

# La información como espectáculo en el nacimiento de la televisión privada española (1990-1994)

JAVIER MATEOS-PÉREZ

javiermateos7@yahoo.es

Centro Universitario Villanueva – Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 13 de marzo de 2009

Aceptado: 22 de julio de 2009

## RESUMEN

Esta investigación se centra en el análisis de los informativos de las televisiones de ámbito nacional durante el nacimiento de la televisión privada española y los primeros años de competencia. Esta etapa presenta un profundo interés porque desencadena un cambio de ciclo en el modelo audiovisual español que sienta las bases del panorama televisivo actual.

Para el estudio se aporta material inédito que ayuda reconocer la evolución de los informativos, su tipología, sus cambios en la adaptación a la competencia, la oferta informativa de cada uno de los canales y las principales coberturas informativas que llevaron a cabo las emisoras durante el periodo de arranque (1989-1994). En este nuevo escenario audiovisual la información televisiva es trascendente porque se constituye como el elemento esencial de la programación.

**Palabras clave:** Televisión privada, informativos, competencia entre canales, telediarios, España

## *Information as a show in spanish private television birth (1990-1994)*

## ABSTRACT

This investigation is centered on the analysis of national television news programs during the birth of Spanish private television and in the first years of competence. This is a stage of great interest, as it triggers a change of cycle in Spanish audio-visual model that sets the bases of the television current panorama. For its study, unpublished material is provided. It helps to recognize news broadcasting, its typology, its changes when adapting to competence, each channel news offer and the main informative coverage of every TV station during this take off period (1989-1994). In this new audio-visual scene, TV information is transcendent as it means the essential element of the programming.

**Keywords:** Private Television, news programs, channel competence, information broadcasts, Spain

**SUMARIO:** 1. Introducción, objetivos, método y fuentes. 2. La información televisiva fruto de la competencia. La jerarquía de la información en televisión. 3. Primeros cambios tras el advenimiento de las televisiones privadas. 4. Naturaleza y tipología de los telediarios en la concurrencia. 5. La oferta informativa particular de cada televisión: telediarios de marca. 6. La agenda de los telediarios. Principales coberturas informativas durante el arranque de la competencia. 7. Conclusión: una información de entretenimiento. 8. Referencias bibliográficas

## 1. Introducción, objetivos, método y fuentes

Una de las argumentaciones esgrimidas desde las diversas tribunas políticas y sociales para la implantación de las televisiones privadas fue la necesidad de ampliar el pluralismo informativo con el fin de informar y ser informado desde la televisión por empresas no dependientes del Estado. El monopolio televisivo de TVE en el territorio nacional había permitido a los sucesivos Gobiernos utilizar la televisión como herramienta para influir sin límites en la opinión pública. Este monopolio se rompió en los años ochenta con la aparición encadenada de las primeras televisiones autonómicas, lo que propició una breve etapa de pluralismo televisivo. Sin embargo, fue la Ley de Televisión Privada, aprobada el 3 de mayo de 1988, la que marcó la ampliación de mayor calado en la oferta televisiva de ámbito nacional.

Los primeros años noventa presentan un indudable interés en el ámbito televisivo porque se produce un cambio de ciclo en el modelo de televisión nacional. Su incidencia supone un papel relevante en la configuración del imaginario colectivo español, además de iniciar un nuevo esquema televisivo en el que se asientan las bases de la televisión comercial que actualmente existe en España.

Esta investigación pretende averiguar si la aparición de las televisiones privadas contribuyó a ampliar ese pluralismo informativo que se preconizaba para la televisión española. Así mismo, se busca reconocer la evolución de los informativos, su tipología, sus cambios en la adaptación a la competencia, la oferta informativa de cada uno de los canales y las principales coberturas informativas que llevaron a cabo durante el periodo de arranque (1989-1994).

Para valorar estas coordenadas se ha realizado una base de datos con la que se clasifica y valora la oferta programativa, con el fin de observar mejor sus peculiaridades, sus rasgos comunes y sus diferencias. Además, se ha realizado un completo 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* y *Fundesco, Comunicación social 1989-1994. Tendencias*-. Por último, se ha recurrido a fuentes audiovisuales. Estas fuentes han sido útiles para reconocer los diferentes informativos 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 consecuentes remodelaciones acometidas por las dos emisoras públicas estatales (TVE1 y La 2) proporcionó nuevas opciones a la audiencia, pero el espectador español pudo comprobar que el panorama informativo se iba conformando sin concluir esa plena pluralidad informativa que se preconizaba en el debate previo a la desregulación.

## 2. La información televisiva fruto de la competencia. La jerarquía de la información en televisión

Las dimensiones, comercial y política, inherentes a la televisión en competencia, se impusieron entonces al trabajo periodístico televisivo. Por un lado, el inevitable

enfoque comercial supeditó todos los ámbitos televisivos a la rentabilidad económica. Se eligieron hechos, ideas y debates en función de su atractivo para el disfrute de la audiencia más que para dar un servicio de conocimiento real del entorno. La mercantilización del ecosistema televisivo persiguió la maximización de la audiencia, es decir, congrega la mayor cantidad de público posible para incrementar la rentabilidad de la empresa.

Por otra parte, el endémico enfoque político (AGUILERA, 1985:69) de la televisión española también se hizo presente en el hábitat audiovisual de los años noventa, puesto que el Gobierno socialista trató de plasmar su impronta en la concesión de licencias de emisión y en las propuestas legislativas que regularon la actividad televisiva. El resultado fue que la televisión pública mantuvo una visión positiva en favor del partido gobernante, y las televisiones privadas se orientaron, o bien en función del Estado, o bien en favor del partido de la oposición. En resumen, con frecuencia la televisión se erigió en el centro del debate político bipartidista y fue utilizada como arma arrojada entre los dos contendientes.

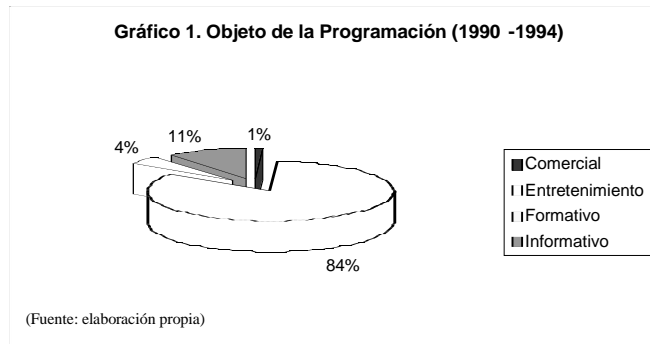
A estas dos razones hay que añadirles una más, originada por la nueva configuración empresarial de los medios de comunicación. La información televisiva también se vio influenciada por los nuevos consorcios, integrados por empresarios españoles del mundo de la comunicación que principiaban su transformación a empresas multimedia para cumplir las elevadas inversiones económicas requeridas en la nueva Ley. Con este fin se aliaron con socios extranjeros capitalistas; con especuladores privados, que vieron en la televisión un sector en el que multiplicar sus inversiones; con la banca, que realizó un movimiento de posicionamiento estratégico; y por último, con los grandes magnates de la comunicación, que poco a poco fueron acaparando un mayor protagonismo en el entramado. Esta concentración empresarial, que terminó por propiciar un oligopolio televisivo, llevó aparejada la reducción de pluralismo por cuanto implicaba de autocensura y de manipulación todo cuanto concernía a cada una de las empresas que formaban parte del accionariado. También llevó a silenciar determinados excesos del poder como pago a los favores de quienes les habían otorgado la concesión.

En este nuevo escenario audiovisual la información televisiva ofrece un profundo interés. La información constituye el elemento esencial de la programación, a pesar de que su porcentaje en el total de la oferta televisiva apenas acapara en este periodo el once por ciento de la emisión frente, por ejemplo, al 84 por ciento del entretenimiento (ver Gráfico 1<sup>1</sup>). Las razones son diversas: por un lado, los noticiarios funcionan como

---

<sup>1</sup> Esta base de datos se ha realizado con el vaciado de las parrillas 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, J.: *A la caza del espectador. Estrategias de programación en los inicios de la televisión privada en España (1990-1994)*, Tesis doctoral, UCM, Madrid, 2008.

frontera para establecer las distintas franjas horarias en las que se divide el día de programación -mañana, tarde, noche y madrugada-. Por otro lado, la información se encuadra en los lugares privilegiados de la parrilla, situándose en los momentos de mayor audiencia televisiva. Esto permite su integración en la vida cotidiana del espectador, formando parte de las costumbres de la sociedad (CEBRIÁN HERREROS, 2004: 114). Además, el material informativo de televisión sirve para marcar la agenda informativa de la población, aflorando en los momentos más trascendentes de la vida social -guerras, catástrofes, elecciones, etc.-.



Los informativos, además, desempeñan el papel de escaparate de la credibilidad de las emisoras de televisión, la imagen de marca de su identidad, sirviéndose de sus logros para mejorar su implantación social. Finalmente, su imbricación con la sociedad está fuera de toda duda, desde el momento en que la mayor parte de población recibe la información exclusivamente por las pantallas de televisión (SARTORI, 1998:11).

Por estas razones, los programas informativos eran fundamentales para la implantación y acondicionamiento de las nuevas emisoras nacionales. Se hizo necesario proceder a evolucionarlos. Las primeras novedades que se consolidaron en el ámbito informativo fueron del tipo formal, pero enseguida llegaron cambios más representativos: el empleo de figuras periodísticas de prestigio para presentar los informativos; el incremento de los temas expuestos en los informativos, y la forma de presentar estos contenidos. La suma de estas tres transformaciones ofreció como resultado la proliferación de la opinión como ingrediente esencial en la información ofrecida en los telediarios.

### 3. Primeros cambios tras el advenimiento de las televisiones privadas

El informativo basado en la personalidad del busto parlante fue la nota dominante de los espacios de información general. Esta inclinación hacia las figuras mediáticas ya consagradas la llevaron a cabo los canales generalistas, que se reforzaron con periodistas de reconocida popularidad. Ésta figura se empleaba como herramienta, a lo *Star System*, para lograr el anclaje de la audiencia. Jesús Hermida, Luis Mariñas, Matías Prats, Pedro Piqueras, Manuel Campo Vidal, Rosa María Mateo, Olga Viza o José María Carrascal fueron los elegidos. Además, algunos de estos periodistas,

conocidos por buena parte de la audiencia, tendían a personalizar la calidad de la información que ofrecían (RODRÍGUEZ PASTORIZA, 2003:99).

El primero en desarrollar esta fórmula fue José María CARRASCAL, quien inició esta tendencia en sus informativos de Antena 3 en donde, con una entonación editorializante, presentaba las entradillas de las noticias plagadas de asientos y valoraciones personales. Una vez que Antena 3 procedió a remodelar sus informativos<sup>2</sup> y Carrascal pasó a dirigir un solo informativo, *Noticias de la noche*, alrededor de la medianoche, el procedimiento, lejos de desaparecer, se agudizó. La audiencia acogió con agrado este modo de presentar las noticias y Carrascal se convirtió en un personaje popular.

Tele 5 y TVE1, tras comprobar que esta técnica recababa cierto éxito, echaron mano la misma fórmula persuasiva y de la misma franja horaria para practicarla. Tele 5 programó su único espacio informativo con entidad, *Entre hoy y mañana*, a la misma hora, próximo a las doce de la noche -el otro informativo que emitía esta cadena al mediodía era más parecido a un boletín de noticias - que tuvo como presentador a Luis MARIÑAS. El esquema de este informativo pretendió articularse con un sentido más innovador que el resto de la competencia. Se estructuró con una selección rigurosa de noticias que desplazaron a las de ámbito político a un segundo plano. Ya en el decorado del estudio se advertían algunas diferencias. Una mesa grande, concebida para una mayor participación de los colaboradores ocupaba la mayor parte del plató. De hecho, la incorporación de expertos en cada sección era un intento de ofrecer una información más analítica que informativa, ahondando en esta nueva corriente valorativa que pareció instalarse en las pantallas españolas.

TVE, bajo la dirección de María Antonia IGLESIAS, reforzó durante todo el año sus servicios informativos con programas dedicados a temas sociológicos, económicos y a los grandes reportajes. Jesús HERMIDA fue el encargado de competir, frente a los dos espacios antes mencionados, con el informativo *Diario noche*, programado también a la misma hora que los anteriores. Hermida dirigió el informativo de mayor audiencia sin dejar de reclamar, a base de juicios propios, esa invasión de lo valorativo.

Estos tres informativos nocturnos buscaron la identificación con la audiencia en un momento horario propicio para la reflexión. Tenía también mucho que ver con las banderías políticas que se daban entonces. La mezcla presentador-opinión tenía un impacto mayor que la locución de la información sin valorar. Esta lucha concreta poseyó además, una importancia comercial, puesto que marcó unas líneas editoriales definidas de relación con la concordancia de la audiencia. En este caso, lo que se ganaba era la relación de la emisora con el público que la veía, mientras que lo que se perdía era la objetividad de la información ofrecida.

Puede que esta herramienta se buscara inicialmente, desde las emisoras privadas,

---

<sup>2</sup> Las *Noticias del mediodía*, presentado por Luis Herrero y Miriam Romero; Esmeralda Velasco y Roberto Arce presentaron las *Noticias de la noche*; y José María Carrascal y Felicidad Peláez presentaron Las *Noticias de medianoche*. Finalmente, Antonio Izquierdo presentó los boletines de noticias (11,30, 13 y 17,30 horas).

como una forma de diferenciarse de los automatismos que había llevado a cabo TVE anteriormente, de mostrar la información siempre orientada por el Gobierno. Se percibe este uso como un intento de fidelizar telespectadores por afinidad ideológica. La selección de la información emitida representaba el posicionamiento ideológico de cada uno de los canales. Antena 3 era la televisión más próxima al Partido Popular, mientras que Canal Plus se escoraba hacia posiciones cercanas al Partido Socialista. Televisión Española era dirigida por el propio Gobierno y Tele 5 mantenía una posición más ambigua.

Canal Plus y La 2 fueron las excepciones a este sistema. La oferta informativa de ambas no necesitaba de un presentador estrella puesto que se limitaba a ofrecer breves boletines informativos al principio de cada franja horaria. En el caso del canal de pago, la entrada a la banda del horario de máxima audiencia se producía mediante un espacio informativo, *Redacción*, presentado por Carles FRANCINO, que incluía un mayor desarrollo de las noticias. Canal Plus destaca entre el resto de cadenas al ser la única que programaba su principal informativo en *prime time*.

La segunda novedad radicó en el aumento del número de temas aludido en los noticiarios. Como se ha comentado, las noticias se elegían en función del reclamo de audiencia que pudieran tener, por este motivo se ampliaron los temas susceptibles de formar parte de la selección informativa. Durante los primeros años se privilegió en las pantallas la política nacional por encima de otros ámbitos, subrayando las enconadas disputas políticas entre los dos principales partidos políticos del arco parlamentario. Aunque en este sentido, el periodismo salió perjudicado, puesto que las televisiones ofrecieron más entretenimiento que investigación. Por regla general, en los telediarios se sustituyó el debate político razonado, el análisis ideológico y el contexto cultural por los ataques personales fundados en intereses empresariales, o por el tratamiento sensacionalista de algunos casos de corrupción política. La función periodística de denuncia fácil se adaptó cómodamente al carácter mercantil. Algo parecido aconteció con la política internacional a partir de la primera Guerra del Golfo. El enfoque escogido no fue tanto formar a la audiencia sobre los antecedentes, o dar cuenta del desarrollo real de la contienda, sino de contar hechos aislados que fueran lo suficientemente espectaculares.

Este aumento de los temas arrastró a los informativos a mostrar temáticas poco representativas a la hora de descomponer la realidad, pero muy valiosas desde el punto de vista del crecimiento de la audiencia. Uno de los ejemplos más notables fue la aparición constante de la información deportiva en los informativos<sup>3</sup>. Como las

---

<sup>3</sup> En este sentido se inscribe la *Guerra del fútbol* que se desató a partir de entonces entre las cadenas privadas, Antena 3 y Tele 5, contra Canal Plus, la FORTA y TVE por los derechos televisivos del deporte rey. Las nuevas cadenas privadas reivindicaron en los tribunales el derecho constitucional a acceder a este tipo de imágenes deportivas con el fin de informar a la audiencia en sus telediarios. A partir de que el tribunal de la competencia falló a favor de que las televisiones privadas podían incluir estas imágenes en sus informativos, previo pago de una cantidad económica como compensación a los dueños de los derechos, la información futbolística se hizo habitual en los noticiarios.

noticias sobre el fútbol alcanzaban sobradamente el objetivo de atraer público a las pantallas, se les otorgó una presencia destacada en estos espacios. La consecuencia de esta tendencia fue el aumento de la duración del telediario. Los telediarios fueron extendiendo su tiempo de emisión progresivamente: de los 30 minutos iniciales pasaron a los 45.

Finalmente, este aumento de los temas informativos vino acompañado, en ocasiones, de tendencias sensacionalistas y espectaculares. Por ejemplo, se incrementaron en los programas informativos los sucesos y testimonios, que declinaban en el morbo, bajo la etiqueta del interés humano, confundiendo la información social con la información, sosteniendo un enfoque dramático para atraer la atención de los telespectadores. La práctica de elaborar historias de sucesos con poses sensacionalistas penetró inicialmente en programas informativos y de actualidad, algunos tan respetados como *Informe Semanal* (MAGRO, 2003). Desde finales de los años ochenta, antes por tanto de que llegaran las emisoras privadas, *Informe Semanal* había estado incorporando sistemáticamente en su índice temas de sucesos y morbo (PALACIO, 2005:175 y ss.). Esta dinámica se fue ampliando poco a poco en los primeros años de competencia hasta desarrollarse de manera general en el conjunto de los canales. Un ejemplo que ha resultado paradigmático -aunque no causó tumulto en su momento- fue el reportaje sobre la tragedia de Puerto Hurraco (Badajoz)<sup>4</sup>. A ésta le siguieron otras muestras igual de escabrosas, como el crimen de las niñas de Alcácer (Valencia)<sup>5</sup>.

Esta acumulación de noticias sensacionalistas en las pantallas trasladaba a la audiencia la idea de que se estaba produciendo una acuciante proliferación de este tipo de sucesos en la sociedad, cuando la realidad es que no se daba en esa proporción.

Esta tendencia sensacionalista se agudizó con el desarrollo de la competencia y con la generalización del recurso de la *espectacularidad* (CEBRIÁN HERREROS, 1992:25). Se emprendió entonces una tendencia hacia la concepción de la información, no como la aportación de elementos para que la audiencia pudiera comprender la realidad, sino como un espectáculo y un entretenimiento. Así, se insistía en noticias huecas pero enfáticas, que apenas ahondaban en los verdaderos problemas reales de la sociedad. Por ejemplo, las elecciones generales de 1993 concentraron un elevado porcentaje de

---

<sup>4</sup> En esta localidad pacense, de menos de 200 habitantes, se produjeron nueve asesinatos derivados de la ancestral rivalidad entre dos familias vecinas. Este fue el tema que escogió la cadena pública para la emisión de un reportaje que se incluyó en *Informe Semanal*. La emisión de esta historia, con todo detalle de entrevistas y recursos formales, dejaba traslucir, además de una práctica periodista poco edificante, un perturbador ejemplo en *prime time* de la España más macabra y profunda.

<sup>5</sup> Tres chicas de 14 y 15 años de la localidad valenciana que se dirigían a una discoteca de una vecina localidad fueron violentamente torturadas y asesinadas. La búsqueda de las niñas, que se prolongó durante más de dos meses, tuvo una fuerte repercusión en los medios de comunicación nacionales. El hallazgo de los cadáveres y el posterior conocimiento posterior de las vejaciones a las que habían sido sometidas provocaron una profunda conmoción en la sociedad española, alimentada por los medios. Fue muy criticado el programa *De tú a tú*, de la periodista Nieves HERRERO, porque su emisión se produjo la misma noche que encontraron los cadáveres, aprovechando el dolor reciente de las víctimas, convirtiendo la tragedia en un espectáculo público.

intervenciones, tertulias y debates en todas las cadenas nacionales que llegaron a resultar reiterativas a la audiencia, saturada ante tanta sobredosis de propaganda preelectoral<sup>6</sup>. Por el contrario, los conflictos internacionales sólo perduraron en la pantalla mientras existieron imágenes que llamaran la atención por su espectacularidad. De nuevo la guerra de Irak de 1991 es un claro ejemplo. Mientras se mantuvo la contienda bélica las televisiones dedicaron programas especiales, debates y analistas sobre el conflicto, sin embargo, una vez que se emprendió la posguerra, a pesar de la inestabilidad persistente en la zona, la situación en el oriente próximo dejó de interesar a las emisoras.

En resumen, durante los primeros años de concurrencia se produjo un exceso de lo valorativo dentro de los espacios informativos. Esta fórmula, presentada por locutores de prestigio, convertía a los telespectadores en dependientes de una información ya interpretada. Además, la información emitida por televisión se construyó en función del interés que suscitaba entre la audiencia, lo que propició la entrada de nuevos temas en los noticiarios, a menudo sensacionalistas o espectaculares.

#### **4. Naturaleza y tipología de los telediarios en la concurrencia**

Hay que señalar el lento desarrollo histórico de los espacios informativos en España. La losa del régimen franquista, la falta de competencia y la crónica precariedad económica de la televisión española imposibilitaron la expansión informativa del medio, incapacitándolo como soporte de comunicación informativa ágil y competente (MARÍN, 2003:93-94). La incorporación de las televisiones autonómicas precipitó el cambio desde la competencia directa sobre TVE. Este avance tuvo la oportunidad de ensancharse, como se ha señalado, con la incorporación de los canales privados, a partir de 1990.

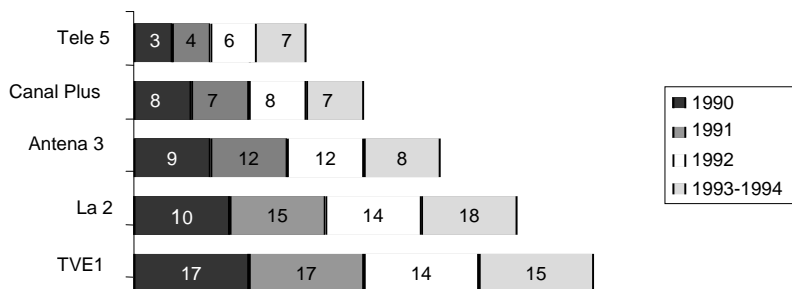
Tras la implantación de las televisiones privadas, la cadena estatal tuvo que adoptar una nueva postura competitiva para no perder el liderazgo de la audiencia, lo que permitió cierta evolución en los telediarios -la tradición de TVE ha provocado que los españoles llamemos telediarios a cualquier informativo, sea cual sea su canal de emisión-. A partir de entonces las televisiones de cobertura nacional fueron dedicando progresivamente más tiempo de emisión a los espacios informativos. La razón fundamental de este aumento de noticias fue la actualidad. Los importantes acontecimientos nacionales e internacionales acaecidos en el año 91, 92 y 93 exigieron a las televisiones una completa cobertura para mantener a su audiencia informada.

---

<sup>6</sup> *Mesa de redacción*, presentado por Luis MARIÑAS en Tele 5, donde entrevistaba junto con Miguel Ángel Aguilar y Julio Fernández a los principales líderes políticos nacionales. En Antena 3 Manuel CAMPO VIDAL presentada *Directo elecciones* centrado en el seguimiento de la campaña electoral. Este programa se realizaba bajo dos planteamientos. Enfrentaba a dos políticos de diverso signo bajo un tema común, y después se procedía a la entrevista de algún candidato para que explicara su programa electoral. En TVE1 se realizaban entrevistas a los candidatos a las elecciones en horario de máxima audiencia. En La 2, el *Especial Elecciones*, moderado por el periodista José MARTÍNEZ SOLER, planteaba temas concretos que eran discutidos por los representantes de las distintas fuerzas políticas.



**Gráfico 2. Porcentaje de emisión informativa anual por canales 1990-1994**



Fuente: elaboración propia a partir de la Base de datos de las parrillas de televisión de 1990-1994.

En 1994, salvo el repunte al alza de las cadenas públicas TVE1 y La 2 (ver Gráfico 2), se advierte un ligero descenso en la emisión informativa de las cadenas privadas. Este declive informativo viene propiciado por la nueva deriva que iniciaron los canales generalistas privados hacia contenidos de ocio y entretenimiento.

En lo referente a los telediarios, lo más habitual fue la apertura del informativo con las noticias más importantes, y posteriormente, su tratamiento con mayor amplitud en secciones específicas: nacional, internacional, economía y sucesos, prestando menor continuidad a las noticias de sociedad y cultura. La meteorología y los deportes también fueron frecuentes, aunque desde la concurrencia contaron con espacios específicos ajenos al telediario.

Los noticiarios más seguidos por los espectadores españoles durante este periodo fueron los de la primera edición (15 horas). En este tipo de telediario los locutores no solían adquirir ningún tipo de protagonismo, desempeñando un papel de mediadores de la comunicación entre el público televisivo y la redacción del informativo.

A pesar de que los informativos de la noche se encontraban más cerca del horario de máxima audiencia (21 horas), las segundas ediciones contaban con menos espectadores que los del mediodía. La razón era que se trataba de la franja más competitiva. Frente al horario de tarde, en donde la competencia de espacios era menor, en prime time la oferta de programas se ampliaba propiciando una mayor fragmentación de la audiencia.

La audiencia de los informativos nocturnos era la más difícil de cuantificar. Estos espacios fueron de lo más variables, debido a dos causas: su horario de emisión no era fijo (entorno a las 24 horas) y muchos días recogían parte de la audiencia de los espacios inmediatamente anteriores y posteriores. La mayor disputa entre emisoras se produjo en 1991, cuando *Diario Noche* de TVE1 era presentado por Matías Prats; *Entre hoy y mañana*, de Tele 5, por Luis Mariñas; y *Noticias de la noche*, de Antena 3, por José María Carrascal. Las cuotas de pantalla de los espacios oscilaron según los días y los programas a los que sucedían, pero como término medio, acaparaban cada

uno un 25 por ciento de la cuota de pantalla<sup>7</sup>. Las cifras de audiencias que se disputaban los informativos de medianoche eran significativas, puesto que aparte de consolidar en las pantallas españolas una nueva forma de presentar la información, confirmaban la tendencia de las cadenas privadas a situarse en una posición de igualdad frente al omnipotente primer canal de TVE.

Por tanto, la configuración de los diversos telediarios emitidos a lo largo del día se realizaba atendiendo a los horarios de emisión, prestando atención a la audiencia de cada uno de estos horarios. Así, los telediarios relativos a la primera edición poseían un carácter más expositivo, donde proliferaba la presentación de un mayor número de noticias, sin que abundara un excesivo acompañamiento de imágenes, y con una exigua profundidad del tratamiento. Por el contrario, la segunda edición tenía un carácter más analítico e ideológico. Por un lado, trataba de ahondar más en las noticias y por otro, al ser este el horario de más audiencia, pretendía tener mayor influencia. Por último, la tercera y última edición se conformaba a base de un resumen de las noticias ofrecidas a lo largo del día. El horario de madrugada era propenso a extenderse en el análisis de los acontecimientos, predominando las intervenciones valorativas en su locución. También solían incluirse los puntos de vista de los principales periódicos nacionales sobre el devenir de la actualidad, lo que proporcionaba un nuevo plano de opinión al telespectador.

Hay excepciones. En Canal Plus abundaron los avances y los boletines, en donde el presentador presentaba los titulares de las principales noticias del día. A veces, si alguna noticia era muy importante -atentado terrorista, elecciones, catástrofe natural-, se le dedicaba más tiempo o la totalidad del boletín, ofreciendo testimonios o una conexión en directo. Su realización era ágil y estaba compuesta habitualmente por imágenes servidas por agencia. Su objetivo era arrastrar espectadores hacia el noticiario largo de la cadena. Por otra parte, los telediarios de la segunda cadena se caracterizaron por una combinación entre el informativo y el magacín, con un estilo más distendido que otras cadenas, con mayor número de reportajes, entrevistas en directo y énfasis en los aspectos culturales.

En torno al horario de emisión de estos espacios se editaron otros programas de información, dedicados a distintos ámbitos de cobertura -informativos territoriales<sup>8</sup>, internacionales<sup>9</sup>- o consagrados a aspectos más concretos de la actualidad -

<sup>7</sup> *Diario noche* superaba ampliamente a sus rivales los viernes, cuando se emitía *Un, dos, tres* y la serie *La pasión de Gabriel* (ABC, 1990). En esos momentos llegaron a concentrar el millón de espectadores. Lo mismo ocurría en Tele 5, los miércoles, después del espacio *Cine 5 estrellas*. José María CARRASCAL, presentador de las *Noticias* de la noche en Antena 3, se situó a una cierta distancia de los dos anteriores, salvo en días concretos, dependiendo también de la programación que le precedía.

<sup>8</sup> TVE1 y Antena 3 fueron los únicos canales que dedicaron tiempo de emisión a este tipo de informativos regionales. TVE programó durante un tiempo dos informativos regionales, confeccionados por los respectivos centros territoriales, a las 14 y a las 20 horas. Antena hizo lo propio una vez que se asentaron sus servicios informativos, con la ubicación de un informativo regional a las 14 horas.

<sup>9</sup> Los informativos internacionales fueron patrimonio exclusivo de los dos canales estatales. La 2 programó, en determinados momentos del periodo de estudio, un telediario Internacional, otro dedicado a Sudamérica y tuvo como oferta informativa acoplada a su parrilla la emisión del informativo Euronews, realizado por un consorcio de cadenas nacionales europeas. Por último, Canal Plus emitió el informativo World News de la ABC norteamericana, presentado por Peter Jennings, durante las mañanas en versión original.

informativos económicos, musicales, de actualidad, etc.-. También se confeccionaron otros espacios informativos realizados mediante diversos géneros periodísticos para ampliar la cobertura o profundizar sobre los diversos temas<sup>10</sup>.

En el ámbito formal se introdujeron variaciones en algunos aspectos de la presentación, tales como la sintonía, cabecera, decoración, estilo de los presentadores o la imagen novedosa que se pretendía ofrecer desde las distintas direcciones de programación. Por ejemplo, en la televisión estatal, durante el primer periodo de competencia, los periodistas con mayor solera profesional aglutinaron la presentación de los principales telediarios, sin embargo, una vez que las nuevas cadenas los van fichando para presentar sus informativos privados, TVE cambia de táctica y organiza la presentación mediante dúos, formados por un locutor masculino y una locutora femenina, para darle un aspecto más fresco y moderno a la presentación. Esta táctica es asumida inmediatamente después por las televisiones privadas en vista de su éxito entre la audiencia.

### **5. La oferta informativa particular de cada televisión: telediarios de marca**

Los informativos de la primera cadena de TVE resultaron los más seguidos por los telespectadores españoles. No en vano, también fue la emisora que más telediarios emitió. Su presencia en la parrilla diaria estaba asegurada al ubicar cada telediario dentro de cada franja horaria. Al informativo matinal le sucedía el *Telediario1* de tarde (15 horas); el *Telediario2* de noche (21 horas) y el *Telediario3* de madrugada (24 horas). Durante el arranque de las televisiones privadas la información fue uno de los puntos fuertes del canal generalista de Televisión Española por presupuesto, experiencia y tradición. La intención de la televisión estatal fue remarcar esa presencia con diversos cambios formales y con una cobertura completa de todos y cada uno de los acontecimientos acaecidos en el país.

Su importancia social, por ser el instrumento informativo más utilizado por la población, fue un reclamo para la clase gobernante al convertirse en el medio privilegiado para la comunicación política interesada. Puede indicarse la constante sobre la vinculación directa de los servicios informativos con el director general de RTVE. La importancia gubernamental concedida a la actividad informativa hizo posible, junto con la evolución de la sociedad española y sus necesidades funcionales<sup>11</sup>, el aumento de las dotaciones económicas a estos servicios, lo que permitió incrementar el personal afecto en los servicios informativos.

<sup>10</sup> En esta sección se encuentran espacios como Informe Semanal de TVE1, Documentos TV de La 2 o Los 3 de Antena 3, donde se recopilaban en el mismo programa distintos reportajes periodísticos. Asimismo, Canal Plus, como también en ciertos momentos Antena 3, Tele 5 y TVE, emitieron reportajes monográficos individuales para dar cuenta de la actualidad de algún tema concreto. Por ejemplo, Canal Plus emitió *Ser policía en Euzkadi*, que reflejaba la vida y el trabajo de los miembros de los cuerpos de seguridad que estaban destinados en el País Vasco dentro del título 24 horas.

<sup>11</sup> Por ejemplo, durante la cobertura de los acontecimientos de 1992 celebrados en España (Juegos Olímpicos de Barcelona, Exposición Universal de Sevilla o Madrid Capital Europea), donde TVE tenía la misión de llevar la señal de televisión al espectro internacional.

La única cadena que compitió con TVE1 de igual a igual fue Antena 3, que desde el inicio de sus emisiones configuró una estructura informativa -con tres informativos en cada banda horaria- paralela a la de Televisión Española. La cadena privada apostó desde el primer momento por la información para acabar con la hegemonía de TVE. De hecho, *Antena 3 Noticias* arrancó, el mismo día en que se iniciaron las emisiones, con un espacio presentado por José María Carrascal. Durante los primeros tiempos los informativos se emitieron a las 15 y a las 20.30 horas, de lunes a viernes. La finalidad era hacerse con una parte de la audiencia que conectaba con el telediario. Más tarde, se programó el telediario de madrugada que popularizó Carrascal, como se ha comentado.

Antena 3 renovó y consolidó sus espacios informativos con la llegada de los nuevos accionistas -Banesto y Grupo Zeta-. La estrategia de Antena 3 consistió en arrebatar a la cadena pública los presentadores con mayor gancho popular. La periodista Olga Viza, de Televisión Española, se incorporó al *Noticias1* de sobremesa después de copresentar las exitosas retransmisiones de los Juegos Olímpicos junto a Matías Prats. Del *Noticias2* de la noche se ocupó el nuevo director general de la cadena, Manuel Campo Vidal, que igualmente procedía del canal estatal. Finalmente, para el informativo de medianoche se mantuvo a José María Carrascal, cuyo *Noticias3* contaba con una audiencia fiel. Su peculiar estilo a la hora de presentar las noticias, combinando la información con sus valoraciones personales, le habían convertido en un presentador muy seguido<sup>12</sup>. Esta oferta se completó con la llegada, también desde el canal público, de Rosa María Mateo, quien presentó *Noticias del fin de semana*. Cada uno de los informativos estuvo totalmente personalizado y no siguieron un esquema igual para todas las ediciones.

La ampliación informativa de Antena 3 no se detuvo aquí. La cadena completó su oferta con informativos regionales confeccionados -al modo de la televisión estatal- por sus centros territoriales en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Palma de Mallorca. Así como también recurrió a otros programas semanales dialógicos<sup>13</sup>, informativos especiales<sup>14</sup> y otros espacios compuestos por reportajes de actualidad<sup>15</sup>. Al final del periodo se inaugura el primer equipo de investigación de la emisora dirigido

<sup>12</sup> CARRASCAL incluso escribió un libro aprovechando el tirón mediático: *Al filo de la medianoche... y algo más*, Espasa Calpe, Madrid, 1993. En él explicaba algunas cuestiones relativas al trabajo en televisión, según su propia experiencia.

<sup>13</sup> Por ejemplo, *La Clave*, dirigido por José Luís BALBÍN; *El programa de Hermida y Hermida y compañía*, espacios conducidos por Jesús HERMIDA o *Queremos saber*, moderado por Mercedes MILÁ. En todos ellos se establecía un debate de actualidad entre un número de invitados, especialistas o comentaristas.

<sup>14</sup> Una muestra fue *Se rompe el silencio*, un especial sobre los acontecimientos del 23 de febrero de 1981. El planteamiento contaba con imágenes inéditas que fueron conseguidas en televisiones extranjeras -sobre todo en Alemania- y también en el archivo del No-Do. El reportaje incluía también entrevistas con los militares golpistas Alfonso Armada y Jaime Milans del Bosch.

<sup>15</sup> Con el ejemplo, ya mencionado, del espacio *Los 3 de Antena 3*, dirigido por Alfonso PIÑEIRO, presentado por la terna formada por Luis HERRERO, José María CARRASCAL y Fernando URBANEJA. Este espacio se concibió para competir con *Informe Semanal* de TVE1. El contenido del programa se componía de tres reportajes de investigación sobre temas españoles y extranjeros de actualidad.

por Carlos ESTÉVEZ. Curiosamente, la creación del periodismo de investigación coincide con la caída en picado del tiempo de emisión informativa en la cadena, que se produjo al comprobar que era mucho más rentable confiar los mayores recursos presupuestarios a programas de variedades o ficción.

La tercera de las televisiones generalista tuvo una evolución informativa atípica. Tele 5 apostó en su inicio por una televisión consagrada al puro entretenimiento, donde abundaron los programas de variedades y la ficción enlatada de películas y series televisivas importadas. A pesar de que el público parecía respaldar esta fórmula, observando el extraordinario ascenso de la audiencia del canal, los estudios de mercado reflejaban otra realidad: la opinión pública consideraba a Tele 5 una cadena poco seria. Por este motivo se confeccionaron los primeros telediarios. El periodista Luis MARIÑAS fue escogido como el primer director de informativos del canal. Abandonó TVE para fichar por Tele 5 donde estrenó su único telediario *Entre hoy y mañana*, que se convirtió en la alternativa a los informativos existentes en la madrugada de las televisiones de ámbito nacional. El informativo se mostró diferente desde el principio. Fue el pionero en la inclusión de una entrevista al protagonista de la jornada y de incorporar comentaristas políticos y analistas expertos en diversos campos de interés social. Incluso, el telediario contenía una tira cómica, donde los humoristas Gallego y Rey sintetizaban lo más destacado de la jornada con una viñeta audiovisual.

Poco a poco fue ampliando sus ediciones de informativos. En el año 1992, animada por la consolidación de su informativo nocturno, Tele 5 decidió competir también en la franja de sobremesa. Lo hizo con las mismas armas que la hicieron liderar la medianoche. Luis MARIÑAS abandonó el horario de noche y elaboró, a partir de entonces, un nuevo informativo con una estructura similar a la que venía practicando: una crónica de actualidad, abundancia de noticias de carácter social, un reportaje y los análisis habituales del equipo de comentaristas de la noche. El nuevo *Entre hoy y mañana* de sobremesa se emitía a las 15 horas con una duración de 35 minutos. El trasvase del informativo de noche no implicó su desaparición. Tele 5 acrecentó su oferta informativa con este movimiento. Del *Entre hoy y mañana* nocturno se ocupó Julio Fernández, que provenía de la edición del fin de semana<sup>16</sup>. A partir de este momento, el espacio mantuvo su mismo horario, pero redujo de 55 a 20 minutos su duración.

Tele 5 pretendió dar un mayor impulso a todo el equipo de noticias con un nuevo cambio de Luis MARIÑAS<sup>17</sup>, quien pasó a presentar *Las noticias*, el nuevo informativo de noche (20.30 horas) que daba comienzo antes que el resto, manteniendo la fórmula que

<sup>16</sup> Al final del año Miguel Ángel AGUILAR, comentarista del informativo de noche, dirigió y presentó el espacio de noticias durante los fines de semana. *ABC*, 5 de noviembre de 1992.

<sup>17</sup> El movimiento de MARIÑAS iba destinado a competir con Pedro PIQUERAS (Antena 3) recién fichado del canal estatal, y con Ramón PELLICER (TVE1) en la segunda edición del telediario. El puesto de la primera edición (15 horas) era ocupado por Carmen TOMÁS, que presentaba un informativo de menor duración. Julio FERNÁNDEZ pasaba a editar los informativos del fin de semana, en donde la oferta informativa se ampliaba con un espacio (14.30 horas) de media hora de duración.

les había hecho diferentes. La duración del nuevo informativo se amplió por los nuevos contenidos. Mantuvieron a los colaboradores de *Entre hoy y mañana*<sup>18</sup>, introduciendo la asistencia de una figura de relieve de la actualidad nacional, cada día diferente<sup>19</sup>.

Otra innovación fue la introducción de *La noticia*, un boletín programado durante cada bloque publicitario. *La noticia* recogía brevemente la situación del hecho más destacado en el momento de la emisión. En cada una de las emisiones, que se realizaban en directo, los servicios informativos presentaban una única noticia, distinta a la del último avance, o la misma si era lo suficientemente importante y se había ampliado su contenido. Con este movimiento Tele 5 introducía una fórmula nueva en los planteamientos informativos de la televisión en España, puesto que ofrecía al televidente la *noticia destacada* de forma constante. La televisión experimentaba una nueva técnica de información permanente, vertebrándola desde la mañana (10 horas) a la madrugada (24 horas), en la que se ubicaban los miniespacios informativos<sup>20</sup>.

Finalmente, la cadena privada reforzó sus espacios informativos con la presencia de corresponsales en las principales ciudades internacionales y españolas, en donde se contaba con un equipo formado por cámara, un redactor y un ayudante. El incremento de los espacios informativos supuso la potenciación de las distintas ediciones del telediario *Entre hoy y mañana*, con la incorporación de nuevos comentaristas<sup>21</sup>, cuyas intervenciones continuaron siendo la base de la estructura informativa. Ensayó también Tele 5 por temporadas con diversos espacios nocturnos de tertulia en donde se debatía la actualidad en clave satírica<sup>22</sup>. Sin embargo, este formato estaba más próximo al entretenimiento que a la información por el continuo escarnio de los contertulios.

Como se ha señalado, La 2 y Canal Plus mantuvieron estructuras informativas al margen de las televisiones generalistas. Además de los boletines de noticias, -de cinco a diez minutos cada uno-, los dos canales coincidieron en programar un informativo de mayor desarrollo a primera hora de la mañana. Mientras La 2 emitió *Noticias*, de una hora de duración, (10 horas), el canal de pago hacía lo propio con *ABC World*

<sup>18</sup> Los habituales eran Fernando ÓNEGA, Fernando JÁUREGUI, Juancho ARMAS y Carmen TOMÁS. Pero para valorar las informaciones según un ámbito más específico se incorporaban otros invitados como Álvaro GIL ROBLES, Julio FEO, Francisco FERNÁNDEZ OCHOA, Camilo José CELA o José Luís MARTÍN PRIETO.

<sup>19</sup> Pasaron por esta sección, entre otros, Camilo José CELA, José Luís MARTÍN PRIETO, Ramón SÁNCHEZ OCAÑA, Leopoldo CALVO SOTELO o Joan Manuel SERRAT.

<sup>20</sup> Con el tiempo se crearon cuatro microespacios informativos, a modo de avances de noticias, que se diseminaron a lo largo de las dos primeras franjas horarias (a las 13, 14.30, 17.30 y 20.45 horas), trazando un punto intermedio de información entre los telediarios habituales.

<sup>21</sup> El fichaje estrella fue la mujer del candidato del PP a la Moncloa, José María AZNAR, quien se incorporó como firma invitada en el informativo de Mariñas. La misión de Ana BOTELLA consistía en comentar periódicamente algunos asuntos destacados de la jornada. BOTELLA, sin experiencia alguna en estas lides, se incorporaba a un grupo de comentaristas entre los que se contaban Santiago CARRILLO, Francisco UMBRAL, Carmen RICO GODOY, etcétera.

<sup>22</sup> José Luís COLL presentó *Hablando se entiende la gente* y, posteriormente, *Este país necesita un repaso*. Los contertulios habituales -CHUMY CHÚMEZ, José Luís SÁNCHEZ POLLACK, Antonio MINGOTE, Alfonso USSÍA, Miguel DURÁN, Jimmy JIMÉNEZ ARNAU, Antonio OZORES y el propio COLL- captaban las imágenes más representativas de la actualidad española desde un tono satírico, partiendo de la base del debate radiofónico. Con posterioridad se realizó una nueva edición que contaba con una sección llamada *El estado de la nación* de Luis DEL OLMO, en donde comentaban la actualidad política nacional.

*News*, (8 horas), informativo de 30 minutos importado de la cadena estadounidense ABC que se emitía en versión original subtitulada al español.

La diferencia del tiempo dedicado a los informativos entre estos dos canales radicaba en que La 2 funcionaba como soporte informativo complementario de la primera cadena. En eventos relevantes, La 2 podía retransmitir íntegramente en directo estos acontecimientos reservando para la primera cadena el resumen informativo de los mismos. Mientras tanto, Canal Plus sólo poseía un informativo diario de media hora de duración, *Redacción* (21.30 horas), dirigido por José María IZQUIERDO y presentado por Carles FRANCINO que, durante el fin de semana, presentaba José Ramón PINDADO. La línea informativa de Canal Plus se articuló siguiendo la máxima: mucha información y poca opinión. Se trataba de hacer unos informativos asépticos basados en noticias enriquecidas con imágenes procedentes de las agencias de noticias y de los canales autonómicos. Con ello perseguía una administración más eficaz y razonable del presupuesto, tanto desde el punto de vista de la ampliación de la plantilla periodística como desde el punto de inversiones económicas.

Los boletines informativos de La 2 se diseminaban a lo largo de su parrilla<sup>23</sup> bajo el nombre de *Redacción de La 2*. Estos informativos pretendieron un mayor acento en los temas sociales o culturales. Posteriormente, estos boletines se redujeron -a dos ediciones durante la mañana: 8 y 9 horas- y cambiaron su nomenclatura, pasando a llamarse *Titulares*. Como complemento se incluyó el informativo diario de 30 minutos *El informe del día*, que se programó de madrugada (24,40 horas).

La 2 tuvo otros programas informativos más especializados como el *Telediario Internacional* (2,30 horas) de una hora de duración, con noticias predominantemente hispanoamericanas; *Informativos en lenguas extranjeras*, a medio camino entre los espacios de noticias y los programas de formación -porque se emitía en lengua original francesa o inglesa- (8 horas); *Informativos Territoriales* (20 horas) de 15 minutos de temas locales y regionales o *Economía en La 2* (14 horas, los sábados) de media hora de noticias relacionadas con el ámbito económico.

Canal Plus también contó con otros espacios informativos, realizados en formato de reportaje que podían ir o no, acompañados de presentación en el estudio. En estos programas se intercalaban los espacios de producción propia con los adquiridos en el mercado a otras productoras o televisiones.

A pesar de que las televisiones generalistas poseen sus propias peculiaridades, lo cierto es que consolidan una oferta informativa bastante homogénea. TVE1 y Antena 3 se estructuran de una manera similar desde el principio, mientras que Tele 5 tarda varios años en seguir una táctica parecida. Sólo los dos canales no generalistas se desmarcan de esta tendencia, convirtiendo sus espacios informativos en la única alternativa diferenciada para el espectador español.

---

<sup>23</sup> *Redacción de La 2* tenía una duración de cinco minutos y se emitía a las 9,25 horas; 11,30 horas; 14,24 horas; 16,20 horas; 19,05 horas y 21 horas.

## 6. La agenda de los telediarios. Principales coberturas informativas durante el arranque de la competencia

La actualidad obligó a las cadenas a configurar su oferta informativa en función de los principales acontecimientos periodísticos acaecidos. Los años 91, 92 y 93 fueron especialmente prolíficos en sucesos periodísticos. Durante estos primeros años se ensayaron las primeras batallas informativas entre cadenas por una audiencia a la que quisieron informar y también entretener.

Los sucesos más destacados del primer curso pasaron por la Guerra del Golfo, primer conflicto bélico internacional de la historia retransmitido en directo por la televisión durante el primer trimestre del año; el frustrado golpe de Estado en la URSS durante el verano; las elecciones municipales y autonómicas de mayo, primera cita electoral situada en la concurrencia televisiva; y por último, la Conferencia de Paz de Oriente Medio que tuvo lugar en Madrid en el mes de octubre y que fue cita obligada de todas las televisiones del mundo.

Especial relevancia tuvo la guerra del Golfo. Todos los canales españoles interrumpieron su programación la madrugada del 16 al 17 de enero de 1991 para dar la noticia del inicio de la guerra, utilizando imágenes de la CNN y crónicas de sus enviados especiales. La trascendencia del conflicto internacional no pasó inadvertida para la audiencia española: las televisiones duplicaron su audiencia durante la emisión de estos programas informativos<sup>24</sup>.

La guerra no tardó en agotarse como espectáculo televisivo. La censura militar transformó la información en un elemento estratégico. De este modo se daba una contradicción entre las posibilidades de la tecnología de la comunicación y la precariedad informativa de la comunidad internacional manejada con intenciones políticas. En España, a pesar de las previsiones de los servicios informativos, el desencadenamiento de la crisis del Golfo derramó una avalancha de información reiterada, crónicas telefónicas y escasas imágenes que no provinieron exclusivamente de la CNN. Ninguna cadena se distanció de la versión oficial planificada por el Pentágono, que auguraba un éxito rápido y rotundo. Las emisoras se habían convertido en líneas de teletipos abiertas en todos los lugares del mundo. Tanto los informativos como los boletines de noticias procuraron una información seleccionada de forma que el espectador recibiera en pocos minutos una síntesis de lo que estaba ocurriendo.

La guerra del Golfo fue el primer acontecimiento internacional por cuya cobertura

---

<sup>24</sup> En TVE, por ejemplo, el programa "Querido cabaret" era seguido por medio millón de espectadores. A las 0.45 horas, cuando se anunció el bombardeo de Bagdad la audiencia se disparó a 970.000 espectadores. TVE mantuvo el liderazgo, alcanzando entre las 0.45 y las 2.30 horas una cuota de audiencia del 57 por ciento. A la una de la madrugada el "Especial informativo" de TVE1, -que más tarde se emitió simultáneamente por la segunda cadena-, concentró a 1.143.000 espectadores. A la una de la madrugada Antena 3 tenía una audiencia de 69.000 espectadores. A los pocos minutos la cadena atrajo la atención de 130.000 telespectadores que tuvieron que esperar hasta la finalización de la serie para ver el programa informativo que estaba preparando en la redacción. A la 1.15 el "Especial noticias" de José María CARRASCAL, aumentó la audiencia a 208.000 telespectadores, y 15 minutos después, alcanzó los 252.000 espectadores. *El País*, 18 de enero de 1991.



compitieron la mayoría de las televisiones españolas. Por esa razón, ninguna cadena escatimó en medios para acudir a la conflagración, en la búsqueda de una imagen propia en una crisis de impacto internacional.

Llama la atención que la planificación y eficacia en los desplazamientos que demostraron las televisiones antes de la Guerra del Golfo, previamente anticipada y avisada por los intereses internacionales, no fue la misma cuando la actualidad requirió la presencia de periodistas en los sucesos de la Unión Soviética en el verano de 1991.

Por último, el 26 de mayo de 1991 se celebraron las elecciones municipales y autonómicas. Hasta este momento, todas las elecciones pasadas se habían consumado bajo el régimen de monopolio televisivo y había curiosidad por comprobar cómo se iba a desarrollar la actuación de las televisiones privadas en un acontecimiento informativo de envergadura. Los candidatos contaban ahora con más escaparates que nunca para mostrar a los ciudadanos sus programas electorales y sus pareceres sobre la marcha política. Todas las emisoras nacionales prestaron atención a la campaña y a las votaciones, pero las televisiones generalistas que contaron con centros y desconexiones territoriales fueron las que realizaron un mayor seguimiento de la actividad electoral.

Es difícil valorar la importancia exacta de la transmisión de los comicios en el resultado electoral, pero el hecho de que existieran más espacios televisivos desde donde el público podía acceder a los candidatos, ofreció una muestra más plural de los agentes políticos. Según algunos autores, los comicios de 1991 fueron “el momento en el que se empezó a producir un cambio decidido en la opinión, momento en el que el PSOE empezó a perder de forma definitiva la hegemonía que había dispuesto hasta el momento en el voto urbano” (TUSELL, 2007: 330).

El segundo año trajo consigo un formidable contingente de noticias. 1992 fue un año importante para España, puesto que durante el año el territorio nacional se convirtió en un escaparate internacional albergando eventos trascendentes que debían de dar cuenta de la modernización definitiva del país: la Exposición Universal de Sevilla, los Juegos Olímpicos de Barcelona, Madrid Capital Cultural, etcétera. Las televisiones nacionales quisieron aprovechar este rebufo para llegar a la audiencia alrededor de esta realidad. Sin embargo, otros acontecimientos también exigieron la atención de las emisoras. Algunos se cruzaron inesperadamente, como la Huelga General o la ratificación del culminante Tratado de Maastrich, y otras formaban parte de la agenda informativa, como las elecciones en Cataluña o Estados Unidos. Incluso hubo acontecimientos de los que se hicieron eco las televisiones sin que fueran reclamadas por su audiencia, como la conmemoración de la expulsión de los judíos.

Estos acontecimientos pusieron de manifiesto que las televisiones españolas de cobertura nacional, a pesar de sus diferencias programativas, no iban a renunciar a ofrecer determinada información a su audiencia. Todas ellas tuvieron mayor o menor presencia en los principales acontecimientos, porque todas ellas consideraron esencial

ofrecer su punto de vista sobre los hechos nacionales e internacionales más relevantes. En juego no sólo estaba satisfacer las necesidades informativas de los espectadores, también se disputaba el prestigio y la calidad de la televisión, susceptible de ganar público con una exclusiva, diferenciada y responsable información periodística.

El año 1993 fue el curso en el que las cadenas variaron más veces sus espacios informativos. No sólo hubo cambios formales y de horarios, también de contenido. La actualidad política española así lo exigió. El 6 de junio se celebraron las primeras elecciones generales en concurrencia televisiva. Este tema era lo suficientemente significativo para que las cadenas adaptaran sus espacios de información a esa actualidad. Por este motivo todas las cadenas de televisión adelantaron la temporada política antes de que comenzara oficialmente la campaña electoral, mediante la emisión de programas de debates, además de los espacios informativos, para lanzarse a la búsqueda de la información política.

A pesar de que las cadenas públicas emitieron más horas de información fueron los canales privados los que consiguieron en este ámbito sus mayores índices de audiencia. Dos debates protagonizados por Felipe González y José María Aznar, principales candidatos a ocupar la presidencia del Gobierno, fueron el espaldarazo definitivo con el que las televisiones privadas consiguieron los primeros puestos de los espacios más vistos del año<sup>25</sup>.

Finalmente, entre los acontecimientos más relevantes de 1994 caben señalarse tres: las elecciones a la Junta de Andalucía, las elecciones al Parlamento europeo y el debate sobre el Estado de la Nación en las Cortes, en donde se iban a dar cita los principales líderes políticos españoles, en un momento en el que se hacía palpable en la sociedad la corrupción política de la última fase del gobierno socialista.

La oferta global de los canales nacionales se homogeneizó ofreciendo programas similares de debates entre los candidatos de las distintas formaciones políticas, sin percibir el éxito de audiencia de ocasiones pasadas.

La serie *reality* sobre la corrupción política alcanzó su punto máximo de atracción. Las televisiones obtuvieron réditos traducidos en audiencia y en ideas para realizar nuevos espacios. Quisieron aprovechar el tirón del *estado de la corrupción* ofreciendo nuevos contenidos focalizados en el seguimiento de estos nuevos procesos que comenzaban.

## 7. Conclusión: una información de entretenimiento

Después de observar la evolución de la información televisiva en los primeros años de competencia se concluye que no se completó la plena pluralidad que se demandaba en el debate previo a la llegada de las televisiones privadas. Las razones se encuentran

<sup>25</sup> La emisión de este acontecimiento fue un completo éxito para Antena 3 y Tele 5. La primera consiguió un *share* del 62 por ciento (más de 9,5 millones de espectadores), mientras que la segunda alcanzó un *share* del 75,5 por ciento (10,5 millones de espectadores). Lo más significativo fue que se consiguieron puntas de espectadores (entre las 22.45 y las 23.45 horas) de más de 12,5 millones de espectadores de media. Datos Sofres A.M., mayo, 1993.

en las tres dimensiones -política, comercial y empresarial- que arraigaron en las televisiones en competencia. Estas dimensiones cohibieron la libertad del periodista hasta reorientar las noticias en función de los nuevos objetivos empresariales que reclamaban una mayor cantidad de audiencia.

Las televisiones en competencia propiciaron una serie de cambios en la información televisiva. El primero de los cambios radicó en la figura del presentador de los informativos. Las cadenas escogieron a los bustos parlantes en función de su popularidad e influencia sobre la audiencia. Esta circunstancia propició variaciones en el producto de los servicios informativos debido a que la personalidad de los presentadores influyó notablemente sobre los contenidos de las noticias. Éstas pasaron a impregnarse con la opinión del informante buscando en ocasiones una diferenciación ideológica que atrajera una determinada parcela de la audiencia. El segundo cambio tuvo que ver con la ampliación de los temas de noticias susceptibles de formar parte de los informativos. Comenzaron a incluirse temas más populares: sucesos, casos de interés humano, acontecimientos espectaculares y curiosidades que hasta entonces sólo habían aparecido en los telediarios de forma residual. El objetivo era atraer la atención del público a los informativos con elementos más próximos al esparcimiento que a la información periodística. El tercero de los cambios guarda relación con esta deriva efectista. La forma de presentar la información hubo de modificarse para adaptarse a los nuevos gustos de la audiencia. Los usos empleados: el morbo, el sensacionalismo y la espectacularidad, conllevaron propuestas formales que contribuyeron a acercar más la información al entretenimiento. Finalmente, los nuevos telediarios se construyeron en función de los nuevos hábitos y rutinas de su audiencia. La disposición del público a lo largo del día determinó la manera de enunciar la información. Por este motivo, la primera edición del informativo era expositiva, la segunda era analítica y la tercera era valorativa. En resumen, la información durante el primer periodo de competencia se presentó cargada de opinión. Es decir, el público comenzaba a acostumbrarse a disfrutar de informaciones ya procesadas: la televisión pensaba por ellos.

Aunque cada canal quiso imprimirle su respectivo sello a la información que emitió, lo cierto es que el conjunto total de la oferta informativa del periodo se percibe como muy homogénea. La importancia del efecto mimético contribuyó a la unificación de las ofertas informativas. El primer canal de TVE y Antena 3 configuraron una estructura similar a la que luego se incorporó Tele 5. La 2 y Canal Plus, por su carácter diferenciado, ofrecieron la información alternativa.

Entre los contenidos informativos de los primeros años cabría señalar, por encima del resto, la dedicación de las televisiones españolas a la política nacional. La razón se encuentra en la ebullición política suscitada por los diferentes casos de corrupción y por la endeble cobertura internacional de los nuevos canales, que sólo prestaron especial atención a las noticias de especial envergadura: la primera guerra del Golfo, el intento de golpe de Estado en Rusia o las elecciones de Estados Unidos. La agenda informativa estuvo compuesta también por los acontecimientos trascendentes del país -la Conferencia de Paz de Madrid, la Exposición Universal de Sevilla, los Juegos

Olímpicos de Barcelona o las elecciones generales de 1993- que sirvieron para consolidar la oferta.

La llegada de las televisiones privadas supuso el nacimiento de una nueva era para los programas informativos. Los nuevos contenidos: espectaculares, sensacionalistas y valorativos, fundaron un nuevo modelo informativo mercantil, que entretuvo, más que informó a la audiencia.

## 8. Referencias bibliográficas

AGUILERA, M.

1985: *El telediario, un proceso informativo*. Barcelona, Mitre.

CEBRIÁN HERREROS, M.

1992: *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid, Ciencia 3.

2004: *La información televisiva. Obsesión mercantil y política*. Barcelona, Gedisa.

CONTRERAS, J.M. Y PALACIO, M.

2003: *La programación de televisión*. Madrid, Síntesis.

CORTÉS, J.A.

2006: *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Navarra, Eunsa.

GOULART, N.

2002: *O espectáculo das notícias. A televisa generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa, Editorial Noticias.

LANGER J.

2000: *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las "otras noticias"*. Barcelona, Paidós.

MAGRO, B.

2003: *Informe Semanal. 30 años de historia*. Toledo, Plaza y Janés.

MARÍN, C.

2003 *La noticia audiovisual a través de la historia de la televisión*. Palma de Mallorca, Calima.

PALACIO, M.

2003: *Historia de la televisión en España*. Barcelona, Gedisa.

REY MORATÓ, J.

1998: *El naufragio del periodismo en la era de la televisión. La industria del infoentretenimiento: de Aristóteles a Walt Disney*. Madrid, Fragua.

RODRÍGUEZ PASTORIZA, F.

2003: *La mirada en el cristal. La información en televisión*. Madrid, Fragua.

SARTORI, G.

1998: *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.

VV.AA.

*Comunicación Social. Tendencias 1989-1994*. Madrid, FUNDESCO.