salto a la fama* o *Galas del sábado*) donde, tomando como modelo la programación radiofónica comercial, se mezclaron las actuaciones musicales con números de humor y talento artístico.

El problema para la instauración de una televisión popular provino del alto coste económico que suponía poseer un medio de transmisión de estas características en el hogar, puesto que éste era un bien de lujo sólo al alcance de una élite – cincuenta mil familias en todo el país–. Los poderes públicos, conscientes de que aquel electrodoméstico encarnaba el mito del desarrollo y la modernización que preconizaba la dictadura, plantearon una serie de políticas para incentivar el consumo y potenciar definitivamente la implantación de la televisión en España. El fruto de estas iniciativas consistió en la venta de televisores a plazos, lo que posibilitó que la sociedad pudiese disfrutar de este medio con menores dificultades. También cabe mencionar otras iniciativas, estimadas desde el potencial social y pedagógico de la televisión, que consistieron en la implantación de la Red Nacional de Teleclubs que se concibieron como asociaciones de interés público cuyo carácter trascendía del consumo televisivo para orientar los cambios culturales de la nación.

Como contrapartida es necesario reseñar la imagen negativa que, desde los últimos años sesenta, fue cristalizando sobre la televisión desde el ámbito periodístico. Se denunciaban, ya entonces, algunos aspectos, como el control sobre la información televisiva, la alienación cultural vinculada a la penetración comercial o la múltiple presencia de producciones extranjeras en la pequeña pantalla. Signos estos que se entienden, desde la perspectiva actual, como una crítica indirecta al régimen franquista.

Mientras en el resto de países occidentales las grandes empresas de televisión acumularon importantes beneficios como resultado de los aportes de la publicidad, en España el déficit hizo su aparición. Sin dinero público –España, junto con Portugal, era el país más pobre de Europa en 1960– y sin contar con el canon por la venta de receptores –no existían fábricas de televisores en el país–, lo único que quedó fue apoyarse en la industria publicitaria. Por lo tanto, desde el Estado se optó por aumentar el tiempo de la publicidad e incrementar las tarifas. Es decir, se articuló una televisión comercial.

La ampliación de la oferta televisiva se consumó con la llegada oficial del *Segundo Programa* (noviembre, 1966) que transmitió por la banda UHF. TV2, concebida como cadena complementaria, comenzó con una raquítica programación de tres horas diarias –cinco los fines de semana– y un enfoque minoritario marcado por su carácter cultural y educativo. La oferta programativa abarcó desde la emisión de música clásica, pasando por documentales pedagógicos y llegando a una selección de cine, fundamentalmente extranjero, insertada en programas contenedores (*Cine Club* o *Filmoteca TV*).

TVE vivió entonces un periodo de bonanza. Erradicados los problemas financieros, la televisión española gozó de excelente salud y los españoles respondieron ante el medio considerándolo como su principal forma de ocio.

Es la época en la que adquieren popularidad los telefilmes estadounidenses (*Bonanza*, *Perry Mason*, *El santo*, *Misión Imposible*, *La casa de la Pradera*, *El Virginiano*); se emiten los primeros dibujos animados (*Los Picapiedra*); aparecen programas formativos y culturales dirigidos a los más jóvenes (*Cesta y Puntos*); y también a todos los públicos (*Un, dos, tres... responda otra vez*, *Un millón para el mejor*) y se producen las primeras series documentales españolas (*Fauna Ibérica*). Igualmente, se cultiva la producción dramática con adaptaciones de novelas y obras de teatro (*Estudio 1*, *Novela*, *Teatro de siempre*). Más tarde se producirán las primeras series de ficción españolas (*La casa de los Martínez*, *Historias para no dormir*) o las series con connotaciones propagandísticas (*Los españoles* o *Crónicas de un pueblo*). Destacar, por encima de todas, el éxito internacional que acompañó al telefilme *La cabina*, dirigido por Antonio Mercero, que se convirtió en el primer español en ganar un premio *Emmy* (1972).

En lo referido a los espacios informativos, en los años setenta se mantuvo la dinámica del informativo diario emitido en tres ediciones (*Noticias a las tres*, *Telediario* y *Veinticuatro horas*). La oferta informativa se completaba con otros formatos que incluían actualidad y cuestiones sociales y culturales de alcance nacional (*Sobre la marcha*); reportajes monográficos de ámbito nacional (*A toda plana*); e información deportiva (*Teledporte*) y taurina (*Revista de toros*). Este paisaje informativo, a pesar de que contaba con el estricto control del Régimen, no fue homogéneo ni tampoco planificado, apreciándose las tensiones naturales entre aperturistas e inmovilistas.

EL COMPROMISO DE LA TELEVISIÓN DURANTE LA TRANSICIÓN

La muerte del dictador (noviembre, 1975) abre una nueva época de transición política. Entonces la importancia de la televisión pública fue manifiesta: no en vano era la principal fuente de información y entretenimiento de los españoles y transmitía su señal a ocho millones de hogares.

La televisión, impregnada por las consignas políticas del cambio, canalizó el incipiente régimen de libertades apostando por la democracia. Convirtió las elecciones en un hecho extraordinario empleando para ello una serie de tácticas programativas para las noches electorales. Por ejemplo, para las primeras elecciones democráticas (15 de junio de 1977) programó un espacio (*Esta noche fiesta*) como los que solía realizar en las noches de fin de año, convocando a los artistas españoles más populares para amenizar la espera de los resultados electorales.

TVE también funcionó como plataforma para el envío de mensajes televisivos trascendentales para el Gobierno. Fueron habituales los espacios con títulos como *Habla el Presidente*, *El Gobierno informa* o *Avance Informativo*. El propio presidente,

Adolfo Suárez, fue el encargado de presentar en la televisión el trascendente *Proyecto de Ley para la Reforma Política* antes de que la Ley llegara a las Cortes Franquistas.

Durante este periodo la televisión española se revitalizó. De una programación religiosa y propagandística se pasó a una programación moderna y representativa. Hubo novedades destacadas, como la creación del primer espacio en euskera (el informativo semanal *Euskalerría*), la aparición de nuevos programas aperturistas (*La Clave*), se crearon nuevos espacios musicales y de variedades y se renovaron los informativos de arriba a abajo: cambiaron el nombre, la sintonía, la decoración, se asumió la utilización del *chroma key* en el plató y los periodistas ensayaron un nuevo estilo televisivo más desenfadado gracias a que gozaron de menores injerencias desde la dirección.

Éste fue el pistoletazo de salida para que comenzaran una serie de espacios con vocación pedagógica-política (*¿Quién es...?*, *Opinión Pública*, *España hoy*, *Informe Especial*, *España paso a paso*) con el objetivo de transmitir a los españoles los nuevos valores de la reforma política que se estaba implantando en el país.

La legitimación social de la televisión en este periodo se completa con la emisión, desde 1975 a 1982, de algunos de los programas mejor considerados en la memoria colectiva del universo televisivo español, que incluyen desde las series de ficción (*Los gozos y las sombras*, *Verano azul*, *Curro Jiménez*) y documentales (*El hombre y la tierra*); a los programas de actualidad (*Informe Semanal*, *La Clave*); pasando por los espacios culturales (*A fondo*, *Encuentros con las artes y las letras*); y llegando a los musicales (*Popgrama*) y programas de entrevistas (*Dos por dos*, *Vivir cada día*).

LOS AÑOS 80. LA TELEVISIÓN DEMOCRÁTICA

La televisión española de los años ochenta comienza con la primera reglamentación con rango de ley de la historia de la televisión en España: el *Estatuto de Radio y Televisión* (enero, 1980).

Impregnada por el espíritu de consenso que parecía rodear al recién estrenado periodo democrático, Televisión Española fue dotada con un Estatuto pactado entre los dos grupos políticos mayoritarios –la UCD (Unión del Centro Democrático) y el PSOE (Partido Socialista Obrero Español)– que pretendieron con esta herramienta preservar a la televisión del abuso del poder. Sin embargo, el propio diseño facilitaba su control. El texto contenía el error de otorgar la designación del director general al Gobierno. Bajo estas condiciones era una ficción pretender que el director general ejerciera su trabajo con total independencia.

Todo este entramado sirvió, en realidad, para subordinar la televisión pública al control político. El funcionamiento del sistema permitió a los sucesivos gobiernos situar la televisión al servicio de sus intereses, permitiendo la difusión de sus propias

consignas. Cuestión ésta que sirvió para convertir la televisión estatal en una diana de confrontación política durante abundantes momentos de la actividad parlamentaria española en los siguientes años.

La década de los ochenta también se caracterizó porque se establecieron las bases de la televisión contemporánea. Desde este momento, aumentaron las horas de emisión, los contenidos se fueron escorando hacia el entretenimiento y las cifras de audiencias comenzaron a instaurar una televisión dirigida a los grandes públicos, lo que incidió sobre la programación.

Fundamentalmente, estas bases se consolidan porque aparece la competencia televisiva. Gracias a la *Ley del Tercer Canal* (diciembre, 1983) se otorgó, en régimen de concesión y para el ámbito territorial de cada comunidad autónoma, la posibilidad de gestionar una televisión. Se crearon así, a lo largo de la década, los primeros canales de televisión autonómica en España: ETB (País Vasco); TV3 (Cataluña); TVG (Galicia); Canal Sur (Andalucía); Canal 9 (Valencia) y Telemadrid (Madrid). Se amplió el abanico televisivo en forma de competencia pública.

En este periodo, como se ha comentado, aumentó la emisión televisiva. Entre las razones, aparte del aumento de emisoras, cabe destacar la ampliación televisiva del horario de mañana con la introducción de magazines contenedores (*Por la mañana*); junto con el de la sobremesa basado en la emisión de telenovelas (*Los ricos también lloran*, *Loba herida*, *Rubí*); teleseries norteamericanas (*Dallas*, *Dinastía*, *Falcon Crest*) y películas, fundamentalmente, de nacionalidad estadounidense.

También mencionar algunas series españolas que iniciaron los gestores socialistas una vez que llegaron al poder (1982), con la intención de trasladar a la pequeña pantalla, y por tanto a la sociedad española, un nuevo imaginario renovado. En el listado se hallan novedades, como los ejemplos inéditos de historia social (*La huella del crimen*, *El Lute*); biografías de mujeres (*Mariana Pineda*, *Teresa de Jesús*), renovaciones sobre el concepto de España en el pasado histórico (*Réquiem por Granada*) y también series concebidas como reflejo social de su tiempo (*Anillos de oro*, *Segunda enseñanza*).

A LA CAZA DEL ESPECTADOR. LA TELEVISIÓN PRIVADA

La aparición de las televisiones privadas estatales a principios de los años noventa –gracias a *Ley de la Televisión Privada* (mayo, 1988)– convulsionó el audiovisual español y provocó un cambio de ciclo televisivo.

La concesión por parte del gobierno socialista de dos televisiones generalistas, Antena 3 y Tele 5, y una televisión de pago, Canal Plus, implantaron una nueva dinámica televisiva. No sólo supuso variación en la oferta televisiva, también generó nuevos efectos en la estructura empresarial de los medios españoles, en el reparto

del mercado publicitario, en el volumen de las emisiones, en las características de la programación, en las estrategias de los espacios publicitarios o en la metodología de la medición del consumo televisivo.

Sin embargo, la oferta televisiva no respondió a corrientes ideológicas plurales sino, más bien, a intereses mercantiles. Y lo que es aún más importante: la nueva función de la televisión tuvo como resultado una profunda transformación en la consideración del receptor, quien dejó de ser percibido como un ciudadano con derechos para convertirse en un cliente potencial. Incluso por la televisión pública, que se vio arrastrada hacia ese modelo comercial competitivo.

En este modelo de televisión el objetivo principal fue conseguir el máximo beneficio. La competición entre cadenas impuso el concepto de la maximización de la audiencia. El público pasó a ser un elemento vital, cuyo comportamiento se terminó por medir de forma exhaustiva, a través de complejas técnicas de audiometría. El motivo era que la respuesta del público condicionaba la rentabilidad televisiva.

Esta atención tan meticulosa a los gustos y comportamientos de los espectadores condujo a los programadores a prestar una especial atención a la oferta de la competencia. Así se libró una agresiva lucha entre canales por el liderazgo originando la fragmentación de la audiencia. La disputa entre operadores desencadenó una serie de prácticas desconsideradas hacia el público, como la contraprogramación –en su versión negativa, la uniformadora– y la desprogramación –desprogramar a última hora, y sin previo aviso, una emisión anunciada–.

Respecto a la publicidad, la lucha fue aún más encarnizada, porque la llegada de las privadas coincidió con una grave crisis publicitaria motivada por la recesión internacional que impulsó una feroz competencia por un mercado publicitario estancado. El ejemplo más evidente fue la llamada ‘guerra de tarifas’. Las cadenas privadas comenzaron a ofrecer elevados descuentos sobre tarifas y flexibilización en la contratación, y TVE imitó estas formas.

El resultado inmediato de esta política fue el vertiginoso incremento de la publicidad, lo que acarrió la saturación publicitaria en la emisión. Esta situación motivó la generalización del zapping. El uso del mando a distancia fue una herramienta de defensa de la audiencia ante la masiva emisión de anuncios, lo que llevó a poner en duda la eficacia publicitaria de la televisión.

La programación también experimentó distintas fórmulas con el objetivo de lograr la máxima rentabilidad. Una de las novedades fue la organización de las parrillas televisivas en bandas horarias –mañana, tarde, noche, *prime time* y madrugada– que estaban delimitadas por los informativos. La mejor opción consistía en adaptar los programas de la emisión a la audiencia potencial –por ejemplo, espacios para amas de casa por las mañanas–. El resultado final fue que se incrementó la duración del consumo televisivo medio diario hasta más de las tres horas y media por persona y día.

Sobre este escenario las cadenas compitieron utilizando una táctica de estrategia directa en los mismos segmentos con programas que obedecían a formatos y temáticas similares. El motivo era que si un programa obtenía éxito se convertía en referencia y, por lo tanto, en imitación del resto de cadenas. El fenómeno de la mimesis afectó a la programación en contenidos y fórmulas. Esto causó la homogeneización de la oferta televisiva.

Tomando como referencia esta dinámica, la mayor parte de las emisiones se orientaron al entretenimiento. Uno de los más destacables ejemplos fue la telenovela venezolana *Cristal* que, tras su emisión en TVE, multiplicó su audiencia convirtiéndose en el primer fenómeno televisivo del periodo, que fue copiado por el resto de cadenas. Pero no fue el único: sucedió lo mismo con los programas musicales, los espacios infantiles, los *reality shows* y las series de producción propia. Imperó a partir del entonces una nueva lógica dirigida a los grandes consumidores de la televisión y se impuso el ocio y el entretenimiento por encima de la información o la formación. Por eso el cine de autor pasó a horarios intempestivos o el cine comercial se colocó en los horarios de máxima audiencia, o desaparecieron de la parrilla los espacios culturales y proliferaron los de variedades.

Al principio, los programas más seguidos por la audiencia fueron las películas de ficción (comerciales, estadounidenses y españolas); junto con los acontecimientos deportivos (el fútbol, los éxitos de Miguel Induráin) y las grandes pruebas internacionales (Juegos Olímpicos, el mundial de fútbol). Después vinieron los concursos (*VIP noche, Un, dos, tres*); los espacios de humor (*Videos de primera, Especial Martes y trece*); las series de importación (*Twin Peaks, Sensación de vivir*) y producción propia (*Farmacia de Guardia, Médico de familia*) y los programas unidos a los acontecimientos singulares (la Expo de Sevilla o los debates electorales). Y, finalmente, los espacios más significativos fueron los relativos a la telerrealidad, cuyo ejemplo más significativo fueron los *reality shows* (*Quién sabe dónde, Cita con la vida, La máquina de la verdad*). Quiere decirse que la programación derivó hacia contenidos cada vez más populares y sensacionalistas.

Este empobrecimiento de contenidos fue acentuándose por la actitud competitiva de los gestores de televisión. Las televisiones quisieron atraer a su audiencia mediante programas sensacionalistas que fueron lacerando el panorama audiovisual hasta crear una *telebasura*, donde predominó la polémica, la creación de acontecimientos, el rumor, la filtración interesada, la desinformación, etcétera. Entonces las emisoras ofrecieron nuevos temas al espacio público, entre los cuales primaron: los escándalos, la crónica social o los sucesos.

Al mismo tiempo se instauraron otros programas dedicados a realidades como la parapsicología, el amarillismo o el periodismo rosa. Todos estos espacios promovieron la endogamia televisiva con nuevos actores, polémicos y populares, que aprovecharon sus intervenciones televisivas para mantenerse en primera línea de la actualidad y así no abandonar los programas de televisión donde se ganaban la vida.

LA TELEVISIÓN DEL SIGLO XXI. LA TELEVISIÓN DIGITAL

La televisión del nuevo siglo conllevó la implantación definitiva del género de la telerrealidad que, insaciable, se extendió por las rejillas de programación en sus múltiples variantes: *talk shows*, *docu shows* o *reality shows*. Todos estos espacios tienen como común denominador al espectador, popular o desconocido, que accede al medio televisivo para vender o mostrar su intimidad al dominio público, mediante una serie de prácticas consistentes en entrevistas, concursos o convivencias.

El concurso de *reality show* terminó por ascender a la cima del espectáculo televisivo. Mezcla de realidad, ficción y concurso, alcanzó su cénit con la emisión en la cadena Tele 5 del programa *Gran Hermano*, que convirtió a la cadena privada en líder de audiencia durante varias temporadas gracias a una programación autorreferencial.

Sin embargo, fue otra versión de la telerrealidad, el concurso musical de TVE *Operación Triunfo*, el que cosechó mejores audiencias. A partir de aquí, otros formatos similares con diversas fórmulas (*Supervivientes*, *La isla de los famosos*, *El coro de la cárcel*, *Mira quién baila*) se emitieron con más o menos éxito en pantalla instaurando una fórmula que se ha convertido en piedra angular de la programación de las televisiones generalistas.

Otro género que obtuvo un marcado y continuado éxito fueron las series de producción propia. Las hubo de todos los formatos: inspiradas en el contexto familiar para acercarse a todos los públicos (*Los Serrano*); creando una ficción con antecedentes históricos (*Cuéntame cómo pasó*), concebidas como comedias de situación al estilo estadounidense (*7 Vidas*, *Aída*) o basadas en el estilo de las telenovelas (*Amar en tiempos revueltos*, *La señora*). Incluso se produjo en los últimos tiempos teleseries inspiradas en hechos reales e históricos que buscan la representación histórica de episodios trascendentes de la historia española (*23-F El día más difícil del Rey*).

El año 2006 marca un jalón con la aparición de dos nuevas cadenas generalistas de cobertura estatal: Cuatro (noviembre, 2005) y La Sexta (mayo, 2006), que transformaron la situación del mercado televisivo propiciando una mayor fragmentación de audiencias. Se observa desde entonces una nueva inercia consistente en la fuga de público de las televisiones generalistas hacia televisiones locales, canales temáticos e internet.

Esta situación generó una nueva alteración del mercado televisivo y un reajuste en el reparto publicitario, además de constatar la necesidad de procurarse nuevas estrategias programáticas capaces de alcanzar mayores cuotas de audiencia. Una muestra puede ser el posicionamiento estratégico que han mantenido las dos televisiones de reciente creación, orientándose hacia las retransmisiones deportivas y hacia la telerrealidad con formatos de pretendida vocación instructiva, como la introducción del llamado *couching televisivo* en diversas variantes (*Supernanny*,

Generación Ni-Ni, Ajuste de cuentas); o con la revitalización de un moderno, y cuestionable desde el punto de vista periodístico, reporterismo televisivo (*Callejeros, Españoles por el mundo, Crónicas, Comando actualidad*). Formatos que, debido a los buenos datos de audiencia, fueron plagiados por el resto de canales generalistas.

El último hito reseñable de la televisión española ha sido la introducción, en 2010, de la *Televisión Digital Terrestre* (TDT). A pesar de que la Comisión Europea marcó el año 2005 como fecha recomendada para llevar a cabo esta evolución televisiva, España tardó cinco años en implantarla.

La Televisión Digital Terrestre consiste en la transmisión de imágenes en movimiento y sonido coligado mediante una señal digital, a través de una red formada por repetidores terrestres. Para que dicha iniciativa entrara en funcionamiento en las televisiones españolas fue necesario realizar el llamado apagón analógico.

La nueva televisión digital prometía una serie de ventajas. Por ejemplo, la posibilidad de recibir más canales de televisión de modo gratuito, una mayor calidad de imagen y sonido, visionar nuevos formatos televisivos –como la imagen panorámica 16/9–, el sonido envolvente digital, disfrutar de subtítulos y acceder a nuevos servicios y contenidos interactivos. Sin embargo, estas promesas no han producido los efectos deseados y han ido configurando una televisión repetitiva, excesivamente homogénea, donde los programas enlatados se han impuesto por encima de la imaginación y la experimentación de nuevas fórmulas.

La implantación de esta nueva televisión no sólo ha afectado al panorama de medios de comunicación y a los espectadores, sino también a los profesionales del medio. Cuestión ésta que se ha agudizado con el estallido de la crisis económica, cuya onda expansiva ha ocasionado una serie de reajustes importantes en el oficio. La nueva cultura digital está transformando los usos y sistemas anteriores y va implantando otros nuevos a los que habrá que adaptarse en todas sus dimensiones.

Referencias bibliográficas

- Baget, J. M. (1993). *Historia de la televisión en España, 1956-1975*. Barcelona: Feed Back.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bustamante, E. (2004). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (2006). *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Callejo, J. (1995). *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Cebrián Herreros, M. (2004). *Modelos de televisión. Generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós.
- Contreras, J. M. y Palacio, M. (2003). *La programación en televisión*. Madrid: Síntesis.
- Díaz, L. (1994). *La televisión en España. 1954-1995*. Madrid: Alianza.
- Faus Belau, A. (1995). *La era audiovisual. Historia de los primeros 100 años de radio y televisión*. Pamplona: Eunsa.
- Fernández, I. y Santana, F. (2000). *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza.
- Giordano, E. y Zeller, C. (1999). *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*. Barcelona: Icaria.
- Mateos-Pérez, J. (2008). *A la caza del espectador. Estrategias de programación en los inicios de la televisión privada en España (1990-1994)*. Madrid: UCM.
- Palacio, M. (2005). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Palacio, M. (1992). *Una historia de la televisión en España. Arqueología y vanguardia*. Madrid: Madrid Capital Europea de la Cultura.
- Rueda, J. C. Y Chicharro, M. M. (2006). *La televisión en España (1956-2006). Política, consumo y cultura televisiva*. Madrid: Fragua.
- Vázquez Montalbán, M. (1973). *El libro gris de televisión española*. Madrid: Ediciones 99.