

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59965>EDICIONES  
COMPLUTENSE

## Criterios para el análisis de la calidad televisiva y el sensacionalismo en los programas de entretenimiento

Rosa María Ferrer Ceresola<sup>1</sup>

Recibido: 8 de abril de 2017 / Aceptado: 5 de octubre de 2017

**Resumen.** Este artículo analiza la definición y las variables propias de la calidad televisiva en los programas de entretenimiento, con el objetivo de analizar la televisión sensacionalista. Las investigaciones sobre calidad televisiva ponen de manifiesto, tanto en Europa como en los Estados Unidos, la dificultad a la hora de elaborar criterios comunes aplicables al análisis o, incluso, adecuarlos para definir la calidad televisiva. Se trata de un ámbito donde la mayor parte de los estudios se dirigen a la investigación de la audiencia o se centran en abordar la calidad del sistema televisivo en su totalidad, prestando poca atención al análisis de los criterios que la definen. Los resultados de esta investigación reflejan que los valores de calidad se sustituyen por la copia de formatos, la vulneración de los derechos democráticos, la escasa diversidad, los contenidos polémicos, la distorsión de la realidad y el auge de las noticias de escasa trascendencia.

**Palabras clave:** Calidad televisiva; sensacionalismo; entretenimiento; canales de televisión españoles.

### [en] Criteria for the analysis of quality television and sensationalism in entertainment programmes

**Abstract.** This article analyzes the definition and variables own television quality in entertainment programs and tries to establish the concepts to identify the tabloït television. Research on quality television highlight, both in Europe and in the United States, the difficulty in developing common criteria for the analysis or even appropriate to define quality. This is an area where most of the studies are directed to audience research or focus on addressing the quality of the television system as a whole paying little attention to the analysis of the criteria that define it. The results of this research reflect that quality values are replaced by copy formats, violation of democratic rights, low diversity, controversial content, distortion of reality and the rise of irrelevant news.

**Keywords:** Quality Tv; Tv sensacionalism; entertainment; Spanish TV channels.

**Sumario.** 1. Introducción; 1.1. El debate sobre la calidad televisiva; 1.2. La televisión sensacionalista. 2. Objetivos y metodología; 2.1 Valores para identificar la televisión de calidad de la sensacionalista; 2.2. Metodología. 3. Desarrollo. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

<sup>1</sup> Universidad Autónoma de Barcelona  
E-mail: rmferrerceresola@gmail.com

**Cómo citar:** Ferrer Ceresola, Rosa María (2018): "Criterios para el análisis de la calidad televisiva y el sensacionalismo en los programas de entretenimiento", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (1), 535-550.

## 1. Introducción

Desde hace algunos años, los cambios en la programación de los canales españoles han modificado notablemente sus rutinas de producción. Cadenas como Telecinco, Antena 3 o Cuatro siguen apostando por los *reality shows* (*Gran Hermano VIP*, *Granjero busca esposa*, *Un príncipe para tres princesas*, *Gypsy Kings*, etc), los programas de citas (*Mujeres hombres y viceversa*, *Casados a primera vista*, *Tu, yo y mi avatar*, *First Dates*, etc.) o los programas de *coaching/talent shows* (*Cámbiame*, *Masterchef*, *Top Chef*, *La voz*, etc.). Todo ello supone un descenso en el tiempo invertido en programas de actualidad informativa, debate u opinión. De esta forma emergen dos tipos de programas de entretenimiento. Por un lado, aquellos que buscan un nuevo modelo de información basado en el espectáculo a través del sensacionalismo, para captar un mayor índice de audiencia, y, por otro, los que buscan el rigor periodístico y son fieles a los principios éticos de la profesión.

Este artículo realiza una aproximación de los planteamientos teóricos y el contexto en el que se sitúa el debate internacional sobre calidad televisiva, *quality television* y televisión sensacionalista. Así pues, el estudio de las diferentes investigaciones en este ámbito nos permitirán determinar una serie características para identificar la televisión de calidad de la sensacionalista con el objetivo de establecer diferencias en los programas de entretenimiento.

La investigación propone una metodología que combina el análisis cualitativo y cuantitativo en los programas de entretenimiento. A través de la exposición en el marco teórico de las perspectivas del debate internacional de la Calidad Televisiva destacamos una serie de valores que aplicaremos al análisis de los magazines con el objetivo de determinar si este tipo de programas incluyen algún criterio de calidad. La muestra está integrada por 14 magazines emitidos de lunes a viernes durante dos semanas consecutivas (del 19 al 25 de enero y del 26 al 1 de febrero de 2015). Las afirmaciones que subyacen a la investigación son las siguientes:

1. Cualquier formato de entretenimiento es susceptible de tener calidad o no tenerla. Dentro de un mismo género los niveles de calidad varían y resulta difícil aplicar criterios de análisis homogéneos.

2. No todos los criterios de calidad televisiva serán aplicables al análisis de los programas de entretenimiento y, por tanto, será necesario elaborar otros nuevos que se adapten mejor o modificar los existentes según las exigencias de la investigación.

3. Ningún análisis sobre calidad televisiva, incluido el que se presenta en este estudio, estará exento de la valoración subjetiva. Este aspecto deberá tenerse en cuenta en la exposición de las conclusiones.

## 1.1. El debate sobre la calidad televisiva

Las primeras aproximaciones al discurso sobre la televisión de calidad aparecen en el ordenamiento europeo de forma generalizada a partir del debate sobre los objetivos de la televisión pública, excepto en Reino Unido, donde este término ha estado presente en la legislación desde la segunda mitad del siglo XX.

El debate sobre la calidad televisiva se divide en cuatro grandes temas de referencias: el sistema televisivo, la cadena, la programación y el programa. Así, de acuerdo a estos parámetros, se estructuran la inmensa diversidad de los discursos abordados sobre la televisión de calidad (Pujadas, 2010). De este modo, las investigaciones sobre calidad televisiva y *quality tv* ponen de manifiesto la dificultad a la hora de elaborar criterios comunes aplicables al análisis o, incluso, a la obtención de una definición sobre qué es calidad. Se trata de un ámbito donde la mayoría de los estudios se dirigen a la investigación de la audiencia o se centran en abordar la calidad del sistema televisivo en su totalidad, prestando poca atención al análisis de los valores de calidad.

El concepto de calidad televisiva se podría definir como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor” (RAE, 2001). Sin embargo, autores como Rosengren, Carlsson y Tågerud consideran que la calidad es un término relacional. Es decir, que establece una relación entre una característica y una serie de estándares:

[...] quality is always a relational concept, explicitly or implicitly denoting not a single characteristic, but a relation between a characteristic and a set of standards institutionally anchored in a set of norms, in their turn ultimately anchored in a set of basic values characterizing a given society or a given group within a society" (Ishikawa, 1996: 4)

La mayor parte de los autores consultados en este estudio insisten en la promoción por parte de la televisión, de programaciones que satisfagan las necesidades de los diferentes grupos de una sociedad (mujeres, trabajadores, niños, ancianos, minorías raciales o étnicas). La representación adecuada de las minorías sociales junto con la variedad de temas, programas y puntos de vista destacan, pues, como criterios seguros de calidad en la programación de un canal.

Desde otra perspectiva, Medina (2005:13) explica la tendencia a recurrir a los estudios de percepciones de la audiencia. Según la investigadora, la privatización del sector televisivo supuso el aumento de la facturación publicitaria que constituyó el fin prioritario de las empresas de televisión. En definitiva, los directivos identificaron la calidad con cifra de espectadores. Sin embargo, la implicación de los telespectadores aporta subjetividad y supone un problema para este tipo de estudios. La audiencia juzga la calidad de un programa en base a si le ha gustado o no y eso depende, en la mayoría de los casos, del nivel cultural, de los estados de ánimo, de la cantidad de esfuerzo o atención para mirarlo, etc. La confusión de calidad con el gusto dificulta la identificación objetiva, además lo que gusta o no al público depende de la oferta televisiva y los productos de calidad (Medina, 2005:59).

Por otro lado, mientras que las investigaciones en el ámbito europeo tienen más relación con la producción de contenidos serios y programación propia, como los informativos o los programas culturales, el discurso norteamericano sobre la calidad televisiva se decanta hacia la producción de series de ficción. Este cambio en la perspectiva de la calidad televisiva norteamericana se ha visto propiciado por el predominio de la industria y los intereses económicos a la hora de determinar los criterios de calidad.

La primera década del siglo XXI supone un cambio radical en el planteamiento de las políticas de producción de contenidos y, como consecuencia, el impacto en el resto de ámbitos (Pujadas, 2010: 231). Según la autora, este nuevo periodo se opone al modelo de la audiencia masiva y se inclina hacia un nuevo modelo de audiencias reducidas pero fieles y valiosas para la inversión publicitaria. De esta forma se conforma una audiencia de culto, con niveles de educación más elevados, y que generan ingresos adicionales a través del *merchandising*. Una situación que se produce por el incremento de la competencia y la disminución de audiencia de las grandes *networks* norteamericanas. Las necesidades del propio sistema televisivo propician la aparición de este tipo de programas que producen un gran impacto en las cadenas, en las políticas de programación y en los sistemas televisivos, donde se lleva a cabo una redefinición del concepto de calidad.

## 1.2. La televisión sensacionalista

La televisión de entretenimiento que no es de calidad presenta entre los años 80 y 90, tanto en Europa como en los Estados Unidos, numerosas connotaciones negativas. *Televisión basura*, *telebasura*, *trash tv*, o, incluso, telerrealidad y *televerità* (Italia) son algunas de las etiquetas con las que se identifica un tipo de programación caracterizada por la transmisión de contenidos de baja calidad basados en la morbosidad, el sensacionalismo y el escándalo que vulneran tanto la actuación de los invitados o testimonios que intervienen en estos programas como la de la audiencia que expone su atención a los mismos.

La televisión sensacionalista huye de cuestiones referidas a la cultura, la ciencia, la economía, la política, la tecnología, etc. Los temas sentimentales, incluso sexuales, cómicos, zafios, esotéricos, violentos o de escasa trascendencia cultural predominan frente a los temas políticos, económicos o internacionales. Todo ello, genera una distorsión o manipulación de la realidad. Otra de las características relevantes que exhiben los programas de este tipo reside en los personajes que intervienen en las noticias porque incitan a la polémica y se convierten en protagonistas de los temas más banales y disparatados. Y, por último, para que todo ese relato se asemeje y confunda con la realidad se requiere la figura de un presentador que dote de credibilidad al programa.

Así pues, no hay que olvidar que, en general, las investigaciones sobre entretenimiento de calidad son inexistentes y se encasilla a este macrogénero como sensacionalista o de escasa calidad televisiva. La ausencia de este tipo de estudios se debe, en parte, a la dificultad de establecer una definición de calidad específica en cada género que se aleje de la subjetividad.

A grandes rasgos podemos decir que la expresión *televisión basura* empieza a utilizarse en España a finales de los años ochenta y trata de designar a un formato

dentro de la televisión. La *telebasura* se puede definir como “el conjunto de contenidos televisivos que carecen de calidad televisiva” (Bueno, 2002: 58). En esta línea, el Manifiesto contra la *telebasura* (1997) la describe como “una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo, como soportes de atracción a la audiencia, y por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar asuntos y personajes”. En la televisión actual abundan los programas que “espectaculizan lo cotidiano, exhiben las emociones, se recrean en el dolor y la desgracia y airean las miserias de todo orden” (Prado, 2002: 269). Si algo tienen en común los estudios o las investigaciones que han tratado de analizar la *telebasura* a lo largo de los años es que la consideran un sinónimo de mala televisión o de televisión de mala calidad, de algo que se tiene que eliminar de la parrilla de programación.

Otras investigaciones consideran la *telebasura* como un género: “una clase de emisiones o de componentes de emisiones, ya sean estas independientes las unas de las otras, formando una clase distributiva, ya estén concatenadas en una serie, tomada como totalidad atributiva” (Bueno, 2002: 47). Esta definición, paradójicamente, tiene mucho que ver con la que se desprende del estudio de Ishikawa sobre calidad televisiva, citada más arriba, donde Rosengren, Carlsson y Tågerud consideran que la calidad es un término relacional. Es decir, que establece una relación entre una característica y una serie de estándares.

De manera análoga, Akass y McCabe (2007) coinciden en que la *telebasura* podría considerarse como un género propio, que cuenta con una serie de características específicas que delimitan la frontera entre la televisión de calidad y la televisión de no calidad. Sin embargo, el objeto de estudio de esta investigación se acerca más a la visión del Consejo Audiovisual de Cataluña al no considerar que la *telebasura* sea un género, ni que se limite siempre al entretenimiento, ya que, la basura de algunos contenidos televisivos no es el género en sí mismo sino “la degradación que se produce en unos casos y unas programaciones determinadas” de los derechos fundamentales y de los valores democráticos (CAC, 2006: 3). Por ello, es de interés resaltar que los contenidos de la *telebasura* afectan tanto a los colaboradores, testimonios e invitados que intervienen en los programas como al público que la consume, sobre todo, niños y adolescentes. La idea que se transmite en este tipo de contenidos, acerca de cómo conseguir la fama o el éxito de manera fácil y a cualquier precio, afecta de manera negativa al público más vulnerable.

Los contenidos de la televisión sensacionalista tienen su origen en un contexto en el que imperan el beneficio económico y la obtención del mayor índice de audiencia frente a la producción y emisión de contenidos de calidad, ya que es más fácil llegar al público con temas superficiales, sensacionalistas, morbosos y espectaculares que con temáticas que impliquen una mayor concentración, análisis o razonamiento crítico.

En España, el 30 de octubre de 2011, el programa *La noria* (Tele5) concedía una entrevista, previo pago, a la madre del “Cuco”, acusado de encubrimiento en el caso Marta del Castillo. Como respuesta al debate social que generó este programa por el tratamiento que se dio al terrible suceso, los anunciantes retiraron la publicidad del mismo. Cabe destacar que esta práctica de la cadena del grupo Mediaset ya había sido denunciada más de dos décadas antes:

"En octubre de 1990, Telespectadores Asociados de Cataluña alertaba a la audiencia sobre lo que ya comenzaba a denominarse "televisión basura", y llamaba a la sensibilidad de los espectadores para que apagasen los televisores ante la emisión de estos programas. Su secretario general Joan Urgellés denunciaba en noviembre de 1991 a la cadena Telecinco como la que había registrado un aumento en este tipo de programas" (Pastoriza, 1997: 139)

La *telebasura*, por tanto, no es un concepto en sí mismo, sino una forma de hacer televisión y su origen va unido al desarrollo de la telerrealidad y el auge de los *reality shows*, *talk shows*, etc. En consecuencia, todo ello supone que cuanto más telerrealidad se exhiba en televisión menor será la participación ciudadana en la vida política y democrática.

"La evolución de los *talk shows* desde lo verídico hasta lo humorístico es consecuencia directa de la aparición de la telerrealidad, que ha ocupado descaradamente su lugar en esta promesa de autenticidad. Por entonces algunos llamaron a estos espectáculos "Trash TV", o televisión basura, *telebasura*". (Maestre, 2005: 2)

La entrevista que le realizó Risto Mejide al presentador de *Sálvame y Sálvame Deluxe*, Jorge Javier Vázquez, en el programa *Viajando con Chester* emitido el 19 de octubre de 2014, permite mostrar cuanto se viene exponiendo hasta aquí. El 27 de abril de 2009 a las cuatro de la tarde, vestido de *majoret* como si de un circo se tratase, Jorge Javier Vázquez entraba al flamante plató de *Sálvame* entre aplausos y confeti y decía las siguientes palabras: "Buenas tardes. ¡Bienvenidos al mayor espectáculo del mundo de la televisión!". Ante estas imágenes, que le fueron recordadas al presentador durante la entrevista en el *Chester*, Vázquez decía: "lo que tiene de genial *Sálvame* es la experimentación. No es que sea genialidad es que hicimos de la necesidad virtud. Los elementos vitales de los colaboradores empiezan a interesar. Los colaboradores que han tenido una vida potentísima lo comparten con la audiencia". En la entrevista con el *Chester* cuando Mejide le pregunta a Vázquez si lo que él hace es *telebasura*, el presentador de *Sálvame* responde que no le gusta ese término y que le gusta más neorrealismo televisivo o *Fast Tv* "es una televisión rápida. Una televisión para ser consumida en el momento en el que la ves y ya está. Luego te olvidas". Mejide insiste en que si la comida rápida es mala la televisión rápida también lo es, mientras Jorge Javier Vázquez mantiene que lejos de ser mala "la *Fast Tv* de repente se puede convertir en un momento de gozo".

Los periodistas y profesionales que trabajan en la producción de este tipo de programas deberían preguntarse si realmente ese "momento de gozo" de la *Fast Tv*, como la llama Vázquez, justifica el contenido que actualmente emiten los canales de televisión españoles (temas intrascendentes, lenguaje morbosos, famosos que actúan como expertos, protagonistas que son tratados como víctimas, etc.) y que inundan las parrillas de programación.

## **2. Objetivos y metodología**

El objetivo de este artículo es determinar las diferencias que existen entre las características de la televisión de calidad y de la televisión sensacionalista, además de determinar una serie de variables que puedan definir la calidad de los magazines como género de entretenimiento. Por ello, teniendo en cuenta las características propias sobre la televisión de calidad, que hemos obtenido tras la revisión teórica y que adaptamos a los formatos de entretenimiento, a través de un análisis exhaustivo, se ha podido evaluar si en el sistema español la oferta de este tipo de magazines cumple con los criterios de calidad establecidos.

### **2.1. Valores para identificar la televisión de calidad de la sensacionalista**

A partir de la revisión bibliográfica sobre calidad televisiva y entretenimiento y con el fin de diseñar la metodología de este estudio se identificaron una serie de criterios con los que identificar la televisión de calidad y el sensacionalismo que nos permitieron realizar el análisis de los programas de entretenimiento. Los criterios son los siguientes: producción, mejora del sistema político a través de los valores que se transmiten, originalidad, creatividad, variedad y pluralismo, diversidad, realismo, inclusión de temas culturales, controversia, implicación del espectador, calidad técnica, estética y artística, contar con un elenco de profesionales, hibridación o integración de género, dirección y producción y reconocimiento del programa a través de premios o datos de audiencia.

La producción es una de las principales características de la televisión de calidad. Autores como Richeri y Lasagni (2006) o Pujadas (2010) insisten en la importancia de una televisión competitiva, que no resulte cara y que, en el caso de la televisión pública, sea capaz de contribuir al crecimiento de un país por sus propios medios, sin recurrir a subvenciones. Blumler (1986, 1991, 1992) se refiere a una televisión que sea capaz de no copiar otros programas del mismo género, evitando la repetición y estandarización de los formatos. Por otro lado, es importante que los contenidos televisivos contribuyan a la mejora del sistema político democrático, así como el fomento de los valores propios de un Estado de derecho. Todo ello se puede lograr a través de la representación de los distintos colectivos sociales, la formación política de los ciudadanos, la garantía de un funcionamiento libre e independiente a la ideología del gobierno, etc.

Cuando un producto supera a sus competidores en determinados aspectos (rigor, originalidad, amenidad, profundidad, etc.), podemos decir que es de calidad. Los criterios fundamentales que hay que tener en cuenta a la hora de valorar la calidad de los contenidos son la variedad, la originalidad y el pluralismo (Medina, 2005). Cabe destacar que, en general, los programas sensacionalistas no cuentan con estas tres características sino que mantienen una fórmula, copiada en muchos casos de programas de éxito en otros países, que les permite obtener el máximo beneficio al mínimo coste y que se basa en la polémica, el tratamiento de temas banales, la degradación de los valores democráticos, etc. Así pues, cuando mayor es la diversidad de una cadena mayor es su calidad. Motivo por el cual las investigaciones de Hoggart (BRU, 1989), Wober (1990), Ishikawa (1991, 1996) y McQuail (1992) apuestan por la promoción de programas que se adapten a las

necesidades de los diferentes grupos de una sociedad (mujeres, trabajadores, niños, ancianos, minorías raciales o étnicas). Por tanto, la diversidad también se consolida como de calidad dentro de la programación de una canal, para lo que será necesario representar correctamente a las minorías sociales, junto con una oferta variada de las parrillas de televisión, los programas, los temas tratados y los puntos de vista, opiniones o tendencias. En definitiva, se trata de una diversificación de la oferta adaptada a todos los públicos.

Los informativos, documentales, programas de actualidad, etc. intentan plasmar la realidad a través de la pluralidad informativa, la diversidad de opiniones y puntos de vista, la independencia informativa, la seriedad y la objetividad, entre otros, mientras que la ficción refleja esa realidad a través de la representación de situaciones reales. Los programas sensacionalistas, en cambio, convierten en espectáculo los temas cotidianos, ofreciendo un enfoque distorsionado de la realidad en el que el dolor, las desgracias ajenas y los asuntos íntimos o personales pasan a ser los protagonistas. Por otro lado, las investigaciones sobre calidad televisiva de Pragnell (1985), Richeri y Lasagni (2006) o Pujadas (2010) hacen hincapié en la perspectiva cultural y la función pedagógica que debe cumplir la televisión. Es fundamental que ésta contribuya a la formación de la audiencia y al desarrollo del nivel intelectual de una sociedad, ya que la desaparición de programas culturales supondría la pérdida del bagaje cultural. La televisión, por tanto, será buena cuando entre sus funciones se encuentre la de educar y formar al público, además de ofrecer modelos de comportamiento positivo o sugerir formas de integración o socialización entre los telespectadores. Es importante señalar que el sensacionalismo crea polémica a través de otros mecanismos como el insulto, la burla, el menosprecio a las clases más vulnerables, el lenguaje malsonante, etc.

Tal y como se ha ido explicando en los apartados anteriores, la televisión sensacionalista también se recrea en la calidad técnica porque intenta generar espacios que atraigan al espectador, un gran escenario con luces, música y buena calidad sonora que eleven un tema cotidiano a la altura de espectáculo. La finalidad de la televisión de calidad es lograr la implicación o concentración del espectador a través de la exposición, por parte de profesionales del medio o expertos, de temas culturales, sociales, económicos o políticos de interés, y la de la ficción consiste en la recreación de historias reales que involucren al público. Sin embargo, en los contenidos sensacionalistas se hace uso de una serie de elementos (serialidad, realidad distorsionada, espectáculo, etc.) para que existan “telespectadores encadenados” a este tipo de contenidos (Pastoriza, 1997 y Sampetro, 2002).

Para valorar la calidad formal de los programas se deben tener en cuenta, por un lado, los elementos que hacen referencia a sus características técnicas (iluminación, planos, montaje, etc.) y, por otro lado, las características artísticas y estéticas (guion, estructura narrativa, construcción de personajes y tramas, etc.). Una utilización correcta de los elementos técnicos y estéticos supondrá la capacidad del medio televisivo para ponerse en contacto con la realidad y así extender conocimiento y comprensión a la audiencia. El uso incorrecto de estos elementos puede distorsionar la realidad, manipulándola y transmitiendo valores y contenidos que se alejen de la función pedagógica, cultural y democrática del medio. En definitiva, cualquier programa, independientemente de la valoración de la calidad, debería contar con un uso adecuado de las herramientas técnicas como la

iluminación, los planos, el encuadre, el sonido, la música, el guion, la producción, los elementos estéticos y la profesionalidad de los actores, presentadores o invitados que participen en el programa. Del mismo modo, es importante contar con buenos profesionales, con experiencia en el medio, que dispongan de una serie de habilidades o competencias con el fin de generar una amplia diversidad de puntos de vista. En la televisión sensacionalista los protagonistas son personas anónimas, gente común, o personajes famosos, por sus líos amorosos o por protagonizar asuntos polémicos, que se pueden llegar a convertir en presentadores o colaboradores de algún programa de actualidad o crónica rosa.

La hibridación se establece como un criterio de calidad a causa de la dificultad que supone la identificación de las categorías de los programas que constituyen un nuevo género (Thompson, 1996). En este aspecto, cabe destacar la figura del director y guionista, cuya labor es fundamental dada la complejidad de la textualidad. Sin embargo, ésta puede llegar a convertirse en una característica sensacionalista cuando la mezcla de formatos en un mismo programa es tal que impide encontrar tipologías o definiciones genéricas (Jiménez Iglesias, 2010: 21) y, además, se aleja de la calidad técnica, estética y temática, de la diversidad.

En el estudio de Legatt (1996) los profesionales de televisión entrevistados mencionaron la importancia de una buena dirección, redacción, así como de los recursos y valores de producción en cualquier texto televisivo. Cabe tener en cuenta que un programa elogiado por sus altos valores de calidad puede ofrecer contenidos sensacionalistas o al contrario. Además el papel del director, productor o guionista es fundamental según Thompson (1996), ya que la *Quality Television* tiende a la hibridación de géneros o a la creación de nuevos géneros donde la textualidad es más compleja. En el caso de la Televisión de Calidad, los recursos que se emplean suelen tener un coste elevado, respecto a la repercusión y a los datos de audiencia que generan. Sin embargo, los programas sensacionalistas pueden invertir más o menos en la producción de los contenidos televisivos, aunque generalmente, los datos de audiencia que recogen son más significativos. En este sentido, un programa de calidad puede contar con reconocimientos y premios que elogien los contenidos que transmiten, mientras que un programa sensacionalista destaca, en general, por los índices de audiencia que alcanza.

La tabla siguiente resume los que venimos explicando hasta ahora y contrasta las características de la televisión de calidad con las de la televisión sensacionalista.

**Tabla 1:** Televisión de calidad y televisión sensacionalista. Elaboración propia

TV DE CALIDAD	VS	TV SENSACIONALISTA
Producción propia		Copia de formatos
Promulgar valores democráticos		Vulneración de los valores democráticos
Originalidad, creatividad, variedad y pluralismo		Los mismos temas predominan durante semanas
Diversidad		Conjetura y redundancia
Realismo		Distorsión de la realidad
Alusiones a la alta cultura		Sensacionalismo, temas banales, escandalosos y espectaculares

Controversia	Polémica
Identidad	Identidad
Implicación del espectador	Espectadores “encadenados”
Calidad técnica, estética y artística	Calidad estética, temática y formal para transmitir “credibilidad”
Elenco de calidad	Personas anónimas o famosos
Hibridación o integración de géneros	Hibridación de géneros
Buena dirección y producción con altos recursos	Buena dirección y producción con recursos escasos
Reconocimiento y premios	Máximo beneficio al mínimo coste. Datos de audiencia elevados

## 2.2. Metodología

La metodología utilizada combina el análisis cualitativo y cuantitativo de los programas. A través de la exposición de las perspectivas de calidad en el panorama europeo (Calidad Televisiva) y norteamericano (*Quality Tv*) destacamos una serie de parámetros que aplicaremos a los magazines con el objetivo de determinar si este tipo de programas incluyen algún criterio de calidad.

La investigación sobre calidad televisiva no puede obviar el debate sobre la televisión de entretenimiento, un ámbito en el que los juicios de valor tienden a ser sistemáticamente intuitivos, debido a la dificultad de identificar variables debidamente justificadas. Por ello, en el recorrido por los criterios mediante los que los diferentes autores definen la calidad, se han identificado aquellos valores que los investigadores relacionan con características de dudosa o mala calidad.

Una vez revisada la bibliografía sobre el tema y determinados los criterios con los que definir la televisión de calidad y diferenciarla de la sensacionalista, diseñamos un guion de análisis que nos permitió codificar los diferentes valores identificados, a la par que construir la base de datos descriptiva de los programas para realizar el análisis cualitativo de los mismos. El guion de análisis se estructura en torno a cuatro grandes bloques; los conductores, los colaboradores, los protagonistas e invitados y los contenidos y secciones.

En este sentido, los parámetros para identificar la televisión de calidad se refieren a la profesionalidad de los conductores y colaboradores, así como la seriedad y el rigor periodístico; la comprensibilidad y contextualización de las noticias; la no trivialización de la información; el respeto a los protagonistas y a los valores democráticos; la objetividad; el tratamiento de temas interesantes e importantes para la sociedad; la diversidad; la pluralidad; la función pedagógica, social y política; la originalidad y la innovación; y, los recursos informativos (titulares, música, imágenes, etc.). Por otro lado, las características de la televisión sensacionalista tienen que ver con la poca profesionalidad de los conductores y colaboradores; la información incomprensible; el escaso rigor periodístico; la polémica; el uso de un lenguaje y actitud inadecuados; la participación de gente común en lugar de expertos; la subjetividad en las declaraciones; el sensacionalismo; el uso de estereotipos; la emisión y tratamiento de contenido de escaso valor informativo; la conjetura y redundancia; la serialidad en los

contenidos; la copia de formatos; y la utilización de recursos sensacionalistas como la música o las imágenes.

La muestra de análisis de esta investigación comprende todos los magazines emitidos en horario de mañana, tarde, *access*, *prime time* o *late night*, durante dos semanas consecutivas (del 19 al 25 de enero y del 26 de enero al 1 de febrero de 2015) en los canales generalistas (La 1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y TV3). El *corpus* de la investigación queda conformado por los siguientes programas: *La Mañana de La 1*, *Corazón*, *Flash Moda* (La 1), *Para Todos La 2* (La 2), *Espejo Público* (Antena 3), *Las Mañanas de Cuatro* (Cuatro), *El Programa de Ana Rosa*, *Sálvame*, *Sálvame Deluxe*, *Hable con Ellas*, *Cazamariposas*, *Qué Tiempo tan Feliz!* (Telecinco), *Els Matins* y *Divendres* (TV3).

El magazine aparece en los años cuarenta como herencia de la programación radiofónica y es uno de los formatos clásicos de entretenimiento, ya que consigue adaptarse a la actualidad diaria a través de las últimas noticias sobre política, economía, internacional o sociedad; mediante entrevistas, debates, tertulias, actuaciones o concursos. En este tipo de formatos, la figura del conductor/a actúa como gancho para la audiencia y es fundamental para mantener la credibilidad y la línea editorial del programa. En general, los conductores suelen contar con cierta popularidad o con una trayectoria destacada en los servicios informativos.

La evolución de este tipo de formatos permite que en los años ochenta se empiece a hablar de programas *contenedores*. Este tipo de programas se caracterizan por ofrecer contenidos redundantes, serialidad, polémica y una tendencia a la distorsión de la realidad, sobre todo, en la información sobre crónica social o actualidad rosa. Además, la hibridación de géneros propició que el *talk show* se trasladara a los magazines diurnos o nocturnos conformándose como una sección independiente, con lo que la confrontación, el protagonismo y los secretos de los protagonistas de los *talk shows* se trasladan a los magazines. En este sentido, algunos investigadores destacan el elevado índice de audiencia que alcanza este formato y el bajo coste económico que supone para la cadena (Barroso, 1996: 423).

### 3. Desarrollo

El análisis comparativo de los programas de entretenimiento, nos ha permitido elaborar 15 guiones de análisis, uno para cada magazine, que comprenden 31 valores sobre la televisión de calidad y 36 valores sobre la televisión sensacionalista.

La calificación para cada uno de los criterios de calidad ha sido de un ítem, mientras que los criterios de análisis de la televisión sensacionalista han sido calificados con dos ítems, aunque en algunos casos no se ha podido atribuir ni un valor ni otro debido a la falta de ejemplos en la muestra seleccionada. Así pues, podríamos afirmar que los programas que han obtenido aproximadamente 31 ítems se encuentran dentro de los parámetros de la televisión calidad. Por el contrario, aquellos magazines que superan los 72 ítems se consideran más propios del sensacionalismo televisivo. Sin embargo, cabe destacar que entre una calificación y otra hay una diferencia notable, ya que algunos programas superan los 31 ítems pero no alcanzan los 72.

El resultado del análisis de los valores de calidad o sensacionalistas en los programas de entretenimiento nos permite establecer cuatro rangos de calificación basados, en la reelaboración realizada por Lacalle de los conceptos de *Good Tv* y *Quality Tv* utilizados por Charlotte Brunson (Brunson, 1997: 108, en Lacalle, 2012: 156).

1. *Buenos programas* (hasta 27 ítems). Se trata de programas interesantes, originales, divertidos entretenidos, educativos y formativos: *Flash Moda* (18 ítems) y *Corazón* (26 ítems). En los programas citados no suelen haber invitados, colaboradores ni reporteros o enviados especiales, salvo en el caso de *Corazón* donde los reporteros suelen ser los mismos que en *La mañana de La 1* y su función es la de ampliar una información de última hora. En *Corazón* y *Flash Moda* la actitud de las conductoras es formal y se aleja de las valoraciones personales, la subjetividad y el lenguaje malsonante. Además, las imágenes que acompañan a la noticia huyen del sensacionalismo y la música no enfatiza los detalles de la noticia.

2. *Programas de calidad* (de 27 a 38 ítems). Los magazines que se encuentran dentro de esta calificación son originales, innovadores, entretenidos, serios, plurales y comprensibles. Además, el contenido que emiten denota calidad temática, técnica y artística, diversidad, implicación del espectador, realismo y alusiones a la alta cultura. Los programas de calidad que incluimos en este grupo son *Para todos La 2* (29 ítems), *¡Qué tiempo tan feliz!* (34 ítems), *Els Matins* (35 ítems) y *Divendres* (38 ítems). La característica principal de los magazines destacados en este grupo es la diversidad en cuanto a fuentes, opiniones, temáticas y colaboraciones. Por otro lado, este tipo de magazines destacan por el respeto a los protagonistas e invitados, así como a los valores democráticos, y el lenguaje y actitud de los conductores y colaboradores. Asimismo, la música y las imágenes son meramente descriptivas y no varían en función del tema tratado, sino que, únicamente acompañan la información sin enfatizar la narración de la misma.

3. *Programas de baja calidad* (de 39 a 54 ítems). Este tipo de magazines se caracterizan por la baja innovación y originalidad, además de la poca diversidad y pluralidad, la escasa objetividad y el uso de elementos como la música, la entonación o el vocabulario (referencias al sexo y a la violencia), que espectacularizan la información. Así pues, los programas que se incluyen en este apartado son *Cazamariposas* (42 ítems), *Amigas y conocidas* (48 ítems), *Hable con ellas* (51 ítems) y *La mañana de La 1* (54 ítems). La principal característica de los magazines mencionados es la escasa diversidad, es decir, los mismos temas predominan durante semanas y no hay lugar para la innovación u originalidad en los contenidos.

4. *Programas de mala calidad* (entre 60 y más de 70 ítems). Esta calificación ha sido obtenida por los programas en los que predomina la copia de formatos, la vulneración de los valores democráticos, la escasa diversidad en los temas tratados, los contenidos polémicos, el sensacionalismo o el tratamiento de noticias intrascendentes. El análisis de calidad determina que *Las mañanas de Cuatro* (67 ítems), *Sálvame* (72 ítems), *Espejo Público* (73 ítems), *El programa de Ana Rosa* (74 ítems) y *Sálvame Deluxe* (74 ítems) podrían ser calificados como programas de mala calidad. Los magazines mencionados incluyen pocos valores de calidad, tanto

en los contenidos que emiten como en el lenguaje y actitud de los conductores y colaboradores.

#### 4. Conclusiones

Tras el estudio de los diferentes autores que han abordado el debate sobre calidad televisiva, llama la atención la escasez de investigaciones sobre entretenimiento de calidad y el encasillamiento de este macrogénero como sensacionalista, en parte por la subjetividad de los estudios. Además, la mayor parte de las investigaciones sobre *telebasura* o *trash tv* identifican una serie de características que van unidas a la evolución de los programas de telerrealidad y de los *late night*, así como a la hibridación de géneros. Todo ello se traduce en el desplazamiento de este tipo de contenidos hacia los parámetros de mala televisión (CAC, 2006: 3) en un contexto en el que el beneficio económico y la obtención del mayor índice de audiencia se imponen a la producción y emisión de contenidos de calidad.

Una de las cuestiones que se formulaban en esta investigación planteaba si era posible hacer un programa destinado a una audiencia masiva que contara con criterios de calidad. El informe de Barlovento Comunicación sobre el “Análisis Televisivo 2015” reflejaba que en 2015 Atresmedia y Mediaset reunían alrededor del 58 % de cuota y recibían el 86 % de la inversión publicitaria en televisión. Por cuarto año consecutivo Telecinco se convertía en la cadena más vista del grupo Mediaset (14,8 % de cuota de pantalla durante 2015) seguida de Antena 3 (13,4 % de cuota), La 1 (9,8 %), FORTA (7,5 %), La Sexta (7,4 %), Cuatro (7,2 %) y los canales de pago (6,8 %). Según el análisis de los datos de audiencia de esta investigación por franjas horarias Telecinco es líder en la mañana (07:00-14:00 h), la tarde (17:00-20:30 h), el *prime time* (20:30-24:00 h) y el *late night* (24:00-02:30 h) de lunes a viernes, mientras que Antena 3 hace lo propio en sábados y domingos.

Por tanto, mientras que los datos de Barlovento comunicación indican que Telecinco y Antena 3 son los canales más visto y La 1, La 2 y FORTA registran los datos más bajos, los resultados de este estudio determinan que los magazines de La 2 y TV3 (*Para todos La 2*, *Els Matins* y *Divendres*) destacan como programas de calidad. Así pues, los magazines que emiten Antena 3, Telecinco y Cuatro (*Espejo Público*, *Las mañanas de Cuatro*, *El programa de Ana Rosa*, *Sálvame* y *Sálvame Deluxe*) podrían ser calificados como programas sensacionalistas. En definitiva, los datos del informe y los resultados del análisis de este estudio ponen de manifiesto la dificultad a la hora de hacer un programa que pueda ser considerado de calidad y que además cuente con una cifra elevada de telespectadores.

Los datos de audiencia de los programas analizados correspondientes a las dos semanas de recogida del *corpus* de esta investigación (del 19/01/2015 al 01/02/2015) registran que el programa *Sálvame* supera en audiencia al resto de magazines con una media de más de dos millones de espectadores y un share del 17,28 %. Los viernes la emisión de *Sálvame Deluxe* también obtiene el mayor índice de audiencia respecto al resto de programas (2.761.000 espectadores y 20,25 % de *share*). Por el contrario, los magazines que registran unos datos de audiencia

inferiores son *La mañana de La 1* (287.700 espectadores y un *share* del 8,03 %) y *Para todos La 2* (39.700 espectadores y un *share* del 0,87 %).

En los programas de entretenimiento que ofrecen actualmente los canales de televisión españoles los valores de calidad (producción propia, valores democráticos, originalidad, creatividad, variedad y pluralismo, diversidad, realismo, alusiones a la alta cultura, controversia, identidad, implicación del espectador, calidad técnica, estética y artística, elenco de calidad, hibridación o integración de géneros, buena dirección y producción con altos recursos, reconocimiento y premios) se sustituyen por la copia de formatos, la vulneración de los valores democráticos, la escasa diversidad, los contenidos polémicos, la distorsión de la realidad y el auge de las noticias de escasa trascendencia. Además existe una notable diferencia entre los programas que emiten La 1, La 2, Antena 3, Cuatro y Telecinco, sobre todo, en cuanto al tratamiento de la información.

En *Las mañanas de Cuatro*, *Espejo Público* o *El programa de Ana Rosa* las noticias sobre política, economía e internacional se suelen cubrir de manera sensacionalista, mientras que otros magazines ofrecen un enfoque neutral a la información sobre crónica social, belleza, moda, etc. (*La Mañana de La 1*, *Corazón* o *Flash Moda*). Además, *Las mañanas de Cuatro*, *Sálvame*, *Espejo Público*, *El programa de Ana Rosa* y *Sálvame Deluxe* ofrecen un enfoque distorsionado de la realidad, que consigue convertir las noticias de escaso valor informativo en temas de interés donde el dolor, las desgracias ajenas y las historias personales cobran relevancia a través del uso de imágenes sensacionalistas, los titulares llamativos y las opiniones escasamente documentadas de los conductores y colaboradores. *Cazamariposas* y *Hable con ellas* abusan del lenguaje y las imágenes sensacionalistas, morbosas y espectaculares. Además, en ocasiones, las declaraciones de los conductores de estos magazines vulneran los derechos de los protagonistas e invitados y generan polémica.

Por otro lado, cabe destacar que *Sálvame*, *Sálvame Deluxe* y *Hable con ellas* incorporan espacios de telerrealidad o *talk show*. Los testimonios o relaciones, íntimas, personales, familiares, laborales o amistosas, entre “gente común” y algún personaje reconocido (famoso o pseudofamoso) predominan en el contenido diario de estos programas. Cabe destacar que los protagonistas de *Sálvame* son los colaboradores, sus vidas, sus éxitos y sus miserias atraen cada tarde a más de dos millones de espectadores. Por ejemplo, el programa de tarde de Telecinco expone públicamente cada día las vidas, los éxitos y las miserias de los colaboradores. Asimismo, los espacios dedicados a *Gran Hermano* son una muestra de esta dinámica de constante retroalimentación. El objetivo no es otro que crear telespectadores encadenados a este tipo de historias, que mantienen una cierta serialidad porque generan información nueva cada instante y, además, se promocionan en el resto de programas de la cadena. Todo ello, refleja la escasa innovación y diversidad en el contenido de este tipo de formatos.

## 5. Referencias bibliográficas

Akass, Kim & McCabe, Janet (2007): *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. London, I.B. Tauris.

- Barroso, Jaime (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, Síntesis.
- Blumler, Jay; Briynin, Malcolm; and Nossiter, Thomas (1986): "Broadcasting Finance and Programme Quality: An International Review". *European Journal of Communication*, 1 (3), 343-364. London, Routledge.
- Blumler, Jay (1991): "In Pursuit of Programme Range and Quality". *Studies on Broadcasting*. Tokio, NHK Broadcasting Culture Research Institute.
- Blumler, Jay (1992): *Vulnerable Values at Stake, en Television and the Public Interest*. London, Sage.
- Broadcasting Research Unit [BRU] (1989): *Quality in television. Programmes, programme-makers, systems*. Broadcasting Research Unit. Londres, John Zibbey.
- Bueno, Gustavo (2002): *Telebasura y democracia*. Barcelona, Ediciones B.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2003): "El Libro Blanco de la Educación en el Entorno Audiovisual". *Quaderns del CAC*, número extraordinario, noviembre, pp. 23-25.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2006): *Consideracions i recomanacions del CAC contra la teleporqueria*. Barcelona, Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Ishikawa, Sakae (1991): "The assessment of Quality in Broadcasting: Research in Japan". En Ishikawa, S. (1996): *Quality assessment of television*. Luton, John Libbey Media.
- Ishikawa, Sakae (1996): *Quality assessment of television*. Luton, John Libbey Media.
- Ishikawa, Sakae & Muramatsu, Yasuko (1996): "Why measure diversity?". En Ishikawa, Sakae (1996): *Quality assessment of television*. Luton, John Libbey Media.
- Ishikawa, Sakae; Leggatt, Timothy; Litman, Barry; Raboy, Marc; Rosengren, Karl Erik; and Kambarra, Naoyuki (1996): "Diversity in television programming: comparative analysis of five countries". En Ishikawa, Sakae (1996): *Quality assessment of television*. Luton, John Libbey Media.
- Jiménez Iglesias, Estefanía (2010): *Talk shows y audiencias. Los procesos de recepción de un género de telerrealidad*. Tesis doctoral. Bilbao, Universidad del País Vasco.
- Lacalle, Charo (2001): *El espectador televisivo*. Barcelona, Editorial Gedisa
- Maestre, Daniel (2005): "Reality shows: el verdadero cerdo mediático". *Comunicar*, 25 (2), 2005.
- Medina Laverón, Mercedes (2006): *Calidad y contenidos audiovisuales*. Pamplona, Eunsa.
- Mcquail, Denis (1992): *Media performance: mass communications and public interest*. London, Sage.
- Prado, Emili (2001): "Telerrealidad: globalización y uniformización". En Vidal Beneyto, José (dir., 2002): *La ventana global*, pp. 369-394. Madrid, Taurus.
- Pagnell, Anthony (1985): *Television in Europe: quality and values in a time of change*. Manchester, European Institute for the Media.
- Pujadas, Eva (2002): "Contextualizació teòrica als estudis sobre qualitat i televisió des del punt de vista de l'emisor". En Terribas, Mònica (coord.): *Quaderns del CAC* (2002), Núm.13, monogràfic, *Los discursos sobre la televisión de calidad*, mayo-agosto, pp. 27-40.
- Pujadas, Eva (2002): "TV de calidad y pragmatismo". En Terribas, Mònica (coord.), *Quaderns del CAC* (2002), Núm. 13, monogràfic, *Los discursos sobre la televisión de calidad*, mayo-agosto, pp.3-11.
- Pujadas, Eva (2005): "Despliegue de los principales contenidos y valores vinculados a la noción de calidad televisiva. El caso específico de la "diversidad"". *Formats, Revista de Comunicació Audiovisual*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.
- Pujadas, Eva (2010): *La televisión de calidad. Contenidos y debates*. Castelló de la Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Pompeu Fabra; València, Universitat de València.

- Richeri, Giuseppe y Lasagni, María Cristina (2006): *Televisión y calidad. El debate internacional*. Buenos Aires, La Crujía.
- Rodríguez Pastoriza, Francisco (1997): *Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros*. Madrid, IORTV.
- Sampedro, Víctor (2002): "Telebasura: McTele y ETT". *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, 13, 29-44.
- Thompson, Robert (1996): *Television's second golden age. From Hill Street Blues to ER*. Nueva York, Continuum Publishing Company.
- Wober, Mallory (1990): "The Assessment of Television Quality: Some Explorations of Methods and their Results". *Research Paper*. London, Independent Broadcasting Authority Research Department.

---

Rosa María Ferrer Ceresola es Licenciada en Periodismo por la Universidad Miguel Hernández de Elche (2005-2010). Máster en Investigación en Comunicación y Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona (2011-2013). Doctora en comunicación y periodismo. Investigadora en el Observatorio de Ficción Española (OFENT) y Nuevas Tecnologías y del equipo de Obitel España, ambos dirigidos por la Dra. Charo Lacalle en la UAB. Actualmente trabaja en un proyecto de I+D+I en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Murcia: *Historia de la programación y programas de ficción televisiva en España (cadenas de ámbito estatal): De la Desregulación al Apagón analógico, 1990- 2010* (Ministerio de Economía y Competitividad)