



Comunicación y Sociedad

ISSN: 0188-252X

comysoc@yahoo.com.mx

Universidad de Guadalajara

México

Mateos-Pérez, Javier

La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)

Comunicación y Sociedad, núm. 15, enero-junio, 2011, pp. 169-194

Universidad de Guadalajara

Zapopan, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34615397008>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)

JAVIER MATEOS-PÉREZ¹

Esta investigación pretende establecer una genealogía sobre la telerrealidad en el caso español, valorar la incidencia de estos programas en la función de entretenimiento televisivo, examinar su evolución, su tipología, su adaptación a la competencia y los principales contenidos que emitieron los programas de realidad durante el inicio de las televisiones privadas en España (1990-1994).

PALABRAS CLAVE: España, reality show, telerrealidad, televisión entretenimiento, televisión privada.

This research aims to sketch a genealogy of reality television in Spain. It assesses the influence of this genre on TV entertainment and examines its evolution, typology and adaptation to competition. An overview of the programs that were broadcasted after the privatization of television in Spain between 1990-1994 is also provided.

KEY WORDS: *Reality Television, Reality Show, Private broadcaster, TV Entertainment, Spain.*

¹ Universidad Complutense de Madrid, España.
Correo electrónico javiermateos7@yahoo.es

INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS, MÉTODO Y FUENTES

A pesar de que el monopolio estatal televisivo se quebró a mediados de los años ochenta con la aparición de las televisiones autonómicas, el definitivo cambio de ciclo televisivo español se produjo en los años noventa. La aparición de la *Ley de Televisión Privada*, aprobada el 3 de mayo de 1988, marcó la ampliación de mayor trascendencia en la oferta televisiva española.

Los primeros años de la década de los noventa presentan un notorio interés en el ámbito televisivo por la multiplicación de emisoras, por los cambios sociales y tecnológicos, y por la nueva lógica programativa resultante, caracterizada por la maximización de la audiencia. En este escenario competitivo se produjo una intensa oferta de entretenimiento que se caracterizó por la proliferación de los programas basados en la realidad. La incidencia de la telerrealidad es clave por su universalidad, porque supone un papel relevante en la configuración del imaginario colectivo español, además de iniciar el nuevo esquema televisivo en el que se asientan las bases de la actual televisión española y latinoamericana.

Esta investigación pretende establecer una genealogía sobre la telerrealidad en el caso español, valorar la incidencia de estos programas en la función de entretenimiento televisivo, examinar su evolución, su tipología, su adaptación a la competencia y los principales contenidos que emitieron los programas de realidad durante el periodo de arranque de las televisiones privadas en España (1990-1994). Por último, también se clasifica la oferta de televisión de realidad que llevó a cabo cada uno de los canales de ámbito nacional. Este estudio quiere dar un panorama general de la presencia de la telerrealidad en el inicio de las televisiones privadas abordando los programas con más éxito.

Para valorar estas coordenadas se ha confeccionado una base de datos² con la que se clasifica y sopesa la oferta programativa: sus pe-

² La base de datos que recoge 7,990 registros, da cuenta de la programación del periodo mediante la extrapolación de la programación de 94 días, seleccionados dos por mes, siguiendo una correlación semanal y procurando obtener el resultado de la emisión de días similares en los diferentes años con el objetivo de conseguir una muestra compensada que recoja ejemplos

culiaridades, rasgos comunes y diferencias. Además, se ha realizado un exhaustivo seguimiento hemerográfico del periodo en dos de los principales diarios de referencia: *El País* y *ABC*, así como en revistas y publicaciones especializadas: *Canal Plus*. Por último, se ha recurrido a fuentes audiovisuales. Estas fuentes han sido útiles para reconocer los diferentes programas de realidad emitidos, su estructura, así como sus contenidos.

Así, se demostrará que la aparición de las nuevas cadenas (Antena 3, Tele 5 y Canal Plus), junto con las consiguientes remodelaciones emprendidas por las dos emisoras públicas estatales (TVE1 y La 2) contribuyeron al aumento de los programas de realidad, lo que conllevó la homogeneización de la oferta de entretenimiento. La afluencia de la telerrealidad favoreció la instalación del morbo, los sucesos y el sensacionalismo en las pantallas españolas.

LA OFERTA DE ENTRETENIMIENTO EN EL CAMBIO DE CICLO TELEVISIVO DE LOS AÑOS NOVENTA. EL GIRO HACIA LA TELERREALIDAD

Una vez que se conceden las licencias gubernamentales a las televisiones privadas en la década de los noventa se asume en España, de manera definitiva, el modelo de televisión comercial. Las empresas privadas de televisión gestionaron sus emisoras inspirándose únicamente en la obtención de beneficios. Algo parecido sucedió con la televisión pública española, puesto que la administración favoreció también este modelo de programación al imponer el mantenimiento de altas cuotas de audiencia (Rueda & Chicharro, 2006, p.55). Es decir, las televisiones españolas, públicas y privadas, estuvieron guiadas por la lógica de los resultados económicos.

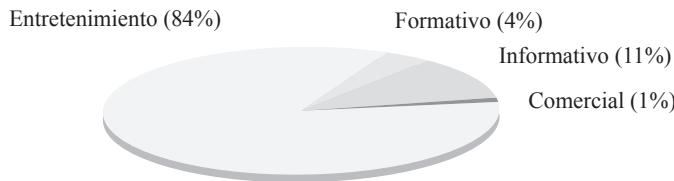
Por eso, cuando se configuró el nuevo mercado televisivo las audiencias adquirieron un peso creciente y las emisoras se encaminaron a la búsqueda de una televisión de consumo. Se trataba de un momento propicio, puesto que la televisión en los años ochenta ya se había con-

de todas las estaciones y que tenga en cuenta las diferencias entre la programación diaria, del fin de semana, así como de los períodos vacacionales.

vertido en un bien compartido por la inmensa mayoría de la población y en los noventa su visionado era la actividad de ocio más frecuente entre los españoles (De Miguel, 1992, p.232). La televisión era el medio de comunicación hegémónico, el más universal y con mayor capacidad de penetración y aproximación a la ciudadanía española.

La consolidación del consumo televisivo como una de las actividades de tiempo libre preferidas por los ciudadanos era evidente a juzgar la media de minutos que el espectador promedio pasaba delante de la pantalla.³ De las cuatro funciones de la televisión: informar, formar, vender y entretener, la que prevaleció durante el periodo de estudio fue, sin duda, ésta última, al suministrar 84% de emisión (véase Figura 1).

FIGURA 1
OBJETO DE LA PROGRAMACIÓN (1990-1994)



Fuente: Elaboración propia.⁴

³ La media de minutos frente a la televisión en 1990 fue de 184 minutos; en 1991, 187 minutos; en 1992, 193 minutos; en 1993, 202 minutos, y en 1994, 209 minutos. Elaboración propia a partir de Sofres (1991-2000).

⁴ Esta base de datos se ha realizado con el vaciado de los menús de programación de las cinco emisoras nacionales, extraídas de los periódicos de referencia publicados en el periodo comprendido entre el 21 de septiembre de 1990, fecha del comienzo de las emisiones de todas las televisiones privadas, y el 14 de julio de 1994. Aquí se muestra el relativo al objeto del programa –entretenimiento, informativo, formativo o comercial-. En los porcentajes no está contemplada la publicidad, se refiere únicamente a programas de televisión (Mateos-Pérez, 2008).

De hecho, el principal objetivo para las cadenas de televisión en el inicio de concurrencia fue realizar una televisión entretenida. En un escenario en el que las televisiones pretendían vender más que el rival, el espectador era quien decidía el grado de interés de un programa. Los espectadores exigían espacios atractivos, espectaculares, novedosos y comerciales, y los programadores los tomaban en cuenta, puesto que los datos de audiencia marcaban el precio de los tiempos publicitarios, principal fuente de financiación de las emisoras.

La oferta de la televisión de entretenimiento abarcaba varios ámbitos. Tradicionalmente las emisoras habían utilizado diversas fórmulas que conectaban con facilidad con el gran público. La principal fue la ficción. El cine, las series, los dibujos animados y las telenovelas aportaron una parte relevante del tiempo de emisión de ocio, pero no fue la única. Los concursos, el deporte, los programas dialógicos, la emisión de actuaciones musicales y las galas de espectáculos diversos también participaron en esta dinámica. Además, el contexto de la competencia aportó novedades, como los programas de telerrealidad, que fueron el gran descubrimiento del periodo. Se trataba de espacios fácilmente adaptables al imaginario español, comercialmente exportables y, además, venían avalados por la consecución de importantes audiencias en Estados Unidos, Inglaterra, Italia o Francia.

Debido a la hibridación de géneros televisivos empleados para la confección de este tipo de programas, a la variedad de formatos surgidos y a la proliferación de investigaciones publicadas a tenor del éxito de audiencia de este tipo de emisiones, cada vez es más compleja la definición del concepto telerrealidad. Por este motivo, en primer lugar es necesario precisar qué se entiende por programas de telerrealidad.

En esta investigación se considera telerrealidad al programa emitido por televisión que se basa en mostrar una o más historias de personas reales, anónimas o populares. Sin embargo, hay que matizar que la telerrealidad es ficticia, puesto que todos los elementos que forman parte del programa están manipulados mediante herramientas televisivas (guión, estructura de programa, montaje, maquillaje, etc.) con el objeto de conseguir un efecto concreto. Es decir, a pesar de que el programa intenta enfatizar el carácter de improvisación de la trama argumental con el propósito de soslayar su realidad, es una ficción.

El uso de la telerrealidad se incluye en el ámbito del entretenimiento porque convierte la realidad en un espectáculo. Es decir, la telerrealidad funciona como un instrumento de manipulación colectiva que termina por trivializar los temas propuestos, crea estereotipos y estimula una afición desmedida hacia los temas personales, generando una sensibilidad morbosa entre la audiencia. A pesar de que este discurso televisivo cumple una función socializadora, no lo hace desde el discurso racional, sino desde el discurso emotivo. Por tanto, la televisión se inmiscuye en la faceta más personal del individuo con el objetivo de convertir esa intimidad en un espectáculo de masas.

En el arranque de las televisiones privadas existieron distintas clases de programas de telerrealidad. La diferencia entre ellos estribaba en su contenido y en su formato. Los espacios de telerrealidad que más éxito de audiencia alcanzaron en el periodo de estudio aludían a la vida privada de las personas y a los sucesos. Como apéndice a estos programas surgieron otros espacios en la misma línea, pero dedicados a otras realidades más específicas, como la parapsicología, la divulgación médica, el amor o la adivinación. Los formatos de los programas se adaptaron en función de los contenidos. Así, existieron programas de telerrealidad configurados como talk shows, como concursos, integrados en magacines dialógicos o con formatos más periodísticos que requerían del uso de crónicas, reportajes o reconstrucciones de sucesos. Finalmente, hay que terminar añadiendo que todos estos programas tuvieron como común denominador la participación directa de los espectadores en el desarrollo del programa.

GENEALOGÍA DE LOS PROGRAMAS DE TELERREALIDAD EN LA PANTALLA ESPAÑOLA

El cambio hacia la realidad en las programaciones viene influenciado por los adelantos tecnológicos y por el acceso de la población a estas nuevas herramientas. Un ejemplo es la cámara doméstica. Hacía tiempo que el video había penetrado en la pequeña pantalla como un nuevo instrumento para crear contenidos distintos a los que venían practicándose. La utilización de las cámaras de video caseras fue creciendo paulatinamente hasta crear nuevos formatos o ir modificando determinadas producciones de la televisión.

Los antecedentes de esta inercia hay que buscarlos en ciertas televisiones comerciales estadounidenses, donde comenzaron a repartir cámaras a ciudadanos anónimos para que se grabaran en su vida diaria y tras una selección de las mismas, articular un nuevo programa que estuviera basado en la realidad de las personas. Tomando como base esta referencia, las cámaras de video empezaron a formar parte de los nuevos contenidos televisivos.

Pero el viejo sueño televisivo de convertir la pantalla en un espejo que reflejara la vida misma ya se había conseguido. En 1973 se emitió en la televisión estadounidense la serie “An American Family”, un espacio documental que estudiaba la vida de una familia neoyorquina de clase media durante nueve meses. La serie documental tuvo un intenso seguimiento de audiencia gracias a las acciones que se iban produciendo como consecuencia de la convivencia en el seno de la familia televisada. Entre otras cuestiones, la separación de los padres o el descubrimiento de que uno de los hijos era homosexual fueron los aspectos que más engancharon al público.

En los años noventa, el giro hacia la telerrealidad es definitivo. The Music Televisión (MTV), cadena especializada en música, fue la precursora de estos nuevos contenidos en donde se imitaba una especie de documentalismo casero. Esta emisora creó una nueva serie llamada “El Mundo Real” (MTV, 1992) que consistía en la grabación de la vida cotidiana de unas cuantas chicas que compartían un apartamento en el centro de Manhattan.⁵

⁵ Hubo más experimentos de este tipo en Europa. Por ejemplo, Paul Watson realizó para la BBC un espacio que consistía en espiar, durante varios meses, a una familia trabajadora de la localidad de Reading en su vida habitual. La BBC también produjo el programa “Video Diaries” con cintas grabadas por ciudadanos corrientes que o bien miraban, o bien se miraban a través del ojo de la cámara. Reseñar la idea de un profesor de París en la cárcel de la Sante, donde propició un intercambio de videocámaras entre artistas y presos en el que cada uno de ellos contaba o grababa sus pensamientos o inquietudes. Finalmente, la televisión pública francesa emitió un documental basado en la idea de un padre que decidió grabar la vida de sus hijos a pesar de que estos se habían contagiado con el virus del SIDA. En abril de 1992, en Estados Uni-

Estos primeros intentos se extendieron a España con el exitoso envío masivo de cientos de videos personales al concurso “Videos de Primera” (TVE1, 1990), a donde los telespectadores enviaban cintas que narraban situaciones reales –en clave de humor– acontecidas en su vida. Rápidamente se produjeron programas similares articulados en función del video doméstico (“Objetivo Indiscreto”) o algunas series comenzaron a realizarse cámara en mano o incorporando a sus argumentos personajes o situaciones reales.⁶ Otra modalidad fueron los programas de infoshow (Orza, 2002, p.23), que consistían en una mezcla de información y entretenimiento, de realidad y de espectáculo. La dinámica del espacio proponía el seguimiento de las actuaciones de los servicios de seguridad y también tuvo su representación en las pantallas españolas.⁷ También en el programa de TVE1 “Línea 900”, 1991) los espectadores enviaban cintas grabadas por ellos mismos con las situaciones que querían denunciar. Incluso, Xavier Sardá, en el espacio “Juego de Niños” (TVE1, 1990) apuntaba en esta misma dirección explorando las posibilidades del video colectivizado.

Fue una cadena privada, Antena 3, la que inició un programa de televisión que podría considerarse como el primer antecedente del reality show. Se trata del espacio “En Busca de Scarlett”, donde una coproducción europea buscaba a una actriz que interpretase a Escarlata O’Hara,

dos, la *American Civil Liberties Union* grabó una película sobre la condena a muerte de Robert Alton Harris en una cámara de gas de California.

⁶ “Farmacia de guardia”, “Truhanes” o “Lleno, por favor” ofrecían diferentes enfoques y situaciones de la vida diaria. Estas teleseries, elaboradas en formato de comedias de situación, arrasaron. Las cadenas privadas consiguieron revitalizar un género de la mano de actores ya famosos y mediante argumentos sencillos y próximos al ciudadano de la calle.

⁷ Por ejemplo, “Emergencias”, presentado por Juan Pedro Valentín en Tele-madrid (viernes, 9:15 horas). Su intención era ser un servicio público. En él se mostraban las actividades habituales de los servicios de urgencias: salidas de los bomberos, redadas policiales, servicios de ambulancias o actuaciones de las patrullas ecológicas del Seprona. Durante la emisión, los protagonistas de las historias que se grababan acudían al foro para contar los detalles.

en el papel protagonista de la segunda parte de la película “Lo que el Viento se Llevó”. Para ello se convocó una prueba de selección mundial delegando el casting de cada país en una televisión. Antena 3 seleccionó a 20 candidatas.⁸ El actor José Coronado fue el encargado de presentar un mini programa de 7 minutos de duración (de lunes a sábado, a las 20:00 horas). En cada capítulo intervenían dos concursantes que debían de representar tres escenas de la película para demostrar sus facultades de interpretación.

La innovación provino de la participación de los espectadores, puesto que fueron ellos quienes se atribuían la función del jurado votando a su actriz favorita a través de un teléfono gratuito, y así iban eliminando aspirantes. Finalmente, un jurado convocado por Antena 3 escogió a la ganadora entre las cinco últimas aspirantes.⁹

Una mujer suplicando a su hijo entre sollozos, un amante compartiendo con la audiencia sus momentos más íntimos o un marido rechazado en busca de perdón fue el novedoso contenido que sirvió de entretenimiento a la audiencia a partir de esos años. Beneficiados por la polémica suscitada, los principales promotores de este tipo de televisión fueron programas como “Quién Sabe Dónde” (TVE1, 1992), “La Máquina de la Verdad” (Tele 5, 1993) o “Al Filo de la Ley” (Antena 3, 1993). Estos programas concedieron el protagonismo a nuevos actores populares, que durante sus intervenciones siempre estuvieron rodeados por un aura de escándalo o de polémica.

Como continuación a estos programas de sucesos surgieron otros espacios similares, pero orientados a otras realidades, como los concursos, la parapsicología, el amor o la adivinación: “De Tú a Tú” y “Cita con la

⁸ La cadena recibió más de 700 cartas de jóvenes. De éstas, se preseleccionaron 150 que acudieron a los estudios de la televisión privada a realizar una prueba. En la última selección se convocó a 30 concursantes con traje de época que acudieron a una nueva prueba, en la que eliminaron a 10 de ellas (*El País*, 18/08/1992).

⁹ La candidata elegida compitió el 4 de octubre en Atlanta (EE.UU.) con las aspirantes del resto de países: Grecia, Italia, Alemania, Israel, Turquía, Dinamarca, Irlanda, Holanda y Estados Unidos. La ganadora final fue la actriz británica Joanne Whalley, quien protagonizó la mini serie para televisión.

“Vida” (Antena 3, 1990,1993); “Su Media Naranja” (Tele 5, 1990); “Lo que Necesitas es Amor” (Antena 3, 1993); “En los Límites de la Realidad!” (Antena 3, 1993); “Contacto con... Tacto” (Tele 5, 1992), etcétera.

Todos estos espacios –concursos, debates, entrevistas, confesiones– pueden inscribirse dentro de la fórmula talk show. El talk show constituye una mezcla entre géneros televisivos, pues se configura a partir de la temática de los reality shows –vida privada y sucesos–, la participación del público y la estructura de la palabra (Lacalle, 2001, p.134). Estamos ante un género híbrido televisivo que refleja la imagen del espectador en la televisión (Eco, 1986).

Por tanto, el modelo de programación comercial basado en la primacía del entretenimiento, que se había ido conformando durante los años anteriores, se consolida finalmente. Las emisiones informativas y formativas ceden terreno a los contenidos dedicados al ocio que se vuelven mayoritarios. Dentro de estas emisiones, destacan, por encima de otras, las relativas a la telerrealidad, que son incuestionables para los emisores porque vienen avalados por audiencias masivas.

CARACTERIZACIÓN DE LOS PROGRAMAS

DE TELERREALIDAD ESPAÑOLES.

CUESTIONES GENERALES

En primer lugar hay que señalar que la característica principal de los programas de la telerrealidad es que están articulados en torno a personas reales, anónimas o populares que muestran una determinada parte de su vida. Las historias que ofrecen ante la cámara tienen que ver con su vida privada, con sus experiencias o con sus sentimientos.

La participación de las personas reales en el foro suele narrar acontecimientos de la vida cotidiana del invitado, identificadas por todos, puesto que son susceptibles, en mayor o menor medida, de ocurrirle a cualquiera. En la mayor parte de las ocasiones estas experiencias son de crisis personales, sentimentales o laborales y, en otras ocasiones, tienen que ver con hechos íntimos que rayan en lo obsceno o lo degradante.

Es decir, los telespectadores, gracias a la telerrealidad, cambian de rol y acceden a la televisión para contar sus experiencias. El espectador

se convierte en el protagonista del programa, en el verdadero sujeto y objeto del espacio. Se mezclan, por tanto, los conceptos privado y público a través del medio televisivo.

La telerrealidad promueve esta participación entre los espectadores al conferir una función terapéutica para el protagonista que narra sus experiencias y también para el televíidente que se identifique con ellas. Así mismo, el participante de estos espacios puede beneficiarse de su intervención por más razones: para conocerse a sí mismo, como cataráisis, para su desahogo, para la resolución de un conflicto o para hallar la empatía social con su situación. Los programadores también defienden el papel de estas intervenciones arguyendo la necesidad de arrojar luz sobre un extenso listado de temas y problemas que la moral burguesa considera patrimonio de la intimidad.

Aunque hay que matizar que estos programas interesan a sus promotores en la medida que aumentan las audiencias de sus programas. De la misma manera, los espacios de telerrealidad transmiten un enfoque ideológico concreto, contextualizado en un sistema de valores, donde los derechos del ciudadano se desvirtúan frente a los intereses de las televisiones en la lógica de la economía de mercado.

Las televisiones, basándose en los datos de audiencia, consideran que la historia cotidiana puede ser tan espectacular como las series, con un añadido: es más barata. El coste de los programas que utilizan a personas comunes es el doble de económico que un programa con argumento. Por último, la buena recepción de este tipo de programas se consolida al advertir que se puede legitimar el negocio de estos programas como servicio a la sociedad.

En los años noventa se levantó cierta polémica con la generalización de la telerrealidad. Asociaciones de espectadores, medios de comunicación escritos e intelectuales dudaron de los beneficios para los espectadores de su participación televisiva para exponer su intimidad.¹⁰

¹⁰ Existieron infinidad de denuncias en este sentido. Baste enunciar las realizadas en 1993 cuando este tipo de programas se encontraban en pleno apogeo. La Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR) denunció: "las televisiones están haciendo un espectáculo de la desgracia ajena" (ABC, 2/05/1993). La Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes hizo

Se percibió como un atentado contra la dignidad humana en relación con la privacidad, a pesar de que la televisión disfrazaba estas aportaciones como el paradigma de la libertad de información. Es decir, los promotores de la telerrealidad trataron de argumentar como riqueza democrática lo que en el fondo eran simples productos comerciales que fomentaban el voyerismo y el exhibicionismo.

Estos programas evolucionaron hacia temas y personajes cada vez más polémicos y estrambóticos. Los programadores, beneficiados del tirón que tiene para los televidentes la emoción, lo violento y lo íntimo, escatimaron la formación y la información a cambio de la sobredosis del espectáculo. Por este motivo, sin dejar de contar con personas anónimas, comenzaron a incluir en sus espacios testimonios de protagonistas que eran populares y que gozaban de mayor notoriedad pública al ser conocidos por la audiencia. En vista del éxito suscitado, esta dinámica requería que las intervenciones fueran remuneradas, lo que dio lugar a cierta endogamia televisiva, puesto que los programadores trataron de amortizar estas inversiones con nuevas entregas y los personajes populares se instalaron en el medio televisivo participando en nuevos espacios que redundaban en la explicación de su vida privada.

La segunda característica de estos programas es su pretendida apariencia de realidad. La telerrealidad consiste en contar historias verdaderas que además tienen que parecer reales. Con este fin se emplea el género informativo, puesto que dota al relato de mayor credibilidad ante la audiencia.

En este supuesto es vital la figura del conductor del programa. Es el presentador quien, investido con un halo de objetividad, se erige como la figura que busca restablecer el orden, quien tiene el poder para hacer estallar el conflicto, para repartir los turnos de palabra o para distribuir los roles. Las herramientas que emplea están sacadas del género informativo: la entrevista, que facilita la narración oral de la experiencia

público su “rechazo a la televisión basura que hace de la violencia, el erotismo, el mal gusto y la horterada, elementos esenciales” (ABC, 19/04/1993). Las Organizaciones de Consumidores criticaron que “la tragedia humana, real o ficticia, que ofrecen estos géneros televisivos, se está convirtiendo en objeto de mercancía para las cadenas” (ABC, 1/06/1993).

y agiliza los tiempos televisivos. También se promueve la utilización como actores de los propios protagonistas, la técnica de la cámara testigo y recursos propios del reportaje que refuerzan el cariz realista del mensaje. Finalmente, estos espacios cuentan con el efecto directo. A pesar de que los espacios se emitían en diferido, el falso directo acentuaba la percepción de la realidad como si uno hubiera estado allí.

Para conseguir más verosimilitud se puso énfasis en la espontaneidad de los participantes. Con este fin, el presentador trataba de desencargarlos con preguntas, o mediante llamadas o intervenciones en directo de personajes involucrados en las historias que contaban. Esta situación, más propia del género de la ficción, estimulaba el interés de la audiencia por el programa gracias al factor sorpresa. Las intervenciones, a pesar de estar relativamente controladas por el equipo del programa, contenían dosis de improvisación y de azar. Esta variante provocaba expectación entre la audiencia puesto que siempre desconocía cómo iba a desarrollarse la acción del programa.

La tercera característica de la telerrealidad es la espectacularidad. Este componente, que es propio de la televisión, enriquece y distorsiona la experiencia hasta convertirla en una historia llamativa. Basta con recurrir al misterio, a la comicidad soez o al morbo para revestir la historia con una pátina de espectáculo. De la misma manera contribuyen los efectos especiales, el decorado del foro, las reconstrucciones grabadas o la posproducción. Incluso los invitados participan de esta situación al adecuarse al espectáculo mediante el maquillaje, la narración concreta del suceso y la adaptación a los tiempos impuestos por la lógica del medio y la dinámica del programa.

La cuarta característica se refiere a la serialidad. Las historias contadas en forma de serial enganchan, como tradicionalmente demostraron los escritores del siglo XIX, que publicaban sus novelas por entregas, o como posteriormente se había dado con los serials radiofónicos o con los culebrones. El serial, en el ámbito de la telerrealidad, también se ha mostrado efectivo. La fórmula del serial permite mantener la actualidad del contenido propuesto.

Ésta es una de las razones de que estos espacios se conviertan en tema de conversación para el auditorio y para otros programas de televisión que se retroalimentan con ellos. Los contenidos se vierten desde

la televisión y alcanzan así a la opinión pública. Tanto se habla de ello, en la calle y en la prensa, que casi es obligado verlo. Esta representación de la realidad entronca con la quinta característica de la telerrealidad: el voyerismo televisivo. La televisión indaga en las vidas ajenas, fomenta la curiosidad y muestra los cotos reservados de la intimidad. Es decir, todos los temas son susceptibles de mostrarse públicamente, hasta los más íntimos: el sexo, el dolor, la muerte. El interés por las personas y la atracción hacia los contenidos más desagradables son entonces satisfechos. No existen los secretos porque todo es emitido y lo podemos ver gracias a la televisión.

Finalmente, la sexta característica tiene que ver con el formato televisivo en donde se insertan estos contenidos. La telerrealidad se organiza en un espacio contenedor posmoderno que aglutina diversos géneros televisivos: el informativo, la entrevista, el espectáculo de las variedades, el serial y en los casos más recientes, el concurso.

En resumen, la importancia de la telerrealidad radica en que es una televisión aparentemente real, adulterada por los usos del mensaje televisivo y capaz de crear sus propios acontecimientos mediante la participación del espectador. Por este motivo se inscribe en unos determinados formatos televisivos que favorecen la serialidad, la espectacularidad del discurso y que cubren las necesidades voyeristas de la audiencia.

OFERTA DE TELERREALIDAD POR CADENAS

Los sucesos: sensacionalismo de servicio público

No todas las emisoras emplearon la telerrealidad de la misma manera ni con la misma frecuencia. Es necesario comenzar apuntando la diferencia entre las cadenas generalistas y las cadenas complementarias. Las primeras (TVE1, Antena 3 y Tele 5) acumularon programas de telerrealidad en sus parrillas, mientras que las segundas (La 2 o Canal Plus) apenas contaron con espacios de este tipo. La razón da cuenta del posicionamiento estratégico de cada proyecto televisivo. Las generalistas apostaron por una estrategia comercial, como ya se ha señalado. Sin embargo Canal Plus era una televisión de paga, con contenidos exclusivos dirigidos a un público determinado, y La 2, una cadena minoritaria, especializada en contenidos no comerciales.

Por tanto, fueron las cadenas generalistas las que apostaron por la telerrealidad como nueva herramienta para sorprender a la audiencia. Su estrategia de competición fue directa. Es decir, las emisoras programaron, en los mismos segmentos, espacios que obedecían a formatos y temáticas similares. El motivo era que si un programa obtenía éxito se convertía en referencia, y por tanto, en imitación del resto de cadenas. El fenómeno de la mímesis afectó a la programación en contenidos y en fórmulas desde el principio. Esto causó la homogeneización de la oferta televisiva.

Las emisoras generalistas programaron los espacios de telerrealidad en los horarios de máxima audiencia de las tardes y las noches, principalmente. La razón estriba en que estos formatos están dirigidos al gran público, por lo tanto, es necesario que su ubicación en la parrilla coincida con los momentos de mayor seguimiento televisivo de la audiencia.

Obviando el experimento “En Busca de Scarlett” de Antena 3, ya mencionado, Tele 5 fue la cadena pionera en la emisión de programas comerciales basados en la realidad. Desde el inicio de sus emisiones incluyó este tipo de espacios en el contexto de una oferta casi exclusiva de entretenimiento. La razón principal estriba en que el gestor de la emisora, Silvio Berlusconi, magnate de televisión, poseía una ingente cantidad de derechos de programas de éxito, italianos y sajones, que venían avalados por importantes audiencias en distintos países. El primer programa que colocó en la rejilla, en este sentido, fue “Su Media Naranja”. Se trataba de un concurso diario, presentado por el actor Jesús Puente, en donde tres matrimonios competían, a través de diversas preguntas personales, por un premio económico. El concurso gozó de bastante aceptación entre el público gracias al exhibicionismo verbal de sus concursantes, puesto que éstos tenían que demostrar, en un tono solazado y distendido, su mayor entendimiento como pareja y su conocimiento mutuo.

Debido al buen funcionamiento del concurso, Tele 5 y TVE aportaron su propia versión del espacio con dos concursos de idéntica estructura que mostraban realidades parecidas. La cadena estatal produjo “De Tal Palo”, presentado por Ramoncín, mientras que Tele 5 estrenó “Queridos Padres”, conducido por Concha Velasco. En estos dos casos se modificó la naturaleza de los concursantes cambiando al esposo y

la esposa por padres e hijos, en un intento de ampliar la audiencia al ámbito juvenil.

Sin embargo, los programas de telerrealidad que mayor audiencia acumularon fueron los relativos a los sucesos. En primer lugar es obligado citar el programa “Quién Sabe Dónde”, emitido primeramente en La 2 y posteriormente trasladado a la primera cadena estatal por su éxito de audiencia. El objetivo de este espacio, presentado por Paco Lobatón, consistía en localizar personas desaparecidas. Este formato propiciaba los contenidos de telerrealidad porque se articulaba en función de las historias que denunciaban personas reales. Además, el programa incorporaba los testimonios de los participantes, sus reencuentros o sus confesiones en el foro, espacio público en donde aireaban todas sus emociones alentados por los miembros del programa. Incluso, como se trataban varias desapariciones por programa, “Quién Sabe Dónde” tuvo la característica de la serialidad, y no era extraño ver cómo el seguimiento de un caso se dilataba durante varias semanas, creando expectación, hasta llegar al final de su resolución.

Este espacio también tuvo su réplica, casi inmediata, en otras emisoras de la competencia. Éstas se apresuraron a estrenar formatos semejantes para competir con el éxito de la televisión estatal. Tele 5 exportó “Misterios sin Resolver”, donde se planteaban historias que abordaban toda clase de sucesos: mundo delictivo, búsqueda de tesoros, desapariciones de personas, catástrofes, accidentes, fenómenos paranormales o de ufología. Una vez planteados los casos, mediante reconstrucciones de los hechos protagonizadas por actores, los espectadores aportaban sus experiencias para la resolución de los mismos. Los primeros misterios se ofrecieron en diferido, para posteriormente iniciar el directo con la inclusión de llamadas telefónicas, invitados y debate en el foro.

Otra variante casi idéntica nació en Antena 3 con “Al Filo de la Ley”. El programa, presentado por Rosa María Mateo y dirigido por Pedro Costa, contenía también la recreación de las dramatizaciones para encuadrar la historia, sólo que con una realización más trabajada. Una vez expuesta, se daba paso a la participación de los espectadores mediante llamadas telefónicas que, seleccionadas previamente, buscaban aportaciones sobre el tema a tratar. La aportación de “Al Filo de la Ley” radicaba en que invitaban a diferentes expertos para comentar lo visto en los videos. El

programa de Antena 3 era una copia española del programa de Tele 5, incluso contaba con una sección fija, “Crímenes en la sombra”, en la que se recreaban diferentes asesinatos cometidos hace tiempo y no resueltos.

Siguiendo estos mismos pasos, TVE programó “Código Uno”, presentado por Maite Pascual y Arturo Pérez Reverte.¹¹ Los contenidos del espacio: secuestros, asesinatos y violaciones, tenían por objetivo fomentar el diálogo con la audiencia, puesto que contaban con la participación ciudadana, así como con asistencia de familiares de las víctimas al foro.

Es obligado destacar que todos estos espacios se presentaban ante la audiencia como programas de investigación periodística de servicio público, no como reality shows. La estructura de estos programas se recubría con un barniz informativo, puesto que utilizaban herramientas periodísticas –la crónica, el reportaje, la investigación– y la resolución de los casos iba dirigida al bien común, es decir, al público. Para conseguir la seriedad del producto los programadores buscaron presentadores de reconocido prestigio en el ámbito periodístico.¹² Así mismo, los presentadores contribuyeron a dignificar estos espacios defendiendo los contenidos de sus programas¹³ y el enfoque periodístico que se perseguía con ellos.

Pero los sucesos no fueron patrimonio exclusivo de estos espacios, sino que se fueron filtrando en otros programas de contenidos más generales, como los magacines. Estos programas contenedores, de con-

¹¹ Ambos trabajaban en el programa radiofónico de Radio Nacional de España (RNE) “La Ley de la Calle”, pionero de este tipo de espacios en España.

¹² Paco Lobatón, Ernesto Sáez de Buruaga, Maite Pascual, Rosa María Mateo, Arturo Pérez Reverte, Andrés Aberasturi o Julio César Iglesias habían trabajado anteriormente en programas de información general.

¹³ Lobatón: “Detrás de cada desaparición hay toda una historia humana que contar, una auténtica radiografía de la sociedad española” (*El País*, 1/09/1993). Rosa María Mateo: “Huir del amarillismo. Comentar los hechos como noticia y a partir de ahí realizar una labor de investigación para tratar de solucionar el caso” (*ABC*, 29/04/1993). Amestoy: “En el fondo, lo considero periodismo puro” (*ABC*, 7/04/1993). Pérez Reverte: “Nosotros, dentro del amarillismo descontrolado que siempre existe, velamos por mantener el rigor, presentando lo ocurrido con criterios éticos” (*ABC*, 30/03/1993).

tenidos dispares, se destaparon como un magnífico refugio para este tipo de temas por su método dialógico, por el tipo de audiencia y por su continuidad.

La máxima representante de este tipo de formatos fue Nieves Herrero, quien realizó dos espacios similares, y consecutivos, para Antena 3: “De Tú a Tú” y “Cita con la Vida”. Estos programas de divulgación, actuaciones y entrevistas se fueron escorando hacia la terrealidad debido al predominio de sus contenidos sobre sucesos. De sobra es conocido que la periodista fue blanco de numerosas críticas por el tratamiento que dio en su programa a la tragedia de las niñas de Alcácer.¹⁴ Pero esto no detuvo a los rectores de Antena 3, quienes volvieron a confiar en la misma periodista, programando un nuevo espacio: “Cita con la Vida”. Este programa se confeccionó por entero con historias de sucesos, entrevistas y actuaciones musicales. Los temas con los que debutó en el programa de presentación fueron lo suficientemente elocuentes para clasificar el espacio como de realidad y sucesos.¹⁵ Estos contenidos fueron una constante en sus programas,¹⁶ donde habitualmente trataba todo tipo de dramas y conflictos que pretendían entretenir a la audiencia mediante fuertes impactos emociona-

¹⁴ Herrero colaboró con las familias de las niñas de Alcácer desde que se tuvo conocimiento de la noticia de las desapariciones, en noviembre de 1992. Era habitual que, en “De Tú a Tú”, entre otros temas, se tratara este asunto mediante la entrevista con alguno de los familiares de las desaparecidas. Por este motivo, no extrañó que, una vez que encontraron los cuerpos de las víctimas, Herrero se trasladara al pueblo valenciano y dirigiera, desde el teatro local, un especial televisivo que rayó en lo grotesco, insistiendo en las partes más escabrosas y emocionales del suceso.

¹⁵ Durante el primer programa, Nieves Herrero abordó los siguientes temas: “Alcalá 20, me salvé del fuego”, “Ana ya no tiene Sida”, o “Me prostituí para dar de comer a mis hijos”.

¹⁶ “Cita con la Vida” abordó el caso de una canaria que seccionó el pene de su concuñado debido a los continuos acosos sexuales que sufrían ella y sus hijas. Además se contó el caso de un hombre que secuestró a su madre que se encontraba internada en una residencia de ancianos por la voluntad del resto de sus hijos. Otra de las historias hablaba sobre la primera boda esotérica de España.

les. Con el paso de los programas, “Cita con la Vida” se fue orillando hacia contenidos más sociales. Nieves Herrero creó una modalidad diferente que entraña con los espacios televisivos que posteriormente se van a conocer como talk shows (Lacalle, 2001, p.126).

Aunque hay que matizar que estos formatos ya se estaban realizando desde el arranque de las televisiones privadas. El ejemplo más representativo fue “Hablando se Entiende la Basca”, de Tele 5, presentado por Jesús Vázquez, dirigido a un público infantil y juvenil desde el verano de 1991. El programa daba voz a los jóvenes invitados mediante charlas livianas sobre el escenario de un teatro. Las conversaciones que realizaban se segmentaron por temáticas e iban, desde los más íntimos, a los más anecdotáticos.

Aprovechando la inercia de los programas de sucesos surgieron nuevos espacios de telerrealidad con contenidos diferentes. La experimentación de las cadenas llevó a crear programas que buscaban una realidad más polémica y espectacular. Así se crearon programas de telerrealidad que atañían a la vida de las personas populares, al amor o a temas más residuales, enfocados a la audiencia femenina, como la adivinación o la divulgación médica.

LA VIDA PRIVADA:

LA CARA MÁS AMARILLA DE LA TELEVISIÓN

A pesar de que las emisiones de los programas de sucesos se acompañaron de una constante controversia mediática, nada generó tanta polémica como los espacios que buceaban en la intimidad de las personas populares. El espacio más significativo fue “La Máquina de la Verdad”, emitido en Tele 5. El programa, presentado y dirigido por el periodista Julián Lago, era un controvertible espacio de temas de actualidad, casi siempre con implicaciones judiciales, donde se sometía al personaje involucrado a la técnica policial del detector de mentiras. Pretendía ser una especie de tribunal extrajudicial televisivo, en donde personajes, nacionales e internacionales, con algún asunto truculento, trataban de demostrar su inocencia cara al público televidente que juzgaba desde casa. Para concluir su veredicto, los jueces/espectadores disponían de una entrevista, un careo con los principales acusadores y el inevitable

paso por del detector de mentiras. Un polígrafo¹⁷ manejado por el “profesor” Edward Gelb, que no era fiable ni aceptado por los tribunales, al que se cosían los invitados con electrodos.

El programa se articulaba en torno a un escenario con una pretendida estética de corte de justicia formada por estructuras móviles, sillas y estrados. En la figuración no faltaba ni la imagen del guardia de seguridad, a modo de alguacil, por si los invitados se acaloraban más de la cuenta y debía de intervenir. Para la retina colectiva ha quedado la frase con la que Julián Lago daba paso a los bloques publicitarios que se insertaban en el programa: “no me conteste ahora, hágalo después de la publicidad”, pregunta que el periodista dirigía al invitado y que dejaba suspendida durante toda la pausa comercial para retomar la respuesta del invitado a la vuelta del programa.

La mecánica era sencilla y se asemejaba a un juicio público. El invitado principal era entrevistado por Lago con el fin de conocer su versión. Ésta se verificaba de manera inmediata con la réplica de algunos de los asistentes que, con asiduidad, trataban de demostrar lo contrario. A veces participaban periodistas, letrados o especialistas que actuaban, en calidad de testigos, contextualizando o aclarando alguna secuencia del caso. Finalmente, el invitado realizaba la prueba del polígrafo, en donde se determinaba la verdad de sus palabras en función de los resultados de la máquina.

Es inevitable pensar que este programa inaugura el fenómeno de la endogamia televisiva. Algunos personajes, cobrando dinero por su intervención, se hicieron más populares tras su aparición en la pequeña pantalla en la que contaron partes escabrosas de su vida privada.¹⁸ Tras

¹⁷ La utilización de este detector de mentiras exigía la realización de extensos cuestionarios –de aproximadamente cinco horas– a los que debía responder el invitado la mañana de la grabación del programa, para después, en la parte final del espacio, cotejar las respuestas con el polígrafo por si existían cambios fisiológicos en el invitado y con eso se demostraba su inocencia.

¹⁸ Entre otros invitados al programa estuvieron: Ricardo Portabales, Juan Guerra, el mayordomo de los marqueses de Urquijo, Rafael Medina, la hija de la Dulce Neus, Jorge Medina, José María Ruiz Mateos, Jesús Gil y Gil, Joselito, Amparo Muñoz, Carmen Flores, Antonia del Atte, etc. Datos loca-

darse a conocer mediante el escándalo, ya no abandonaron nunca más el medio televisivo, el cual utilizaron a partir de entonces como escenario de su nueva profesión.¹⁹

De hecho, a partir de estos programas se inició una nueva dinámica producida por la competencia entre cadenas que consistía en utilizar el mismo contenido, en idéntico horario, en dos cadenas rivales. Si Tele 5 contaba con un invitado relevante en “La Máquina de la Verdad”, Antena 3 se hacía con otro invitado involucrado en la misma situación en “Cita con la Vida”, con el fin de ofrecer otro punto de vista de la historia²⁰ y poder competir en el mismo horario, con la misma temática que proponía la cadena competitora.

Con el paso del tiempo, el formato de la corte de justicia televisiva evolucionó. Fue representativo, en este sentido, el programa, también de Tele 5, “Veredicto”, basado en el espacio de “Canale Cinque”, que se llevaba emitiendo en Italia desde hacía nueve años, con gran éxito de audiencia.

“Veredicto” volvía a recrear un tribunal de justicia que servía para resolver, fuera de los cauces legales y delante de las cámaras, conflictos entre particulares. El objetivo del programa era convertirse en un canal rápido y público de impartir justicia. La improvisada sala de justicia estuvo conducida por Ana Rosa Quintana y presidida por el jurista –ex magistrado del Tribunal Supremo– Diego Rosas Hidalgo, quien aparecía en escena vestido con toga que resolvía, por la fórmula del arbitraje, aquellos asuntos que no se querían tramitar

lizados en búsquedas hemográficas de las colecciones de *El País* y el diario *ABC* de 1990 a 1994.

¹⁹ A partir de su actuación ante las cámaras de “La Máquina de la Verdad”, Antonia dell’Atte comenzó a frequentar los programas de televisión, como comentarista de temas de corazón y sociedad en distintos magacines, mientras que su rival en la contienda y ex marido, Alessandro Lecquio, todavía continua interpretando este papel.

²⁰ Por ejemplo, si el programa de Tele 5 “La Máquina de la Verdad” estaba dedicado al crimen de los marqueses de Urquijo y contaba con la presencia del mayordomo de la casa, a la misma hora, Nieves Herrero en su programa “Cita con la Vida” de Antena 3 invitaba a Miriam de la Sierra, hija de los marqueses de Urquijo.

a través de los tribunales ordinarios. Como casi todos los programas de realidad jugaba con una doble intención. Por una parte, pretendía ser un instrumento de utilidad pública y, por otra, era una forma de televisar disputas cotidianas. Con el paso del tiempo, y tras comprobar su buena aceptación entre la audiencia, Tele 5 comenzó a ofrecer dos casos diarios de “Veredicto” (a las 14:00 y a las 15:00 horas), con unos resultados de audiencia satisfactorios.²¹

Como se ha mencionado, otro de los temas que rescató la telerrealidad fue el referido al amor y a los problemas afectivos. En todas las cadenas generalistas se iniciaron una serie de espacios en donde interactuaban personas anónimas con el propósito de buscar pareja o resolver conflictos sentimentales, como “Lo que Necesitas es Amor” de Antena 3, “Perdóname”, en TVE o “Contacto... con Tacto” y “Vivan los Novios”, en Tele 5.

El espacio que gozó de mayor audiencia fue “Lo que Necesitas es Amor”.²² Antena 3 fichó a Isabel Gemio para presentar este nuevo espacio dedicado al corazón, el cual abordaba toda clase de casos reales que involucraban romances o desengaños amorosos. Algunas de las historias comenzaban con una serie de videomensajes protagonizados por espectadores que eran grabados por el equipo del programa para después trasladárselos a sus parejas, con el fin de contactar, recompensar o reconciliarse con ellas.

Igual que sucedió con otros ámbitos, éste también fue copiado por el resto de la competencia. TVE optó por la realidad sensacionalista con “Perdóname”, un programa dirigido por Arturo Vega y presentado por María Teresa Campos, consistente en la reconciliación de las amistades perdidas. El espacio contaba con la presencia de un “ofensor” que necesitaba ser redimido por el “ofendido”. Entre las historias planteadas por el público se seleccionaron las relacionadas con el sufrimiento o el dolor.²³

²¹ “Veredicto” se situó entre los 20 espacios más vistos cada día. Fue seguido por más de 2 millones de espectadores diarios (*El País*, 5/05/1994).

²² Isabel Gemio consiguió unas cifras de audiencia millonarias. Durante el mes de febrero la audiencia media del espacio era de 7,2 millones de espectadores con una cuota de pantalla de 42.6%, según “Sofres A.M”, (22/02/1994).

²³ Por ejemplo, el caso de Rosario, que se arrepentía de hacer caso omiso a las habladurías de su pueblo contra su marido. Así mismo se contó con la

Por su parte, Tele 5 eligió un enfoque menos dramático y más insustancial para tratar los asuntos del corazón. La cadena privada volvió a optar por introducir estos contenidos sentimentales en dos concursos importados de Estados Unidos. El primero fue “Contacto... con Tacto”, presentado por Bertín Osborne. Se trataba de una adaptación de otro espacio que llevaba emitiéndose un año en Estados Unidos, “Studs” (Fox, 1991), cuya traducción literal es “Sementales”. En este concurso el premio consistía en encontrar a la pareja ideal. El juego radicaba en que los participantes, tras unas citas previas,²⁴ contaban sus experiencias a la audiencia, ayudados por los guionistas del programa. Cuanto más expresivos fueran los concursantes a la hora de enunciar sus costumbres, más juego proporcionaban al programa. Se trataba de ofrecer respuestas a las preguntas en las que cupiera un doble sentido en el que se incluyera una interpretación sexual a la respuesta.

La segunda variante fue “Vivan los Novios”, réplica del estadounidense “Dating Game” (ABC, 1966), donde un concursante tenía que escoger a su pareja entre tres personas del sexo opuesto, a partir de las respuestas de éstas a sus preguntas. La buena acogida de este formato propició que Tele 5 produjera “Vivan los Compis”, una nueva versión presentada por Leticia Sabater y dirigida a la audiencia infantil.

La telerrealidad propiciaba que en estos concursos lo importante no era tanto la gratificación en metálico como las actuaciones de los concursantes, que se convertían en actores aficionados de los que se requería un buen número ante la cámara, puesto que la ambigüedad del discurso y el humor hacían más entretenido su desarrollo. La selección de los participantes se convertía así en un elemento clave. Algo así como sustituir el coche de anteriores concursos por el amor en mano, algo de diversión, de interpretación y si se desarrollaba el programa con suerte, unas vacaciones pagadas.

presencia de una madre que pedía perdón a su hija por abandonarla cuando era un bebé. (ABC, 24/03/1994).

²⁴ Cada concursante debía de firmar un documento de cinco páginas que suponía eximir de cualquier responsabilidad legal a la cadena en el caso que alguna de las concursantes fuera violada, asesinada o contrajera alguna enfermedad de transmisión sexual durante una de las citas (El País, 18/08/1992).

En resumen, tras la llegada de las televisiones privadas sobrevino un auténtico maremoto de programas que pretendieron introducir la realidad más espectacular en los hogares de la audiencia por medio de la televisión. Los temas propuestos fueron los sucesos, los acontecimientos más polémicos y escabrosos de la vida privada de determinados personajes, públicos o privados, el amor, la adivinación y los sucesos paranormales. Muchos de estos espacios nacieron con una pretendida misión de convertirse en programas sociales, de servicio público, cuyo único interés radicaba en ayudar a la audiencia en determinados ámbitos. Sin embargo, estos espacios arrastraron a las pantallas una epidemia de morbo, espectacularidad, polémica y estulticia.

CONCLUSIONES.

LA TELERREALIDAD CAMBIA LA REALIDAD

La aparición de las televisiones privadas produjo un cambio de ciclo en el panorama televisivo español. Se inició entonces un modelo competitivo cuyo objetivo principal fue conseguir el máximo beneficio. El influjo llegó incluso hasta la televisión pública, puesto que los gestores de TVE optaron por seguir este modelo al pretender conservar el liderazgo de audiencia.

Sobre este tapete las cadenas televisivas 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 ganaba el éxito se convertía en imitación del resto de cadenas. El fenómeno de la mimesis afectó a la programación en contenidos y en fórmulas. Esto causó la homogeneización de la oferta televisiva.

Los programas más seguidos fueron las películas de ficción y las telenovelas, junto con los programas deportivos. Después vinieron los concursos, los espacios de humor, las series y los programas especiales unidos a acontecimientos singulares. Al final, los espacios más vistos fueron los relativos a la telerrealidad, lo cual quiere decir que la programación derivó hacia contenidos cada vez más populares y sensacionalistas.

Este empobrecimiento de contenidos fue pervirtiéndose más profundamente por la actitud competitiva de los gestores que no mantuvieron una política de programación definida, sino que la hicieron oscilar en función de la competencia: era más rentable fomentar las emociones, mediante la espectacularidad o los sucesos más vulgares, que la reflexión y el análisis sereno, proporcionado por los informativos y los programas de formación.

Las televisiones quisieron atraer a su audiencia mediante burdos programas que fueron deteriorando el panorama audiovisual hasta el punto de llegar a consolidar una *telebasura*, mundo en el que prevalecía la creación de acontecimientos, la rumorología como esencia de la información, la filtración interesada, la desinformación, etc. Entonces las emisoras impusieron nuevos temas al espacio público, como los espacios dedicados a la polémica, al periodismo rosa, o a los sucesos. Éste último ámbito fue el más recurrente en las pantallas. Las emisoras organizaron una serie de programas –muchos en horario de máxima audiencia– que se nutrieron de casos escabrosos y punibles que provocaron incluso la intervención de la justicia.

Paralelamente, como apéndice a estos programas, surgieron otros espacios en la misma línea, pero dedicados a otras realidades, como la parapsicología, el corazón o la crónica social. Todos estos programas fomentaron el protagonismo de nuevos actores populares, estrafalarios, controvertidos o iluminados, que aprovecharon sus intervenciones televisivas para rodearse por un aura de polémica que les permitió mantenerse en primera línea de la actualidad y así regresar a los programas de televisión para participar en ellos en calidad de protagonistas, percibiendo un sueldo por estos méritos.

En resumen, la competencia entre cadenas y el afán por llegar a la mayor cantidad de público posible favoreció la creación de una televisión en la que primaba el entretenimiento. La principal novedad radicó en los programas de telerrealidad. Las televisiones los emitieron sucesivamente propiciando con ello, la perversión de contenidos y el descenso de la calidad de la oferta de televisión. La afluencia de la telerrealidad favoreció la instalación del morbo, los sucesos y el sensacionalismo en las pantallas españolas.

Bibliografía

- De Miguel, A. (1992). *La sociedad española 1992-1993*. Madrid: Alianza.
- Eco, H. (1986). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Lacalle, C. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- 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.
- Orza, G. (2002). *Programación televisiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Rueda, J.C. & Chicharro, M. (2006). *La televisión en España (1956-2006). Política, consumo y cultura televisiva*. Madrid: Fragua.
- Sofres (1991-2000) *Anuario de audiencias de televisión 1990-1991*. Madrid: Autor.