

## Espacio doméstico y televisión en España. Usos y memoria cotidiana de la televisión de los noventa

Mar Chicharro-Merayo<sup>1</sup>; Fátima Gil-Gascón<sup>2</sup>

Recibido el: 6 de julio de 2021. / Aceptado: 10 de diciembre de 2021.

**Resumen.** El presente trabajo reflexiona sobre los imaginarios en torno a la televisión de los años noventa, momento en el que irrumpieron los operadores privados y se multiplicó la oferta en España. Se recupera el período utilizando el punto de vista de las audiencias. El material de análisis se ha obtenido a través de grupos de discusión y las entrevistas en profundidad realizadas para pulsar la memoria de esta etapa. Se constata una relación ambivalente con aquella televisión. Se reconstruye un medio que se consumía grupalmente y que realizaba una intensa función de cohesión social. Pero también se identifican dinámicas (simplificación, sentimentalización, transgresión moral...) y valores (machismo, clasismo, conservadurismo...) en torno a las que los espectadores suelen articular una lectura de oposición.

**Palabras clave:** Televisión; espectadores; España; memoria; años noventa.

[en] Domestic space and television in Spain. Uses and daily memory of the television in nineties.

**Abstract.** This paper reflects on imaginary on television in nineties, when private channels broke in and the offer multiplied in Spain. The period is rebuilt using the viewer's point of view. The analysis material has been obtained through discussion groups and in-depth interviews carried out to retrieve the memory of this period. There is an ambivalent relationship with that television. The analysis reconstructs a media that was watched in groups and that performed an intense function of social cohesion. But there are also identified dynamics (simplification, sentimentality, moral transgression ...) and values (machismo, classism, conservatism ...) around which viewers usually articulate an oppositional reading.

**Keywords:** Television; spectators; Spain; memory; nineties.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. El modelo televisivo en el período 1990-2000: algunas pinceladas generales. Objetivos y metodología. 3. Análisis y resultados. 3.1. Hábitos y utilidades del consumo: televisión de ayer y familia. 3.2. Valoración de la televisión de ayer: la génesis de la telebasura. 3.3. Imágenes que perduran: hitos televisivos en el imaginario de los espectadores. 4. Conclusiones. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Chicharro-Merayo, M.; Gil-Gascón, F. (2022) Espacio doméstico y televisión en España. Usos y memoria cotidiana de la televisión de los noventa, *Historia y comunicación social* 27(1), 309-319.

### 1. Introducción

“Con el comienzo hoy de las emisiones regulares de Antena 3 se abre un capítulo fundamental de la comunicación en España: la llegada de la televisión privada que rompe con más de treinta años de monopolio” (ABC, 1990). Así anunciaba el diario *ABC* en su portada del 25 de enero de 1990 la llegada del primer canal privado a España: Antena 3 (A3) iniciaría sus emisiones de manos del telenoticias conducido por el periodista José María Carrascal, recordado entre los espectadores tanto por su personalidad y estilo definido a la hora de conducir los informativos, como por su voz aflautada o sus coloridas corbatas. A partir de aquí se inauguró un modelo televisivo particular, con características distintivas en términos de programación, contenidos y recepción, que se vería quebrado en 2010, momento en el que se implantó la Televisión Digital Terrestre.

<sup>1</sup> Universidad de Burgos.  
Email: [mdchicharro@ubu.es](mailto:mdchicharro@ubu.es)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7510-1373>

<sup>2</sup> Universidad de Burgos.  
Email: [fatimagg@ubu.es](mailto:fatimagg@ubu.es)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7920-2144>

Las líneas que siguen suponen un acercamiento a la primera década de presencia de los canales privados (1990-2000). Se analizará la televisión como agente, así como las prácticas sociales en torno a ella: la televisión como actividad y experiencia, como parte del entorno familiar, condicionando hábitos y rutinas (Martín Serrano, 1981: 44-46). Se adopta, para ello, un punto de vista un tanto infrecuente: el del espectador/a. Se reconstruye esta etapa recuperando sus experiencias y sus recuerdos; incidiendo en el consumo televisivo y sus implicaciones culturales.

Desde un punto de vista conceptual, este trabajo se sitúa en la confluencia entre los estudios culturales y las investigaciones sobre oralidad y memoria colectiva. De acuerdo a lo señalado por Morley, se entiende que la recepción es un proceso activo en el que los espectadores “producen sentido” en función de sus posiciones estructurales (Morley, 1992: 133-138). Del mismo modo, la conexión histórica de este medio con el hogar, la familia, y la vida cotidiana, espacios identitarios por excelencia, le ha concedido una capacidad de influencia determinante (Silverstone, 1994: 24-51), continuando con la tradición oral de otras instituciones y ejerciendo de instancia primaria de socialización (Hartley, 2002: 38-48).

A esta coordenada se suma la idea de “memoria colectiva” enunciada por Maurice Halbwachs. Según su aportación, la memoria es una reconstrucción del pasado a partir de elementos y de mecanismos actualmente presentes en la conciencia del grupo, que hacen las veces de coordenadas sociales de localización y evocación. Es decir, la sociedad proporciona marcos como es el caso del tiempo, el espacio o el lenguaje que son construcciones sociales comunes y necesarias para la socialización, la coordinación y la comunicación afectiva del grupo. Estos marcos son instrumentos de la memoria colectiva para reconstruir el pasado, de acuerdo con el pensamiento dominante de cada época. La memoria solo perdura en la medida en que está viva en la conciencia colectiva y se va transformando con ésta (Halbwachs, 2004: 57-104).

Una de las señas de identidad de la memoria colectiva es su conexión con la oralidad y la tradición. Su medición exige remontarse al recuerdo, de ahí la utilidad de los discursos como fuente de análisis.

Además, este trabajo conecta con otros más escasos que se acercan a la memoria televisiva desde técnicas de investigación cualitativa, ya sea la entrevista en profundidad, el grupo de discusión o la historia de vida. Están ligados a la historia oral y a la etnografía de la recepción. Conceden la palabra a la audiencia y utilizan los testimonios de los espectadores para señalar formas de apropiación social e individual de la televisión (Gutiérrez Lozano, 2006; Rodríguez Quintero y otros, 2008) y para explorar sus significados para diferentes grupos sociodemográficos (Callejo, 1995; Chicharro, 2011).

Desde estas claves, este trabajo comenzará presentando unas pinceladas generales sobre programación y consumo para el período que nos ocupa, a modo de preámbulo necesario para contextualizar los recuerdos de los espectadores. Una vez detallada la metodología y fuentes, se procederá a reconstruir usos, costumbres y significados asociados a la pequeña pantalla, así como los programas hito en torno a los que se articula la memoria de aquella televisión.

## 2. El modelo televisivo en el período 1990-2000: algunas pinceladas generales

La llegada de las televisiones privadas (Antena 3, en adelante A3, Telecinco y Canal+) inauguró un conjunto de usos y prácticas que se revelaron como novedosas en el panorama televisivo español. Los canales públicos, en su dimensión nacional (TVE) o regional (TV3, TVG, ETB y Telemadrid) y las nuevas cadenas privadas comenzaron a hacer gala de estrategias encaminadas a alcanzar las máximas cuotas de audiencia. Para ello, dominó la orientación hacia los formatos de entretenimiento y evasión. Primaron propuestas y géneros eminentemente lúdicos y expresivos: películas y telefilms; teleseries diversas; concursos, programas magazine, formatos de telerrealidad... por encima de cualquier otro objetivo formativo o socializador (Lacalle, 2001; Palacio, 2008; Smith, 2006; Chicharro y Rueda, 2005).

En ocasiones, eso supuso cierta simplificación de contenidos, pero también el recurso a temáticas, tratamientos o incluso imágenes ajenas hasta entonces al medio, y que llegaron a transgredir los límites que marca la deontología y la ética profesional. Los enfoques amarillistas y morbosos o la importancia de las tramas sobre lo emocional y privado son sólo algunos ejemplos. Del mismo modo, la repetición se vino a considerar una vía adecuada para maximizar audiencias y rentabilidad: se imitaban temas y estructuras, que se ubicaban en las mismas franjas horarias, se adquirían derechos de antena de ideas ya experimentadas, o incluso se intercambiaban presentadores y estrellas televisivas de éxito (Cebrián, 2004:65). Las estrategias de programación y contraprogramación y la vigilancia entre cadenas fue otra de las características de este período. El objetivo: la seducción del público y la popularidad del canal.

Así en los noventa, despegaron las telenovelas de producción latinoamericana (*Cristal*, TVE1 1989-1990; *La dama de rosa*, TVE 1, 1990-91; *Leonela* A3, 1991); se produjo el pistoletazo de salida de producciones seriadas norteamericanas, como *Expediente X* (Telecinco, 1994-96), *Twin Peaks* (Telecinco, 1990), *Doctor en Alaska* (TVE2, 1993) o *El Príncipe de Bel Air* (A3, 1990-96); se emitieron populares concursos como *¿Qué apostamos?* (TVE1, 1993-2008); *El juego de la Oca* (A3, 1993-98) o *Lluvia de estrellas* (A3, 1995-2001). Desde ahí, los contenidos más rígidos, como es el caso de los formatos informativos, se vieron contagiados

por la exigencia del entretenimiento, aligerándose, primando las temáticas más anecdóticas y espectaculares y optando por estrategias narrativas sensacionalistas (Mateos-Pérez, 2009: 320-22). En esa confusión y mezcla entre información y ficción, se acuñó la etiqueta de “telerrealidad” para hacer referencia a toda una línea de formatos muy vinculados con el morbo y el sensacionalismo, que proliferaron en este período y, que muy a menudo fueron tildados como “telebasura” (Cáceres, 2014).

Telecinco fue la cadena que mejor encarnó este espíritu comercial e instrumental. Un repaso sucinto a alguno de sus programas emblemáticos durante este período nos ofrece una visión que, aunque reduccionista, deja notar muy bien la política y estrategias de la cadena: *Tutti Frutti* (1990-92), un magazine humorístico, en el que se combinaban escenas y actuaciones de comedia; *La máquina de la verdad* (1992-94), en el que un personaje público se sometía a una entrevista cuyas respuestas eran contrastadas mediante un detector de mentiras; *Su media naranja* (1990-94), un concurso en el que diferentes parejas tenían que demostrar su conocimiento mutuo; *Ay que calor* (1990-91), concurso nocturno en el que sus azafatas aparecían en *top less*, y que incluía la posibilidad de un striptease; *Contacto con tacto* (1992-94), un *dating show* en el que los concursantes varones tenían que demostrar su conocimiento de sus compañeras de citas.

Entre tanto, los públicos, todavía ajenos a las segundas pantallas, concebían la televisión era un electrodoméstico eminentemente familiar. Precisamente, será a lo largo de la década de los noventa, cuando los hogares españoles comiencen a normalizar la incorporación de los segundos televisores en el espacio doméstico. No obstante, en este nuevo escenario, el espectador adquirió un poder inusitado y singular. Por un lado, algunas mejoras técnicas hicieron su visionado más ágil y le confirieron una posición más activa: la llegada de las grandes pantallas, la del sonido excelente y el mando a distancia (Alonso, 2015). El público ganó libertad a través del mando, herramienta que dificultaba la “fidelidad” a un solo canal y que además promovía nuevas formas de consumo, en las que el espectador tenía las posibilidades, por ejemplo, de “romper” el flujo televisivo o de consumir simultáneamente los contenidos de varios canales (Cebrián, 2004: 66).

“Cada pueblo tiene la televisión que se merece” señaló el filósofo Gustavo Bueno, haciendo referencia a cómo el poder del público no era utilizado, necesariamente, para exigir y premiar los programas de calidad (El País, 2000).

## Objetivos y metodología

El objetivo de objetivo (O) de este trabajo es triple:

- O1: Identificar recuerdos predominantes sobre hábitos y usos televisivos en el marco de la vida cotidiana. Este objetivo se materializa en las siguientes preguntas de investigación: ¿En qué momentos se veía la televisión? ¿Con quién? ¿De qué manera? ¿Para qué se usaba, además de para entretenerse? ¿Quién tenía la autoridad sobre el aparato de televisión?
- O2: Identificar los valores y significados que evoca aquella televisión, así como su construcción en relación con la televisión de hoy. Este objetivo se materializa en las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué valoración general se hace de la televisión de este período? ¿Cómo han evolucionado los contenidos desde entonces hasta nuestros días? ¿Qué dinámicas/aspectos concretos se recuerdan de aquella televisión?
- O3: Identificar las imágenes hegemónicas que perviven en la mente de los espectadores, ya sean momentos, situaciones o programas que se recuperan como hitos televisivos. Este objetivo se materializa en la pregunta de investigación ¿Qué momentos o programas de aquella etapa permanecen en la memoria de los espectadores?

Para ello se recurre a técnicas cualitativas propias del método etnográfico. Se triangula y combina el grupo de discusión y la entrevista en profundidad (Weiss, 1994; Waldron, 2018; Geimer, 2018). En ambos casos el universo de referencia son los espectadores habituales de televisión para el período 1990-2000.

El trabajo de campo ha constado de dos fases. En una primera, se han realizado tres grupos de discusión, cada uno de ellos integrado por ocho miembros de clase media. El amplio estrato de “clase media” ha sido definido a través de ocupaciones como la de trabajadores por cuenta propia (propietarios de los medios de producción que trabajan solos o con un reducido número de asalariados) así como trabajadores por cuenta ajena, manuales e intelectuales (*blue-collar-workers* y *white-collar-workers*, siguiendo la terminología comúnmente aceptada por los estudios de estratificación social). Como esta misma lógica de investigación requiere, debe darse cierta homogeneidad intragrupo, así como cierta heterogeneidad entre grupos, para identificar diferentes posiciones discursivas en torno al medio. La edad y la ocupación fueron las variables discriminantes, con el objetivo de registrar el discurso de los que en los noventa eran niños/adolescentes/jóvenes (grupo de discusión 1, GD 1<sup>3</sup>);

<sup>3</sup> Los integrantes de este grupo tenían entre 8 y 12 años en 1990; entre 18 y 22 en el año 2000. En el momento de la investigación se instalaban en los entornos de la cuarentena.

los que entonces ya eran adultos (grupo de discusión 2, GD 2<sup>4</sup>); y el de las que eran amas de casa durante esa etapa (grupo de discusión 3, GD 3<sup>5</sup>). En el GD1 y el GD 2 la razón de sexos estaba equilibrada.

Las reuniones, presenciales y con una duración de unos 120 minutos, fueron dirigidas por una moderadora profesional. La técnica se aplicó de manera muy abierta, de tal manera que la moderadora minimizó su intervención, limitándola a situar el tema y reconducirlo en los momentos en los que la conversación se alejaba demasiado de las preguntas de investigación.

En la segunda fase del trabajo de campo, se transcribieron y analizaron los discursos grupales. Desde ahí se detectaron algunas líneas confluentes: la dimensión familiar y colectiva de la televisión, los hábitos y rutinas televisivas, los usos de la televisión en la vida cotidiana, la valoración de los programas de aquella época, su comparación con la de hoy o la evocación de formatos concretos. Todas estas cuestiones fueron exploradas con mayor detalle a través de la realización de 24 entrevistas en profundidad semi-estructuradas y realizadas cara a cara a otros espectadores diferentes de los participantes en los grupos de discusión. La selección de los entrevistados respondió a un muestreo teórico o intencionado que pretendía recoger la diversidad propia de un universo tan amplio como el de los espectadores. Así, las unidades de la muestra fueron escogidas conforme a las mismas variables que en la selección de los grupos (clase media, edad en durante la década de los noventa y género). De nuevo, la presencia de las amas de casa fue ponderada. Las entrevistas se apoyaron en un pequeño guion temático y buscando la naturalidad de una conversación espontánea para reducir errores asociados a la directividad o la reactividad. El desarrollo de las entrevistas (denominadas en el texto E 1...E 24) se cerró cuando las respuestas mostraron saturación o reiteración, criterio propio de los trabajos cualitativos (Martínez-Salgado, 2012). El análisis pormenorizado de estos discursos se traduce en los resultados que siguen.

### 3. Análisis y resultados

#### 3.1. Hábitos y utilidades del consumo: televisión de ayer y familia

Los discursos analizados señalan cómo la memoria televisiva aparece indisolublemente ligada a la experiencia personal y a la vida cotidiana; al hogar y a la familia. “Cuando recuerdo la televisión, recuerdo las cosas que me pasaron entonces” (Luis, 56 años, E 20). Tal y como Roger Silverstone señaló “La familia -el hogar- es donde las rutinas y las fórmulas de la vida cotidiana se forman y se sostienen, y donde la identidad individual y la seguridad están fijadas en el espacio y en el tiempo. La pantalla es una parte esencial en todo esto”. Desde ahí se introduce la noción de televisión como objeto social y simbólico y como parte de la cultura de un hogar y por extensión, de una comunidad, e incluso de una nación (Silverstone, 2007: 3). En este sentido la televisión se revelaba como la institución que introducía lo público en el seno de la vida familiar; es decir, integraba lo exterior, para convertirlo en un elemento más del hogar (Spingel, 1992). El hogar hacía las veces de recepción y discusión de lo público, a través de la pequeña pantalla.

No es de extrañar, por lo tanto, que la evocación de aquella televisión sugiera, sobre todo, lugares y momentos familiares:

La televisión se veía en familia [...] siempre en familia. Al haber una única televisión y estar en el lugar de encuentro, que es el salón [...] se veía en la hora de encuentro de la familia: la hora de la comida, la hora de la cena (Jorge, 46 años, E 3).

Estos recuerdos aparecen, muy a menudo, ligados a emociones entrañables y a sentimientos como la añoranza o la nostalgia: “Comparar la televisión de antes con la de ahora, es como comparar la vida de antes con la de ahora” (Paula, 52 años, E 9). Y no es tanto la memoria de los programas del pasado, sino de la familia ante la pequeña pantalla, la que activa esas emociones. El sentimiento de melancolía se refuerza cuando se señala como ese consumo colectivo y familiar, que hacía las veces de “cemento social”, es ya una práctica pretérita, desterrada por la llegada de los segundos televisores y de otras pantallas. Los participantes proyectan así su añoranza de otra familia, así como sus sentimientos soledad ante la dinámica familiar de hoy.

Nos poníamos a ver la tele cuando mis hijas eran pequeñas, mi marido y yo por la noche, y yo por el día con ellas, pero es que ahora en mi casa veo la tele yo... Mi marido es que pasa [...] se pone con el portátil [...]. La otra (hija) ya no está en casa, se casó; la que está soltera se mete con otro portátil en su cuarto y yo soy la única que está con la tele... [...] Y yo digo que me ha cambiado la vida a peor, en ese sentido. [...] Ahora estoy más sola que la una (Rosa, 61 años, GD 2).

<sup>4</sup> Los integrantes de este grupo tenían entre 24 y 29 años en 1990; entre 34 y 39 en el año 2000. En el momento de la investigación tienen más de 55 años.

<sup>5</sup> Los integrantes de este grupo tenían entre 25 y 45 años en 1990; entre 35 y 55 en el año 2000. En el momento de la investigación tienen más de 56 años.

Especialmente expresivo es el recuerdo de las que, por entonces, eran amas de casa. Sus imágenes tienen un componente más sentimental. La televisión ha formado parte de sus vidas de una manera más intensa. Su memoria recupera una televisión que les ayudó en su labor de madres y cuidadoras. O que les acompañó en las tareas domésticas a modo de “ruido de fondo”. De ahí que este mismo grupo incida en otra fórmula de consumo: la de “escuchar la televisión” (Celia, 64 años, E 22) ya que para ellas el hogar es su espacio de trabajo constante (Morley, 1986; Morley y Silverstone, 1990). Es más, cuando el consumo se aleja de la multitarea, para convertirse en una actividad única adquiriría para las consumidoras un sentido diferente, a modo de recompensa a las obligaciones y rutinas, asociándolo con significados como relax, tranquilidad, intimidad o recogimiento:

Quando cenaban se iban a la cama, era mi mejor momento: cerrábamos la puerta de la cocina y a veces nos quedábamos en la cocina viendo la película, otras veces íbamos al salón (Rosa, 61 años, GD 2).

En tanto que la familia era la unidad de recepción, también se convertía en escenario de negociación y control del visionado, marcando sus propias reglas, rutinas y tiempos. Así, por ejemplo, en ausencia de un código de regulación de los contenidos infantiles, era en el seno del hogar donde se disponía lo que los menores estaban autorizados a ver. Recuerdan los más jóvenes como como sus mayores administraban el mensaje televisivo y cuáles eran los criterios utilizados para permitir o censurar el visionado. Así, por ejemplo, la mostración de la violencia era uno de los elementos habituales en torno al que gestionar el visionado de los menores: “Estábamos viendo *Viernes 13* y mataban a uno, y mi padre decía “a la cama, ahora a la cama” (Alberto, 37 años, GD 1).

Del mismo modo, en el marco de ese visionado colectivo cobraba especial importancia la decisión de lo que se iba a ver; de lo que se escogía de entre el conjunto de la oferta televisiva. Ese proceso se materializaba en el control del mando a distancia, que en buena medida era un reflejo del modelo familiar y de las relaciones de poder que lo definían. La gestión del mando era, en ocasiones, un reflejo del reparto de posiciones, hegemónicas y subordinadas, en el espacio doméstico.

En ocasiones, se imponían lógicas patriarcales o matriarcales y figuras como el marido/padre o la abuela controlaban el mando. En otras ocasiones, se atisban modelos familiares más democráticos en los que era necesario activar un juego de negociaciones para consensuar el visionado. En cualquier caso, era necesario establecer normativas informales que señalaban en qué momento cada uno de los miembros de la familia ejercía el control sobre el mando a distancia, si bien los intereses de los públicos infantiles dominaban la toma de decisiones: “Antes teníamos que tener consenso: hoy vemos esto y mañana eliges tú o pasado el mando para ti...” (Carmen, 63 años, GD 2).

Aunque es en la década de los noventa cuando en buena parte de los hogares españoles se comenzó a introducir la figura del segundo televisor. De los discursos analizados se desprende que la llegada de los segundos televisores no anuló el visionado familiar, sino que lo emplazó a momentos y programas muy concretos, como los telenoticias y los concursos. Del mismo modo, el tiempo familiar por excelencia, el fin de semana, se asociaba especialmente con el consumo televisivo.

### 3.2. Valoración de la televisión de ayer: la génesis de la telebasura

Los discursos analizados señalan cómo la imagen de la televisión de ayer se construye, muy a menudo, en contraposición a la de presente. En términos generales, sus contenidos se recuerdan como más moderados, más respetuosos, menos transgresores, más correctos, más cercanos a las normas éticas y más comprometidos con la información y el rigor que los de la televisión de hoy.

Esa moderación alude, además a la propia naturaleza del sistema televisivo español. Aquella televisión presentaba, sobre todo, una oferta limitada. Buena prueba de ello es que el espectador podía ordenar mentalmente los contenidos y asociar cada día de la semana con una propuesta determinada. Del mismo modo, existían herramientas, como las revistas especializadas en programación televisiva, que ayudaban a planificar y realizar un consumo racional: “Yo compraba el TP, era una revista que valía muy poco [...] ahí te ponía toda la programación, te explicaba los programas nuevos, un argumento de la película...” (Rocío, 58 años, GD. 2)

A pesar de que la valoración general de este período es, sobre todo, positiva, a la hora de describir la trayectoria del medio se le sitúa en una suerte de dinámica regresiva. El punto de partida se localiza, precisamente a la llegada de los canales privados, acontecimiento no exento de cierto sentimiento de decepción, en la medida en que no supuso, necesariamente, una mayor diversidad. Se señala como las parrillas tendían a ser confluyentes y el tratamiento de los contenidos era también homogéneo, reprochando lo que se consideran malas prácticas, perversiones televisivas:

“Claro que no, porque todos los programas eran parecidos. No había alternativas” (Rosa, 61 años, E 5);

“Iban pisándose unos a otros” (Mercedes, 60 años, E 15);

“Ahora también” (Paz, 56 años, GD 3·)

Del mismo modo, los participantes identifican un proceso de simplificación y espectacularización de la información, como parte de una dinámica más general, que los participantes ubican con claridad en los primeros noventa y que se materializa en el tan repetido término de “telebasura”. Hacen así referencia a una televisión en la que “prevalecía la creación de acontecimientos, la rumorología como esencia de la información, la filtración interesada, la desinformación, etc.” (Mateos-Pérez, 2011: 193). De este modo, la “programación basura” y, con ella, los incipientes formatos de telerrealidad, se presentan como otra de las notas dominantes en la evocación de este período. El cuadro 1 recoge los formatos recordados en estos términos y que, a menudo, se identificaron como transgresores de las normas más básicas de la deontología de la comunicación.

Nombre del programa	Canal en el que se emite	Tipo de formato	Fechas de emisión
<i>Tutti Frutti</i>	Telecinco (generalista privada)	Magazine de humor	1990-1992
<i>De tú a tú</i>	Antena 3 (generalista privada)	Magazine	1990-1993
<i>Ay que calor</i>	Telecinco (generalista privada)	Dating show	1990-1991
<i>Quién sabe dónde</i>	TVE 1 (generalista pública)	Reportajes, entrevistas.	1992-1998
<i>Lo que necesitas es amor</i>	Antena 3 (generalista privada)	Dating show	1993-1999
<i>Esta noche cruzamos el Missisipi</i>	Telecinco (generalista privada)	Late show	1995-1997
<i>Tómbola</i>	Canal Nou (canal regional valenciano)	Entrevista, debate, corazon	1997-2004
<i>Gran Hermano</i>	Telecinco (generalista privada)	Concurso	2000-2017

Cuadro 1. Programas incluidos en la categoría de telebasura, según el discurso de los participantes. Elaboración propia.

La presencia de este tipo de fórmulas es conectada, además, con algunas actitudes y comportamientos considerados reprobables desde una mirada de presente. A modo de ejemplo, aquella televisión es recordada como rica en contenidos, enfoques y personajes que encarnan el sexismo y dan vida a micromachismos que, sin embargo, eran presentados con total naturalidad y como parte del espectáculo televisivo. “Es una televisión que hoy sería difícil de emitir” (Fátima, 42 años, E 18). El grupo de los más jóvenes recupera, por ejemplo, momentos y programas con cierta carga erótica, programados en franjas familiares. En este sentido formatos como *Ay qué calor*, un concurso nocturno que incluía el *striptease* de los concursantes; o las Mamá Chicho, seis bailarinas italianas, vestidas de coristas, que bailaban y cantaban una pegadiza, insinuante y erótica melodía (*Tutti Frutti*) son recordados como adalid de los valores retrógrados y reaccionarios. Apelativos como “machista”, “casposo” o “cutre” acompañan estas evocaciones.

La mostración impúdica de la intimidad y el morbo es otra de las prácticas que se vincula con aquella televisión volcada en el entretenimiento. Así, sobre todo los más jóvenes, menos comprometidos emocionalmente con aquella etapa, recuperan con distancia algunos de sus momentos más negros. El formato del *talk show* es el espacio en el que se emplazaban estos episodios, en los que, entre otros, se romantizaba la violencia de género o el interpretaba la homosexualidad en clave de patología. La manera en la que se recuperan estos *issues* señala transformaciones en la definición de lo socialmente correcto/incorrecto:

“Yo recuerdo a la mujer diciendo “es que mi marido a veces me pega” y yo miraba a mi madre, y mi madre me miraba a mí diciendo “este programa se está yendo de todo” (Anahi, 37 años, GD 1)

En el programa de Nieves Herrero llevaron a un homosexual, lo llevo su mujer a ver si lo curaban y dijo Nieves Herrero “¿pero tú no te quieres curar?” (Alberto, 37 años, GD 1).

En este sentido, y aunque se mencionan momentos y programas de las dos grandes generalistas privadas, (A3 y Telecinco), la memoria establece diferencias entre ellas. Así lo demuestran los comentarios explícitos de los participantes, presentados en el cuadro 2. La cadena Telecinco emerge en el discurso como aquella en la que el entretenimiento como reclamo comercial triunfaba sobre cualquier otra consideración. Muy a menudo, es evocada como televisión amoral, antítesis de una televisión social, modélica y educativa; como emblema de la telebasura y la telerrealidad. Dado su impacto, muchos de sus formatos son los más recordados.

Telecinco (generalista privada)	La trayectoria la trae desde que empezó: las Mama Chicho (Paz, 56 años, GD 3)
	Telecinco había una cuenta atrás, recuerdo el bucle. Faltan no sé cuántos días... (...) A mí me parece que Tele 5 lo tendrían que prohibir. Yo si fuera el presidente del gobierno quitaba Tele 5 mañana (Alberto, 37 años GD 1)
	Telecinco era Berlusconi, con que imagínate el sesgo que puede dar Berlusconi a sus editoriales (Armando, 59 años GD 2)
	Al ser italiana era como un poco... (...) Tuvo críticas por ser un canal un poco de mujeres (Laura, 43 años, GD 1)
	Que se han especializado mucho Telecinco es obvio, en esto de los reality show (Manuel, 60 años, GD 2)
	A Telecinco ya se le empezó a ver un poco el plumero, pero no, no como ahora... (...) Uno de mis hijos tiene niños y en su casa está prohibido ver Telecinco (Guillermo 58, GD 2)
Antena 3 (generalista privada)	Es el Carrascal (José María) dando las noticias por la noche (...) Antena 3 entró como muy normalita Antena 3 y la Sexta es lo mismo, es una cuestión de pantalla (Alberto, 37 años, GD 1)
	La primera televisión privada fue Antena 3 (Isabel, 57 años, GD 2)
	Una televisión más familiar, un formato más aburridillo (Santi, 38 años, GD 1)
	Era una cadena más seria (Laura, 43 años, GD 1)
	Y alguna película en concreto que a lo mejor pues se pasaba la voz, ¿no? Te decían: “echan en Antena 3 o en Telecinco”, bueno en Telecinco difícilmente pero bueno (Armando, 59 años, GD 2)
	Es el principal accionista de Vocento6. Vocento es (el periódico) ABC (Enrique, 58 años, GD 2)

Cuadro 2. Comentarios de los participantes en torno a las dos grandes televisiones generalistas privadas del momento: Telecinco y Antena 3. Elaboración propia.

### 3.3. Imágenes que perduran: hitos televisivos en el imaginario de los espectadores.

El carácter colectivo de la memoria televisiva se evidencia en la medida en que los participantes en los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad tienden a recuperar los mismos formatos, a modo de hitos televisivos en torno a los que reconstruir este período.

*Informe Semanal*, emitido por la televisión pública (TVE) es uno de los programas supervivientes, asociado a los valores del rigor y de la televisión como servicio público. Su recorrido supera el período estudiado y su recuerdo despierta emociones muy diferentes. Desde los más jóvenes, que lo identifican como el programa que veían sus padres, hasta los que lo recuerdan como parte de sus hábitos de consumo. Imagen de marca de la televisión pública, ejemplifica la identificación entre TVE e información, como una señal de distinción. El repaso de los programas más recordados de la televisión pública señala el protagonismo que tienen los formatos informativos en la construcción de su imagen como se recoge en el cuadro 3.

Informe semanal	Información: reportajes	(1973-actualidad)
Documentos tv	Información: reportaje	1986-actualidad
El tiempo es oro	Concurso	1987-1992
El precio justo	Concurso	1988-89, 1990-93
Hablemos de sexo	Información: reportajes, entrevistas	1990-
Cristal	Telenovela venezolana	1990
Quién sabe dónde	Reportajes, entrevistas, telerrealidad	1992-1998
Videos de primera	Concurso	1990-1998
Lingo (TVE2)	Concurso	1993-1996
Qué apostamos	Concurso	1993-2008
Grand Prix de verano	Concurso	1995-2009

<sup>6</sup> Vocento, es un grupo multimedia español en el que se integran varios periódicos españoles (*El Norte de Castilla, El Diario Vasco, El Diario Montañés...*) si bien el más relevante es el diario *ABC*, de cobertura nacional. Vocento no tiene ni ha tenido participación en Antena 3 televisión, si bien el posicionamiento de la cadena en el centro-derecha del espectro ideológico explica que algunos de los participantes establezcan conexiones.

Saber y ganar (TVE2)	Concurso	1997-actualidad
Noche de fiesta	Magazine nocturno	1999-2004

Cuadro 3. Programas emitidos por la televisión pública española (primera cadena: TVE1 y segunda cadena: TVE2) y recuperados en el discurso de los participantes. Elaboración propia.

Sin embargo, la mayoría de los hitos televisivos recuperados se instalan en una valoración radicalmente diferente. Aunque los programas sensacionalistas son reprochados, la mayoría de las menciones conducen este tipo de contenidos. Se incide en la programación de la cadena más reprobada (Telecinco) y de algunos de sus programas más denostados. Se manifiesta así una clara contradicción: se reconoce su rol de “placeres culpables”; se señala la obligatoriedad de su visionado si se quería participar en los diversos rituales sociales en torno a la televisión y sus programas.

La llegada de las televisiones privadas, y en particular del canal Telecinco, se identifica claramente con la figura de las ya mencionadas Mamá Chicho. Su sintonía resuena en la mente de los participantes; se recupera como el icono indiscutible de la televisión de los primeros noventa. Si bien nadie menciona el nombre del programa en el que se integran estos personajes (*Tutti Frutti*) con su coreografía insinuante y sexista, son recordadas como símbolo de una etapa que entonces se presentó como rompedora en sus contenidos y que, sin embargo, hoy difícilmente superaría los estándares de lo socialmente correcto:

En mi casa fue un revuelo el programa... no me acuerdo como se llamaba... de las Mama Chicho. Mi padre haciéndose el loco para ponerlo. Mi madre haciéndole señas como que “están los niños” y realmente no tenía nada de particular, pero creo que era un boom, que empezaba el destape en la tele y que era un poco descarado. Y yo me acuerdo que fue un poco como de revuelo” (Alicia, 38 años, GD 1).

Entre tanto, la constatación de que la televisión se encontraba en una etapa cualitativamente diferente, en la que la telerrealidad se iba institucionalizando y la ética periodística se flexibilizaba, se materializa en los recuerdos en torno a la emisión realizada desde Alcàsser la noche en la que se hizo público el triple crimen bautizado con el mismo nombre. El 27 de enero de 1993 se descubrieron los cadáveres de tres niñas desaparecidas allí 75 días antes. A partir de entonces el pueblo de Alcàsser se convirtió en un gran plató de televisión. Especialmente impactante fue la emisión conducida esa misma noche por la periodista Nieves Herrero, en *De tú a tú* (A3, 1990-93). Reunió en una pequeña sala teatro de la localidad a todos los protagonistas de la tragedia y entrevistó en directo a padres, hermanos y amigos de las fallecidas, incidiendo en el dolor de los afectados. El impacto social y mediático del triple crimen de Alcàsser fue tal que, como este trabajo señala, sigue muy presente en el imaginario de los espectadores.

Así lo reflejan el número de menciones, así como los calificativos utilizados por los participantes. Este es recordado como un lamentable episodio de mostración de la intimidad y privacidad, máxima expresión de la que los participantes denominan “telebasura”. Señalan, a través de su discurso racional, su reprobación e incluso su repugnancia a un momento televisivo que espectacularizó el dolor y el voyerismo, y que impactó emocionalmente en el público. Su condición de episodio vivo en la memoria ha sido clave para la creación de producciones contemporáneas que *reinterpretan* ese acontecimiento. Es el caso de la serie documental *El caso Alcàsser* (Netflix, 2019) que reconstruye este capítulo negro incidiendo especialmente en la cobertura mediática del suceso.

En la recuperación de este momento, se menciona, necesariamente, el nombre propio de Nieves Herrero, la entonces conductora del magazine: “Yo la recuerdo a ella como una psicópata” (Paola, 36 años, GD 1). En buena medida, la transgresión ética de toda una industria, se personaliza en la figura de esta conocida periodista, quien condujo la emisión más recordada. Sin embargo, es importante señalar que la desaparición de las tres niñas llevaba siendo seguida desde hacía semanas por el mítico programa *Quién sabe dónde* (TVE 1) que ya había reflejado el dolor y desazón de los padres. El día en que los cuerpos fueron encontrados, los propios informativos de Antena 3 recogieron también una dolorosa conversación telefónica con la madre de una de las desaparecidas. Ya en la franja nocturna, la televisión pública emitió igualmente en directo el sufrimiento de los familiares.

La relevancia televisiva que cobró este episodio negro de la historia española va más allá de los formatos mencionados y permite a los participantes recuperar otros, hermanados, que hicieron de esta temática una suerte de filón informativo emitido por entregas. De ahí las menciones al *late night Esta noche cruzamos el Mississippi* (Telecinco, 1995-97). Programa de testimonios, entrevistas y humor, en el que la crónica negra tuvo un lugar destacado. Recuperaría el caso Alcàsser para hilar en torno a él una “teoría de la conspiración” en la que se implicó, sin pruebas, a conocidos empresarios y políticos.

La relevancia de estas propuestas en franja nocturna se refleja también en las menciones a *Crónicas Marcianas*, *late show* emblemático de la cadena Telecinco, que comenzó a emitirse en 1997. Rico en humor y corazón, incluía licencias y transgresiones permitidas en este horario. Estos contenidos, muy ligados a gustos y preferencias juveniles, se enmarcaban en fórmulas de consumo menos familiar y más individual pero que,



no obstante, tenían una dimensión relacional: “Yo recuerdo que mi hermano y mi padre se quedaban a verlo y yo me marchaba a la cama pensando “qué putada, que mañana todo el mundo va a estar hablando de esto” (Almudena, 43 años, E 18).

Y es que el medio televisivo, ya sea fomentando el consumo familiar o la conversación entre pares tenía en este período una dimensión eminentemente comunitaria, articulando prácticas y rituales que fomentaban la cohesión social. De hecho, los identificados como programas hitos han adquirido esa condición en tanto que catalizadores de grupalidad y vida social.

#### 4. Conclusiones

La llegada de las televisiones privadas al mercado televisivo español supuso, sin duda, la inauguración de una nueva etapa para este medio. La entrada de nuevos operadores fue acompañada de contenidos que, en ocasiones, transgredían lo socialmente correcto. También en el plano de la recepción, el espectador ganó poder frente al medio, e inauguró usos y comportamientos frente al televisor.

Este trabajo señala, en primer lugar, cómo la televisión era, todavía un medio integrado en el escenario familiar y, por extensión, en la vida cotidiana. De hecho, se evoca, sobre todo, su carácter colectivo y comunitario que está en el origen del medio: nótese que en los cincuenta y sesenta se consumía en el escenario colectivo del bar o del teleclub (Gutiérrez Lozano, Grandío y Montero, 2018). Así, su sentido colectivo viene a ser un elemento que la distinguía de otras pantallas de irrupción más reciente (móvil, ordenador, tableta) y de otras fórmulas televisivas (televisión digital terrestre y plataformas) que se imponen en la dieta mediática de presente.

En segundo lugar, esta investigación pone de manifiesto las altas expectativas que los espectadores manejaban ante la llegada de los nuevos operadores privados. Ilusiones defraudadas porque, en el plano de la información no se construyó un escenario necesariamente más plural; en el terreno del entretenimiento, los contenidos de las cadenas tendían a parecerse, instalándose, en ocasiones, en el terreno de lo indecoroso. También en esta década se impulsó la fusión y confusión entre ficción e información a través del recurso a los programas de telerrealidad.

En tercer lugar, los participantes consideran la televisión de hoy heredera directa de las prácticas obscenas que se inauguran entonces. Es más, instalan este medio en una suerte de espiral de regresión moral. Puestos a establecer jerarquías, la televisión de hoy es más reprochable que la de entonces, recordada de manera positiva y constructiva. La activación de emociones como la nostalgia o la añoranza tienden a blanquear el recuerdo general de una televisión, que cuando se recupera en forma de programas concretos no siempre recibe este tipo de valoraciones.

En este sentido, los participantes construyen un discurso crítico frente a los contenidos más morbosos y amarillistas, alineando sus argumentos hacia lo socialmente correcto. Sin embargo, se observa una aparente contradicción entre sus comentarios y sus usos. El recuerdo de los programas criticados, demuestra que se conocen y se han visto, como los datos de audimetría corroboran (Álvarez Villar, 2019). En ocasiones, los mismos participantes apuntan esta paradoja como un indicador de la ambivalente relación que se mantiene con ese tipo de contenidos.

Es curioso constatar, que paradójicamente, esa valoración genérica tan benévola, convive con la evocación de contenidos concretos, tildados de productos de “baja cultura” (Chicharro y Gil, 2020:470).

#### Referencias bibliográficas.

- ABC (1990): “Día histórico para el periodismo español: con Antena 3 llega hoy la televisión privada”. 25 de enero.
- Abigail, Loxham (2015): “Cuéntame cómo pasó/tell me how it was: Narratives of memory and television drama in contemporary Spain”, en *European Journal of Cultural Studies*, 18(6), pp. 709-723, <https://doi.org/10.1177/1367549415572321>
- AIMC (2000): *Marco general de los medios en España*, <https://www.aimc.es/aimc-c0nt3nt/uploads/2010/11/Marco00.pdf>
- Alonso, Chenchó (2015): “¿Te acuerdas de cuándo el televisor tenía que calentarse?”. *Norte de Castilla*, 21 de noviembre, <https://www.elnortedecastilla.es/tecnologia/201511/21/acuerdas-cuando-televisor-tenia-20151119122852.html>
- Alonso, Luis E. (1998): *La mirada cualitativa en sociología. Una aproximación interpretativa*, Madrid, Fundamentos.
- Álvarez Villar, Bernardo (2019): “El caso Alcàser y el nacimiento de la telebasura ¿Hemos aprendido algo?”, *ABC*, 15 de julio, [https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-caso-alcacer-y-nacimiento-telebasura-hemos-aprendido-algo-201907150109\\_noticia.html](https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-caso-alcacer-y-nacimiento-telebasura-hemos-aprendido-algo-201907150109_noticia.html)
- Baget, Josep M. (1993): *Historia de la televisión en España 1956- 1975*, Barcelona, Feed Back D. L.
- Cabeza, José y Casado Linares, Raúl (2020): “Empujando los límites: la expansión la intimidad en los talk shows (1990-2010)”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26, 2, 441-449, <https://doi.org/10.5209/esmp.67456>

- Cáceres Zapatero, M. Dolores. (2014): “El discurso de los expertos a propósito de la telerrealidad” en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), pp. 661-676, [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n2.47027](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47027)
- Calleja, Braulio (1994): “Mucha Mama Chicho para un país en crisis”, *La Vanguardia*, 6 de marzo, <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1994/04/12/pagina-2/34419541/pdf.html>
- Callejo, Javier (1995): *La audiencia activa*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Callejo, Javier (2002): “Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación”, en *Revista Española de Salud Pública*, 76 (5), pp. 409-422. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17076504>
- Cebrián, Mariano (2004): *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet*, Barcelona, Paidós.
- Chicharro, Mar (2006). *La televisión en España 1956-2006*, Madrid, Fragua.
- Chicharro, Mar (2011): “Learning from Television Fiction. The Reception and Socialization Effects from Watching *Loving in Troubled Times*”, en *Comunicar*, 36. pp. 181-190, <https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-10>
- Chicharro, Mar (2020): “La llegada de los canales privados en el imaginario de los espectadores: Recuerdos y nostalgia de aquella televisión (1990-2000)” en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), pp. 461-472, <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.67785>
- El País (2000): “Cada pueblo tiene la televisión que se merece dice Gustavo Bueno”, 6 de noviembre, [https://elpais.com/diario/2000/11/06/radiotv/973465204\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2000/11/06/radiotv/973465204_850215.html)
- Ellis, John (2007): *TV FAQ: Uncommon Answers to Common Questions about TV*, Londres, Tauris.
- Geimer Alexande, (2016): “Preferred readings and dissociative appropriations: Group discussions following and challenging the tradition of cultural studies”. En Reinhard, C. L and Olson J., *Making Sense of Cinema. Empirical Studies into Film Spectators and Spectatorship*, London, NY, Blomsbury Academic. pp 77-96.
- Guillou, Bernard (1986): “Télévision du futur:télévision sans contraintes?”en *Communication aux Journées de l'Idate*, nº 25.
- Gutiérrez Lozano Juan F., Grandío María M. y Montero Julio (2018): “Audiencias y consumo televisivo en España 1956-1975”, en Julio Montero J. *Una televisión con dos cadenas*, Madrid, Cátedra. pp. 295-318.
- Gutiérrez Lozano, Juan F. (2006): *La televisión en el recuerdo: La recepción de un mundo en blanco y negro en Andalucía*, Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.
- Halbwachs Maurice (2004): *Los marcos sociales de la memoria*, Barcelona, Anthropos.
- Hartley, John (2002): *Uses of television*. Londres, Routledge.
- Lacalle, Charo (2001): *El espectador televisivo*, Barcelona, Gedisa.
- Martín Criado, Enrique (1997): “El grupo de discusión como situación social”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 79, pp. 812-112.
- Martín Ferrand, Manuel (1991): “La televisión privada de cara al reto europeo”, en *Cuenta y Razón*, nº 58-59. pp 89-92.
- Martín Serrano, Manuel (1981): “La influencia social de la televisión. Niveles de influencia I”, en *Reis* 16, pp 39-55.
- Martín, Virginia (2015): *Televisión española y la transición democrática: la comunicación política del cambio (1976-1979)*. Valladolid, Ediciones Universidad de Valladolid.
- Martínez-Salgado, Carolina (2012): “El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias”, en *Ciència & Saúde Coletiva*, 17(3). pp. 613-619.
- Mateos-Pérez Javier (2011): “La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)”, en *Comunicación y sociedad*, 15, pp. 169-194.
- Mateos-Pérez, Javier (2009): “La información como espectáculo en el nacimiento de la televisión privada española (1990-1994)”, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 15, pp. 315-334.
- Mateos-Pérez, Javier (2010): “TVE como arma política: debate social sobre la televisión pública española en 1992”, en *Historia crítica*, 42, pp. 138-156.
- Morley, David (1986): *Family Television*, Londres, Comedia/Routledge.
- Morley, David (1992): *Television, Audiences and Cultural Studies*, Londres, Routledge.
- Morley, David y Silverstone, Roger (1990): Domestic Communications, en *Media, Culture and Society* 12, 1, pp. 31-55.
- Palacio, Manuel (2005): *Historia de la televisión en España*, Barcelona, Gedisa.
- Palacio, Manuel (2012): *La televisión durante la Transición española*, Madrid, Cátedra.
- Paz, María. A. (2003): “The Spanish remember: movie attendance during the Franco dictatorship, 1943–1975”, en *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 23 (4). pp. 357-374. <http://doi.org/10.1080/0143968032000126645>
- Rodríguez Quintero, Ricardo, Rodríguez Sánchez, Adriana., & Sevilla, Manuel (2008): “Más televisores que televisión: Espacios domésticos y televisión en Cali entre 1954 y 1970”, en *Signo Y Pensamiento*, 27(52). pp. 145-164, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005211&idp=1&cid=678712>
- Santana, Mario (2015): “Screening history: Television, memory, and the nostalgia of national community in “Cuéntame” and “Temps de Silenci”, en *Journal of Iberian and Latin American Studies*, 21(2). pp. 147-164. doi: [10.1080/14701847.2015.1144307](https://doi.org/10.1080/14701847.2015.1144307)
- Silverstone, Roger (2007): “De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla. Bases para una reflexión global”, en *Cuadernos para el Diálogo* 74. pp. 1-7, [https://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/silverstone03.pdf](https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/silverstone03.pdf)
- Silverstone, Roger (1994): *Television and Everyday Life*, Londres, Routledge.
- Smith, Paul Julian (2006): “Telebasura: Trash, Talk and Reality (Crónicas Marcianas 1997-2005)”, en el mismo autor, *Television in Spain: From Franco to Almodovar*. Londres, Tamesis, pp. 113-142.

- Smith Paul. J. (2010): “When Spanish Cultural Studies met Tv Studies: Travelling Narratives and Life Strategies”, *Journal of Spanish Cultural Studies*, 11, 3-4. pp. 305-314, [http://doi.org/ 10.1080/14636204.2010.538252](http://doi.org/10.1080/14636204.2010.538252)
- Spigel, Lynn. (1992): “Introduction”, en Raymond Williams, *Television: Technology and Cultural Form*. Wesleyan University Press.
- UTECA (2018): *Uteca XX Años: historia viva de la televisión*, Madrid, UTECA, <http://uteca.tv/download.php?dj=124>
- Waldron, Darren (2016): “Transnational investments: Aging in *Les Invisibles* (Sébastien Lifshitz, 2013) and its reception”, en D Reinhard C. D y J. Olson J. (eds.), *Making Sense of Cinema. Empirical Studies into Film Spectators and Spectatorship*. Londres, Nueva York, Blomsbury Academic. pp. 57-76
- Weiss, Robert.S. (1994): *Learning from Strangers: The Art and Methods of Qualitative Interview Studies*, Nueva York, The Free Press.