
OpenCourseWare

Estudios Televisivos

Asier Gil Vázquez

Lucía Rodríguez García de Herreros

Roberto Huertas Gutiérrez

Gabriel Doménech González

¿Qué son los Estudios Televisivos?



¿Por qué estudiar la televisión?

Desde hace ya unos años es cada vez más habitual que cualquier conversación con amigos, familiares o compañeros de trabajo derive en una charla sobre las últimas series y programas de televisión que hemos estado viendo. Al flujo de contenido que siempre hemos tenido —y seguimos teniendo— en la televisión tradicional lineal, se han ido sumando nuevas ventanas desde las que acceder a más y más títulos, ya sean estrenos o reposiciones de series antiguas. Pero las plataformas de vídeo bajo demanda no sólo han aumentado la variedad de programas a los que tenemos acceso, también han ido dando paso a nuevas experiencias de consumo televisivo. Por ejemplo, pensemos en el *binge-watching*, es decir, ver una serie del tirón nada más estrenarse una nueva temporada o la posibilidad de seguir una retransmisión o conectar con otros fans a través del intercambio de mensajes por unas redes sociales de alcance global.

En la primera década del siglo XXI hubo quien predijo una eminente muerte del medio televisivo debido a la irrupción de la web 2.0, las redes sociales y la oferta de vídeos en plataformas como YouTube. No obstante, estas profecías no parecen haberse cumplido. A las horas que dedicábamos a ver la televisión se suman ahora nuevas experiencias de consumo mediático, que frecuentemente se solapan con aquellas que conocíamos. No nos hemos deshecho de los viejos televisores, más bien los estamos actualizando para que tengan conexión a internet. A su vez, nos rodeamos de más pantallas desde las que acceder a contenido televisivo, ya sean series, documentales o programas de entretenimiento que se estrenan cada semana en plataformas como Netflix, HBOmax, Amazon Primer o AppleTV, entre otras.

No cabe duda de que existen miradas nostálgicas a lo que fue en su día la televisión, aquel medio que podía aglutinar a millones de personas que veían el mismo programa a la vez. Pero hoy no sólo seguimos teniendo eventos televisivos con la capacidad ritual de reunir a gran parte de la sociedad, ya sea en términos nacionales o internacionales (piénsese en partidos de fútbol o en Eurovisión). Tal vez lo más interesante es que el nuevo panorama televisivo tiene la capacidad de llegar a una mayor diversidad de gustos, tendencias y grupos de población. Hoy en día parece haber un programa hasta para el público más nicho y podemos acceder a producciones de un mayor número de países de origen. Si todo el mundo dejara de consumir la misma marca de refrescos y encontrarán nuevos sabores más cercanos a sus gustos no pensaríamos que la industria de las bebidas está acabada, más bien pensaríamos que ha ido adaptándose con mayor efectividad a las demandas del público. Así, parece que hemos alcanzado un momento de madurez del medio, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Hoy más que nunca la televisión es un campo de estudio de enorme relevancia, no sólo para conocer mejor el ecosistema mediático, sino para entender cuestiones relacionadas con la sociedad en la que vivimos. A su vez, si la televisión, como medio y como experiencia, evoluciona a un ritmo vertiginoso, también deben avanzar y renovarse los paradigmas teóricos desde los que la estudiamos y pensamos.

Los estudios televisivos como campo de estudio

Desde finales de la década de los noventa los Estudios Televisivos se han abierto paso dentro de los estudios de comunicación y medios como una disciplina con enfoques y teorías propias, así como con un canon de referencias que le brinda autonomía y coherencia como campo de conocimiento. No obstante, parece lógico preguntarse por qué los Estudios Televisivos se configuran como disciplina a finales del siglo XX cuando el medio televisivo llevaba en

marcha más de cinco décadas. Este desfase temporal se debe, en gran medida, a que la irrupción y consolidación de los Estudios Televisivos requerían de dos prerrequisitos primordiales: 1) En primer lugar, la televisión debía ser contemplada como un objeto digno de ser estudiado y no como un mero entretenimiento carente de valor o interés. En segundo lugar, tenían que ir formándose perspectivas que permitieran pensar la televisión como un medio autónomo, sin necesidad de echar mano de otras disciplinas.

Como veremos en los temas 2 y 3, ya en los años cuarenta y cincuenta, cuando los televisores van ocupando espacio en salones de las casas de distintos países, encontramos estudios sobre medios de masas que tratan de abordar cuestiones relacionadas con la televisión. Desde las ciencias sociales primero y desde las humanidades y los estudios culturales más tarde, la televisión empezó a gozar de interés como objeto de estudio. No obstante, ¿estudiar la televisión es lo mismo que hacer estudios televisivos? No necesariamente. Pongamos el caso de un grupo de psicólogos que quieren averiguar si la exposición de los y las niñas a los dibujos animados genera comportamientos violentos. El fin de este estudio no sería comprender la televisión, más bien sería conocer mejor los estímulos de aprendizaje y el comportamiento humano. Las metodologías y enfoques de este estudio serían propias del campo de la psicología y la televisión sería más bien un objeto de estudio colateral. No habría, por lo tanto, un interés en comprender el funcionamiento de la televisión en el plano social, cultural, industrial, tecnológico, discursivo o estético.

Los Estudios Televisivos van dando sus primeros pasos en contextos académicos, principalmente angloamericanos, y en la década de los noventa reciben el reconocimiento como campo de estudio. Este proceso de legitimación se da a través de metodologías, protocolos de investigación y perspectivas propias con las que se alcanza una madurez que permite a los futuros investigadores e investigadoras saber qué preguntas hacerse y cómo proceder en el análisis de la televisión. Para ello se emplea una metodología de análisis cualitativo, donde se prima la observación, la descripción y la interpretación. Su acercamiento al objeto de estudio se abre a miradas multidisciplinares en las que late la herencia de la sociología, las humanidades y, sobre todo, de los estudios culturales. Pese a que lo más obvio sea el estudio de los programas, la televisión aglutina más dimensiones y, por lo tanto, se trata de estudiar la interrelación de factores que van dando forma a esas imágenes en movimiento que aparecen en nuestras pantallas. Así, se deben tener en cuenta pilares claves sobre los que se sustenta la experiencia televisiva: 1) los programas, 2) el público, 3) el contexto y 4) las instituciones e industrias. Muchas veces, el punto de partida de nuestros estudios será un programa en concreto, pues este nos permite adentrarnos en las otras tres cuestiones. Así, una serie o un programa de no ficción será la puerta de acceso para adentrarnos en las otras capas que conforman los significados de la televisión.

El estudio de los programas

Durante décadas la televisión ha sido un medio que nos ha acompañado en nuestro día a día y ha funcionado como uno de los principales narradores o *story-tellers* de nuestra sociedad. Sus series, programas de no ficción, informativos, anuncios y demás contenidos nos han mantenido al corriente de lo que ocurría en el mundo, nos han abierto ventanas a otras realidades, nos han entretenido, nos han enseñado, etc. Así, cuando pensamos en estudiar la televisión lo primero que nos viene a la cabeza es su programación, es decir, sus contenidos, pues son la vía de acceso a otras cuestiones más difíciles de aprehender, como los públicos o los procesos industriales. Los programas, a los que también nos referiremos como textos televisivos, suelen ser el primer paso para empezar a hacer Estudios Televisivos.

Al igual que los estudios literarios leen de manera minuciosa poemas o novelas tratando de estudiar los recursos estilísticos con los que se generan distintas capas de significación, los estudios filmicos implantaron una metodología similar en la segunda mitad del siglo XX. A través de metodologías centradas en el texto (que denominaremos análisis textual o formal) los primeros académicos que se detuvieron a analizar las películas tratan de identificar e interpretar cómo el uso de planos, del montaje, de la puesta en escena o del sonido creaban un estilo y una narrativa que, en última instancia, generaba significados. Por las similitudes entre las imágenes en

movimiento de la gran y pequeña pantalla, algunos de los primeros estudios sobre la televisión trataron de emular estas metodologías y aplicarlas al medio televisivo. Así, algunos de los primeros trabajos sobre programas de televisión trataban estudiar cómo una serie hacía que nos identificáramos con un personaje o cómo un programa de noticias construía una idea de veracidad, por ejemplo. Estos estudios centrados en la estética televisiva siguen vigentes y no es difícil encontrar en librerías volúmenes que, siguiendo las metodologías propias de los análisis filmicos, indagan en los procesos de significación de series como *Breaking Bad* (AMC, 2008-2013) o *The Wire* (HBO, 2002-2008). Pese al interés que muchos de estos trabajos puedan tener para los Estudios Televisivos, su principal inconveniente suele ser que su interpretación se limita únicamente al texto, sin atender a otras cuestiones como los significados que construyen distintos grupos dentro del público, el contexto o los procesos de producción.

Algunos de los primeros análisis en profundidad sobre los textos televisivos se originan de la crítica en torno a la década de los años setenta. No obstante, la televisión ya llevaba algunas décadas emitiendo programas de manera regular. Esta tardanza no sólo se debe a la falta de legitimación del medio, que frecuentemente era contemplado por los académicos de las Humanidades como algo carente de valor, también existían otras limitaciones más materiales. La principal consistía en la naturaleza efímera de las retransmisiones televisivas. El análisis en profundidad de un texto audiovisual requiere ver con detenimiento y estudiar con minuciosidad, algo que resulta muy complicado cuando solo se puede ver un programa en directo sin la posibilidad de pausar la imagen. No será hasta la proliferación de tecnologías como la grabadora de vídeo cuando se pueda jugar con la imagen en movimiento para poder hacer lecturas en detalle de los programas televisivos.

Pronto algunos de estos primeros estudios sobre programas concretos fueron dando pasos cualitativos importantes. Ejemplo de ello son los estudios semióticos que tratan de entender cómo operan en términos ideológicos los códigos estéticos de la televisión. Otros estudios también trataron de agrupar distintos programas en lo que denominamos géneros televisivos, como las telenovelas o los informativos. A su vez, partiendo de metodologías ya asentadas dentro de las Humanidades, algunos de estos estudios trataron de ir un paso más allá del texto televisivo para comprender cómo sus significados se interrelacionaba con los contextos de emisión y recepción.

El contexto

Cuando nos preguntamos por el contexto de un programa televisivo lo primero que nos viene a la mente es su ubicación en un tiempo histórico, así como los aspectos sociales, culturales o políticos de ese periodo. Por ejemplo, no es difícil entender que una sitcom como *La chica de la tele* (*The Mary Tyler Moore Show*; CBS, 1970-1977) dialoga de manera clara con unos años de los Estados Unidos en los que la segunda ola feminista iba adquiriendo una posición central en los debates sociales. No obstante, al hablar de contexto televisivo podemos referirnos también a otras dimensiones sobre todo aquello que rodea a un programa concreto.

Los programas de televisión no se emiten de manera aislada. Suelen ser un engranaje más dentro de estrategias de programación concreta. En el modelo de televisión lineal tradicional, un programa se emite antes y después que otro y su ubicación en una franja horaria no es casual. A su vez, en los nuevos modelos de televisión bajo demanda, existen algoritmos que nos conducen hacia otros títulos a través de recomendaciones o distintas presentaciones de la interfaz de usuario. Es decir, el objetivo de las cadenas es ofrecer una concatenación de contenidos y que, una vez hayamos visto el programa en cuestión, sigamos atentos a lo que viene después. Ya en una temprana fecha como 1974 Raymond Williams introduce el término *Flow* o flujo televisivo para referirse a esta sucesión de contenidos que van marcando no sólo los significados de aquello que vemos sino la misma experiencia de cómo lo vemos. Años más tarde, con la aparición de internet, otros teóricos reformularán esta idea para hablar de *overflow*, es decir, un flujo que trasciende los límites del medio televisivo. Un mismo programa puede tener ramificaciones transmediáticas que amplían el universo del programa y nos habilitan nuevos puntos de contacto con los contenidos de la pequeña pantalla. Ejemplo de ello serían las páginas web dedicadas a una serie, donde se ofrece más información, o incluso algunas estrategias comerciales, como la venta de *merchandising* y otros productos. Ejemplo de ello es la venta en eBay del vestuario de la serie *Buffy Cazavampiros* (*Buffy the Vampire Slayer*; The WB,

1997-2003) o los vídeos online con sketches adicionales de *The Office* (NBC, 2005-2013) en los que los fans podían disfrutar de subtramas de aquellos personajes secundarios. A su vez, las nuevas tecnologías han habilitado una cultura participativa que exploraremos en el tema 4, como las aplicaciones de móvil que nos permiten votar a los ganadores de *talent shows*.

Conclusiones

Pese a que la televisión se popularizó como medio de masas tras la segunda guerra mundial, los Estudios Televisivos tardaron algunas décadas en establecerse como campo de estudio con una cierta autonomía dentro de los estudios de comunicación y medios. Este desfase se debe, en gran medida, a la falta de legitimación del medio, cuestión que abordaremos en los dos siguientes temas. Desde la Sociología, las Humanidades y los Estudios Culturales se fueron forjando teorías y perspectivas para el estudio de la televisión. Estas dieron como resultado que en los noventa ya podamos hablar de un campo de estudio con un canon consolidado de trabajos y con un protocolo de análisis diferenciado. Los Estudios Televisivos emplean una metodología cualitativa para interpretar y comprender la televisión en su dimensión social, cultural, estética, ideológica, tecnológica e industrial. Así, es importante que tengamos en cuenta cómo aquello que denominamos televisión se va forjando a través de la interrelación entre los programas (o textos televisivos), su contexto, los procesos industriales y los públicos. Si bien el primer paso más obvio cuando analizamos la televisión es centrarnos en un programa concreto, analizar únicamente la imagen no es suficiente para entender el medio en toda su complejidad y debemos poner en valor cómo el público hace uso de esos programas, en qué contextos se producen y consumen, así como los distintos factores que intervienen en su producción y programación.

Bibliografía

Casajosa Virino, C. (2016). *La cultura de las series*. Laertes

Contreras Tejera, J.M. y Palacio, M. (2001). *La programación de televisión*. Síntesis

Creeber, G. (2006). The Joy of Text?: Television and Textual Analysis. *Critical Studies in Television*, 1(1), 81-88.
<https://doi.org/10.7227/CST.1.1.11>

Gray, J. y Lotz, A. (2019). *Television Studies*. Polity.

Palacio, M. (2015). *Historia de la televisión en España*. GEDISA.

Stenger, J. (2006). The Clothes Make the Fan: Fashion and Online Fandom When “Buffy the Vampire Slayer” Goes to eBay. *Cinema Journal*, 45(4), 26–44. <http://www.jstor.org/stable/4137166>

Williams, R. (2003 [1974]). *Television: Technology and Cultural Form*. Routledge