

# THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico



Studiostoks / Shutterstock

## ¿Tenemos la televisión que merecemos?

7 enero 2020 21:40 CET

El debate sobre la calidad de la televisión en España lleva décadas presente. La discusión sobre si los contenidos televisivos pueden ser perjudiciales para las audiencias emerge intermitentemente ante ciertos sucesos que lo ponen de relieve, como la manipulación de información en informativos, la sensacionalización de contenidos sensibles o la infrarrepresentación de colectivos sociales.

Estos temas llevan años agitando tanto el debate académico como la discusión pública, y tendemos a pensar en el contexto español que están agravados por razones históricas y culturales. A saber: que nuestro sistema audiovisual nace de una época de dictadura y bajo un gran control político y aún no ha logrado madurar como otros sistemas mediáticos como el británico o el alemán.

Sin embargo, es necesario que tomemos consciencia de que, tanto en Europa como en el resto del mundo, se cruzan las mismas preguntas e idénticas tensiones en lo que respecta a la calidad de la televisión.

En este artículo intentaré mostrar cómo España no es un caso aislado en lo que respecta a la mala calidad de su televisión, sino que más bien se sitúa en medio de una corriente de cambio que afecta a todos los sistemas mediáticos europeos.

### Autor



**Sergio Villanueva Baselga**

Professor of Media and Communication,  
Universitat de Barcelona

## Un recorrido histórico

Antes de entrar a valorar qué se entiende por calidad en televisión, hagamos un pequeño –pequeñísimo– recorrido histórico por las diferentes corrientes que han valorado las funciones de la televisión. Ya John Stuart Mill en su ensayo *Sobre la libertad*, pieza fundacional del liberalismo del siglo XIX, argumentó que las funciones de la prensa libre deberían ser la de informar al electorado, articular la opinión pública y vigilar al poder.

Ya en el siglo XX, Harold Lasswell amplía estas funciones a cualquier medio de comunicación. Unos pocos años más tarde, Lazarsfeld y Merton añadieron una cuarta función, la de entretener, y una disfunción: la de narcotizar, es decir, adormecer a la audiencia.

Desde entonces, la conversación académica se debate sobre cómo resolver la tensión constante entre qué es información y qué entretenimiento y cómo evitar que esta balanza se decante por los contenidos narcotizantes.

Este debate se ve hoy en día acrecentado debido a la emergencia del “infotainment” –fusión entre información y entretenimiento– y la consecuente dificultad de las audiencias por diferenciar la veracidad de la información del mero pasatiempo.

## ¿Qué es la calidad televisiva?

Llegados a este punto, ¿qué se entiende por calidad de la televisión? El término calidad es un término polisémico resultado del cruce de diferentes creencias y corrientes teóricas. Gran parte del mundo académico tiende a pensar que calidad debería ser la característica que define la televisión pública. A saber: contenidos informativos imparciales acompañados de contenidos culturales y educativos. Sin embargo, esa concepción de calidad cambia cuando se pregunta a los usuarios finales de la televisión: sus audiencias.

En un estudio reciente se preguntó a usuarios españoles qué entendían por calidad en televisión. Tras realizar un análisis factorial con sus respuestas se mostró que la audiencia posee dos concepciones diferentes de eso a lo que llama calidad: la calidad pragmática, es decir, la profesionalidad a la hora de realizar y producir contenidos; y la calidad moral, es decir, la concordancia entre contenidos y valores sociales tales como la honestidad y la verdad.

Así pues, podemos ver cómo hablar de calidad en televisión nos lleva a tener en cuenta al menos tres dimensiones de análisis: los contenidos, la profesionalidad y la coherencia moral.

## Contenidos, profesionales y honestidad

En cuanto a los contenidos, tendemos a pensar que en nuestra televisión la proporción de formatos vinculados al entretenimiento es mayor que en el resto de países europeos. Sin embargo, el European Audiovisual Observatory viene confirmando desde hace varios años que el mercado audiovisual español es muy similar al resto de países europeos, tanto en distribución de contenidos entre diferentes medios, como en proporción de formatos. De hecho, muchos de los formatos que en los

últimos años han aparecido en nuestra televisión y han abarrotado las parrillas de programación tienen su origen en otros países europeos.

### **Crecen los *reality***

De acuerdo con la última edición publicada del informe *The Wit Guide to Scripted Formats*, el formato que más crece en la última década a nivel mundial es el de los *reality shows*. El país que más produce este tipo de formatos es Reino Unido, seguido de Estados Unidos, Argentina, y España en cuarto lugar. Reino Unido también es el país que más formatos vende a otros países, seguido de Israel, Australia y, de nuevo, España en cuarto lugar.

Respecto a la profesionalidad, sí podemos afirmar que existen ciertas diferencias entre nuestro país y el resto de países europeos. Daniel Hallin y Paolo Mancini llevaron a cabo en 2004 un estudio en el que clasificaron los sistemas mediáticos de gran parte de Occidente en tres grupos, atendiendo a la valoración que en cada uno de los países estudiados se hacía de cuatro variables:

1. Evolución de los mercados de los medios de comunicación.
2. Nivel de paralelismo político.
3. Evolución de la profesionalidad de los periodistas.
4. Grado y naturaleza de la intervención estatal en el sistema de medios de comunicación.

El sistema español, según estos investigadores, quedaría enmarcado en el modelo mediterráneo o pluralista polarizado –junto con Portugal, Francia, Italia y Grecia–, que se caracteriza por una baja profesionalización y una alta intromisión del poder político en los contenidos mediáticos.

### **Informativos e intervención política**

Varios estudios han demostrado precisamente esa instrumentalización por el poder político de los informativos de televisiones, tanto nacionales como autonómicas, ya sea a nivel de sobrerrepresentación de los actores políticos en el poder o a través de la asignación de marcos de manera sesgada. El resto de países europeos, por el contrario, pertenecen a los otros dos sistemas mediáticos –el democrático corporativo y el liberal–, caracterizados por una alta profesionalización.

Por último, podemos afirmar que la concepción de la calidad televisiva como concordancia moral es la que más se está viendo afectada últimamente a causa de la proliferación de *fake news* y otros fenómenos de desinformación.

En los últimos años, la confianza que los ciudadanos europeos depositan en la televisión se ha visto mermada y, en este caso, la situación española sí es destacable, ya que es uno de los países en los que menos confianza se deposita en este medio.

### **Desconfianza en la tele española**

Según el Eurobarómetro Fake News and disinformation online, publicado en 2018, mientras que la confianza en la prensa y la radio en España se sigue manteniendo por encima de la media europea, la confianza en la televisión es la quinta más baja de toda la UE, solo por encima de la de Italia, Polonia, Hungría y Grecia. De hecho, mientras que en la mayoría de los países de la UE el fenómeno de la desinformación ha afectado más a la prensa escrita, en los países del sur ha afectado de manera más contundente a la televisión.

Podemos concluir, por tanto, que si aceptamos la triple naturaleza de la calidad televisiva – contenidos, profesionalidad y honestidad–, solo podemos encontrar diferencias entre la televisión española y la de otros países europeos en las dos últimas.

No podemos afirmar que en España se emiten contenidos de peor calidad, ni que estos sean más frecuentes. Sin embargo, sí que existen evidencias que sostienen que existe instrumentalización del poder político sobre la televisión que puede afectar a los niveles de confianza que los ciudadanos depositan en este medio, los cuales, a su vez, se han visto mermados en los últimos años debido a la proliferación de fenómenos de desinformación como las *fake news*.



## **Sobre la banalidad del mal en la parrilla televisiva**

## **Netflix cambia la manera de medir el éxito de las series**

## **¿Por qué Netflix estrena bombazos en verano?**

## **Los cómicos invaden radios y televisiones: quién, cómo y por qué**

