



# **Televisión, adultos y educación en valores.**

**Estudio de caso:  
El programa *La tarde, aquí y ahora*,  
de Canal Sur Tv**

---

**Rodrigo Elías Zambrano  
Departamento de  
Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Universidad de Sevilla**



## **TÍTULO DE LA TESIS DOCTORAL**

Televisión, adultos y educación en valores.  
Estudio de caso: El programa *La tarde, aquí y ahora*, de Canal Sur Tv.

## **AUTOR**

Doctorando D. Rodrigo Elías Zambrano

## **DIRECTORA**

Doctora Dña. Inmaculada Gordillo Álvarez

## **DEPARTAMENTO**

Comunicación Audiovisual y Publicidad

## **PROGRAMA DE DOCTORADO**

Procesos de la Comunicación

## **CENTRO**

Facultad de Comunicación  
Universidad de Sevilla

## **AÑO**

2016

Fdo. Rodrigo Elías Zambrano  
Sevilla, noviembre de 2016

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>10</b>
1.1. Estructura de la tesis doctoral.....	16
<b>2. INTRODUCTION</b> .....	<b>19</b>
2.1. Structure of the doctoral thesis.....	25
<b>3. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>28</b>
3.1. Estrutura da tese de doutoramento.....	34
<b>PARTE I: PLANTEAMIENTO INICIAL DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>39</b>
<b>4. ESTADO DE LA CUESTIÓN</b> .....	<b>40</b>
4.1. Acotación del objeto de estudio y alcance de la investigación.....	42
<b>5. CONSIDERACIONES CONCEPTUALES</b> .....	<b>51</b>
5.1. De la sociedad de la información a la sociedad digital... 51	
5.1.1.La sociedad de la información.....	51
5.1.2.La sociedad del conocimiento.....	59
5.1.3.La sociedad digital.....	63
5.2. Educación.....	65
5.2.1.Las reformas educativas en España.....	66
5.2.2.La educación para personas adultas.....	69
5.2.2.1.El aula de la experiencia.....	72
5.3. Educomunicación.....	75
5.3.1.Educomunicación audiovisual.....	78
5.4. El medio televisión.....	78

5.4.1.El canal seleccionado: Canal Sur Televisión .....	80
5.4.2. La producción audiovisual en Andalucía: Indaloymedia .....	81
5.4.3.El programa <i>La Tarde, aquí y ahora</i> .....	84
5.4.3.1. <i>La Tarde, aquí y ahora</i> , a día de hoy .....	84
5.4.3.2.El formato de <i>La Tarde</i> trasladado a otros programas y exportado a otras televisiones .....	87
<b>6. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LAS FUENTES REFERENCIALES .....</b>	<b>90</b>
<b>7. LAS FUENTES DE LA TESIS DOCTORAL.....</b>	<b>100</b>
<b>PARTE II: OBJETIVOS E HIPÓTESIS .....</b>	<b>106</b>
<b>8. OBJETIVOS .....</b>	<b>109</b>
<b>9. HIPÓTESIS.....</b>	<b>114</b>
9.1. Hipótesis de partida: .....	114
9.2. Hipótesis secundarias .....	116
<b>PARTE III: METODOLOGÍA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN. ....</b>	<b>120</b>
<b>10. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>121</b>
10.1.Proceso de investigación .....	121
10.1.1.Fase preparatoria .....	123
10.1.1.1.Etapa reflexiva .....	123
10.1.1.2.Etapa de diseño .....	124
10.1.1.3.La selección de los casos. ....	126

10.1.1.4. Diseño de las herramientas de investigación.....	127
10.1.2.Fase de trabajo de campo .....	130
10.1.2.1.Etapa de acceso al campo .....	130
10.1.2.2.Etapa de recogida de datos .....	131
10.1.3.Fase analítica .....	131
10.1.3.1.Etapa de reducción de datos.....	132
10.1.3.2.Etapa de disposición y transformación de datos .....	133
10.1.3.3.Etapa de obtención de resultados y verificación de conclusiones .....	133
10.1.4.Fase informativa .....	135
<b>11. REFERENCIAS METODOLÓGICAS .....</b>	<b>135</b>
11.1. Metodología cualitativa vs. metodología cuantitativa: ..	136
11.2. La metodología seguida en esta tesis doctoral .....	143
11.2.1.Observación .....	143
11.2.1.1.Diseño de herramienta y aplicación (observación) .....	144
11.2.2.Cuestionario cuantitativo .....	149
11.2.2.1.Diseño de herramienta y aplicación (cuestionario).....	152
11.2.3. El Método Delphi: Consulta a un panel de expertos.....	162
11.2.3.1.Diseño de herramienta y aplicación (Delphi) .....	169
11.2.4. Entrevistas en profundidad .....	179

11.2.4.1. Diseño de herramienta y aplicación (entrevista).....	184
<b>12. EL ESTUDIO: EL CORPUS.....</b>	<b>186</b>
12.1. La elección del corpus .....	186
12.2. Requisitos del corpus.....	188
<b>PARTE IV: ESTUDIO EMPÍRICO: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN. ....</b>	<b>190</b>
<b>13. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....</b>	<b>191</b>
13.1. Resultados y análisis de la observación.....	191
13.1.1. Resultados y análisis de la observación de <i>La Tarde</i> . ....	205
13.1.1.1. Algunos aspectos observados: lucha contra la homofobia e impulso de la solidaridad. ....	209
13.1.2. El programa <i>La Tarde, aquí y ahora</i> , frente a la competencia: <i>Sálvame</i> . ....	213
13.2. Resultados y análisis de los cuestionarios .....	242
13.3. Resultados y análisis de las entrevistas.....	271
13.3.1. Entrevistas de seguimiento a invitados al programa <i>La Tarde</i> :.....	283
13.4. Resultados y análisis del Método Delphi.....	291
<b>14. DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....</b>	<b>295</b>
<b>15. CONCLUSIONES.....</b>	<b>299</b>
<b>16. CONCLUSIONS .....</b>	<b>303</b>
<b>17. CONCLUSÕES .....</b>	<b>308</b>



<b>18. LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....</b>	<b>312</b>
<b>19. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>314</b>
19.1. La educación en valores en otros programas de televisión .....	315
<b>PARTE V: FUENTES. ....</b>	<b>331</b>
<b>20. DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>332</b>
<b>PARTE VI: ANEXOS.....</b>	<b>350</b>
<b>21. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS.....</b>	<b>351</b>
<b>PARTE VII: AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>354</b>
<b>22. GRACIAS .....</b>	<b>355</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

El actual mundo en el que vivimos, en el que nos desarrollamos y ejercemos nuestras labores y quehaceres diarios, el entorno y la sociedad en la que nos relacionamos, viene cambiando con mayor o menor rapidez desde que el hombre es hombre: desde la prehistoria hasta nuestros días la evolución ha sido constante, aunque los ritmos hayan diferido.

A esta realidad innegable podemos unirle el hecho de que la educación y la formación no son realidades distintas y, por tanto, soportan también el peso y la velocidad de los cambios: la educación en la década de los años 40 se limitaba a materias como Literatura, Geografía o Historia (entre otras) a través de un material didáctico que eran los libros o cuadernillos. Por el contrario, en los últimos años observamos cómo desde las escuelas infantiles hasta las universidades no solo forman a través de guías didácticas básicas sino que, además, emplean, fomentan y enseñan el uso de, por ejemplo, Internet, videojuegos, pizarras digitales, *tablets* o herramientas similares de aprendizaje.

Todos estos cambios están obligando a repensar y reorganizar gran parte de nuestros paradigmas acerca de la educación o el comportamiento social. Así, tal y como expresa Gerver<sup>1</sup> (2012), el mundo de hoy ha cambiado de forma exponencial y el sistema educativo actual, pensado hace más de un siglo, necesita un cambio estructural. Es más, el propio Gerver (De la Torre, 2015) llega a ilustrar estos cambios con la informática o los nuevos sistemas de comunicación expresando que “La educación debería ser como un ‘App Store’”.

---

<sup>1</sup> Richard Gerver fue asesor de Tony Blair y Premio Nacional de Enseñanza en Reino Unido

Hasta hace relativamente poco tiempo se consideraba que la educación solo era necesaria al principio de nuestras vidas. Se nos ha requerido dedicarle nuestra infancia, y parte de nuestra juventud, pensando que con lo aprendido en esos años era suficiente para desarrollarnos a nivel personal y profesional, desestimando la continuación de los estudios que se reservaba para una minoría. En muchos casos, además, esta minoría que estudiaba pasados los 25, los 40 o los 65 (en Graduado Escolar y Bachiller, llamada Educación para Adultos; en universidad: Acceso a mayores de 25, Acceso a mayores de 40 y Aula de la Experiencia) eran una excepción que no había tenido la oportunidad de formarse en los tiempos que las instituciones establecían o consideraban los adecuados.

Pero en los últimos años el planteamiento educativo está cambiando. Autores como el citado Gerver (2012) o Robinson (2009, 2011) apoyan teorías que pretenden una revolución desde su planteamiento inicial. Estos investigadores consideran que no solo se debería cambiar la organización de los estudios, sino también su finalidad así como el tiempo de dedicación, que debería pasar de ser una formación puntual y con tiempos preestablecidos, a ser una formación durante toda la vida (*Lifelong Learning*).

En la *International School Association* celebrada en Valencia en junio de 2015, Gerver (en De la Torre, 2015) se mostró claro con esta tendencia al cambio en la educación y en la formación, alegando “que Apple revolucionó la interacción humana es un hecho. ¿Por qué no copiar entonces su modelo en educación?”. Y, por ello, este autor, muy crítico con el sistema educativo tradicional y fiel apostador por una transformación del modelo actual, afirma que en la educación actual se debería dar a las personas formadas (fundamentalmente se centra en los niños), múltiples posibilidades de elección en función de sus intereses para que, de este modo, los alumnos adquieran una

cultura y unas bases científicas, buscando, además, “un sistema que celebre los errores” (De la Torre, 2015).

En este sentido, son varios los autores que se cuestionan la forma en que se enseña en las escuelas, facultades o centros de formación tradicionales, donde no tiene cabida el fracaso. Y tenemos miedo al fracaso, una realidad más presente en la cultura europea que en la norteamericana, tal y como evidencian autores como Vázquez (2015). Ello explica igualmente el carácter más emprendedor de esta sociedad, la norteamericana. Según Gerver (2013), “los errores se perciben como algo negativo porque no queremos parecer estúpidos”; sin embargo, este mismo autor señala que “hay que reconfigurar el concepto de sabiduría, pues no se aprende nada nuevo haciendo algo correctamente. (...) Sólo pruebas que lo sabes hacer”.

Equivocarse es, por tanto, aprender.

Este mundo tan cambiante necesita otro tipo de educación distinta, más flexible, adaptable, evolucionada hacia las nuevas necesidades del individuo por encima de las necesidades de su grupo social o religioso. Y es que, la formación, que tradicionalmente se realizaba casi exclusivamente a través de libros y escasas experiencias personales, ha evolucionado hacia el uso de múltiples medios comunicativos y experiencias personales prácticamente ilimitadas en posibilidades espacio-temporales (al menos en los países que denominamos del primer mundo). Esto es: tecnologías (no necesariamente nuevas tecnologías, sencillamente, uso de tecnologías). Porque en un momento en que el debate gira en torno al uso que debe o puede darse a dispositivos electrónicos como las tabletas, la pregunta es si la tecnología puede acabar reemplazando a la educación. A lo que, autores como Gerver (2012); Vázquez (2015) o Jiménez, Pérez y Elías (2014) dan una respuesta rotunda: “no”. De hecho, en la *International School Association*, Gerver respondía a Eric

Schmidt<sup>2</sup> con un “Rotundamente no. No sucederá nunca por una razón: La tecnología es una herramienta increíble pero la educación va del desarrollo del ser humano, y para esto se necesitan altos niveles de interacción humana”.

Del mismo modo, el inmovilismo que antes regía nuestros comportamientos sociales va evolucionando para ofrecernos mayores posibilidades de cambio. Así, cada vez menos gente conserva un mismo empleo durante toda su vida y, salvo excepciones, una misma persona disfruta de distintas viviendas a lo largo de su trayectoria personal.

También podemos observar este dinamismo en el terreno de las relaciones personales, ya que cada año tienen lugar mayor número de separaciones y divorcios (unos 17.000 –concretamente 17.381: 16.408 divorcios y 973 separaciones– en Andalucía en 2014<sup>3</sup>, según el INE<sup>4</sup>).

Este aspecto, junto a la creciente esperanza de vida, que en nuestro país se ha multiplicado por dos en los últimos 100 años (Goerlich y Pinilla, 2006), ha dado lugar a un fenómeno social novedoso: una gran cantidad de personas con edades superiores a los 50 o 60 años

---

<sup>2</sup> Eric Schmidt es alto directivo de Google (actualmente Alphabet), participante en la última edición de la *International School Association*.

<sup>3</sup>Datos del Instituto Nacional de Estadística publicados el 15/09/2015 [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176798&idp=1254735573206&menu=resultados&secc=1254736194764&padre=&capsel=1706](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176798&idp=1254735573206&menu=resultados&secc=1254736194764&padre=&capsel=1706)

<sup>4</sup>Hay que matizar este dato: Hasta 2010 el número de divorcios y separaciones en Andalucía se cifraba en torno a los 20.000; sin embargo, se señala como causa directa la crisis económica sufrida en España, desde 2010 a 2015 han descendido en unos 3.000 (2619). Sin embargo, noticias aparecidas recientemente en prensa ya marcan cómo en lo que va de 2016 el número de separaciones vuelve a incrementarse. Casualmente coincide con los comienzos de la salida de la crisis económica (Esteban, 2016).

viven solas. Y es este colectivo el que en mayor medida ocupa esta investigación.

Este grupo ha sido formado en los valores de la educación de los años 40, 50 o 60 y ahora se enfrentan al rechazo de parte de la sociedad si deciden abandonar ese inmovilismo y rehacer sus vidas junto a otra persona sola. Y es que este cambio, que resulta habitual y aceptado a otras edades menores, encuentra cierta oposición cuando se habla de personas de mayor edad.

Es en ese punto en el que la formación en valores a través de los medios comunicativos y educativos cobra especial importancia. Y, según los datos del Estudio General de Medios (AIMC, 2015), el medio más influyente en la totalidad de la población, con mucha diferencia sobre el resto, es la televisión, muy seguida de internet<sup>5</sup>.

De esta manera, igual que los niños aprendían valores sociales con programas educativos como *Barrio Sésamo* (o las personas de cualquier edad aprenden idiomas a través del cine o la televisión en versión original –Jiménez y Elías, 2012–), a lo largo de nuestra vida seguimos formándonos y haciendo evolucionar esos valores que consideramos propios. Y, en este aspecto, la televisión es un elemento fundamental.

Sostiene Wolton (1997) que la televisión no se limita a representar la realidad social, sino que ayuda a construirla. Y opina que la característica principal del medio televisivo reside en su capacidad de unión entre las experiencias individuales y las colectivas:

---

<sup>5</sup>Según los datos del Estudio General de Medios encargado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en su oleada de febrero a noviembre de 2015. Aquí también tendríamos que matizar: por rangos de edad, entre la población de entre 12 y 45 años, el medio más influyente es internet por encima de la televisión. No obstante, cuando este criterio se aplica al conjunto de la población (de 0 a 99 años), AIMC considera en su estudio que la televisión sigue prevaleciendo por encima de internet, con datos del 88,3% frente al 66,7% respectivamente.

Fuente: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

“Los lazos primarios, ligados a la familia, al pueblo, al oficio, han desaparecido y los lazos sociales, ligados a la solidaridad de clase y de pertenencia religiosa y social se han debilitado. El resultado de todo esto es que ya no queda mucho entre la masa y el individuo, entre el número y las personas. El interés de la televisión se sitúa entre el nivel de la experiencia individual y el de la escala colectiva” (Wolton, 1997: 96).

De esta forma, existen programas de televisión que buscan equilibrar esos vacíos y promueven nuevos valores sociales apoyando una evolución en los comportamientos en base al nuevo orden social. Es el caso del programa *La Tarde, aquí y ahora* (en adelante *La Tarde*) que se emite en *Canal Sur TV* desde septiembre de 2009 hasta la actualidad<sup>6</sup>. En él, personas de diferentes edades, aunque la mayoría por encima de los 50-60 años, cuentan sus vidas de forma resumida buscando a alguien también en soledad para compartir sus últimos años de vida en compañía.

Esta labor, tachada por sus detractores de agencia de contactos, recibe también en ocasiones el rechazo de vecinos y familiares de las personas mayores que optan por ir al programa, con el argumento de que son demasiado mayores para hacer ese cambio en sus vidas, a pesar de que los protagonistas estén decididos a hacerlo. Pero, frente al problema social de la soledad de estas personas, ni esos mismos familiares ni las instituciones ofrecen soluciones<sup>7</sup>.

Ante esto, autores como Lacalle defienden que:

“La televisión asume actualmente competencias que tradicionalmente llevaban a cabo las instituciones (buscar desaparecidos, recoger dinero para paliar una catástrofe natural,

---

<sup>6</sup>Analizamos hasta mayo de 2016.

<sup>7</sup>Somos conscientes de la polémica social suscitada entre espectadores y familiares en relación a este programa. No obstante, esta tesis versa única y exclusivamente sobre su poder educacional y tratamiento: Caso de Educomunicación Audiovisual.

etc.) y se ha convertido en una especie de *panóptico* del mundo, sin ningún tipo de obstáculos a la mirada de un espectador que es a la vez *observador* y *observado*; que utiliza el escenario televisivo para ver y ser visto” (2001: 21).

Así pues, en esta investigación trataremos de realizar un estudio para analizar cómo la sociedad viene (o no) aceptando estos cambios y cómo la televisión puede ayudar (o no) a asimilar esta nueva concepción vital. En definitiva, de qué manera la televisión asume un rol de educador en valores ante la sociedad en la que se encuentra.

### **1.1. Estructura de la tesis doctoral**

Siguiendo la propuesta que ya hiciera Lasso de la Vega en 1977, complementada con las aportaciones que de Tolchinski, Rubio y Escofet (2002) así como las de Busquet, Medina y Sort (2006), realizamos la siguiente estructura:

Una vez introducido el tema, pasamos a organizar la investigación en varios bloques denominados partes. De este modo, tenemos las siguientes partes:

- PARTE I: PLANTEAMIENTO INICIAL
- PARTE II: OBJETIVOS E HIPÓTESIS
- PARTE III: METODOLOGÍA
- PARTE IV: ESTUDIO EMPÍRICO: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN
- PARTE V: DOCUMENTACIÓN
- PARTE VI: ANEXOS
- PARTE VII: AGRADECIMIENTOS



En la primera parte, el planteamiento inicial, realizamos un acercamiento prospectivo al estado de la cuestión acotando el objeto de estudio y planteando el alcance de la investigación. Seguidamente, entramos a definir una serie de conceptos (Aproximaciones conceptuales) donde se explican en profundidad los principales términos que el lector se va a encontrar a lo largo de toda la investigación y que son relevantes para el estudio: partiendo de la situación inicial de la sociedad de la información, entramos de lleno en conceptos como educación, formación, educomunicación, programa televisivo... Asimismo, se repasan las distintas reformas educativas y contextualizamos la educación para personas adultas y el medio televisión como tal, dentro del cual se desarrolla el estudio.

A continuación se sigue con el 'Marco teórico y revisión de las fuentes referenciales', donde se reseñan los antecedentes de este análisis, es decir, aquellos estudios previos que tratan una temática similar o que sirven de apoyo fundamental para la puesta en marcha de esta tesis. Por último, en este capítulo también se hace una breve reseña de las fuentes de investigación utilizadas, de cuáles y por qué.

La PARTE II, la relativa a objetivos e hipótesis, comienza con el capítulo de 'Objetivos', donde se establece cuáles son, como su propio título indica, los objetivos fundamentales del análisis, que versa sobre la influencia de una determinada producción televisiva, el programa *La Tarde*, en el comportamiento del espectador y sus allegados. Pasamos después al capítulo dedicado a las 'Hipótesis', donde se expone cuál es la hipótesis principal que da sentido a la investigación, así como aquellas que conforman las hipótesis secundarias, que surgen de la primaria. Junto con la parte III, supone el diseño de la investigación.

Pasamos, pues, a ver la PARTE III, dedicada a la metodología. Esta sección la comenzamos con las referencias metodológicas, y en este

capítulo se explican las técnicas usadas para cumplir el objetivo de la investigación: un marco metodológico general basado en la observación directa de un caso, completado con métodos cualitativos y cuantitativos. En este capítulo, por tanto, se explican las razones que nos han conducido a seguir esta metodología, al tiempo que se muestra en qué consisten cada una de ellas y las aportaciones que suponen. Posteriormente en el 'Desarrollo de la investigación' se expone el proceso seguido en el estudio y se detallan las fases del mismo.

En el siguiente capítulo, 'El corpus de estudio', explicamos la elección del medio, el canal televisivo y el espacio en el que se basa esta investigación.

Con él damos paso a la PARTE IV, el estudio empírico. Comenzamos con 'Resultados y análisis', que es el capítulo donde se muestran los datos obtenidos tras la fase de análisis en la que, previamente, se ha recogido, codificado y analizado la información necesaria para llevar a cabo la investigación... Y con él pasamos a la 'Discusión de resultados y comprobación de las hipótesis', un espacio donde, efectivamente, vemos cómo podemos interpretar esos resultados uno a uno, así como se comprueba si las hipótesis planteadas al comienzo de este trabajo pueden darse o no por válidas. Con él, además, damos paso a otro también esencial, el dedicado a las 'Conclusiones', donde se exponen todas las evidencias a las que hemos llegado una vez realizado y analizado todo el corpus de estudio.

Y, tras las conclusiones, se presentan en su capítulo las 'Limitaciones del estudio' donde se citan los problemas encontrados durante todo el trabajo. Este capítulo da lugar a las 'Futuras líneas de investigación', donde se apuntan las intenciones de investigaciones futuras basándonos, entre otras cuestiones, en un análisis breve de otros

programas con cierto componente educacional y/o de desarrollo de valores.

Finalmente, la PARTE V, de documentación, recoge todas las referencias documentales, bibliográficas, videográficas, etc. usadas y a las que el lector puede acudir para comprobar o comprender las aseveraciones planteadas en el presente texto.

Las últimas de las partes componen los anexos utilizados, así como los agradecimientos a todas aquellas personas y entidades que me han ayudado en este camino para poder realizar una investigación como la que tienen entre sus manos.

## 2. INTRODUCTION

Our world, the place in which we carry out our work and go about our lives, our surroundings and our society, has undergone more or less constant change, sometimes quickly and sometimes slowly, since the beginning of history.

To this undeniable truth we might add that the education and training aren't removed from this reality, and therefore they too suffer the weight and speed of these changes: in the forties education was limited to subjects such as literature, geography, and history (among others) by way of didactic materials like books and booklets. In contrast, in recent years we have seen schools of all types, from preschools to universities, using not only traditional didactic materials but adopting, encouraging, and teaching the use of, among other things, the Internet, video games, digital blackboards, tablets, and other tools of a similar nature.

These changes are forcing us to rethink and reorganize many of our paradigms on education and social behavior. As a result, according to

Gerver<sup>8</sup> (2012), today's world has undergone exponential change and our current educational model, which was designed over a century ago, is in need of a structural change. What's more, Gerver (De la Torre, 2015) has gone so far in his praise of these tech-based changes, saying that "education should be like an 'App Store.'"

Until fairly recently, education was only considered necessary at the beginning of one's life. People were required to dedicate their childhood and part of their youth to it, and it was thought that what was learned in that time was sufficient for one's full personal and professional development, and discouraged from pursuing education later in life, a path which was, anyway, reserved for a small minority. Furthermore, in many cases this minority that studied beyond the ages of 25, 40 or 65 (pursuing school graduate or secondary graduate equivalencies, known as "Adult Education"; at the university, "Access to people over 25," "Access to people over 40," and the "Aula de la experiencia") were the exception, a group that hadn't had the opportunity to receive their education at the times institutions deemed it most appropriate.

In recent years, however, our educational approach has been changing. Writers like the aforementioned Gerver (2012) and Robinson (2009, 2011) support theories that encourage a revolution in education at every level. Not only do these researchers believe that the classic educational timeline should be reworked, but also education's intended purpose and the amount of time dedicated to it, which should shift away from a limited and inflexible period at the beginning of one's life towards a model that continues throughout the many stages of one's life (Lifelong Learning).

In the *International School Association Conference* held in Valencia in June of 2015, Gerver (en De la Torre, 2015) spoke openly about this

---

<sup>8</sup> Richard Gerver was an advisor to Tony Blair and won the "School Head Teacher of the Year Award" in the UK.

current tendency towards change in teaching and learning, saying that Apple revolutionized human interaction is a fact, and asking: why not, then, apply its communication model to education? Consequently, this author, a fierce critic of the traditional educational system and fierce advocate of transforming the current model, claims that today's learners (especially children) should be given various choices according to their interests, allowing students to acquire both culture and a scientific foundation, all the while pursuing, "a system which celebrates errors" (De la Torre, 2015).

Accordingly, there are many writers who question the way in which schools, university departments, and traditional job-training centers teach, in which there is no room for failure. And we are afraid of failure, a trait that is more evident in European culture than that of the United States, as argued by writers like Vázquez (2015). This discrepancy also explains the relatively more entrepreneurial spirit of the United States. According to Gerver (2013), "errors are considered bad things because we don't want to look stupid"; however, he also points out that "we must rethink the concept of wisdom, as no one ever learns anything by doing it correctly. (...) But instead just demonstrates what is already known." To error, in other words, is to learn.

Our rapidly changing world needs another kind of education, one that's more flexible, adaptable, and attuned to the new needs of the individual above the needs of his or her social class and/or religious community. Training, which traditionally happened exclusively through the use of books and the rare first-hand experience, has evolved towards the use of multiple communicative media and personal experiences which are almost limitless in their space-time possibilities (at least in the countries we call the "first world"). That is: it has evolved towards technology (not "new technologies," necessarily—just

the use of technology). Because at a moment when the debate revolves around whether or not to use electronic devices such as tablets, and if so what sort of use to give them, the question is whether technology may end up replacing education altogether—to which writers like Gerver (2012); Vázquez (2015) and Jiménez, Pérez y Elías (2014) give a resounding answer: “No.” In fact, in the *International School Association Conference*, Gerver responded to Eric Schmidt’s<sup>9</sup> question by saying: “Absolutely not. It will never happen for one reason: technology is an incredible tool but education is about human development, and for that high levels of human interaction are necessary.”

In the same way, the rigidity that formerly governed our social behavior is evolving in order to offer us greater potential for change. As a result, ever fewer people stay in a single job for their entire careers and, barring exceptions, people change residences multiple times over the course of their lives.

This dynamism is also apparent in the context of personal relationships, given that every year there is a rise in the number of separations and divorces (in the range of 17,000 –17,381 total: 16,408 divorces and 973 separations, respectively— in Andalusia in 2014<sup>10</sup>, according to the INE<sup>11</sup>).

---

<sup>9</sup> Eric Schmidt is executive chairman of Alphabet and a former CEO of Google. He participated in the most recent conference of the *International School Association*.

<sup>10</sup> Data from the Instituto Nacional de Estadística (National Statistics Institute) published on 15/09/2015  
[http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176798&idp=1254735573206&menu=resultados&secc=1254736194764&padre=&capSel=1706](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176798&idp=1254735573206&menu=resultados&secc=1254736194764&padre=&capSel=1706)

<sup>11</sup>This figure needs to be qualified: until 2010 the number of divorces and separations in Andalusia was around 20,000 per year; nevertheless, as a direct result of Spain’s economic crisis, between 2010 and 2015 the number dipped by approximately 3,000 (2619). However, recent reports show that in the current calendar year (2016) the number of separations has again started to rise. This happens to coincide with signs that the economic crisis is coming to an end (Esteban, 2016).

This, in addition to our growing life expectancy, which in our country has doubled over the past 100 years, (Goerlich and Pinilla, 2006), has given rise to a new social phenomenon: a large percentage of people over the age of 50 or 60 years live alone. This is the age group which this investigation centers on.

The people in this age group were educated under the educational values of the '40s, '50s, and '60s and they now face rejection by part of society if they decide to abandon the prescribed rigidity and remake their lives with another person. Such a change, which is considered commonplace and perfectly understandable in other age groups, is met with certain resistance when it occurs among those beyond a certain age.

This is where education in values by way of the media takes on special significance. And, according to the results of the *Estudio General de Medios* (AIMC, 2015), for people in this demographic, television is by far the most influential entertainment medium, with the Internet trailing far behind<sup>12</sup>.

In this way, just as children learned social values from educational programs like *Sesame Street* (or people of all ages learn languages from films and television in the original version –Jiménez y Elías, 2012–), throughout our adult years we continue to learn and our personal set of values continues to evolve. Television plays a fundamental role in the process.

---

<sup>12</sup> According to the data provided by the *Estudio General de Medios* (General Media Study) commissioned by the *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación* (AIMC) –Association for the Media Communication– in its February–November, 2015 report. Here we must also qualify the results: by age groups, for those between 12 and 45 years old, the most influential medium is Internet, not television. Nevertheless, when looking at the entire population (from 0 to 99 years of age), AIMC still considers television use more widespread than Internet, with measures of 88,3% and 66,7% respectively. Source: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

Wolton (1997) argues that television doesn't merely depict social reality but also helps to construct it. He believes that defining characteristic of televised media resides in its ability to connect individual and collective experience:

“The primary connections, those to one's family, community, and profession, have disappeared and social connections, associated with class solidarity and social and religious belonging have weakened. The result of all of this is that there is no longer much left between the collective and the individual, between the number and the people. Television's interest is located between the level of individual experience and the collective scale. (Wolton, 1997: 96).

Accordingly, there are TV programs which seek to fill these gaps and promote new social values, pushing for an evolution in behavior within the new social order. This is the case of the program *La Tarde, aquí y ahora* (*The Afternoon, Here and Now* — from now on *La Tarde*—), which has aired on *Canal Sur TV* since September, 2009<sup>13</sup>. On this show, people of different ages, the majority of them between 50 and 60, share their life stories in the hopes of finding someone, also alone, with whom to share the rest of their lives.

This project, dismissed by its critics as doing the work of a dating agency, is sometimes also rebuked by neighbors and family members of its participants with the argument that they are too old to make such a dramatic change in their lives, despite the participants desire to do so. However, in response to the problem of the participants' solitude, neither they nor institutions have any solutions to offer<sup>14</sup>.

In light of this, writers like Lacalle argue that:

---

<sup>13</sup> This study includes data up to May, 2016.

<sup>14</sup> I am fully aware of the social controversy this program raises between viewers and their family members. Nonetheless, this thesis only concerns its educational approach and potential as an instance of audiovisual educommunication.



“Nowadays television takes on competences that were traditionally performed by institutions (searching for missing persons, collecting money to help soften the blow of natural disasters, etc.) and has become a sort of world panopticon which poses no obstacles to the gaze of a viewer who is at the same time observer and observed; who uses the televisual stage to both see and be seen. (2001: 21).

Therefore, in this investigation, I will study and analyze how society is coming to accept these changes (or not), and how television can encourage (or not) this new and vital understanding. In the end, I aim to ascertain the extent to which television can take on the role of values educator within contemporary society.

## **2.1. Estructure of the doctoral thesis**

Following Lasso de la Vega’s 1977 proposal, with contributions by Tolchinski, Rubio y Escofet (2002) as well as Busquet, Medina and Sort (2006), the following structure will be utilized:

Once the topic has been introduced, I will got on to organize the investigation into various sections, or parts. The order of these parts will be as follows:

- PART I: INITIAL APPROACH
- PART II: OBJECTIVES AND HYPOTHESES
- PART III: METHODOLOGY
- PART IV: EMPIRICAL STUDY: ANALYSIS OF THE SITUATION
- PART V: DOCUMENTATION
- PART VI: ANNEXES
- PART VII: ACKNOWLEDGEMENTS

In the first part, the initial approach, I will a narrow down the question posed, focusing the investigation so that it fits within the scope of this study. Subsequently, I will define a number of concepts (conceptual

approaches) wherein the essential terms the reader will encounter throughout the investigation will be explained in depth: moving forward from the starting point of the information society, we will plunge into concepts like education, training, educommunication, television program, etc. Likewise, various educational reforms will be discussed and adult education and the television medium itself will be put into context, as it is within that setting that the study operates.

Thereafter I will move on to the “Theoretical Framework and a Review of the Reference Sources,” where antecedents to this analysis (that is, previous studies with similar subject matter or which form an essential part of the theoretical foundation upon which this thesis rests) are reviewed. Finally, in this chapter I will also provide a brief summary of the research resources used—which ones and why.

In PART II, which relates to my objectives and hypotheses, begins with a chapter titled “Objectives,” wherein are established, as the title suggests, the main objectives of this analysis, which concern the influence of a specific television product, the show *La Tarde*, on the behavior of its viewers and the people around them. From there we move on to the chapter dedicated to the “Hypotheses,” in which I discuss the central hypothesis which gives the investigation its purpose, as well as the secondary hypotheses which arise from the primary one. This chapter, in conjunction with part III, composes the research design.

Then we continue on to part III, which is dedicated to methodology. I start off this section with the methodological references, and in this chapter I explain the techniques utilized to achieve the objective of the investigation: a comprehensive methodological framework based on direct observation of a case, complemented with qualitative and quantitative methods. In this chapter, accordingly, I explain the reasoning that led me to choose each methodology, while showing

how it works and what it contributes. Subsequently, in “Research Development,” I present the process by which the study was conducted and describe the phases it comprises.

In the following chapter, “The Body of Scholarship,” I explain the choice of medium, channel, and program that this investigation focuses on.

Following this discussion we come to PART IV, the empirical study. I begin with “Results and Analysis,” the chapter in which the data obtained during the analysis phase (in which the information necessary to carry out the investigation was collected, coded, and analyzed) is presented. Then we move on to the “Discussion of the Results and Confirmation of the Hypothesis,” a space where, in effect, we see how these results can be interpreted one by one, as well as test if the hypotheses proposed at the beginning of this work can be considered valid or not. In addition, in this section we will take another essential step, this one towards “Conclusions,” wherein, once the body of scholarship is completed and analyzed, the evidence is then presented.

Following the conclusions, we have a chapter called “Limitations of the Study,” in which the problems that arose while carrying out this project are presented. This chapter brings us to “Future Lines of Research,” where I point to potential areas of research to explore in the future, based on a brief analysis of other programs that include educational components and/or an emphasis on developing values.

PART V, the section dedicated to documentation, contains all of the references (documentaries, videos, bibliographical, books, etc.) cited, which the reader may consult to verify or contextualize the quotes used in this text.

The final two parts are the annexes and the acknowledgements, where I give thanks to all of the people and institutions that have helped me along the way to the final project you now hold in your hands.

### 3. INTRODUÇÃO

O atual mundo em que vivemos, onde nos desenvolvemos e exercemos as nossas tarefas e quefazeres diários, a envolvente e a sociedade onde nos relacionamos, encontra-se a mudar com maior ou menor rapidez desde que o homem é homem: desde a pré-história até aos nossos dias a evolução foi constante, embora os ritmos tenham sido diferentes.

A esta realidade inegável podemos acrescentar o facto de que a educação e a formação não são realidades diferentes e, portanto, suportam também o peso e a velocidade das mudanças: a educação na década dos anos 40 limitava-se a matérias como Literatura, Geografia ou História (entre outras) através de um material didático que eram os livros ou sebatas. Pelo contrário, nos últimos anos vimos observando como já a partir das escolas infantis até às universidades, a formação não segue apenas guias didáticos básicos, mas também, é utilizado, fomentado e ensinado o uso de, por exemplo, Internet, videojogos, quadros interativos, tablets ou ferramentas semelhantes de aprendizagem.

Todas estas mudanças obrigaram a repensar e reorganizar grande parte dos nossos paradigmas relativamente à educação ou ao comportamento social. Assim, tal como expressa Gerver<sup>15</sup> (2012), o mundo atual mudou de forma exponencial e o sistema educativo atual, pensado há mais de um século, requer uma mudança estrutural. Mais

---

<sup>15</sup> Richard Gerver foi assessor de Tony Blair e Prémio Nacional de Ensino no Reino Unido

ainda, o próprio Gerver (De la Torre, 2015) chega a ilustrar estas mudanças com a informática ou os novos sistemas de comunicação expressando que “A educação devia de ser como uma App Store”.

Há relativamente pouco tempo a educação era considerada necessária apenas no início das nossas vidas. Era-nos requerido dedicar-lhe a nossa infância e parte da nossa juventude, pensando que com o aprendido nesses anos era suficiente para o nosso desenvolvimento a nível pessoal e profissional, desvalorizando a continuação dos estudos que era reservada para uma minoria. Em muitos casos, ainda, esta minoria que estudava passados os 25, os 40 ou os 65 (na Escola Preparatória e Secundária, designada Educação para adultos; na universidade: Acesso a maiores de 25 anos, Acesso a maiores de 40 e Aula da Experiência) eram uma exceção que não tiveram a oportunidade de se formar nos tempos em que as instituições estabeleciam ou consideravam os adequados.

Porém, nos últimos anos a abordagem educativa está a mudar. Autores como o referido Gerver (2012) ou Robinson (2009, 2011) apoiam teorias que pretendem uma revolução logo na sua abordagem inicial. Estes investigadores consideram que devia ser alterada, não apenas a organização dos estudos, mas também sua finalidade e o tempo de dedicação, que devia passar de ser uma formação pontual e com tempos preestabelecidos, para ser uma formação durante toda a vida (*Lifelong Learning*).

Na *International School Association* celebrada em Valência em junho de 2015, Gerver (em De la Torre, 2015) foi contundente com esta tendência à mudança na educação e na formação, alegando “que é um facto que a Apple revolucionou a interação humana. Por que não copiar então o seu modelo educativo?”. E, por esta razão, este autor, muito crítico com o sistema educativo tradicional e fiel apostador numa transformação do modelo atual, afirma que na educação atual

devia dar-se às pessoas formadas (fundamentalmente refere-se às crianças), múltiplas possibilidades de escolha em função dos seus interesses para que, deste modo, os alunos adquiram cultura e bases científicas, procurando, ainda, “um sistema que celebre os erros” (De la Torre, 2015).

Neste sentido, são vários os autores que põem em questão a forma como se ensina nas escolas, faculdades ou centros de formação tradicionais, onde não tem espaço o fracasso. E temos medo ao fracasso, uma realidade mais presente na cultura europeia que na norte-americana, tal como evidenciam autores como Vázquez (2015). Isto explica igualmente o carácter mais empreendedor desta sociedade, a norte-americana. Segundo Gerver (2013), “os erros são percebidos como uma coisa negativa porque não queremos parecer estúpidos”; no entanto, este mesmo autor assinala que “é preciso reconfigurar o conceito de sabedoria, pois não se aprende nada novo a fazer algo corretamente. (...) “Apenas provas que o sabes fazer”.

Enganar-se é, portanto, aprender.

Este mundo em mutação necessita outro tipo de educação diferente, mais flexível, adaptável, evoluída para as novas necessidades do indivíduo por cima das necessidades do seu grupo social ou religioso. Assim, a formação que tradicionalmente era realizada quase exclusivamente através de livros e escassas experiências pessoais, evoluiu para o uso de múltiplos meios comunicativos e experiências pessoais praticamente ilimitadas em possibilidades espaço-temporais (ao menos nos países que designamos de primeiro mundo). Isto é: tecnologias (não necessariamente novas tecnologias, simplesmente uso de tecnologias). Porque num momento em que o debate se centra no uso que se deve ou se pode dar a dispositivos electrónicos como os tablets, a pergunta é se a tecnologia pode acabar por substituir a educação. A esta questão, autores como Gerver (2012); Vázquez

(2015) ou Jiménez, Pérez y Elías (2014) dão uma resposta rotunda: “não”. De facto, na *International School Association*, Gerver respondia a Eric Schmidt<sup>16</sup> com um “Rotundamente não. Não irá acontecer nunca por uma razão: a tecnologia é uma ferramenta incrível, mas a educação aborda o desenvolvimento do ser humano, e para isto são necessários altos níveis de interação humana”.

De igual modo, o imobilismo que antes regia os nossos comportamentos sociais vai evoluindo para nos oferecer maiores possibilidades de mudança. Assim, cada vez menos gente conserva um mesmo emprego durante toda a sua vida e, salvo exceções, uma mesma pessoa desfruta de diferentes casas ao longo da sua trajetória pessoal.

Ainda, podemos observar este dinamismo no terreno das relações pessoais, dado que cada ano ocorre um maior número de separações e divórcios (cerca de 17.000 –17.381: 16.408 divórcios, 973 separações– na Andaluzia em 2014<sup>17</sup>, segundo o INE<sup>18</sup>).

Este aspecto, junto à crescente esperança de vida, que no nosso país multiplicou-se por dois nos últimos 100 anos (Goerlich y Pinilla, 2006), originou um fenómeno social novo: uma grande quantidade de

---

<sup>16</sup> Eric Schmidt é alto directivo de Google (Alphabet) participante na última edição da *International School Association*.

<sup>17</sup>Dados do Instituto Nacional de Estatística publicados a 15/09/2015 [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176798&idp=1254735573206&menu=resultados&secc=1254736194764&padre=&capsel=1706](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176798&idp=1254735573206&menu=resultados&secc=1254736194764&padre=&capsel=1706)

<sup>18</sup>É preciso matizar este dado: Até 2010 o número de divórcios e separações na Andaluzia alcançava cerca de 20.000; no entanto, aponta-se como causa direta a crise económica sofrida em Espanha, de 2010 a 2015 diminuíram cerca de 3.000 (2619). Porém, notícias surgidas recentemente na imprensa já indicam que, no corrente ano de 2016, o número de separações voltou a subir. Curiosamente, coincide com o início da recuperação da crise económica (Esteban, 2016).

personas com idades superiores aos 50 ou 60 anos moram sozinhas. E é este coletivo o que em maior medida ocupa esta investigação.

Este grupo foi formado nos valores da educação dos anos 40, 50 ou 60 e agora enfrentam a rejeição de parte da sociedade se decidem abandonar esse imobilismo e refazer as suas vidas juntamente com outra pessoa sozinha, sendo que esta mudança, habitual e aceite em outras idades inferiores, encontra certa oposição quando se fala de pessoas de mais idade.

É nesse ponto em que a formação em valores através dos meios comunicativos e educativos ganha especial importância. E, segundo os dados do Estudo Geral de Meios (AIMC, 2015), o meio mais influente na totalidade da população, com muita diferença sobre os restantes, é a televisão, muito seguida pela internet<sup>19</sup>.

Desta forma, igual que as crianças aprendiam valores sociais com programas educativos como *Rua Sésamo* (ou as pessoas de qualquer idade aprendem línguas através do cinema ou a televisão em versão original –Jiménez y Elías, 2012–), ao longo da nossa vida continuamos a formar-nos e a evoluir nesses valores que consideramos próprios. E, neste aspecto, a televisão é um elemento fundamental.

Afirma Wolton (1997) que a televisão não se limita a representar a realidade social, mas que ajuda a construí-la. E opina que a característica principal do meio televisivo reside na sua capacidade de união entre as experiências individuais e as coletivas:

---

<sup>19</sup>Segundo os dados do Estudo Geral de Meios encarregado pela Associação para a Investigação de Meios de Comunicação (AIMC) no seu inquérito de fevereiro a novembro de 2015. Aqui também teríamos de matizar: por faixas etárias, na população entre 12 e 45 anos, o meio mais influente é a internet, ultrapassando a televisão. No entanto, quando este critério é aplicado ao conjunto da população (de 0 a 99 anos), a AIMC considera no seu estudo que a televisão continua a prevalecer ultrapassando a internet, com dados de 88,3% perante 66,7% respetivamente.

Fonte: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>



“Os laços primários, ligados à família, à terra, ao emprego, desapareceram e os laços sociais, ligados à solidariedade de classe e de pertença religiosa e social debilitaram-se. O resultado de tudo isto é que já não resta muito entre a massa e o indivíduo, entre o número e as pessoas. O interesse da televisão coloca-se entre o nível da experiência individual e o da escala coletiva” (Wolton, 1997: 96).

Desta forma, existem programas de televisão que procuram equilibrar estes vazios e promovem novos valores sociais apoiando uma evolução nos comportamentos com base na nova ordem social. É o caso do programa *La Tarde, aquí y ahora* (em adiante *La Tarde*) que é emitido em *Canal Sur TV* desde setembro de 2009 até à atualidade<sup>20</sup>. Nele, pessoas de diferentes idades, embora a maior parte acima dos 50-60 anos, contam as suas vidas de forma resumida procurando alguém também em solidão para partilhar os seus últimos anos de vida em companhia.

Esta tarefa, designada pelos seus detratores como agência de contatos, recebe também em ocasiões a rejeição de vizinhos e familiares das pessoas de mais idade que optam por ir ao programa, com o argumento de que são demasiado velhas para fazer esta mudança nas suas vidas, apesar de que os protagonistas se encontrem decididos a fazê-lo. Mas, perante o problema social da solidão destas pessoas, nem esses mesmos familiares nem as instituições oferecem soluções<sup>21</sup>.

Perante esta situação, autores como Lacalle defendem que:

“A televisão assume atualmente competências que tradicionalmente eram levadas a cabo pelas instituições (procurar desaparecidos, angariar dinheiro para mitigar uma catástrofe natural, etc.) e tornou-se numa

---

<sup>20</sup>Analizamos até maio de 2016.

<sup>21</sup>Estamos cientes da polémica social suscitada entre espectadores e familiares relativamente a este programa. No entanto, esta tese diz respeito única e exclusivamente ao seu poder educativo e tratamento: Caso de Educomunicação Audiovisual.

espécie de *pan-ótico* do mundo, sem nenhum tipo de obstáculos ao olhar de um espectador que é, ao mesmo tempo, *observador* e *observado*; que utiliza o cenário televisivo para ver e ser visto” (2001: 21).

Assim, nesta investigação trataremos de realizar um estudo para analisar como a sociedade vem (ou não) aceitando estas mudanças e como a televisão pode ajudar (ou não) a assimilar este novo entendimento vital. Em resumo, de que forma a televisão assume um rol de educador em valores face à sociedade em que se encontra.

### **3.1. Estrutura da tese de doutoramento**

Seguindo a proposta realizada por Lasso de la Vega em 1977, complementada com as contribuições de Tolchinski, Rubio e Escofet (2002) bem como as de Busquet, Medina e Sort (2006), apresentamos a seguinte estrutura:

Uma vez introduzido o assunto, passamos a organizar a investigação em vários blocos designados partes. Deste modo, foram estabelecidas as seguintes:

- PARTE I: ABORDAGEM INICIAL
- PARTE II: OBJETIVOS E HIPÓTESES
- PARTE III: METODOLOGIA
- PARTE IV: ESTUDO EMPÍRICO: ANÁLISE DA SITUAÇÃO
- PARTE V: DOCUMENTAÇÃO
- PARTE VI: ANEXOS
- PARTE VII: AGRADECIMENTOS

Na primeira parte, a abordagem inicial, realizamos uma prospektiva de aproximação ao ponto da situação delimitando o objeto de estudo e abordando o alcance da investigação. Logo após, definimos uma série de conceitos (Aproximações conceituais) onde se explicam em profundidade os principais termos que o leitor vai encontrar ao longo de toda a investigação e que são relevantes para o estudo: partindo da situação inicial da sociedade da informação, com grande ênfase em conceitos como educação, formação, educomunicação, programa televisivo... É ainda realizada uma revisão das diferentes reformas educativas e contextualizamos a educação para pessoas adultas e o meio televisivo como tal, dentro do qual se desenvolve o estudo.

Em seguida, segue-se o “Marco teórico e revisão das fontes referenciais”, onde são assinalados os antecedentes desta análise, isto é, aqueles estudos prévios que tratam uma temática semelhante ou que servem de apoio fundamental para o arranque desta tese. Finalmente, neste capítulo é ainda realizado um breve resumo das fontes de investigação utilizadas, quais são e por que.

A PARTE II, relativa a objetivos e hipóteses, tem início com o capítulo “Objetivo”, onde se estabelecem quais são, como o seu próprio título indica, os objetivos fundamentais da análise, que se debruça sobre a influência de uma determinada produção televisiva, o programa *La Tarde*, no comportamento do espectador e os seus entes próximos. Passamos depois ao capítulo dedicado às “Hipóteses”, onde se expõe qual é a hipótese principal que confere sentido à investigação, bem como aqueles que configuram as hipóteses secundárias, que surgem da primária. Juntamente com a parte III, representa a estrutura da investigação.

Passamos, pois, à PARTE III, dedicada à metodologia. Esta secção é iniciada com as referências metodológicas e, neste capítulo, explicam-se as técnicas usadas para cumprir o objetivo da investigação: um

quadro metodológico geral baseado na observação direta de um caso, complementado com métodos qualitativos e quantitativos. Neste capítulo, portanto, explicam-se as razões que nos levaram a seguir esta metodologia, ao mesmo tempo que se apresenta no que consistem cada uma delas e as contribuições que representam. Posteriormente no “Desenvolvimento da investigação”, é exposto o processo seguido no estudo e são detalhadas as fases do mesmo.

No capítulo seguinte, “O corpus de estudo”, explicamos a eleição do meio, suporte e espaço em que se baseia esta investigação.

Com este capítulo passamos à PARTE IV, o estudo empírico. Começamos com “Resultados e análise”, capítulo onde se apresentam os dados obtidos depois da fase de análise onde foi previamente recolhida, codificada e analisada a informação necessária para levar a cabo a investigação... e com estes dados passamos para a “Discussão de resultados e verificação das hipóteses”, espaço onde, efetivamente, vemos como podemos interpretar esses resultados um por um, bem como verificar se as hipóteses abordadas no início deste trabalho podem ser consideradas ou não válidas. Com ele, também, abordamos outro aspeto essencial, o dedicado às “Conclusões”, onde se expõem todas as evidências deduzidas uma vez realizado e analisado o corpus de estudo completo.

E, após as conclusões, são apresentadas no seu capítulo correspondente as “Limitações do estudo” onde são assinalados os problemas encontrados durante todo o trabalho. Este capítulo dá lugar às “Futuras linhas de investigação”, onde se estabelecem as intenções de investigações futuras baseando-nos, entre outras questões, numa análise breve doutros programas com certo componente educacional e/ou de desenvolvimento de valores.

Finalmente, a PARTE V, de documentação, recolhe todas as referências documentais, bibliográficas, videográficas, entre outras, usadas e às quais o leitor pode aceder para verificar ou compreender as asseverações abordadas no presente texto.

As últimas partes estão compostas pelos anexos utilizados, bem como pelos agradecimentos a todas as pessoas e entidades que me ajudaram neste caminho para poder realizar esta investigação que tem nas suas mãos.



## PARTE I: PLANTEAMIENTO INICIAL DE LA INVESTIGACIÓN

### 4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

4.1. Acotación del objeto de estudio y alcance de la investigación

### 5. CONSIDERACIONES CONCEPTUALES:

5.1. De la sociedad de la información a la sociedad digital

5.1.1. La sociedad de la información

5.1.2. La sociedad del conocimiento

5.1.3. La sociedad digital

5.2. Educación

5.2.1. Las reformas educativas

5.2.2. La educación para adultos

5.2.2.1. El aula de la experiencia

5.3. Educomunicación

5.3.1. Educomunicación audiovisual

5.4. El medio televisión

5.4.1. El canal seleccionado: Canal Sur Televisión

5.4.2. La producción audiovisual en Andalucía:  
Indaloymedia

5.4.3. *La Tarde, aquí y ahora*

### 6. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LAS FUENTES REFERENCIALES

### 7. LAS FUENTES DE LA TESIS DOCTORAL

## 4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Desde el primer sistema educativo desde el siglo XIX hasta nuestros días, los distintos modelos y la reflexión que se ha venido realizando sobre ellos han variado poco. La enseñanza y el concepto de educación en masa tienen por objeto preparar a la población para que lleve una vida productiva cuando ésta se convierta en ciudadanos adultos. En este sentido, en España en los últimos tiempos parece que se vienen imponiendo varios modelos para mejorar la educación o la formación de las personas. Concretamente, se han sucedido diversas reformas en materia de educación escolar: desde la LGE<sup>22</sup>, hasta la actual LOMCE, pasamos por varias reformas (LOGSE, LOCE, LOE). Además de las últimas críticas sociales a los tradicionales modos de educar<sup>23</sup>.

Para que las distintas formas de escuelas (regladas o no) puedan hacer frente a estos retos con verdadero éxito, deben tener claro cuál es su papel, así como cuáles son los estándares y pautas que deben seguirse para adaptarse y poder responder de las necesidades futuras, no solo en relación a la productividad, sino también al crecimiento como personas de la sociedad.

---

<sup>22</sup>Estos sistemas educativos vienen implantándose desde los años 70. Concretamente, la LGE (Ley General de Educación) data de 1970); la LOGSE (Ley de Ordenación General del Sistema Educativo Español) data de 1990); la LOCE (Ley Orgánica de Calidad de la Enseñanza) data de 2002); la LOE (Ley Orgánica de Educación), de 2006; y, la última aprobada y puesta en vigor, la LOMCE (Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa), de 2014.

<sup>23</sup> En los últimos años se viene hablando y elucubrando sobre las ventajas de los modernos modelos nórdicos. Desde la petición en la plataforma Change.org para la racionalización de los deberes (<https://www.change.org/p/ministerio-de-educaci%C3%B3n-por-la-racionalizaci%C3%B3n-de-los-deberes-en-el-sistema-educativo-espa%C3%B1ol>) a la emisión de un programa específico de Salvados, "Cuestión de educación" (La Sexta, 3/02/2013), varias son las iniciativas en este sentido que nos dan muestra de ello.



Para entender a fondo el proceso en el que estamos inmersos en materia de educación a lo largo de esta tesis hablaremos de tres expresiones que dan lugar a este estudio y análisis: 'Educación', 'Educomunicación' y 'Comunicación audiovisual'. Porque este proceso de investigación se centra en dos áreas como son la educación y la comunicación audiovisual y, conjuntamente, en el concepto relativamente novedoso de la educomunicación audiovisual. Autores como Medrano (2005: 248) ya señalan la importancia de la educación en valores a través de los medios de comunicación en la sociedad actual, concretamente a través de la televisión, cuando afirma que "no se puede ignorar que gran parte de los mensajes basan su potencial socializador en la utilización de los mecanismos de seducción, dado que no utiliza la vía racional sino la emotiva". En este sentido esta autora defiende la educomunicación audiovisual y se pregunta por qué tradicionalmente se ha temido a los medios como la televisión para educar si, a pesar de ser un discurso paralelo a la escuela, puede no ser contrario a éste.

Partiendo, pues, de la importancia expresa de la comunicación a través de los medios en nuestros días y su carácter creciente, y estableciendo su relación directa con la comunicación audiovisual, hay que aclarar que, aunque normalmente se estudian por separado, es cierto que adquieren relaciones de interdependencia cuando se analiza la influencia de la comunicación audiovisual en la educación. Así, en línea con Ezquerro (2003: 138) podemos afirmar que "hay un sinfín de modos –muchos de ellos, incipientes– en los que la televisión puede colaborar como instrumento didáctico" y que "en general, pueden aprender a usar la televisión de una forma efectiva, podría ser de gran ayuda para promover la motivación y el interés (...) y propiciar una mejor base para la futura comprensión". También McSharry (2002) apoya esta teoría.

Aun así, sigue siendo necesaria una mayor acotación de estos términos, lo cual resulta imposible sin examinarlos en toda su amplitud.

Pero para poder analizar bien estos conceptos, se hace necesario, previamente, considerar y estudiar el entorno en el que se desarrollan, por lo que vamos a plantear este contexto situándonos desde el comienzo y origen remoto de la educomunicación audiovisual: la sociedad digital.

#### **4.1. Acotación del objeto de estudio y alcance de la investigación**

A lo largo de la historia, en todo momento nos hemos encontrado cambios en las diversas técnicas y tecnologías usadas en nuestra labor diaria, en las estructuras de la sociedad, en los partidos gobernantes, en los materiales que empleamos... Estos cambios, afortunada o desgraciadamente, no afectan por igual a todos los estamentos sociales, a todas las edades, a todos los géneros... independientemente de la época a la que nos refiramos. Y esto no podía ser menos en términos de alfabetización, ya sea analógica o digital.

En la sociedad actual, y acotamos la variable temporal, determinados procesos de cambio se aceleran y esto puede llevar consigo un cierto desfase a la hora de aprender y aprehender los contenidos, la manera de hacer las cosas. Y, consecuentemente, esto puede conllevar algunas discriminaciones entre diversos actores sociales, sobre todo en relación a las nuevas tecnologías.

En otro orden de cosas, existen varios factores a tener en cuenta de partida en esta investigación. El aumento de la esperanza de vida en España en los últimos años, el creciente número de personas que quedan en soledad (bien por viudedad, bien por divorcio), el profuso

desarrollo que se viene dando del acceso a los medios de comunicación (tecnologías en general) y, sobre todo, el gran poder de comunicación, información y entretenimiento que posee la televisión de entre los *mass media*, ponen de manifiesto el interés que despierta el poder de la televisión como medio educador y formador.

En primer lugar, en relación al aumento de la esperanza de vida al nacimiento de los residentes en España, hay que señalar que es un indicador relacionado con el nivel de salud, así como con las circunstancias sociales y económicas de la persona, particularmente, y de la población, de manera general. En España, esta esperanza de vida se sitúa en 80,17 años para los hombres y 85,71 para las mujeres, según los datos del INE (2015). Y es que el descenso de la mortalidad ha sido el fenómeno demográfico más importante de los siglos XX y XXI en los países desarrollados.

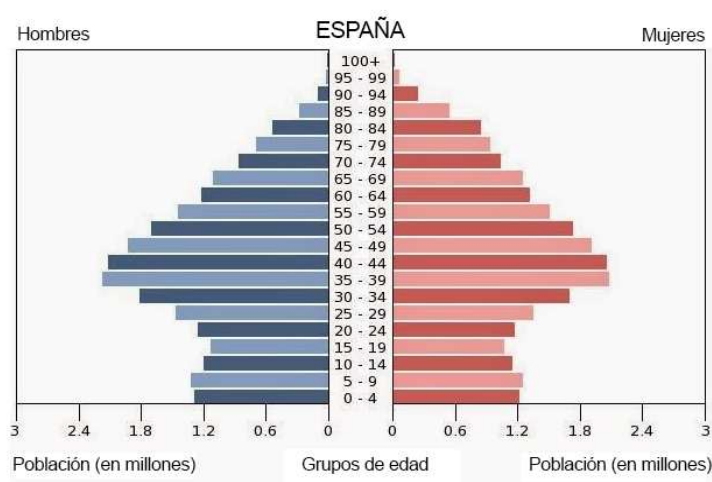
Si nos centramos en el caso de Andalucía, podemos afirmar (basándonos en datos del IEA, 2015) que la esperanza de vida al nacer en Andalucía en 1909 era de 39,6 años para los hombres y de 42,5 años para las mujeres<sup>24</sup>. Así, vemos cómo se ha producido una ganancia aproximada de 40 años para ambos sexos (38 para los hombres y 41 para las mujeres), duplicándose, pues, la esperanza de vida en los últimos cien años en Andalucía.

Si observamos estos datos por porcentajes, se evidencia la importancia de estos números. Más aún si tenemos en cuenta la pirámide poblacional de edad de la comunidad autónoma Andaluza. En la siguiente gráfica puede observarse el reparto de edades y cómo el mayor porcentaje se corresponde con personas de entre 25 y 65 años.

---

<sup>24</sup>A fecha de 2014, la esperanza de vida de mujeres en Andalucía es de 84,36 años, frente a los 81,87 años de edad masculina (IAE, 2014).

**FIGURA 1: Pirámide de edad dividida en sexos.**



Fuente: INE, 2015.

En segundo lugar, es interesante también consultar los datos que aporta el Instituto de Estadística de Andalucía en relación al número de divorcios, separaciones y viudedades. Así, como ya se comentaba en la introducción a esta tesis doctoral, hasta 2010 el número de divorcios y separaciones en Andalucía se cifraba en torno a los 20.000; sin embargo (se señala como causa directa la crisis económica sufrida en España) desde 2010 a 2015 han descendido en unos 3.000 (2619). No obstante, noticias y estudios recientes ya marcan cómo a finales de 2015 el número de separaciones volvió a incrementarse. Casualmente coincide con los comienzos de la salida de la etapa más dura de la reciente crisis económica (Esteban, 2015). En los últimos datos publicados por el IAE<sup>25</sup>, recogidos en la siguiente gráfica, muestran el número de divorcios y separaciones por provincia:

<sup>25</sup> Instituto Andaluz de Estadística

**TABLA 1: Divorcios y separaciones por provincia de residencia**

	Divorcios	Separaciones
<b>Provincia</b>		
Almería	1.269	62
Cádiz	2.345	270
Córdoba	1.152	187
Granada	1.997	182
Huelva	827	65
Jaén	997	114
Málaga	3.657	221
Sevilla	4.256	336
<b>Total general</b>	<b>16.500</b>	<b>1.437</b>

Nota: Disoluciones matrimoniales entre cónyuges de distinto sexo.  
Fuente: IAE, 2015.

En el caso de las viudedades, cierto es que las cifras se mantienen estables en 2015 en relación a 2014, 2013, 2012, 2010, 2009 y 2008. Pero, en todo caso, el número de viudedades superados los 60 años supera, como media, la cifra de 50.000 personas por provincia (IAE, 2015).

Como podemos observar, los casos de personas de cierta edad que viven sin pareja son un fenómeno en aumento en nuestra región.

A esto hemos de sumar la potente capacidad del medio televisión como arma transmisora de información. La televisión supone una herramienta mediática capaz de comunicar y de entretener. Y, en el caso de la televisión andaluza, no lo es menos. Sus datos de audiencia lo revelan. Canal Sur TV es la cuarta opción de consumo televisivo en Andalucía con dos características claras: la focalización en el carácter autonómico y la orientación hacia un público de edad avanzada, concretamente a partir de 45 años. En este segmento de edad se sitúa *La Tarde*, el programa con más audiencia del canal autonómico por detrás del programa *Los Descendientes* y *75 minutos*,

y por delante, incluso, de los informativos (y del resto de la programación)<sup>26</sup>.

Esta especialización en el público de más de 45 años (el mayor componente de la audiencia total de la cadena) supone para Canal Sur TV una apuesta convincente ya que se asegura la fidelización siendo, de este modo, la opción directa de televisión en Andalucía y la más interesante para ellos, en gran medida, por la cercanía conseguida con el espectador.

Asimismo, y siguiendo con esta línea, podemos destacar los postulados básicos de la educomunicación audiovisual (en este caso, insistimos, a través de la televisión), es decir, aquellos en los que se basan las teorías acerca de la capacidad formativa del medio televisión. Medrano (2005), explica las distintas estrategias metodológicas para poder usar la televisión como un recurso educativo. Así, el papel que juega la televisión como agente socializador enlaza con el éxito de esta misma tanto en niños, como en adolescentes y/o adultos. Y, aunque, ciertamente la competencia mediática difiere en función de los países, también es cierto que existe un modelo conductual (modelo de Schwarte, en Medrano, 2005) gracias al cual pueden estudiarse las conductas visualizadas de los espectadores, que se basa en la Teoría de la Recepción (dentro de un marco constructivista).

El impacto de la televisión es debido a la posibilidad de presentar imágenes visuales en acción en relación con los mensajes auditivos, lo que Medrano (2005) denomina el aprendizaje observacional y emocional: nos referimos a la alfabetización audiovisual.

Esta misma autora, unos años después, en 2008, afirma que con la alfabetización audiovisual se debe conseguir que las audiencias sean

---

<sup>26</sup>Datos aportados por la propia RTVA.

capaces, por una parte, de descodificar los contenidos; pero, por otra, mucho más importante, los lenguajes, formas y gramáticas.

Pero, llegados a este punto nos planteamos, ¿qué aporta la televisión en los distintos aspectos del desarrollo humano?

Cuando hablamos de desarrollo podemos hacerlo desde dos perspectivas: Desarrollo humano o humanitario (que podríamos definir como las diversas opciones que tiene una persona para hacer lo que desea) o desarrollo de la persona, de su capacidad formativa. En el primero de los casos, cabe destacar que a mayor cantidad de opciones, mayor desarrollo humano; y a menor cantidad de opciones, menor desarrollo humano. Es, por tanto, una forma de medir la calidad de vida de las personas en su medio inmediato. En este caso hablamos del IDH (Índice de Desarrollo Humano) para medir ese desarrollo. El IDH, creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, se basa en un indicador que parte de (*grosso modo*):

- a. Esperanza de vida
- b. Educación (tasa de alfabetización)
- c. Recursos económicos (PIB)

Cuando nos referimos a la segunda de las opciones, al desarrollo de la capacidad formativa, podemos hablar del desarrollo de cada persona a nivel de capacidades, aptitudes y actitudes. Así, nos quedamos con esta segunda postura para ver su relación con la televisión.

Partimos de la idea de que la televisión no es la responsable al completo de la formación de la sociedad, de sus individuos, pero sí debe tener cierta labor formativa; y es que, partimos de que todo medio de comunicación supone, en mayor o menor medida, una herramienta de difusión masiva de información y contenidos.

En el caso de la televisión, el simple hecho de trabajar en ella ya conlleva una responsabilidad para con la sociedad debido, entre otras cuestiones, a que en esta sociedad existe un (muy) alto porcentaje de personas con una cultura relativa, con dudosa preparación, formación y/o educación. Y es, justamente, a estas personas a quienes más les afecta (también muy) negativamente ciertos programas de televisión, sus protagonistas, su visión de la vida y sus actuaciones. En este grupo incluimos no solo a personas poco letradas sino, además, personas con la personalidad poco definidas: caso de niños, adolescentes, y mayores (sobre todo), entre otros.

¿Qué aporta, pues, la televisión a este desarrollo como personas, como seres humanos? Al margen de opiniones personales hay que destacar que, según Medrano (2008), el espectador que ve un modelo determinado, actúa imitando esos modelos, esos patrones. Porque, entre otros, la televisión favorece un tipo de comprensión que se apoya en imágenes visuales, desarrollándose actitudes distintas a las aprendidas con la comunicación verbal.

Además, la televisión entretiene y es divertida. Pero esos entretenimiento y diversión se basan en lo que Bermejo (2005, en Medrano, 2008) denomina el principio de regulación tensional.

También encontramos efectos negativos, cómo no, en la relación televisión – desarrollo. Por ejemplo, en lo que a efectos manipuladores de los medios sobre la población infantil se refiere. Asimismo, la teoría del impacto inevitable, que separa la causa del efecto (es decir, el mensaje de la consecuencia cognitiva, emotiva o pragmática) siguiendo la opinión de la autora, creemos que está más que superada y debemos descartarla.

El enfoque sociológico sostiene que la educación es sinónimo de análisis de las motivaciones personales de los sujetos para la elección de sus gustos mediáticos y, en este sentido, es fundamental conocer



el papel educativo de las instituciones tradicionales (entorno, familia, instituciones educativas o formativas, etc.). Y, desde el punto de vista de la semiología, se propone el estudio de los medios, sus códigos y sus convenciones para, de este modo, analizar el lenguaje de los textos mediáticos en función de las distintas representaciones que transmite.

A partir de aquí, y haciendo una revisión general, coincidimos con la idea de Medrano (2008) de que el espectador no es un ser pasivo, sino activo, aunque en determinadas circunstancias la televisión fomente una actitud pasiva.

Los efectos que en el ser humano pueden darse como consecuencia de un visionado de televisión son muy diversos y variados (bebés – *Baby Einstein vs. Bob esponja* -, niños – *Sesam Street vs. Shin Chan* -, adultos – programas de *National Geographic vs. Mujeres y hombres y viceversa* -, etc.), partiendo de la base de que, como apuntábamos, la televisión puede llegar a fomentar un estado de pasividad en el receptor que se conforme (es decir, sin visión crítica de contenidos ni formas) con lo que la empresa emisora (pública o privada) decida (por él) qué es lo más adecuado. Lo que la cadena televisiva decide que es mejor no siempre es lo de mayor calidad (desgraciadamente, cada vez con menor frecuencia) o lo que más pensamiento crítico fomenta ya que, en muchos casos (vamos a no ser extremos y no decir la mayoría), la contratación y emisión de diversos espacios se limita a cuestiones puramente económicas (audiencias, contrataciones publicitarias, etc.).

¿Qué puntos de vista y ópticas surgen a raíz del artículo de Medrano (2008)? Las competencias socioemocionales o el procesamiento de la información, entre otros. Y todo ello analizando el desarrollo de las competencias televisivas en un programa que se dirige a un público más difícil de (re) educar como en el caso de los niños.

Una vez que nos hemos introducido en el fenómeno de la educomunicación a través de la televisión como *mass media*, procedemos a delimitar el ámbito de estudio que circunscribe nuestra investigación. El objetivo general de la investigación es abordar el estudio del programa *La Tarde*, como fenómeno (o herramienta) educador en valores humanos. Para Selltiz, Wrightsman y Cook (1980:91) un examen de la teoría y de la investigación en el propio campo de interés, si se realiza con un ojo puesto en los problemas no resueltos o en nuevas aplicaciones, puede sugerir una buena cantidad de cuestiones investigables que, aun no siendo revolucionarias, resultan, sin embargo, significativas contempladas como corpus de conocimiento científico que se va acumulando gradualmente. En este sentido, la finalidad de la investigación surge de la observación del cambio social que se viene produciendo en los últimos años, por parte de la opinión pública, acerca de un programa concreto. Y esta nueva perspectiva de análisis es precisamente el factor que delimita nuestro ámbito de estudio, que queda pues circunscrito por los dos aspectos clave que conforman el objetivo general de la investigación: la televisión y la educomunicación (en este caso, para mayores). De esta forma, intentaremos analizar el fenómeno sociológico de la gran cantidad de personas de edad avanzada que viven en soledad, indagaremos en cómo el programa televisivo *La Tarde* intenta paliar dicha cuestión por medio de un discurso que puede ser tomado como educativo y qué respuesta, positiva o negativa, reciben del entorno quienes optan por seguir los nuevos valores que defiende el programa.

En palabras de Krippendorff, “la investigación científica surge del deseo de conocer o entender mejor una porción del mundo real” (1990:252). En este sentido, abordar el fenómeno de la educomunicación audiovisual a través del estudio de un caso concreto

traza un mapa que conforma y delimita nuestra porción del mundo real a investigar: La televisión como medio educador y el concepto de educomunicación destinado a mayores. Y, porque según Selltiz, Wrightsman y Cook “resulta importante determinar los límites de cuánto se trata de abarcar en un solo estudio” (1980:116). Así, nosotros proponemos el estudio de una serie de programas que incluyen espacios desde su puesta en marcha en septiembre de 2009 hasta junio de 2016 para poder observar su evolución.

¿Cómo? El análisis lo explicamos más adelante, cuando definimos la metodología que usaremos en el estudio, así como el trabajo de campo en sí.

## 5. CONSIDERACIONES CONCEPTUALES

### 5.1. De la sociedad de la información a la sociedad digital

#### 5.1.1. La sociedad de la información

Para comprender el concepto de ‘sociedad digital’, tenemos que situarnos, previamente, en el de ‘sociedad de la información’. Y para comprender el concepto de sociedad de la información hemos de remontarnos a finales de la década de los sesenta y principios de los setenta cuando una serie de autores ponen de manifiesto el inicio de un periodo de cambios económicos y sociales que nos conducirán hacia una nueva etapa de la historia. Entre ellos se encuentran Drucker (1969) y Bell (2006), quienes inciden en el hecho de que se está produciendo una transformación fundamental en la estructura de los países: la transición hacia una economía en la que el conocimiento será el factor productivo clave, relegando a un segundo plano a los factores tradicionales, capital, trabajo y tierra.

Según Drucker (1969) la ruptura respecto a la etapa anterior es comparable a la que se produjo como consecuencia de la segunda Revolución Industrial. La nueva era que se inicia se caracteriza por la generación de valor que se produce a partir de la transmisión y aplicación de la información; de hecho este autor considera que el poder disponer de información rápidamente y a un bajo coste tiene un impacto tal como el que supuso la aparición de la electricidad.

Por su parte, Bell (1976) pone de manifiesto la transición hacia la sociedad *post-industrial*, caracterizada por el tránsito de una economía productora de bienes a una economía de servicios, el dominio de una clase de profesionales y técnicos, la importancia del conocimiento como fuente de innovación, el control de la tecnología y la creación de una nueva tecnología intelectual.

El precursor del concepto sociedad de la información es el sociólogo japonés Yoneji Masuda a través de sus dos obras más conocidas *Una introducción a la Sociedad de la Información* (1968) y, especialmente en *La Sociedad de la Información como sociedad post-industrial, Institute for the Information Society*<sup>27</sup> (1980). Es en esta última donde enuncia por primera vez el término<sup>28</sup> definiéndola como una sociedad que crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo material. Destaca como factores claves el conocimiento y la innovación, junto a la adopción y difusión de las tecnologías que facilitan el tratamiento y transmisión de la información y el conocimiento.

---

<sup>27</sup>Obra que al ser traducida al español cambia 'información' por 'informatizada': *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*, (Madrid: Fundesco-Tecnos, 1984).

<sup>28</sup>Junto a Masuda otros dos autores usan este concepto a comienzos de la década de los 90: Alvin Toffler (1990) y John Naisbitt (1994)

La Unión Europea, en el *Informe Bangemann* (1994), afirma que la sociedad de la información es una sociedad emergente a la que están dando paso las nuevas tecnologías de la información y comunicación a través de una nueva revolución industrial basada en la información y a la cual es preciso adaptarse con rapidez para aprovechar todas las posibilidades que ofrece.

Por su parte, Castell (1996, 2001, 2009) añade a este concepto connotaciones nuevas y le da un carácter más humano. Añade, por ejemplo, que la sociedad de la información es un estadio de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera. Este autor entiende que la disponibilidad de una tecnología adecuada es condición necesaria, pero no suficiente, para la transformación de la estructura social. Se hace, por tanto, necesario un conjunto de circunstancias para adaptar la estructura social a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación:

- “capacidad de auto-expansión y de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad;
- capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente;
- su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalizadas”

(Castell, 1996:33)

El mismo autor sostiene que la sociedad de la información tiene repercusiones económicas, sociales y de valores, que se van convirtiendo poco a poco en un fenómeno global, que tiene su origen fundamentalmente en las sociedades industrializadas más maduras. De hecho, la adopción de este paradigma basado en la tecnología,

está íntimamente relacionado con el grado de desarrollo de la sociedad. Sin embargo, la tecnología no es sólo un fruto del desarrollo (por ser consecuencia de éste), sino también, y en gran medida, uno de sus motores (por ser una herramienta de desarrollo) (Castell: 1996).

¿Qué distingue entonces, según Castell, una sociedad de la información de otro tipo de sociedades? Indicadores tecnológicos, políticos, económicos y sociales definen modelos diferentes de sociedades, como:

- Uso de nuevas tecnologías en todos los ámbitos sociales (educación, salud, transportes...).
- El grado de desarrollo económico, el dinamismo de la economía, competitividad, innovación y productividad.
- La relación entre universidades, centros de I+D, sector empresarial y sector público.
- El estado de bienestar social.
- Grado de cobertura salud y educación.
- Valores y grado de compromiso político.
- Valores sociales: libertad, niveles de injusticia, discriminación de género, exclusión social por analfabetismo funcional, etc.

(Castell, 1996: 35-118; 2009: 45-69)

Asimismo, en el año 2003 en Ginebra y en 2005 en Túnez tuvieron lugar dos sesiones de la Cumbre de la Sociedad de la Información. En su declaración de principios reza que la sociedad de la información debe estar centrada en la persona y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la

base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas. Nos parecen especialmente relevantes estas dos últimas aportaciones precisamente por ese carácter humano, por su contenido social y porque nos remiten directamente a la posibilidad de generar y difundir contenido de manera plural y colaborativa.

Podríamos recoger muchas más definiciones que diversos autores han propuesto para el término sociedad de la información ya que no estamos ante un concepto único y universalmente admitido. Lo que sí ponen de manifiesto todas estas enunciaciones es un hecho fundamental: el papel clave de la información y de las tecnologías que permiten el acceso y la difusión de la misma como característica definitoria un nuevo contexto económico, educativo y social.

Nosotros proponemos identificar la sociedad de la información como aquella en la que la materia prima es la información, donde los sistemas de comunicaciones, ágiles y baratos, combinados con las tecnologías avanzadas de la información, están provocando una renovación en todos los órdenes de nuestra vida. La idea de sociedad de la información engloba un conjunto de actividades industriales y económicas, comportamientos sociales, actitudes y formas de organización política y administrativa, producto del uso de las tecnologías de la información y la comunicación. En esta nueva sociedad todos podemos crear, acceder, utilizar y compartir información y el conocimiento: es un bien comunitario para aquellos que posean las tecnologías suficientes. Es una sociedad en la que la creación, distribución y manipulación de la información forman parte importante de las actividades culturales y económicas cotidianas.

En este sentido, Cardoso (2010: 123), haciéndose eco de las palabras de Castell, prefiere hablar de “Sociedad Informacional” surgida del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación durante los últimos años, sumado a las tendencias de globalización

política y económica, donde el espacio de flujos se vuelve cada vez más importante que el espacio de lugares. El concepto espacio empieza a carecer de importancia. Aunque esta última idea sobre el espacio nos parece imprescindible para entender la nueva situación en la que nos encontramos, no terminamos de estar de acuerdo con la expresión sociedad informacional.

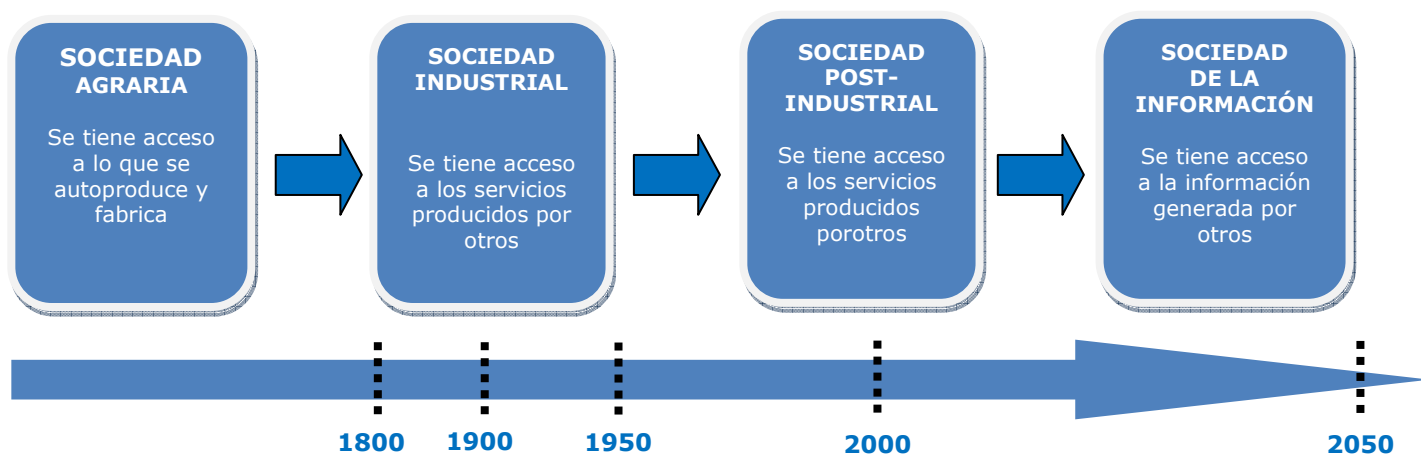
Esta sociedad basada en la transmisión de la información es, según el Consejo Empresarial para la *Sociedad de la Información*, constituido por iniciativa de la CEOE<sup>29</sup>, la última de las tres etapas que ha atravesado la sociedad moderna: la etapa Industrial, la post-industrial y la del momento presente, la etapa de la Información. Esta última presentaría como rasgo diferenciador respecto a las anteriores el acceso casi ilimitado a los servicios de la información generada por otros, en contraposición al acceso a bienes materiales.

---

<sup>29</sup> CEOE: Confederación Española de Organizaciones Empresariales

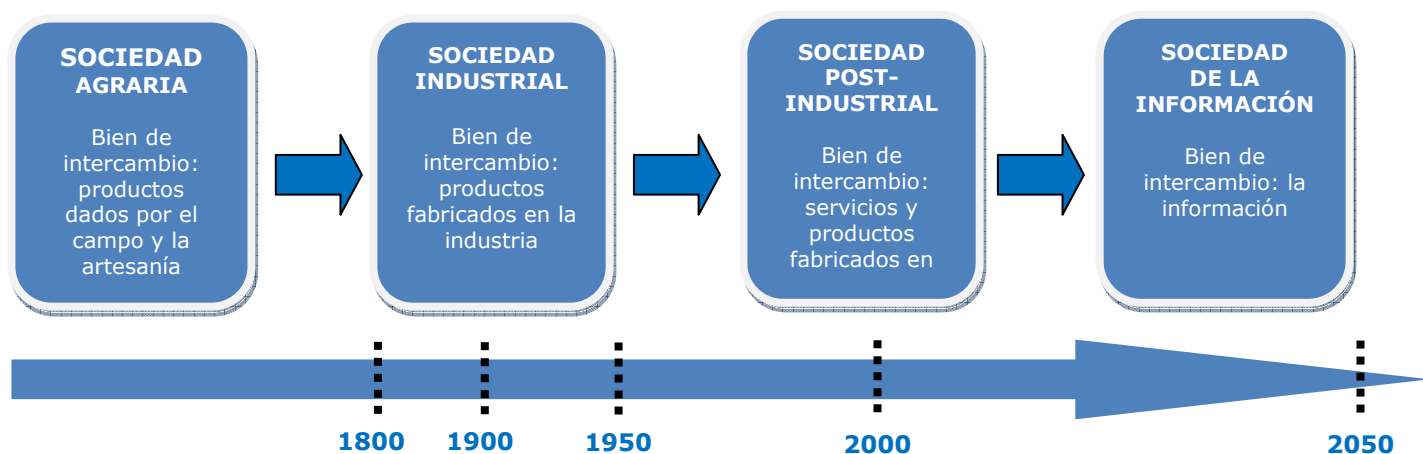


Figura 2. Modelo de sociedad y acceso a la producción



Fuente: elaboración propia basada en <http://ciberperiodismoperu.blogia.com/temas/sociedad-de-la-informacion.php>

Figura 3. Modelo de sociedad y bienes de intercambio



Fuente: elaboración propia basada en <http://ciberperiodismoperu.blogia.com/temas/sociedad-de-la-informacion.php>

Rifkin (2011) avanza un poco más sobre este aspecto y vislumbra la llegada de la Tercera Revolución Industrial. Aunque su discurso se centra principalmente en el uso de los recursos energéticos, su asimilación con el uso de Internet deja ver la gran importancia que la sociedad de la información tiene en esta posible nueva revolución. Continúa Rifkin aventurando que el futuro pasa por que millones de personas puedan generar energía verde y autoabastecerse tanto en casa como en el trabajo, del mismo modo que cualquier persona puede generar información y compartirla a través de Internet. De este modo, se democratizará también el acceso a la energía gracias a las renovables. Rifkin (2011) plantea una forma de capitalismo con menos jerarquía y más colaboración en red a través de nodos. A través de estas premisas sostiene que vendrá una sociedad más equitativa, alejada de las dictaduras de que generan las grandes corporaciones y que constituyen poder jerárquico. Y todo ello revertirá, indiscutiblemente, en una democratización de la información, del acceso a ella, de la generalización de su uso y, por ende, de una forma de educación y alfabetización.

¿Es realmente tan novedoso el entorno que describe la Sociedad de la Información? Martín y Chicheri (2010) tienen otra perspectiva y exponen claramente cómo la transmisión de la información es un acto realizado por los hombres desde hace siglos, y por ello entendemos que se trata de una cualidad innata en el hombre: la posibilidad y la necesidad de comunicarse. Por lo tanto nos parece más interesante hablar de sociedad de la conversación para etiquetar sociedades más antiguas en las que no existían medios de comunicación que eliminaran como los de hoy día, las barreras espacio y tiempo.

Brey, Inniterarity y Mayos (2009:15), por su parte, reflexionan sobre cómo en unos pocos años los humanos nos hemos dotado de una nueva forma de comunicación. Sin embargo, no tienen tan claro el

concepto de novedad ya que desde hace mucho tiempo disponemos de multitud de medios para intercambiar información más allá del simple lenguaje oral: la televisión, el teléfono y el servicio postal de correos, entre otros. Para estos autores la perspectiva tecnológica no es, en realidad, la más adecuada para comprender las diferencias esenciales entre las diferentes formas de comunicación. Y anima a recurrir a un análisis de tipo topológico que permita clasificarlas en función de cómo fluye la información en las sociedades donde se dan.

### **5.1.2. La sociedad del conocimiento**

Como expresábamos anteriormente, la sociedad de la información es llamada también sociedad del conocimiento, utilizándose casi siempre de manera indiscriminada. A pesar de ello, en esta investigación entendemos que la información no es lo mismo que el conocimiento, ya que la información es efectivamente un instrumento del conocimiento, pero no es el conocimiento en sí. El conocimiento obedece a aquellos elementos que pueden ser comprendidos, aplicados y transmitidos por los miembros de una sociedad, mientras que la información está compuesta por aquellos elementos que a la fecha obedecen en buena medida a intereses políticos o comerciales, retrasando lo que para muchos en un futuro será la sociedad del conocimiento.

La Real Academia Española (RAE) les otorga las siguientes definiciones a ambos conceptos (2009: 570 y 357)

“Información (Del lat. informatiō, -ōnis).

1. f. Acción y efecto de informar.
2. f. Oficina donde se informa sobre algo.
3. f. Averiguación jurídica y legal de un hecho o delito.

4. f. Pruebas que se hacen de la calidad y circunstancias necesarias en una persona para un empleo u honor. U. m. en pl.
5. f. Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.
6. f. Conocimientos así comunicados o adquiridos.
7. f. *Biol.* Propiedad intrínseca de ciertos biopolímeros, como los ácidos nucleicos, originada por la secuencia de las unidades componentes.
8. f.ant. Educación, instrucción.

#### Conocimiento

1. m. Acción y efecto de conocer.
2. m. Entendimiento, inteligencia, razón natural.
3. m. Conocido (ll persona con quien se tiene algún trato, pero no amistad).
4. m. Cada una de las facultades sensoriales del hombre en la medida en que están activas. *Perder, recobrar el conocimiento*
5. m. *Com.* Documento que da el capitán de un buque mercante, en que declara tener embarcadas en él ciertas mercaderías que entregará a la persona y en el puerto designados por el remitente.
6. m. *Com.* Documento o firma que se exige o se da para identificar la persona del que pretende cobrar una letra de cambio, cheque, etc., cuando el pagador no le conoce.
7. m. desus. Papel firmado en que se confiesa haber recibido algo de alguien, y se obliga a pagarlo o devolverlo.
8. m. ant. gratitud
9. m. pl. Noción, ciencia, sabiduría”.

En el caso de información nos quedamos con la quinta acepción y en el de conocimiento con las dos primeras para marcar la gran diferencia; conocimiento implica sabiduría. Por su parte la definición de información resalta un concepto que hasta ahora ninguna de las definiciones vistas habían tenido en cuenta: la noción de comunicación.

Uno de los grandes impulsores de distintas nomenclaturas para etiquetar nuestra sociedad es Castell que propone términos como

“sociedad red” (2009: 52) y “sociedad del conocimiento” (2006: 120). Castell (2006) entiende la sociedad del conocimiento como un código para hablar de una transformación social tecnológica, puesto que todas las sociedades son del conocimiento. Se trata de una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada sobre el procesamiento de información, la generación del conocimiento y las tecnologías de la información. Lo que la distingue especialmente es que en los últimos veinte o veinticinco años se está pasando a un paradigma similar al que ocurrió cuando se constituyó la sociedad industrial.

Así, la similitud de los conceptos señalados hasta ahora es también recogida por la UNESCO<sup>30</sup> (AA.VV., 2005) ya que considera la noción de sociedad del conocimiento como inseparable de los estudios sobre la sociedad de la información, suscitados por el desarrollo de la cibernética. Desde la perspectiva de la UNESCO una sociedad del conocimiento es una sociedad con capacidad para generar, apropiar, y utilizar el conocimiento para atender las necesidades de su desarrollo y así construir su propio futuro, convirtiendo la creación y transferencia del conocimiento en herramienta de la sociedad para su propio beneficio. En este sentido, la sociedad del conocimiento es para nosotros una nueva cultura digital, donde priman los modelos abiertos de información, en la que se valora la capacidad para compartir, construir conocimiento de forma colectiva y consolidar comunidades de prácticas, generando de esta manera mayor valor económico.

Para esta investigación es primordial, como ya se ha hecho hincapié, la visión humana. Por ello recogemos la opinión de Molinuevo (2006)

---

<sup>30</sup>UNESCO: (*United Nations Educational Scientific and Cultural Organization*) Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

que habla de nuevas tecnologías desde un punto de vista antropológico. Este autor se fija en un modelo antropológico vigente a mediados del siglo pasado, que intentaba resucitar una cierta modernidad y al que denomina *homo videns*<sup>31</sup>.

En este sentido, cabe mencionar el papel de la tecnología, en este caso la digital, que ha supuesto no sólo el acceso a un flujo casi ilimitado de contenidos, sino, además, la aparición de nuevas formas de acceder y de consumirlo. La información y la comunicación han sido precisamente de los ámbitos más influidos por este nuevo entorno. Por ello, coincidimos con el concepto de Sociedad Red acuñado por Castell (2009), quien entiende que estamos inmersos en una estructura reticular formada por redes informacionales basadas en sistemas electrónicos, es decir, la sociedad red es fruto de la posibilidad de interconectar las existentes redes entre individuos con carácter local a nivel global.

La estructura de la Sociedad Red lleva a una nueva manera de marginación y exclusión social: los que están dentro de las redes y los que están fuera por no participar de las nuevas tecnologías; es lo que Castell (2006, 2009) llama 'brecha digital'. La no participación puede estar motivada por diversas causas, entre las que destacamos: vivir en zonas donde no ha llegado el desarrollo tecnológico, o pertenecer a generaciones a la que las TICs (Tecnologías de la Información y la

---

<sup>31</sup>*Homo Videns* es un término acuñado por el conocido teórico Geovanni Sartori quien en su obra *Homo Videns: la sociedad teledirigida* (1997) afirma de una forma bastante bien sustentada cómo *el homo sapiens* (el hombre que piensa) se está transformando en el *homo videns* (el hombre que ve) en el cual la palabra y el pensamiento han sido derrotadas por la imagen; esto es: que vemos imágenes todo el tiempo como sucede en el significativo caso de la televisión, pero no cuestionamos, no interpretamos, no pensamos esas imágenes, lo cual, como afirma Sartori, nos conduce a un ver sin entender, que ha acabado con el pensamiento abstracto, con las ideas claras y distintas. Esto fenómeno lo lleva a hablar de sociedades teledirigidas.

Comunicación) les ha cogido a edades avanzadas y mayores para incorporarse.

Las interacciones entre individuos, aunque se realizan en un entorno global, producen en ellos experiencias muy próximas al carácter local, a pesar de no ser comunicaciones sincrónicas. Esto es debido a la propia naturaleza de las redes distribuidas entorno a nodos. Por eso los individuos, a pesar de poder hacer uso de la totalidad de la red, se reúnen con otros individuos con intereses afines alrededor de contenidos que satisfacen sus propias inquietudes.

### **5.1.3. La sociedad digital**

Hablamos también de sociedad digital, como sinónimo de sociedad de la información y sociedad del conocimiento. En esta investigación no pretendemos defender ninguno de los términos como el más correcto si no que pretendemos poner el énfasis en cómo estamos cambiando el modo de acceder a los medios y sus consecuencias en la población. Y buena parte de esta revolución digital radica en el papel protagonista, cada vez mayor, que está adquiriendo el consumidor de medios, no ya como el consumidor tradicional pasivo sino como protagonista.

Cebrián (2000) resume este tipo de sociedad en 6 puntos:

1. La sociedad digital es global: no conoce fronteras geográficas y temporales.
2. La sociedad digital es convergente: confluyen en ella muchas disciplinas, tareas y especialidades del saber y el hacer que acostumbraban a andar por separado.
3. La sociedad digital es interactiva: el fundamento de su acción es el diálogo, la cooperación.

4. La sociedad digital es caótica: no admite jerarquías reconocidas ni se somete fácilmente a los parámetros habituales de la autoridad.
5. La sociedad digital es la cuna de una nueva realidad virtual: no es solo una realidad imaginada o representada.
6. La sociedad digital es rauda: se desarrolla de forma casi autónoma a gran rapidez, y ha desbordado todas las previsiones sobre su crecimiento.

Los nuevos medios de comunicación no sólo han renunciado a producir específicamente para su público a favor de que sean estos quienes lo hagan sino que además establecen sistemas para que sean también los usuarios quienes, de forma automática, a través de sus actos, decidan sobre la jerarquización y la relevancia de los contenidos<sup>32</sup>. Ridderstrale y Nordström (2000) afirman que la sociedad está cambiando desde el punto de vista de que el talento de las personas es cada vez más determinante, e incide en los resultados mediáticos. Estos autores denominan '*fuerzas funk*' (nuevos valores, desarrollo tecnológico, globalización, sociedad de la información...) a los fenómenos que están dando lugar a un mundo distinto, la denominada '*aldea funk*', que conlleva que tanto personas como empresas se hallen ante un nuevo paradigma que las obliga a cambiar actitudes.

Es evidente que el nuevo entorno está modificando y acelerando la historia de la era de la información; a la que hemos llegado, al menos parcialmente, gracias a un proceso de evolución sociedad-tecnología. Estamos ante un escenario, en el que interactúan lo social (cómo y dónde nos comunicamos y relacionamos) y lo tecnológico (nuevas

---

<sup>32</sup> Este fenómeno se conoce como *Folcsonomía*, calco del inglés *folksonomy*, y es un neologismo que da nombre a la categorización colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres llano, sin jerarquías ni relaciones de parentesco predeterminadas.



herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios) provocando cambios de lo uno sobre lo otro. Un escenario que sigue en evolución y se le supone un carácter emergente, lo cual, sin necesidad de profundizar en detalles, significa que nos enfrentamos al análisis de un fenómeno, a día de hoy sin terminar, que está modificando también, como se puede desprender de lo visto hasta ahora, el paradigma de la comunicación y de la educación a través de los medios.

## 5.2. Educación

Si partimos de la propia definición de educación y educar que aparece en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (AA.VV., 2001: 864), en su vigésimo segunda edición encontramos que ‘educación’ se refiere a la “acción y efecto de educar”. Por su parte, en la misma obra (AA.VV., 2001: 864) aparece claramente que ‘educar’ es “dirigir, encaminar, doctrinar”, entre otras tantas acepciones.

Éstas son las acepciones de las que partimos en este estudio: de cómo un determinado programa televisivo dirige, encamina. Porque lo cierto es que ‘educar’ hace alusión a aportar a alguien una nueva visión hasta el momento no contemplada, dar elementos para que la persona construya su entorno, su realidad y que, de este modo, participe en un proceso de desarrollo y construcción personal.

Esta participación consiste en crear condiciones (sociales, pedagógicas) para que dicha construcción se lleve a cabo de una forma óptima y, de este modo, articular las relaciones sociales y, sobre todo, la realización personal.

Al hablar de educación no nos referimos solamente a procesos educativos o a determinados saberes, sino que lo entendemos como desarrollo de una formación en cultura ciudadana, social, plural,

democrática, solidaria, de construcción de un mundo mejor, más amable y más feliz.

Educar es formar ciudadanos que asuman su condición de personas que viven rodeadas y que, por tanto, han de seguir unas normas. Así, Savater (1997: 36) afirma que: “la libertad y la autonomía son, paradójicamente, fruto de la disciplina. Nadie puede mandarse y obedecerse a sí mismo, si antes no es capaz de obedecer a otro”.

Lagardera (1992: 55) afirma que “nada educa per se y, al mismo tiempo, todo en la vida es susceptible de promover una situación educativa”. También Duart (2002) afirma que “la educación no es una acción neutra. Los valores éticos se encuentran en la razón y el objetivo de la acción educativa. Aprender es ante todo educarse, formar el propio ser. Y éste es un proceso que se desarrolla de forma permanente a lo largo de nuestras vidas”. Por ello, desde la concepción de esta investigación vamos a estudiar la educación y su entorno en relación con los medios de comunicación (centrándonos en un medio concreto, la televisión). Pero, para ello, también hemos de definir otros conceptos como son educomunicación y comunicación audiovisual.

### **5.2.1. Las reformas educativas en España**

A lo largo de la historia de España la educación ha sufrido cambios numerosos. Desde los comienzos de los primeros sistemas educativos, donde la formación no era obligatoria, hasta hoy, la educación ha evolucionado hasta conformarse como es en la actualidad, donde gran parte es de carácter obligatorio y existen multitud enseñanzas especializadas. Sin embargo, los cambios más notables que ha sufrido la educación vienen dados por las diferentes legislaciones y reformas que la han regulado en cada momento,

entendiéndolas como “modificaciones estructurales como respuestas a cambios necesarios” (Gairín, 2009: 22).

Algunas leyes han durado más que otras y han tenido mayor impacto y trascendencia en la historia de la educación, como por ejemplo la *Ley 14/1970, de 4 de agosto, General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa*, que supuso una verdadera revolución en el ámbito educativo. Por el contrario, otras, como la *Ley Orgánica 9/1995, de 20 de noviembre, de la Participación, la Evaluación y el Gobierno de los centros docentes*, ni siquiera se han llevado a la práctica.

En este sentido, la literatura científica recoge multitud de estudios que ofrecen una panorámica general de las políticas educativas a lo largo de la historia como es el caso de Beltrán; Hernández y Montané, (2008) quienes ayudan a entender el proceso de las distintas legislaciones en este país.

Las siete leyes educativas llevadas a cabo en España son:

1. La Ley General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa (LGE, de 4 de agosto de 1970): La Ley General de Educación, se aprobó en el tardofranquismo con el apoyo de UCD y estuvo vigente hasta 1980. Estableció la enseñanza obligatoria hasta los catorce años y tras ocho años de Educación General Básica (EGB), se accedía al Bachillerato Unificado Polivalente (BUP), o a FP (Formación Profesional).
2. La Ley Orgánica por la que se regula el Estatuto de Centros Escolares (LOECE de 1980): Elaborada y aprobada por UCD, el PSOE la recurrió por no respetar el espíritu de la Constitución, y el Tribunal Constitucional le dio la razón, por lo que se debería haber revisado; no obstante, el golpe de estado del 23-F, y la posterior victoria electoral del PSOE,

hicieron que esta ley no llegase a entrar en vigor nunca. lo evitó. Nunca entró en vigor.

3. La Ley Orgánica del Derecho a la Educación (LODE, de 3 de julio de 1985: Promovida y aprobada por el PSOE, fue la ley que incorporó el sistema de colegios concertados.
4. La Ley Orgánica General del Sistema Educativo (LOGSE, de 3 de octubre de 1990): Aprobada por el PSOE, esta ley supuso el fin de la LGE, introdujo la escolaridad obligatoria hasta los 16 años mediante la Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO) y otorgó un gran peso educativo a las comunidades autónomas al conferirle una gran parte de las competencias.
5. La Ley Orgánica de Participación, Evaluación y Gobierno de los Centros Docentes (LOPEG, de 20 de noviembre de 1995): Conocida como 'Ley Pertierra', fue aprobada por PSOE, CiU y PNV. Otorgaba a los centros una mayor autonomía y casi todas las competencias y obligaba a los colegios concertados a admitir a alumnos pertenecientes a minorías sociales. Esta legislación permitía la jubilación anticipada del profesorado a los 60 años.
7. La Ley Orgánica de Calidad de la Educación (LOCE, de 23 de diciembre de 2002): La LOCE, aprobada por el PP, nunca llegó a aplicarse pues fue paralizada en 2004 cuando el PSOE llegó al gobierno. Esta ley establecía diferentes itinerarios en la ESO y el Bachillerato, cambios de contenidos en la educación infantil, una prueba de reválida al final del bachillerato y la asignatura de religión evaluable y computable.
8. La Ley Orgánica de Educación (LOE, de 3 de mayo de 2006): Aprobada por el PSOE, la LOE incluía la asignatura de

Educación para la Ciudadanía y mantenía la de religión como oferta obligada por los centros, pero optativa para los alumnos. Permitía pasar de curso con dos suspensos, y se blindaban las enseñanzas comunes que debían impartirse en todas las comunidades, y que debía ser de entre el 55 y el 65 por ciento según sean comunidades con lengua cooficial o no.

9. La Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE, de 9 de diciembre de 2013): Aprobada por el PP ha sido la más polémica de todas por tener la mayor de las oposiciones de la historia. Supone la reforma de las anteriores LOE y de la LOGSE, y en ella se vuelve a dar plena validez académica a la asignatura de religión, se recuperan las pruebas externas de evaluación (reválidas) y es más exigente a la hora de otorgar becas universitarias, estableciendo concierto con los colegios que separan por sexo a los alumnos.

No obstante, y a pesar de los continuos cambios consecuencia de los distintos cambios de gobierno, entendemos que más allá de tensiones políticas las reformas en educación tienen como principal objetivo introducir cambios orientados a la mejora de la calidad, como aspecto necesario para la adaptación del sistema educativo a las características cambiantes de la sociedad.

### **5.2.2. La educación para personas adultas**

La educación para personas adultas, como concepto, es bastante reciente. Tradicionalmente se consideraba que la educación estaba destinada a los niños y jóvenes. Sin embargo, parece que ya está bastante aceptado que se refiere la educación que se ofrece a las

personas de edad relativamente mayor a la aceptada o acostumbrada regularmente en la educación por niveles y grados del sistema educativo actual, dirigida a suplir y complementar su formación.

En 1976, durante la Conferencia General de la UNESCO se afirmaba que:

“La expresión de adultos designa la totalidad de los procesos organizados de la educación, sea cual sea el contenido, nivel o el método, sean o no formales, ya sea que se prolonguen o reemplacen la educación inicial dispensada en las escuelas y universidades, y en forma de aprendizaje profesional, gracias a las cuales las personas consideradas como adultos a la sociedad a la que pertenecen, desarrollan sus aptitudes, enriquecen sus conocimientos, mejoran sus competencias técnicas o profesionales, etc.”

La educación para adultos se percibe como un proceso permanente e integral de formación y actualización, dirigido a la preparación de una persona crítica, democrática, dinámica, y, sobre todo, elevar su autoestima haciéndolo sentir productivo (Montoya, 2002). Adicionalmente está destinada a lograr la formación de quienes no recibieron educación sistemática o metódica, así como para aquellos que la recibieron insuficientemente (López-Barajas, 2007).

Responde a la obligación de diversas instituciones de proporcionar a la población adulta la oportunidad de satisfacer su derecho a la educación, partiendo del hecho de que no hay límites de edad para aprender, y que las personas siempre pueden ampliar su formación. De este modo, en línea con Pascual (2000) podemos afirmar que obtener una buena calidad de la educación es un paso hacia el progreso y la mejoría en muchos ámbitos de la vida para estas personas.

La oferta educativa actual se compone de diversas actividades formativas, tanto en formación reglada como no reglada, y enseñanzas encaminadas a la realización de pruebas específicas que permitan la obtención de un título académico o profesional, así como el acceso a determinadas enseñanzas o aprendizajes personales. Están destinadas a personas mayores de 16 años que no terminaron sus estudios básicos, no tienen ninguna titulación o quieren actualizar sus conocimientos profesionales. Y lo cierto es que, en la mayoría de los casos, el perfil de adulto supera con creces los 16 años, siendo más frecuente la formación en mayores de 45 años (López-Barajas, 2007).

En España, la educación de adultos viene regida por la LOGSE, donde se acuñaron dos nuevos términos, que no son sólo un cambio de forma respecto a lo propuesto en las legislaciones anteriores, sino también un cambio de fondo: por un lado tenemos la educación de personas adultas, para evitar el sexismo, y, por otra, la educación permanente para dar una continuidad a la educación. Con la LOCE los objetivos que se le presentan a la educación de personas adultas siguen siendo prácticamente los mismos que se le configuraban en la LOCE. Sin embargo, y en este sentido, es la Ley Orgánica de Calidad de la Educación la que desarrolla en la actualidad la concepción de la educación basada en la idea de aprendizaje a lo largo de toda la vida y reconoce la educación permanente como principio básico del sistema educativo. El Título III de esta Ley está dedicado a la educación de las personas adultas, dándole así un tratamiento similar al del resto de las enseñanzas en las que se organiza el sistema, aunque, otorgándole unos objetivos propios:

- Actualizar la formación básica y facilitar el acceso a los diferentes niveles del sistema educativo a aquellas personas que lo deseen.

- Desarrollar programas y cursos para responder a determinadas necesidades educativas específicas de grupos sociales desfavorecidos.
- Mejorar su cualificación profesional o adquirir una preparación para el ejercicio de otras profesiones.
- Desarrollar su capacidad de participación en la vida social, cultural, política y económica.

Concluimos, pues, en línea con las aportaciones de Balager y Formaniz (2003), afirmando que el objetivo básico principal de la oferta de enseñanza reglada adultas consiste en dotarlos de una mínima formación básica que les permita acceder a los distintos niveles del sistema educativo, mejorar su cualificación profesional o adquirir una preparación para el ejercicio de otras profesiones, así como desarrollar su capacidad de participación en distintas de la vida: social, cultural, política, económica... Por ello, la educación de adultos debe ser entendida como un enriquecimiento personal y cultural que permita a ese colectivo de personas desarrollar su autonomía y espacio vital, evitando el aislamiento social de las mismas.

#### 5.2.2.1. El aula de la experiencia

Actualmente vivimos cambios profundos en la gestión del conocimiento. Frente a la obtención de un título, la clave es ahora la formación continua.

En palabras de Blázquez (2015: 4),

“abrir la Universidad a las personas mayores supone compartir un concepto distinto de universidad. Y supone aceptar:

- Que se puede aprender a cualquier edad (...)
- Que la formación universitaria no debe estar orientada solamente a formar profesionales más o menos



competentes e investigadores más o menos productivos, sino que también debe procurar hacer más culta a la sociedad en su conjunto, propiciando la reflexión sobre la cultura y los valores.

- Que la educación es un proceso que dura toda la vida y la Universidad es una de las instituciones educativas con las que cuenta la sociedad, pero ha de ser una universidad abierta e intergeneracional.”

En este escenario, con un gran número de mayores con interés en desarrollarse, la educación y la formación debe ayudarlos a realizarse en un nuevo entorno social, a conocer las nuevas tecnologías, a entender el impacto que tiene la ciencia en todos los aspectos de la sociedad, además de formarlos en las disciplinas tradicionales, junto a algunas destrezas que no suelen enseñarse, como un uso constructivo del tiempo de ocio o ir viviendo su educación como una actividad placentera. Porque los mayores están cambiando de perfil, sus necesidades y expectativas son otras y para lograr lo que quieren y merecen la universidad debe ser, de entre todas las instituciones, de las primeras en atender sus exigencias.

La presencia de estos alumnos mayores en la universidad

“va a tener repercusiones, muchas de las cuales apenas se adivinan todavía, pero que van a ir más allá de los propios programas (...). Estos alumnos llegan a la Universidad con el único afán de ser universitarios y recibir una formación superior. No hay aspiraciones curriculares, no esperan una capacitación profesional. Sólo anhelan vivir la universidad” (Holgado, 2001: 57).

Por lo que “esta nueva presencia de alumnos en los campus universitarios van a suponer, a nuestro juicio, una revitalización del más puro espíritu universitario (Blázquez, 2002: 5).

¿Qué se busca, pues, y cómo se hace, en el Aula de la Experiencia? Es fundamental que la metodología sea activa, participativa, socializadora, abierta y comprensiva. Y para ello la formación de personas adultas debe atender a los siguientes parámetros (Tamer, 1992):

- El contexto, pues el adulto es un sujeto configurado por su propia historia, por sus opciones socio-laborales, por sus relaciones familiares y por su propio estilo de participación ante los demás.
- La cultura, entendida como el modo peculiar de comprender la realidad de una comunidad, el conjunto de valores, costumbres y procesos relacionales que caracterizan a ese colectivo
- La metodología, que debe ser adecuada para formar a esta tipología de alumnos
- El formador, que es quien debe comprender, analizar e interpretar las vivencias personales de este colectivo.

Para un correcto y bien dirigido proceso de aprendizaje hay que tener presente algunas cuestiones sobre este grupo de personas (Lehr, 1980):

- Hay que adecuar el aprendizaje a sus propios ritmos.
- Aprenden peor cuando el material elegido carece de sentido.
- Es necesario utilizar materiales que conecten el aprendizaje con sus experiencias e intereses.
- La práctica de los contenidos son factores estimulantes del proceso educativo.
- Es preciso tener en cuenta los aprendizajes y conocimientos previos.

- El aprendizaje debe estar conectado con las necesidades cotidianas de los mayores, especialmente en relación con su salud y su calidad de vida.

Por ello, y para facilitar los aprendizajes a este tipo concreto de personas mayores, se deberá considerar como fundamental:

- Los aprendizajes deben ser concretos
- Deben estar basados en la observación y el descubrimiento
- Evitar rutinas
- Fomentar la participación y trabajo en grupo

### 5.3. Educomunicación

Una vez establecidas las bases del concepto educación, damos un paso más y establecemos las bases del término educomunicación que, como tal, no se encuentra recogido, por el momento, en ninguno de los diccionarios básicos en el idioma español. Así, no aparece recogido en la edición de 2011 del *Diccionario de Lengua Española* de la Real Academia Española ni en el famoso *Diccionario de uso del español* María Moliner. Pero no por ello dejamos de ofrecer al lector una definición.

El término educomunicación podría ser definido como la interacción entre la educación y la comunicación. O, expresado de otro modo, la educación a través de la comunicación.

Para ello se hace necesaria también la explicación del término comunicación. Y es que, según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (AA.VV., 2001: 609), en su vigésimo segunda edición tenemos que ‘comunicación’ es la “acción y efecto de comunicar o comunicarse” así como “el trato, correspondencia entre dos o más personas” o la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”, entre otras tantas definiciones.

Así, con el término comunicar se hace partícipe a otra persona o entidad de algo que se posee acudiéndose a la transmisión de información como baza. El concepto de *feedback* entra aquí en juego dado que, para que algo comunique (a pesar de que, según Regouby–1996: 63–, “todo comunica”), se necesita una respuesta de algún tipo. Afirma Martín que:

“La comprensión de lo que se comparte y la integración de quienes comparten es una condición general y necesaria para todos los tipos de comunicación, sea cual sea el número de personas implicadas en ella: comunicación interpersonal, grupal, institucional o de masas; sea cual sea el objetivo que se pretenda alcanzar por medio de la comunicación: la difusión del conocimiento, la promoción de cambios de actitudes, la modificación de comportamientos; sea cual sea la naturaleza del producto expresivo: verbal o no verbal, sonoro o visual, etc.; y sea cual sea el contenido de lo compartido: político, religioso, comercial, ideológico” (2003: 166).

Por su parte, Losada afirma que:

“Si hay algo que está presente en todas las concepciones de la comunicación, es el carácter de vínculo, de relación y de intercambio (...) si profundizamos un poco más en la naturaleza de ese intercambio, veremos que se refiere al intercambio de mensajes, lo que inevitablemente nos acerca a un término que generalmente aparece asociado al de comunicación: la información” (1998: 29).

También Alberto (2001: 451) afirma que “más allá de las funciones informativas que la comunicación cumple, su función más destacable (pero no siempre la más destacada) es el poder que aporta a quien sabe hacer un uso inteligente de ella”.

Justo esta concepción nos invita a enlazar el término comunicación con el que intentábamos definir: educomunicación. Y, expresábamos unos párrafos atrás que educomunicación es la interacción de educación y comunicación.

Ciertamente, la UNESCO incluso la reconoce desde finales de la década de los setenta definiéndola como educación en materia de comunicación (Daza, 2010). En la definición que da esta organización se incluyen todas las formas de estudiar, aprender y enseñar en el contexto de los medios de comunicación como herramientas de enseñanza – aprendizaje.

Ya sostenía Freire, allá por 1975, una corriente de pensamiento dialógico donde quedaban al mismo nivel educación y comunicación. En esta obra, Freire identificaba ambos procesos como un mismo fenómeno. Fue lo que la UNESCO reconoció en 1979 como educomunicación.

El núcleo fundamental es la transversalidad de los conceptos de educación y comunicación: nos encontramos ante personas que no dejan de aprender a lo largo de su vida (*Lifelong Learning*, programa europeo de acción en el ámbito del aprendizaje permanente cuyos límites se encuentran cercados por los años 2007 y 2013) y cuyas percepciones del espacio, del tiempo, del entorno, de la cultura y la sociedad son distintas a las aprendidas en momentos puntuales de sus vidas. De este modo, se entiende la comunicación de estas personas como un componente más del proceso educativo, una forma de relación estratégica que se establece entre la educación y los *mass media*: un diálogo entre educación y comunicación.

Por su parte, para completar estas definiciones, no podemos obviar la expresión audiovisual. Y es que, acudiendo también al Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (AA.VV., 2001: 247), en su vigésimo segunda edición podemos leer que ‘audiovisual’

“se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas”.

### **5.3.1. Educomunicación audiovisual.**

¿Qué es, por tanto, la comunicación audiovisual? Según Jiménez, Pérez y Elías:

“Es aquel proceso comunicativo que, para su labor crea, produce y realiza para radio, televisión, video y cine, productos basados en imágenes, fijas o en movimiento, y sus correspondientes sonidos. Esto es: documentales, películas, programas de televisión, informativos, series... que potencien la producción y reproducción a través de técnicas, soportes e instrumentos para fomentar la comunicación humana” (2014: 26).

Y, una vez definidos estos términos pasamos a unirlos en un concepto concreto: ¿Qué entendemos por educomunicación audiovisual? Es la utilización de los medios audiovisuales (televisión y cine) para fomentar la educación entre los espectadores, sean estos bebés, niños, adolescentes, adultos o tercera edad.

## **5.4. El medio televisión**

Los distintos medios de comunicación existentes pueden definirse, según la autora González (2001), en función de su contenido, del volumen económico de la publicidad que reciben y/o por sus hábitos de consumo.

En relación al volumen económico que reciben de la publicidad, se habla de:

- Medios principales
- Otros medios

En cuanto a los hábitos de consumo, existen:

- Medios convencionales (*above the line*)
- Medios no convencionales (*below the line*)

Del mismo modo, por su contenido, los medios pueden, a su vez, estudiarse desde dos puntos de vista diferentes:

- Como productos periodísticos
- Como productos estrictamente publicitarios.

La televisión es un medio de comunicación caracterizado por ser un medio principal, convencional y, al mismo tiempo, producto periodístico (y de entretenimiento) y publicitario.

Haciendo una breve reseña histórica, hay que decir que la televisión en España tiene su origen con la Radio Televisión Española que empezó sus emisiones periódicas en 1956.

Comentamos algunas de sus características, como la condición efímera del contenido de sus programas (nos referimos al medio televisión, no a su posterior almacenamiento en Internet, otro medio), el alto coste económico del producto final, la cada vez mejor calidad de sus imágenes (nos encontramos en plena explosión del HD) o, a nivel publicitario, la gran saturación de anuncios en sus espacios (a excepción de *TVE1* y *La 2*). Según Rey (1996), las principales características del medio televisión son:

- No control de recepción, ya que el lector no controla el progreso de visionado de los programas: Si el espacio en cuestión comienza a las 15.00, en televisión hay que verlo a

las 15.00 (no nos referimos, insistimos, a Internet o al *video on demand*, variable de la televisión a la carta).

- Lector genérico: el perfil del espectador de televisión es amplio: varón y mujer, de clases baja, media y alta, que ocupa prácticamente todas las franjas de edad, con instrucción baja, media y alta, y que vive en núcleos urbanos y rurales.
- Segmentación: la televisión cubre todo el territorio nacional y puede ser fragmentado por zonas geográficas homogéneas.
- Credibilidad: la televisión otorga a los mensajes una cierta credibilidad, que es aún mayor en otros medios (como la prensa) pero que no por ello deja de tenerlo (en canales temáticos es, incluso, mayor).
- Lentitud: La elaboración de un programa es mucho más lento que la elaboración de un espacio, por ejemplo, radiofónico.
- Economía: Es un medio caro.

#### **5.4.1. El canal seleccionado: Canal Sur Televisión.**

En la década de los años 80 empezaron a desarrollarse las primeras televisiones autonómicas debido, entre otras cuestiones, al interés y la repercusión político-social que había tenido la ya existente TVE y su segundo canal de televisión, hoy, La 2. Es también a partir de esta fecha cuando comienza la implantación de la televisión y su desarrollo local. De este modo, también a partir de 1980 aparecen los vídeos comunitarios y las primeras televisiones locales, siendo las regiones pioneras Cataluña y Andalucía. Surgieron, además, las primeras televisiones públicas autonómicas: ETB en el País Vasco (1982), TV3 en Cataluña (1983), TVG en Galicia (1985), Canal Sur TV en Andalucía (1987), así como Telemadrid en la capital de España y Canal9, en Valencia, ambas en el mismo año: 1987.



Si nos centramos en el caso andaluz hay que reseñar que fruto del auge e interés que se estaba despertando por lo local, y a raíz de la llegada de la Constitución de 1978 (donde se establecía el proceso de descentralización y sistema autonómico en España), es en 1980 cuando se redacta el estatuto de la Radio y Televisión Española (Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión). A raíz del mismo se crean los centros territoriales de Radio y Televisión Española: diecisiete, uno por cada comunidad autónoma. Esto trajo consigo la creación de una auténtica estructura audiovisual que tenía como centro neurálgico la televisión pública central.

#### **5.4.2. La producción audiovisual en Andalucía: Indaloymedia**

Tal y como expresan Castro, Manfredi y Navarro (1999), bajo el nombre de industria audiovisual se agrupan las empresas que tiene que ver con la radio, la televisión y el cine en sus versiones de productora, distribuidora y/o exhibidora así como aquellas empresas u organizaciones que se dedican a la grabación sonora, de vídeo, doblaje, animación, infografía y/o la realidad virtual o aumentada.

A raíz de las primeras emisiones de Canal Sur TV surgió una oportunidad de negocio importante en su entorno inmediato. Y son muchas las empresas que nacieron para darle servicio a este nuevo canal. Porque la aparición de RTVA supuso un cambio drástico en la industria audiovisual como demandante de todo tipo de programas, auditivos y/o sonoros. Así, Pérez (1988: 115) expresa, además, que a partir de la década de los 90 “se consolidan las pocas empresas pioneras y aparecen muchas nuevas”.

El nacimiento de RTVA supuso la inmediata aparición de empresas privadas, la mayoría de pequeñas dimensiones y reducido personal.

Por poner un ejemplo, en Sevilla se construyeron platós para Caligari Films, Savitel y Videoplanning.

Para cubrir las necesidades y objetivos que se planteaban en la Ley 8/1987, de 9 de diciembre (de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía) se hizo necesaria la contratación de empresas que aportasen estos servicios complementarios: se hizo uso, pues, del *outsourcing* como forma de generar contenidos audiovisuales a través de las productoras que fueron surgiendo.

A todo esto, además, hay que añadir que en el artículo 4 de la Ley 18/2007 se indica claramente que la función de la RTVA es, entre otras, el fomento de “la producción audiovisual andaluza, facilitando el desarrollo de la industria audiovisual” (Ley 18/2007, de 17 de diciembre: 37), con lo que Canal Sur TV se convierte, de manera fehaciente, en el gran motor de la industria audiovisual andaluza.

Pero el debate sobre la producción propia y ajena se intensifica conforme pasan los años, estando Canal Sur TV en el punto de mira, año tras año (sobre todo a nivel político) por la contratación de programación externa en relación tanto a su calidad como al cumplimiento de sus objetivos sociales, así como en relación al coste económico que supone la RTVA (los programas de producción propia son en ocasiones los más caros).

En la actualidad, el total de la cuota de mercado de programación externa de Canal Sur TV lo componen, con fecha de junio de 2012: Linze, Andalucía Digital Multimedia, ZZJ, Mettre, Grupo Europroducciones, Caligari Films, Cibeles e Indaloymedia.

La productora Indaloymedia data del año 2008 con la misión de creación, adquisición, producción, coproducción, realización, edición, grabación y distribución de obras para televisión, cine y obras audiovisuales para el mercado autonómico, nacional e internacional. La sede fiscal de la empresa se encuentra sita en Lúcar, Almería, la

pueblo natal de uno de los socios mayoritarios: Juan José Bautista, más conocido como Juan y Medio. El nombre de la productora se debe a la conjunción de términos como “Indalo” (símbolo almeriense) e “y Medio” (apellido artístico del presentador) que se modifica en la ‘a’ final para relacionarlo con *media*, de los *mass media*.

La estructura empresarial de esta productora (que aunque tiene sede fiscal en Lúcar, graba sus programas en las instalaciones de *Itaca*, otra productora andaluza con sede en Tomares –Sevilla–) es la siguiente:

- Participantes: David Bautista, Juan José Bautista, José Velasco.
- Director: Guillermo Garrigós.
- Presentador y codirector: Juan José Bautista.
- Subdirector: Pedro Collado.
- Director financiero: Petra Huelva.
- Producción: Carlos del Río.
- Realización: Eduardo Núñez.

La empresa nació por iniciativa personal de Juan José Bautista y Guillermo Garrigós, actualmente presentador y director del programa, respectivamente. Ante la oferta de *Canal Sur TV* para que Juan y Medio presentase el programa de tarde (que presentaba María del Monte –“La tarde con María” – y que había experimentado una caída de audiencia considerable), Juan José Bautista acepta con la condición de que sea su empresa la que produzca el programa. Es el año 2008 y las primeras emisiones de Indaloymedia comienzan meses después, el 7 de septiembre de 2009.

Compuesta por cuarenta y tres trabajadores, la empresa contrata servicios externos a otras firmas para funciones como maquillaje y peluquería, estilismo, instalaciones o cámaras... Y su programa único

(salvo programas especiales) es *La Tarde*, de emisión diaria, vespertina, de aproximadamente dos horas de duración y emitido en directo. En la empresa destaca el seguimiento que la plantilla profesional hace de los valores empresariales de respeto entre compañeros y, sobre todo, en el trato con los invitados, cosa que estos suelen agradecer públicamente muy a menudo.

Programas realizados y producidos por esta empresa han sido también: *Madres*, *Galas Unicef 2011*, *2012*, *2013* y *2014*, el *Especial Nochebuena 2011* y *La Tarde, fin de semana*.

### **5.4.3. El programa *La Tarde, aquí y ahora*.**

#### **5.4.3.1. *La Tarde, aquí y ahora*, a día de hoy.**

*La Tarde* es el programa insignia de la productora Indaloymedia Producciones Audiovisuales y el único de esta empresa que realiza de manera regular desde 2009. Se trata de un magazine cuya particularidad más importante es que está dirigido fundamentalmente a personas mayores (a partir de los 50 años aproximadamente). Con un tono desenfadado marcado por su presentador Juan José Bautista, conocido artísticamente como Juan y Medio, tiene como objetivo principal dar visibilidad a este tipo de población, especialmente a las personas que viven solas involuntariamente para posibilitar que, a través del programa, entren en contacto si lo desean con otras que se encuentren en una situación parecida y tengan personalidades afines, pudiendo así conocerse y comenzar una relación que termine con su soledad no deseada. Caracterizado por un discurso que podemos definir como amable, humano, sencillo y desenfadado, se diferencia de las propuestas de otras cadenas con las que compite tanto en tema como en tratamiento, entre las que encontramos otros magazines de prensa rosa cargados de polémicas y enfrentamientos,

documentales de naturaleza, películas, seriales de ficción, programas humorísticos y de contenidos políticos.

Al presentador principal, Juan y Medio, le acompaña desde la primera temporada Eva Ruiz, quien suele ocuparse de dar la bienvenida en el saludo inicial junto a él, así como de presentar a los invitados y a los artistas que acuden a actuar al programa, además de dar la réplica a Juan y Medio en los gags (preparados) y comentarios (improvisados) humorísticos que se ofrecen al espectador cada tarde, que normalmente son breves. Desde su primera emisión el 9 de septiembre de 2009 hasta el 20 de octubre de 2011, la sección musical estaba a cargo de otra presentadora, Mar Vega. Tras su marcha, sus tareas fueron asumidas fundamentalmente por Eva Ruiz. Eventualmente, otro presentador perteneciente a la plantilla de Canal Sur TV, Rafael Cremades, es quien siempre sustituye a Juan y Medio durante sus períodos de vacaciones o bajas médicas.

El programa *La Tarde* ha conservado sus características básicas desde su inicio hasta finales de julio de 2016 (fecha de terminación de la observación de la presente investigación) y siempre se ha emitido entre las franjas de sobremesa y tarde, variando su horario pero manteniéndose aproximadamente entre las 15:30 y las 18:30 horas. De igual manera, su duración también ha fluctuado durante esos años, pero siempre ha tenido una extensión entre las 2 horas y las 2 horas y 45 minutos.

Su sección principal, y la que da sentido al programa, “En compañía se vive mejor”<sup>33</sup>, ha conservado durante todo este tiempo su prevalencia tanto en importancia como en extensión, suponiendo aproximadamente entre el 70 y el 95% de su duración. Es la parte

---

<sup>33</sup>Esta sección, como se podrá ver en el apartado 11.1, Resultados y análisis de la observación, consta de tres invitados cada emisión: dos que buscan compañía y un tercero que acude a conocer o a presentar a su nueva pareja lograda gracias al programa.

dedicada a narrar la vida de los invitados que quieren terminar con su vida en soledad, aunque también podemos ver en ella sus primeros encuentros con otras personas, así como conocer a parejas ya establecidas gracias al programa que acuden de nuevo a narrar su experiencia y a comentar cómo son sus vidas ya acompañadas.

Junto a la sección principal solamente otra distinta, “Actualidad”, ha acompañado a “En compañía” en todas las temporadas de emisión. Dedicada a la información del momento que pueda interesar al público, su situación dentro del programa se ha mantenido variable, condicionada como su nombre indica a los sucesos y temas de cada día. Así, cuando las circunstancias lo han demandado a criterio de la dirección del programa, *La Tarde* ha abierto con esta sección (solamente en pocas ocasiones). Otras veces se ha emitido en la mitad, obligada por ejemplo por la idoneidad de la realización de alguna conexión en directo para mostrar algún evento o suceso importante. Pero conviene señalar que su lugar habitual dentro de la estructura del programa es al final del mismo sirviendo, además, de nexo con el siguiente programa, que ha sido durante prácticamente todo este periodo *Andalucía Directo*. Al ser éste un programa informativo, el paso de un espacio a otro resultaba más suave para el espectador, reduciendo la sensación de cambio y reduciendo la fuga de espectadores.

*La Tarde, aquí y ahora*, se emite diariamente en la actualidad (de lunes a viernes), en directo, de 15:45 a 18:30 (aproximadamente), en Canal Sur TV.

Su composición actual<sup>34</sup> está organizada en dos secciones fijas y otras esporádicas.

Fijas:

1. En compañía se vive mejor (esta es la sección que más nos interesa para nuestro estudio).
2. Actualidad.

Esporádicas:

1. Sección musical.
2. Entrevista.

El programa se analizará en profundidad más adelante en la Parte IV del presente trabajo, dedicada al estudio empírico, concretamente en el apartado 11.1 Resultados y análisis de la observación.

#### 5.4.3.2. El formato de *La Tarde* trasladado a otros programas y exportado a otras televisiones.

El éxito social y de audiencia cosechado durante años por el formato del programa *La Tarde, aquí y ahora* en Canal Sur TV, motivó que la cadena andaluza pidiera a la productora Idaloymedia la creación de un espacio televisivo ‘hermano’ para la tarde de los domingos. Así, el 3 de octubre de 2010, comenzó a emitirse *La Tarde, fin de semana*, un programa que, repitiendo el formato de su referente, era promocionado por el canal en su web como “complemento a la edición diaria” (anónimo, 2001). Presentado por Rafael Cremades

---

<sup>34</sup>Insistimos en el carácter ‘actual’ dado que, en sus orígenes, contenía otras secciones como “Jóvenes Reporteros aquí y ahora” (jóvenes periodistas de último año de carrera o recién licenciados realizaban reportajes sobre su provincia), “¿Y usted qué dice?” (de participación ciudadana), “Consejos prácticos” o “Memoria del sur”.

(presentador sustituto habitual de Juan y Medio), acompañado por Eva Ruiz y con una duración de tres horas, ocupaba la programación dominical desde las 16:00 hasta las 19:00 horas ofreciendo en gran medida sus mismos contenidos. El nuevo programa mantenía la sección principal, “En compañía...”, así como “Memoria del sur” y la musical “Se busca talento”. Sin embargo, al ser grabado (y no emitido en directo como el diario) se decidió no incorporarle la sección “Actualidad”. Esta grabación era realizada los viernes de cada semana en las mismas instalaciones: los estudios de la productora Ítaca. Para la producción de este nuevo programa, Indaloymedia reforzó los departamentos de realización y producción y creó un nuevo equipo de redacción, al frente del cual estaba la periodista Susana Fernández desempeñando las labores de dirección.

*La Tarde, fin de semana* se mantuvo en emisión hasta el 13 de febrero de 2011, fecha en la que Canal Sur TV decidió prescindir de él tras 20 programas.

Por otra parte, y mucho más recientemente, los datos logrados por *La Tarde* han provocado que otra televisión pública, Televisión de Castilla La Mancha, lo haya importado para ofrecerlo a sus telespectadores desde el 30 de mayo de 2016 (anónimo, 2016) en su parrilla bajo el nombre de *En Compañía*, denominación abreviada de la sección principal de *La Tarde*: “En compañía se vive mejor”. Y lo hace creado por Indaloymedia, puesto en marcha por buena parte del equipo responsable del programa andaluz y respetando su línea. Eso incluye su estructura principal y elementos comunicativos como los del dúo presentador. El principal, de corte simpático y cercano, en este caso el conocido Ramón García en lugar de Juan y Medio; y una copresentadora como Juncal Rivero (haciendo las veces de Eva Ruiz en el programa andaluz). Los aspectos estéticos, aunque diferentes (a excepción de la sintonía musical, que es exactamente la misma que



*La Tarde*), también conservan el ideario de su predecesor, como es la distribución de los *sets* del plató, los colores cálidos y tonos pastel de los decorados, el uso de sillones y un sofá para los encuentros de las parejas, o la vestimenta de los citados presentadores, él con camisa y chaqueta y ella con un toque sugerente que potencie su atractivo físico. La rotulación es otro elemento muy similar que además emplea las mismas expresiones.

La idea principal es idéntica a su ‘hermano’ andaluz, y se describe como “un programa de entretenimiento con un objetivo: ayudar a poner fin a la soledad, un problema que a día de hoy afecta a miles de personas y que es una gran preocupación en la sociedad del siglo XXI”<sup>35</sup>. Conserva también la estructura de tres invitados cada emisión (normalmente de edad superior a los 50 años<sup>36</sup>), dos que buscan compañía y un tercero que acude a conocer o a presentar a su nueva pareja lograda gracias al programa. Además, se invita a un público reducido (unas 30 o 40 personas) a asistir al plató provenientes cada día de una localidad, y este suele regalar agasajar al equipo con productos típicos y colaborar con la recogida de alimentos que *En Compañía* realiza para el Banco de Alimentos. Incluso se emite en la misma franja de la sobremesa y con una duración parecida, entre las dos horas y cuarto y las dos horas y media. Esto, como veremos más adelante, es muy similar a la estructura del programa andaluz *La Tarde*.

Por no extendernos más, podemos decir que es el mismo programa que *La Tarde* pero realizado por otros profesionales, en otra cadena y con otro nombre. Por tanto, su objetivo declarado y analizado es el de

---

<sup>35</sup>Así aparece en la web oficial de la cadena:  
<http://www.rtvcm.es/televisión/programas/en-compania/>

<sup>36</sup>En ocasiones también reciben a invitados de menos de 50 años a los que sientan en un sillón color naranja en lugar de los habituales blancos, igual que hace el programa *La Tarde*.

aportar los mismos valores humanos que su predecesor y, a pesar de su corta andadura, ya ayuda cada tarde al menos a tres personas mayores de forma directa a luchar contra su soledad, a los que habría que sumar a los telespectadores que puedan identificarse con el programa y reciban también alguna ayuda indirecta desde sus casas. La diferencia más representativa que hemos encontrado con *La Tarde* es la falta en *En Compañía* de otras secciones además de la dedicada a la soledad, como las de información, concursos o memoria histórica que sí tiene su programa hermano de Canal Sur TV. Si bien puede decirse que suele comenzar con unos minutos de humor (incluso con teatrillos de escenas costumbristas, como sucedió el 22/07/2016), y en ocasiones presentan momentos musicales e incluso breves concursos con miembros del equipo, el público y/o los invitados, en nuestra opinión con el objetivo de hacer más ameno y divertido el programa y compensar su temática principal sería.

## 6. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LAS FUENTES REFERENCIALES

La compenetración entre educación, comunicación y sociedad constituye un mapa de interacciones, relaciones e interdependencias que requieren una profunda reflexión y análisis. Y es que, la interrelación entre educación y comunicación (en el caso que nos ocupa, audiovisual) ha sido objeto de numerosos estudios e investigaciones. Son muchos los autores que se postulan a favor y otros tantos los que se posicionan en contra de los medios de comunicación como herramienta educativa. Algunos opinan que escuela o familia no pueden competir con el atractivo de los medios (sobre todo con la televisión), y otros, en cambio, aceptan ese poder

de los *mass media* sin admitir, por el contrario, el supuesto poder educador criticándolo en base al criterio de que ese mismo poder supone una herramienta sin control. Y es que, quizás sea la propia escuela la que haya quedado obsoleta en sus planteamientos, como actualmente defienden, entre otros, los citados Gerver (2012) y Robinson (2001).

Si nos remontamos a la década de los setenta, en su obra *Los intermediarios de la cultura*, Romano señalaba que:

“La investigación de los medios es, en sí, inseparable de la investigación en torno a los emisores, a quienes comunican a través de ellos y, sobre todo, a quienes los poseen, manejan y controlan que son los que, en última instancia, les asignan el rol que deben desempeñar en la sociedad”(1977: 14).

Esto nos hace ver cómo, desde hace bastante tiempo, viene planteándose el estudio y debate de cómo los medios emiten, controlan, manejan y, cómo no, comunican. Y, en este sentido, el pedagogo Freire (1975) ya sustentaba una corriente de pensamiento dialógico en la que mezclaba los conceptos de educación y comunicación asemejándolos en un mismo nivel: La educomunicación aparece como término por vez primera como consecuencia de la obra intelectual de Freire y es reconocida en 1979 por la UNESCO.

Posteriormente, Covarrubias (1980) publicaba en su obra *La televisión en la solución de problemas sociales: necesidad de dar educación por televisión*, estudios sobre la efectividad del medio televisivo como herramienta de educación cultural en México. Según estos estudios, los programas educativos eran sintonizados por sectores muy reducidos de audiencia que, además, ya poseían una formación cultural media o alta, lo que reducía gran parte de su efectividad. Partiendo de trabajos anteriores como los de Weiss (1969) en *Effects of the Mass Media Communication*, donde se le atribuye a la televisión

una función más recreativa que educativa, Covarrubias (1980: 146) considera que:

“La mayoría de la población, que en México no tiene un adecuado nivel educativo, no se expone a los programas educativos y por tanto no participa de los beneficios que estos programas puedan aportar. Sin embargo, una gran parte de esa mayoría sí se expone a la programación de entretenimiento”.

Tras esta reflexión, defiende que es un modo de “maximizar el grado de penetración en la audiencia (...) que está más necesitada de educación, la de nivel educativo bajo, es intentar la educación masiva a través de programas de entretenimiento” (Covarrubias, 1980: 146). No se refiere aquí a la educación formal, ya que sería imposible su realización sin hacer que el programa de entretenimiento dejara de serlo, sino de una educación no formal.

La misma autora (Covarrubias, 1980: 147) lo llama también educación “de aprendizaje incidental, entendiendo por esto, la enseñanza por modelamiento de valores y pautas de comportamiento que capaciten a la audiencia a enfrentarse a su realidad concreta y a manejar los problemas que dicha realidad le presente”.

Ya a finales de los ochenta, desde Rubin y Perse (1988) hasta los estudios más recientes, podemos hacer un recorrido por la trayectoria de los medios de comunicación y su influencia (o poder) observando cómo unos más que otros han desarrollado una serie de competencias, dejando de lado otras. Nos referimos, por ejemplo, a cómo en la actualidad se potencia la capacidad de análisis y abstracción, frente a otro tipo de competencias como es el caso de la memorización.

Para ello, como apuntamos, haremos un recorrido por los diversos autores que investigan sobre ese poder mediático de persuasión a través de la transmisión de contenidos y mensajes.

A comienzos de la década de 1990, Roy-Singh publica en la obra colectiva *Cuestiones sobre alfabetización* un estudio sobre la “Alfabetización de adultos como parte del proceso educativo”. En este estudio plantea la televisión, así como otros medios, como parte de este nuevo desarrollo de la sociedad.

En el año 1992, UNICEF, Céneca y UNESCO publican *Educación para la comunicación*, un manual de educación para los medios, donde se recogían muchas experiencias de aprendizaje a través de los medios en el seno de América latina. También ese año, 1992, Kaplún publica *A la educación por la comunicación, práctica de la comunicación educativa* con una base pedagógica predominante sobre la comunicación como vía educativa. Y también en ese mismo año aparece publicada la obra colectiva *Alfabetización y postalfabetización por radio*, donde destaca Bates, quien estudia “La alfabetización por radio. Enseñanza de todo el mundo”, es decir, la radio, un medio de comunicación, como forma de transmitir conocimiento, enseñanza, cultura y alfabetización.

En 1993, encontramos *El aula fuera del aula. La educación invisible de la cultura audiovisual*, obra publicada por Younis, un español que realiza un estudio sobre el poder de los medios audiovisuales en la educación democrática en las islas canarias: aunque se centra en los niños en edad escolar, también es cierto que en su obra extiende el poder educador a cualquier estrato, edad y condición.

Y desde Pasquier (1996) a Calvert y Kotler (2003) pasando por Anderson, Huston, Schmitt, Linebarger y Wright (2001) encontramos que en sus diferentes estudios desmienten que la televisión genere pasividad o que incluso llegue a disminuir el rendimiento académico. Se postulan en contra de estas afirmaciones ya que, afirman, la televisión puede ilustrar con ciertas situaciones más atractivas y, por tanto, atrayentes, que un libro de texto al uso.

Ya en España en el año 1996, el Dr. Cabero publica varias obras relacionadas con los medios de comunicación y la mejora educativa. Y en 1997, la revista *Comunicar* presentó una recopilación de experiencias basadas en la comunicación para la educación en otros tantos países latinos como México, Argentina, Uruguay, Chile, Portugal o España. En el N° 8 de la revista, se narran experiencias sobre la influencia y el aprendizaje de la televisión en la escuela, medios, audiencias; es decir: los medios impresos y audiovisuales como recursos educativos.

Y, a pesar de que la televisión lleva consigo características innatas como son la no retroalimentación o incluso la fugacidad de los mensajes, también es cierto que este medio favorece una comprensión basada en imágenes visuales, por lo que desarrolla capacidades de comunicación no verbal, muy valoradas en la comunicación humana. De hecho, Davis (1998) ya apuntaba que la parte visible de cualquier mensaje era tan importante como la audible, es decir, comunicación verbal y no verbal están tan estrechamente vinculadas entre sí que prácticamente es imposible separarlas.

También en este año aparece publicada la obra *Educación no formal*, de quienes destacamos el capítulo de Vázquez (1998): “Educación no formal y otros contextos próximos” ya que en él habla del poder del audiovisual en contextos diferentes a la escuela y universidades. Aunque se centra más en el caso del cine que de la televisión, no por ello es desdeñable.

A principios del s. XXI Vera (2001: 193) apunta el concepto de desfase humano, que entiende como la diferente velocidad entre los cambios sociales y el tiempo que tardamos en asimilar dichos cambios. En gran medida, estos vienen provocados, según este autor, por “el crecimiento del poder persuasor de los medios” por lo que

reivindica no una censura de los mismos, sino una revalorización del aprendizaje educativo a través de los medios de comunicación.

Partiendo de la Teoría de la recepción, Orozco (2001) plantea que lo importante no es tanto la posible educación o contenidos que se reciban a través de los medios, sino qué se hace con los medios, cómo se interpretan los contenidos y los valores emitidos.

También es destacable el estudio que publicó en 2001 el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), *Comunicación y educación, perspectiva latinoamericana*, donde aparecían estudios y aportaciones de investigadores sobre la educomunicación en el seno de la reunión del año 2000 de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). En dicho estudio podemos encontrar varios informes referidos a las características de la convergencia mediática y su repercusión en la educación en los procesos culturales del conocimiento. Se deja constancia de que en el ámbito latinoamericano se viene trabajando la comunicación y la educación como fuerzas combinatorias: una apoya a la otra, y viceversa.

En 2002, Gentile y Walsh confirman en su texto "*A normative study of family media habits*" que el visionado de la televisión puede reforzar y complementar el aprendizaje.

Reig estudia en *La comunicación en su contexto* el concepto de los medios de comunicación entendidos en un amplio sentido y dejando de lado la posibilidad de entender la televisión como mero servicio.

Así:

"Será difícil que alguna persona crea realmente que la comunicación es un servicio público, en el sentido de constituir una herramienta destinada a ampliar los horizontes cognitivos, esto es, a aplicar un entretenido sistema metodológico de aprendizaje, incluso a través de la información y el entretenimiento" (Reig, 2002: 33).

Por su parte, Buckingham (2003) nos presenta *Media Education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*, una obra donde se da a entender que los medios pueden llegar a promover determinados intereses relacionados con la educación escolar.

Pérez (2004) nos habla de ciudadanía, educación y estudios de comunicación para formar a futuros profesionales que sean responsables para que los medios puedan contribuir al desarrollo de mejores sociedades, más educadas, más formadas, más democráticas. La necesidad de esta responsabilidad radica, según Liceras (2005: 2), en que “la cultura académica no suele ser sensible a las fuentes donde niños y jóvenes adquieren el conocimiento para elaborar su pensamiento social ni a las formas en que éstos perciben el mundo que les rodea”. Por tanto, sostiene, los Medios de Comunicación de Masas (y por tanto la televisión) ejercen como “agentes de Educación Informal (EI)”, ya que “buena parte de la influencia que ejercían los medios tradicionales de socialización (familia y escuela), hoy día la realizan los medios de comunicación, con contenidos, modelos y valores” (Liceras, 2005: 2). Según Yubero (2003) de entre ellos la televisión es el instrumento de socialización más poderoso que ha existido a lo largo de la historia, principalmente por su gran similitud física con los hechos reales que representa, lo que le confiere una gran credibilidad a los ojos sobre todo de los más jóvenes.

Medrano (2005: 247) habla incluso de la alfabetización audiovisual para conseguir que el público espectador “sea capaz no sólo de decodificar los contenidos o textos narrativos, sino también las distintas formas, los lenguajes y las gramáticas propias del medio”. Por su parte, en el año 2006, Montero demostraba en su obra *Televisión, valores y adolescentes* que la televisión no tiene tanto



poder a la hora de imponer sus puntos de vista, haciendo una importante reflexión sobre los temores sociales hacia el medio.

Y en ese mismo año, los autores Gutiérrez, Pereira y Valero (2006: 237) abogaban ya por las nuevas tecnologías de la sociedad de la información como apoyo para la enseñanza, llegando a hablar, incluso, de “pedagogía de los medios”: cine, televisión o Internet como herramientas de aprendizaje.

También en el año 2006, Morley publica un estudio en el que se cuestiona los efectos de las audiencias: *“Unanswered questions in audience research”*. En esta investigación, concluye el autor que los medios de comunicación, centrandó toda la atención en la televisión, pueden fomentar algunos valores personales y humanos, en adición a la educación familiar, social y escolar.

En 2007 Reia-Baptista hablaba del fenómeno mediático – televisivo como herramienta de educación cuando exponía que los medios suponían una base pedagógica para los más jóvenes (niños y adolescentes). De hecho, este autor sostiene cómo en el lenguaje audiovisual se usan dos tipos de código distintos: los paradigmáticos y los pragmáticos. Los paradigmáticos sirven para “articular normas, doctrinas y géneros” que, finalmente, supondrán la base fundamental para las narraciones y diégesis de un contexto. Por su parte, los códigos pragmáticos hacen alusión al sentido de la utilidad final de los textos y de los significados, contenidos y formas que transmiten los medios, constituyendo las normas no explícitas que condicionan los actos comunicativos.

Medrano, Palacios y Aierbe (2007) y Medrano, Cortés y Palacios (2007) publican dos estudios en los que ponen de manifiesto los efectos de ver la televisión: suponen un complemento a la hora de aprehender los contenidos impulsados por la escuela y algunos

valores personales que, por diversos motivos, no se imparten en el sistema educativo como materia de estudio.

Creemos que se generaliza mucho al afirmar que la televisión genera pasividad impidiendo el desarrollo de otras actividades. Así, nos situamos en la misma posición que Medrano (2008) cuando expresa que el poder negativo de la televisión es totalmente evitable, por lo que podemos afirmar que el propio medio se puede convertir en una oportunidad para trabajar determinados contenidos y valores. De hecho, en línea con esta autora, entendemos que la televisión puede entretener y formar. Se puede aprender viendo la televisión.

En este sentido, Medrano señala que la motivación, la estimulación de la imaginación, el aumento del vocabulario o las experiencias vividas, son algunos de estos aprendizajes que se fomentan gracias a las imágenes visuales. Lo llama el “aprendizaje observacional”:

“Mediante el cual el telespectador, al observar el modelo, puede repetir complejos patrones de conducta de acuerdo a los modelos observados (...). Es decir, el *medio televisivo* favorece un tipo de comprensión que se apoya en las imágenes visuales y desarrolla un tipo de actitudes y capacidades muy diferentes a la comunicación verbal, que no hay que despreciar” (2008: 207).

En el año 2010 aparece el artículo “Desafíos de la educomunicación y alternativas pedagógicas en la construcción de la ciudadanía” de la colombiana Daza, publicado en la revista *IC-Información y Comunicación*. En él, esta autora expresa claramente que “donde no hay comunicación no hay sociedad”, y hace extensible esta concepción a la idea de la educomunicación para la sociedad.

Muy extensa es, también, la obra de Agueded respecto a la integración de medios de comunicación y educación. Nos centramos, esencialmente, en las obras 1996, 2002 y 2005. Y sobre todo en el editorial del número 37 de la revista *Comunicar* (2012: 7) donde

expone claramente que “la educación mediática no es solo una responsabilidad escolar y del sistema educativo, convergen en ella las familias (...) y los propios medios de comunicación”. Porque, apunta este autor, “la importancia de la educación en medios es ya una realidad incuestionable a nivel internacional” (2012: 8).

Además de la literatura específica sobre educomunicación, también hemos hecho una revisión de la literatura sobre el soporte seleccionado, *Canal Sur Tv*, así como de su entramado interno. Hemos acudido a obras científicas y divulgativas sobre la situación audiovisual en España y Andalucía (dado que nuestro objeto de estudio se dirige a este público). Así, hemos repasado la obra de Fernández (1999), *Canal Sur, una televisión regional en Europa*, o el estudio de Manfredi y García (1999): *Canal Sur: 1989-1999. 10 años de RTVA*.

También han sido determinantes las aportaciones encontradas en la obra de Fernández-Quijada (2009): “Producción independiente de Televisión en Andalucía. Aproximación a la Estructura de un sector desconocido”, donde se hace un repaso a las distintas productoras audiovisuales con sede y/o programación en Andalucía. Y, es especialmente destacable la obra de Reig, *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*, donde se analizan los principales grupos mediáticos actuales.

Por último, es necesario reseñar la tesina pre doctoral, defendida en 2011 por la investigadora Vicente en la Universidad de Sevilla, *Inicios de Canal Sur Televisión: ¿Creación de una nueva industria audiovisual andaluza?* en la que la investigadora realiza un estudio de la situación mediática en Andalucía a raíz de la creación del ente público andaluz: RTVA.

## 7. LAS FUENTES DE LA TESIS DOCTORAL

Todo trabajo de investigación ha de comenzar partiendo de una base documental que sirva de ayuda en la labor investigadora. Esta base documental, que se plantea en la fase preparatoria, la etapa reflexiva de la investigación, la constituyen todo aquello que transmite conocimiento en relación con el tema a estudiar, ya sean argumentaciones escritas, personas que aporten experiencias, entidades u otro tipo de documentos que transmitan informaciones acerca del tema que se estudia. Nos referimos a la bibliografía utilizada para el sustento de la investigación.

El uso de estas fuentes documentales es una estrategia básica de investigación (Cea, 2001) y constituyen la herramienta principal del investigador, ya que nos permite observar el estado en el que se encuentra el tema que nos proponemos a estudiar (Torres, 1998: 37-40). Y es que las fuentes de información son fundamentales en cualquier investigación porque, en palabras de Torres, “le sirven para conocer en qué estado se encuentra el tema que se propone estudiar; le ayudan a mantenerse al día y a profundizar a lo largo del proceso de investigación; y constituyen su objeto de estudio” (1998: 37), indicando, además que:

“La importancia del uso de las fuentes para el investigador hace que la tarea de investigación o búsqueda documental sea básica ya que, a través de ella, se pretende identificar y recuperar cuanto antes aquellas fuentes, de entre todas las que existen, que permitan al investigador ampliar su conocimiento o mantenerlo al día. De ahí que resulte tan importante que el investigador se plantee desde el principio el problema de la accesibilidad a las fuentes, determinando dónde son accesibles, si son fácilmente accesibles y si está capacitado para manejarlas” (Torres, 1998: 38).

Como asegura Martín (1995: 32), “la tendencia habitual en el mundo científico ha sido también, hasta hace poco, la de distinguir fuentes y bibliografía”, aunque también:

“En otras ocasiones se ha identificado la ‘Bibliografía’ con las Fuentes de Información sin más preámbulos. Así lo hacen ciertos tratadistas como Tamayo y Tamayo, que pone el siguiente título a una de sus obras: ‘Clases de fuentes o bibliografías’” (Martín, 1995: 33).

Podemos subrayar, pues, que en el presente estudio no sólo se han utilizado obras divulgativas editadas para su venta masiva, sino también obras científicas, artículos, tesis doctorales, etc. Por ello, con respecto a las diversas fuentes utilizadas en esta investigación, se pueden diferenciar dos bloques. El primero de ellos hace referencia al formato en el que se encuentra la información y el segundo distingue entre fuentes primarias y secundarias. De este modo, Villaseñor afirma que las fuentes documentales “son las que proporcionan información a partir de o sobre un documento; el origen de la información y el medio por el que se transmite es el documento y, a veces, la información que proporcionan es también sobre un documento” (1998: 34). Y, en este sentido, hay que aclarar que:

“Las fuentes documentales por excelencia son las obras de referencia, que participan de los criterios antedichos y que cuentan con una serie de rasgos característicos que las hacen instrumentos de trabajo insustituibles en la sección y servicio de referencia de cualquier centro informativo” (Villaseñor, 1998: 36).

Conviene resaltar también que las fuentes documentales son “las fuentes de información más importantes, fundamentalmente porque a través de ellas se puede acceder a las personales e institucionales y

porque son de uso común para cualquier tipo de usuario, profesional o no” (Villaseñor, 1998: 36).

En el primer bloque de las fuentes documentales destacan:

- Las fuentes documentales escritas: documentos impresos (libros, artículos de revistas científicas, artículos de prensa especializada...).
- Las fuentes documentales audiovisuales: aquellos documentos que se valen tanto de la palabra oral como de las imágenes y vídeos para transmitir ese conocimiento (documentales, reportajes, programas...).
- Las fuentes documentales de Internet: cuya naturaleza es muy variada y, por tanto, aquí se encuentran tanto documentos escritos, como contenidos multimedia.

La segunda clasificación de estas fuentes hace referencia a las fuentes documentales primarias. Harvey (2001: 103) expresa que “una fuente primaria es aquella que transmite una información y unos datos que no están interpretados ni analizados”. Y ésta es la labor del investigador: interpretar y analizar los datos encontrados para darle forma, sentido y validez. Porque, como afirma Martín (1995: 38) “la bibliografía ha de adaptarse a los cometidos propios de las fuentes, es decir: el estudio tanto de documentos como de cualquier objeto productor de información (personas, instituciones...)”. En un primer momento, nos acercamos a las fuentes existentes en relación con el tema del estudio. Esta labor de documentación es fundamental ya que, como afirma Lasso de la Vega (1977: 16), “sin documentación no es posible realizar investigación seria. El punto de partida de toda investigación es averiguar si ésta se ha realizado ya anteriormente; y esta pregunta no puede contestarse sin disponer previamente de abundantes libros”.

Porque, como afirma Martín:

“El objetivo primordial de las fuentes de información ha de consistir en la localización e identificación de documentos. Todos los demás objetivos son secundarios y sus funciones meras derivaciones de este reconocimiento (...). Dicho de otro modo: los documentos existen a partir de su observación por un receptor” (Martín, 1995: 36).

Y, por ello, el primer paso del investigador es sumergirse en la literatura existente al respecto. Porque es evidente que, en línea con lo que expresa Torres (1998), no podíamos comenzar este trabajo sin un conocimiento previo y exhaustivo de las fuentes, por lo que el primer paso fue la búsqueda de nuestros intereses. Así, en palabras de Torres (1998: 37) “el investigador inicia su trabajo manejando aquellas fuentes que sabe que le servirán para conocer el estado de la cuestión. (...) E incluso en algunas ocasiones las propias fuentes pueden ser objeto de estudio del investigador”.

En este sentido se expresa también Martín (1995: 38) cuando afirma que “en un primer momento de estudio, lo que más importa es buscar, localizar e identificar información”. Y lo cierto es que hemos encontrado bastante bibliografía especializada: Desde la obra de Aguaded (2005) “Estrategias de educomunicación en la sociedad audiovisual” a la propia creación de la revista *Aularia, revista de Educomunicación*, en el año 2012. Y podríamos continuar con un largo etcétera.

Además, debemos añadir que, en línea con las palabras de Torres (1998), las fuentes de investigación no son lo único que debemos destacar y es fundamental la labor del director del trabajo de investigación. Así, esta autora afirma que:

“Una fuente de información de gran valor y de carácter personal es el director del trabajo de investigación, así como todos aquellos

estudiosos del tema con los que se debe contar, ya sea personalmente (entrevistas, correspondencia, congresos, etc.) ya a través de sus publicaciones, para conseguir, no sólo orientación, sino también información” (Torres, 1998: 31).

¿A qué fuentes, por tanto, acudimos en esta tesis doctoral?

Fuentes primarias y secundarias son consultadas para este trabajo. De este modo, para la realización de este trabajo de investigación utilizamos numerosas fuentes, de entre las que destacamos las fuentes documentales escritas y de Internet (artículos científicos y libros especificados en la revisión de la literatura), así como fuentes documentales audiovisuales: los programas de La Tarde. Hemos leído libros, revistas científicas, artículos, periódicos, trabajos de investigación, conferencias, monografías, y un largo etcétera.

Además, una fuente imprescindible para nuestro estudio son los informes de datos de audiencias de medios de comunicación, en concreto sobre televisión: informaciones, Estudio General de Medios, Análisis de audiencia de Barlovento Comunicación...

Los Boletines Oficiales de la Junta de Andalucía y del Estado también se han consultado para situar a los entes públicos, en su contexto y su función.

Por último, y como parte fundamental, hemos de destacar que se acude también a los protagonistas, realizando entrevistas (como veremos en la metodología) a algunas de las personas clave de los programas, a telespectadores, así como a una parte de la sociedad en general.





## PARTE II: OBJETIVOS E HIPÓTESIS

### 8. OBJETIVOS

### 9. HIPÓTESIS

9.1. Hipótesis de partida.

9.2. Hipótesis secundarias.

La forma de acercarse a una determinada realidad, con independencia de sus atributos definitorios, determina la especificidad del ángulo de observación, establece los límites del enfoque y clarifica las herramientas de mayor utilidad a la hora de precisar un acercamiento que, primero, tiene la intención de identificar, luego se encarga de desbrozarla en unidades simples de estudio y, finalmente, posibilita, siguiendo esta secuencia, el establecimiento de un conjunto de supuestos que se resuelven en conclusiones.

Quizás sean éstas, en líneas generales, las distintas fases de todo proceso investigador. Sin embargo, “para llevar a cabo una investigación hay que realizar numerosas actividades, unas en forma secuencial, otras en forma simultánea y tomar varias decisiones en diferentes etapas” (Naghi, 1988:61). La primera de ellas es, observado el fenómeno e interesados por él, acotar el objeto de estudio convenientemente, en este caso, el análisis de un determinado programa de televisión y su público, tanto espectador como participante.

Siendo fieles a esta identificación del objeto de estudio y a su inevitable localización espacio-temporal ya, desde un primer momento, se procedió a ensamblar los diferentes elementos, metodológicos y conceptuales, que, interaccionados entre sí, han posibilitado la elaboración y redacción de este trabajo final dentro de un dilatado proceso de investigación que fue encaminado siempre en una misma dirección y al servicio de un mismo objetivo concreto: describir y descubrir las consecuencias de un determinado sistema de trabajo, un programa audiovisual, en un público previamente identificado, así como su relación con los actuales sistemas educativos y formativos. Esta aseveración tiene una gran importancia porque, como subraya Brown: “el único aspecto permanente de la ciencia es la investigación” (1988: 222).

Procedemos a delimitar el ámbito de estudio en el que se circunscribe la investigación. Y es que, partiendo del objetivo general del presente trabajo, abordar la televisión como herramienta educativa, nos acercamos al estudio de la educomunicación desde el punto de vista de la comunicación audiovisual.

Acudiendo a las ideas de Selltiz, Wrightsman y Cook (1980), un análisis de la teoría e investigaciones existentes en un ámbito de interés concreto puede conllevar una gran cantidad de nuevas preguntas y de interrogantes susceptibles de investigación, siempre y cuando se realice con verdadero interés en resolver las limitaciones existentes y las dificultades no resueltas. Así, pueden surgir nuevas aplicaciones o estudios que, sin necesidad de que sean revolucionarias (no toda la investigación ha de ser una revolución), sí que pueden resultar significativas y beneficiosas en el conjunto de las investigaciones relacionadas con el mismo tema.

En este sentido, la finalidad de la investigación surge de la observación directa de los cambios sociales acontecidos en los últimos años y el cuestionamiento acerca de la influencia de determinados espacios audiovisuales en el conjunto de la sociedad: y más concretamente en el caso del programa *La Tarde*. Y esta nueva perspectiva de análisis es precisamente el factor que delimita nuestro ámbito de estudio, que queda pues definido por los aspectos clave que conforman el objetivo general de la investigación: la educación del adulto y la comunicación audiovisual.

La investigación científica surge, pues, de las ansias de entender mejor una parte del mundo real, en línea con las aportaciones de Krippendorff (1990) quien, en su explicación acerca del análisis de contenido (no es nuestro caso: no es nuestra metodología de investigación, pero valoramos positivamente al autor y sus teorías), delimita cuál es el fragmento de la realidad que desea investigar. Y

nosotros, claro está, también lo hacemos. Nuestro segmento del mundo, en este caso, de la sociedad que vamos a investigar.

Así, también seguimos las indicaciones de Selltiz, Wrightsman y Cook (1980:116) quienes afirmaban que “resulta importante determinar los límites de cuánto se trata de abarcar en un solo estudio”. De este modo, nuestro ámbito de estudio queda limitado espacialmente al programa *La Tarde* y su entorno, Canal Sur TV, y temporalmente queda demarcado por el segmento temporal que va desde el nacimiento del programa, en septiembre de 2009, hasta junio de 2015. Una vez delimitado el ámbito de estudio, se realiza una aproximación al marco teórico y la revisión de las fuentes referenciales existentes en torno al objeto de estudio.

## 8. OBJETIVOS

El objetivo fundamental de esta tesis doctoral es observar y analizar el programa de televisión *La Tarde* y estudiar si puede suponer un elemento de educomunicación en valores humanos, influyendo en la evolución de la sociedad andaluza respecto a ideas sobre las relaciones personales, la búsqueda de compañía a partir de los 50 – 60 años o la opinión acerca de la relación contractual y/o eclesiástica que siguen los implicados (cuando la hay), entre otros aspectos sociales y culturales.

Rodríguez (2008) y Medrano, Cortés y Palacio (2006) ya apuntan que la televisión, de una u otra forma, puede tener una relación directa en el cambio de mentalidad, en el progreso de valores educacionales o en la adaptación social a los nuevos tiempos. Y es esa cuestión precisamente la que se estudia en esta investigación: si el programa *La Tarde* ayuda y educa a la sociedad en los valores de respeto,

compañía y amistad frente a la tradicional idea de que el mayor que viuda se ha de quedar solo hasta el final de sus días.

En ese sentido, de acuerdo con esta investigación, queremos observar hasta qué punto puede influir el programa *La Tarde* en la aceptación de los valores expuestos. De este modo, este estudio pretende completar el vacío existente en este campo en relación a Andalucía y lo hace a través de la investigación de las actitudes de los espectadores y allegados, analizando, entre otros:

- Actitudes y expectativas de la sociedad andaluza hacia el programa *La Tarde*.
- Impacto de variables como sexo, nivel educativo y categoría social del público espectador en relación al pensamiento negativo o positivo hacia el programa.
- Nivel de aceptación de la sociedad ante la formación de nuevas parejas en edades por encima de los 50-60 años.

Saber cuál es el objeto de estudio en sí, cómo se realiza esa investigación y por qué y para qué ese análisis son cuestiones fundamentales:

- ¿Qué se estudia? El posible cambio de valores y formas de entender la vida a través del programa *La Tarde*
- ¿Cómo se estudia? Mediante un trabajo de observación y análisis sobre el programa y sus protagonistas durante sus años de emisión.
- Y por último, y lo más importante ¿por qué y para qué se estudia? Para conocer los hechos científicos que dan lugar a esta identificación entre la emisión de un determinado programa (en este caso *La Tarde*) y el posible cambio de mentalidad.

Lo que se busca con esta investigación es, fundamentalmente, ayudar a la televisión en su labor educacional para con la sociedad; es, sobre todo, una labor de análisis y comprensión.

Y es que, de cara a posibles detractores de este programa, nos preguntamos lo siguiente: ¿por qué dar por hecho que ese cambio de valores es educar? Porque puede haber una gran cantidad de lectores que entiendan que ese cambio social de mentalidad es justamente lo contrario, deseducar o agredir los valores. Para ello, ya en el planteamiento inicial se explica qué es educación, qué educomunicación y cómo lo reflejan los autores más consolidados.

Pero, además de esto, destacamos que desde aquí, desde este estudio, nos referimos a valores humanos, contrarios a la soledad impuesta o no deseada<sup>37</sup>, y que fomentan el bienestar de las personas. Y todo ello en un contexto en el que, fruto de la evolución social, va aumentando el número de personas que se separan o divorcian (o enviudan) y, sin entrar en absoluto a comentar el aspecto negativo o positivo de esta cuestión (no es nuestra labor investigadora y no debe contaminar el estudio científico), también es cierto que son cuantiosos los años que muchas personas viven en soledad (la esperanza de vida en España se sitúa en 78,87 años para los hombres y 84,82 para las mujeres, según datos del INE) por los condicionamientos sociales. Y son estos condicionamientos los que, debido a *La Tarde* entre otras muchas razones, se acaban obviando en ocasiones por el bien de la persona, inculcando también esos valores en el público espectador.

---

<sup>37</sup> A lo largo de la tesis se citará en muchas ocasiones la palabra 'soledad'. Siempre nos referimos a una soledad impuesta y/o no deseada, pero en ningún caso a soledad elegida como sinónimo de tranquilidad.

Por tanto, y a modo de esquema, planteamos los siguientes objetivos:

**Objetivo principal:**

**OP:** Analizar y describir el programa de televisión *La Tarde* para ver si (como posible agente socializador) supone un elemento de educomunicación en valores humanos.

**Objetivos secundarios:**

**OS1:** Listar una potencial relación de valores humanos fomentados a través del espacio audiovisual.

**OS2:** Indagar sobre un posible cambio de rol tradicional masculino/femenino.

**OS3:** Buscar si realmente existe un cambio de mentalidad en las relaciones personales pasados los 50-60 años.

**OS4:** Averiguar el clima de las relaciones familiares de los protagonistas y espectadores.

**OS5:** Comprender cómo una determinada parte de la población vive la presión de su entorno familiar, social e inmediato en relación con el paso del tiempo y los sentimientos de soledad o vergüenza (*Tempus fugit*).



De este modo, este estudio pretende abrir líneas de investigación para cubrir el vacío científico existente en este campo en Andalucía, analizando, entre otros:

- El panorama de educomunicación audiovisual en el siglo XXI
- El desarrollo de la televisión pública como agente socializador.

Lo que se intenta con esta investigación es, sobre todo, una labor de análisis y comprensión de una nueva realidad social que, desde nuestra opinión, debe ser tenida en cuenta a la hora de plantear el paradigma de la educación y/o formación en valores de las personas: la televisión educativa (vs. televisión basura<sup>38</sup>) como agente socializador y formador de personas.

---

<sup>38</sup>No es la labor de esta tesis analizar el concepto ni alcance la telebasura. No obstante, sí que nos gustaría referir una breve pincelada sobre el concepto. Para Elías (2003: 127) la telebasura se define como "aquella que, bajo la apariencia hipócrita de preocupación y denuncia, difunde programas en los que se regodean con varios temas: con el sufrimiento, con muestras sórdidas de la condición humana y con exhibición gratuita de sentimientos y comportamientos íntimos. Su objetivo: desencadenar una dinámica en la que el circense "más difícil todavía" anuncia una espiral sin fin para sorprender y captar al espectador". Además, resulta especialmente interesante la división que hace Bueno (en Elías, 2003) entre telebasura fabricada y telebasura desvelada. La telebasura fabricada es "aquella que tiene su origen en el mismo proceso de producción de los contenidos televisados. Es decir, que es indiferente que el creador de telebasura se haya propuesto fabricarla como tal, deliberadamente, o bien se haya propuesto crear un programa limpio o normal si éste resulta ser sucio, basura" (Elías, 2003: 127). Por su parte, la telebasura desvelada se definiría como "la que no está fabricada por la televisión, sino que ésta se limita a ofrecerla a la audiencia, a ponerla en escena" (Elías, 2003: 128). También resultan especialmente interesantes los análisis realizados al respecto que podemos encontrar en el nº 21 de la revista *Trípodos*, dedicado a la televisión basura.

## 9. HIPÓTESIS

Por regla general, el conocimiento científico parte de una serie de hipótesis que hay que verificar o contrastar de manera rigurosa. Siguiendo a Lasso de la Vega:

“Sin hipótesis, en el campo de la ciencia no es posible seguir la investigación. El investigador que se dedicase a hacer experimentos sin partir de una idea, de una hipótesis, correría el riesgo de haber perdido su tiempo sin lograr ningún resultado” (1977: 80-81).

Una hipótesis, en palabras de Hempel (1982: 38) es “cualquier enunciado que esté sometido a contrastación, con independencia de si se propone describir algún hecho o evento concreto o expresar una ley general o alguna otra proposición más compleja” y es ésta quien establecerá la metodología a seguir, así como las herramientas de análisis que se usarán para tal fin.

En línea con esto, Busquet, Medina y Sort (2006: 142-143) definen el concepto hipótesis como “una proposición que enuncia una relación entre dos elementos, que pueden ser conceptos o fenómenos. Es una proposición provisional, una presunción que habrá que verificar”, y añaden que “en nuestras investigaciones no hemos de enfocar necesariamente nuestro estudio con la formulación de la hipótesis. Dentro del ámbito de las ciencias sociales, también se acepta el establecimiento de objetivos de investigación o ‘*questions research*’”.

### 9.1. Hipótesis de partida:

“La mejor manera de comenzar un trabajo de investigación social consiste en procurar enunciar el proyecto de investigación en forma de pregunta: una pregunta inicial a partir de la cual el investigador intenta expresar con la máxima precisión qué es lo que quiere

saber, entender y explicar. La pregunta inicial ha de servir de hilo conductor de la investigación” (Busquet, Medina y Sort, 2006: 136).

Partiendo de esta afirmación de los autores catalanes lanzamos una pregunta inicial para, a continuación, expresar con la máxima precisión posible qué es lo que queremos saber. Nuestra pregunta, pues, dentro de este proceso de construcción de la hipótesis de partida, es una pregunta absoluta (lo que en terminología anglosajona se enuncia como una “*yes/no question*”): ¿Es el programa de televisión *La Tarde* un agente socializador más, dentro de un sistema educador para el público telespectador adulto andaluz? Esta pregunta dará lugar a otras cuestiones secundarias que iremos definiendo conforme la investigación vaya avanzando. Así, la interrogante inicial hace alusión a si, efectivamente, un programa televisivo ha modificado las mentes de un determinado público telespectador adulto en relación a su forma de entender la vida, el día a día y sus relaciones personales y familiares. Con este interrogante queda expresada la naturaleza del objeto de estudio de esta investigación. Formulamos, pues, nuestra hipótesis principal en términos positivos:

**HP: El programa de televisión *La Tarde*, como agente socializador, supone un elemento de educomunicación en valores humanos, tanto para sus telespectadores como para sus allegados.**

Las hipótesis secundarias se desprenden de la principal. Para ello, se parte de una constatación que autores como Medrano (2008) contemplan con diversas estrategias como el aprendizaje específico a través del visionado con una potenciación y desarrollo de la capacidad cognitiva y socioemocional, a través de un procesamiento de la información, etc.

## 9.2. Hipótesis secundarias

A raíz de la pregunta inicial surgen, inmediatamente, varias interrogantes, casi necesarias, que secundan la hipótesis principal. Estas cuestiones son, básicamente, ¿cómo educa el programa de televisión *La Tardea* su público telespectador? ¿A través de qué herramientas?:

- ¿Qué valores personales se fomentan?
- ¿Cómo son las relaciones familiares de los protagonistas y espectadores?
- ¿Existe un cambio del rol familiar tradicional?
- ¿Cómo se vive la presión del entorno vs. *Tempus fugit*?

La primera de las cuestiones plantea qué medios, elementos, herramientas, etc. emplea la producción audiovisual para, en línea con la segunda interrogante, destacar qué valores personales: ¿Esfuerzo? ¿Respeto a los mayores? ¿Superación de situaciones complejas?, Nos cuestionamos, además, cómo son las relaciones familiares de los protagonistas (o los que son susceptibles de serlo): con su entorno, sus hermanos, amigos, hijos... además de preguntarnos si existe y se da un cambio del tradicional rol familiar femenino/masculino. Por último, nos cuestionamos acerca de la presión del entorno frente a la filosofía del *Tempus fugit* (razonamiento clásico acerca de cómo el tiempo pasa con rapidez y anima a vivir intensamente cada momento, relacionada íntimamente

con otra famosa locución latina en este sentido: *Carpe diem*), en relación al hecho de tener una nueva pareja de vida y la posible adaptación a los cambios.

Por ello, nuestras hipótesis secundarias aluden a todas estas cuestiones y su presencia en el programa televisivo *La Tarde*. Expresamos, pues, estas ideas en forma de hipótesis secundarias:

**HS1:** Se potencia un cambio mental en la sociedad andaluza a través de la cultura del esfuerzo y el respeto a los mayores a través del programa *La tarde*.

**HS2:** Con frecuencia, en el programa *La tarde* se da una modificación en el tradicional rol familiar femenino/masculino.

**HS3:** En *La tarde* se potencia un cambio de mentalidad en las relaciones personales pasados los 50-60 años.

**HS4:** De manera genérica, las relaciones de los protagonistas del programa *La tarde* con su entorno influyen en gran medida en su posible participación en el programa.

**HS5:** La idea de una posible presión del entorno deja paso a la filosofía del *Tempus fugit*.

Las hipótesis secundarias conectan, de forma directa, con la hipótesis de partida, de tal manera que ésta no podría existir ni ser estudiada sin estas últimas. Por ello, a lo largo de la presente investigación se verificará, a través de diversos métodos y herramientas, el grado de

cumplimiento de estas aseveraciones, cuestión que se resolverá, finalmente, en el apartado de 'Contrastación de Hipótesis'.



## **PARTE III: METODOLOGÍA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.**

### **10. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **10.1. Proceso de investigación**

##### **10.1.1. Fase preparatoria**

##### **10.1.2. Fase de trabajo de campo**

##### **10.1.3. Fase analítica**

##### **10.1.4. Fase informativa**

### **11. REFERENCIAS METODOLÓGICAS**

#### **11.1. Metodología cualitativa vs. metodología cuantitativa**

#### **11.2. La metodología seguida e esta tesis doctoral**

##### **11.2.1. Observación**

##### **11.2.2. Cuestionario cuantitativo**

##### **11.2.3. Método Delphi**

##### **11.2.4. Entrevistas en profundidad**

### **12. EL ESTUDIO: EL CORPUS**

#### **12.1. La elección del corpus**

#### **12.2. Requisitos del corpus**



## 10. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

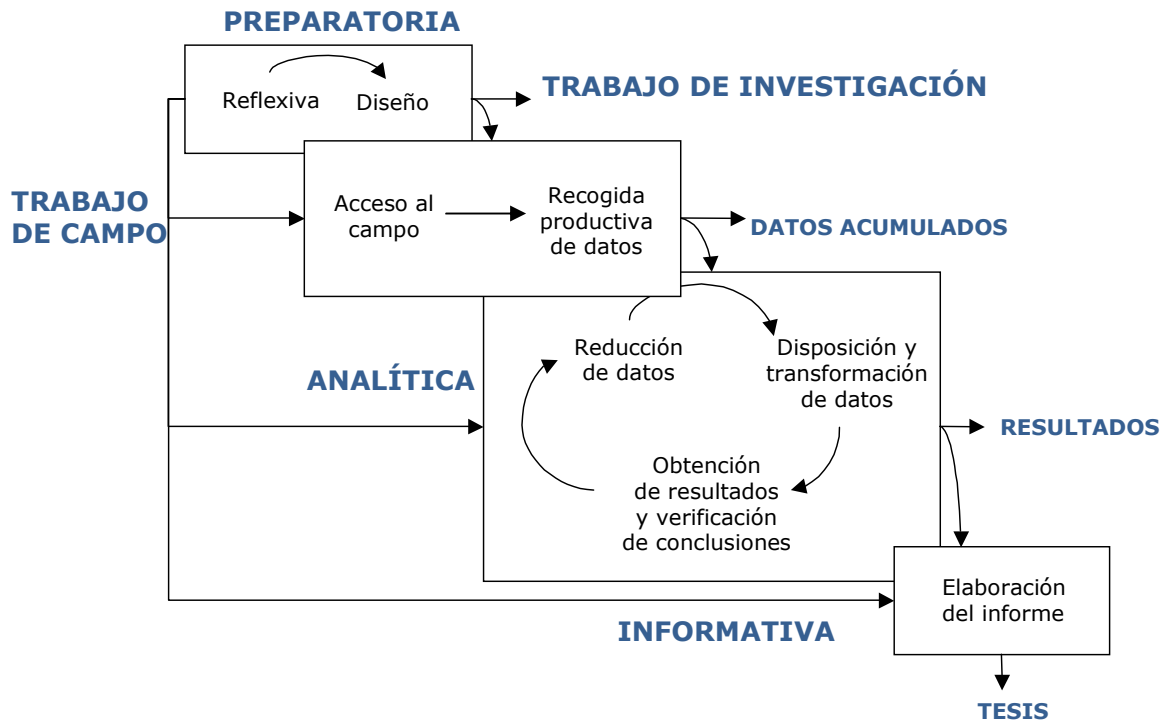
### 10.1. Proceso de investigación

Para garantizar el rigor de la futura investigación que llevaremos a cabo, hemos seguido un proceso dividido en cuatro fases, tal y como exponen Rodríguez, Gil, y García (1996), quienes indican que estas cuatro fases son fundamentales en cualquier investigación que posea parte del trabajo de carácter cualitativo:

- Fase preparatoria
  - a. Etapa de reflexión
  - b. Etapa del diseño de la investigación
  - c. La selección de los casos
  - d. Diseño de las herramientas de investigación
- Fase de trabajo de campo
  - a. Etapa de acceso al campo
  - b. Etapa de recogida de información
- Fase analítica
  - a. Etapa de reducción de datos
  - b. Etapa de disposición y transformación de datos
  - c. Etapa de obtención de resultados y verificación de conclusiones
- Fase informativa

Cada uno de estos pasos conlleva una consecuencia: proyecto de investigación, datos, análisis de estos, resultados y el informe final.

**FIGURA 4: Fases y etapas de la investigación**



Fuente: Rodríguez, Gil y García, (1996: 64)

Por motivos didácticos se presentan estas fases de forma lineal pero, incluso en la anterior representación gráfica, se puede observar cómo las fases se solapan y están estrechamente relacionadas. La estrategia de investigación elegida para este estudio empírico se va modificando conforme se avanza en el proyecto y se van perfilando las construcciones teóricas.

A la hora de plantear la investigación del presente trabajo se han tenido en cuenta los siguientes aspectos recomendados por Yin (1993: 45):

- La metodología se ha articulado en base a los objetivos de la investigación.
- Los objetivos y cuestiones del estudio se han relacionado con las unidades básicas del mismo.

- Se identificó la evidencia crítica (entrevistas, documentación y observaciones) que ha apoyado la hipótesis más importante, incluida la evidencia contraria.
- Se estipularon las técnicas relevantes para analizar los datos.

En este trabajo de investigación lo primero que hacemos es sembrar las bases de la primera de las fases, la etapa preparatoria, con sus subfases de: reflexión y diseño de la investigación. Para después continuar con el acceso a los datos, su análisis y los resultados finales.

Vamos siguiendo las recomendaciones de Yin (1993) para el diseño de nuestra investigación, que parten, por ejemplo, del hecho de tener una metodología planteada en función de los objetivos del estudio, de identificar la evidencia crítica que apoye la hipótesis de esta investigación (sin dejar de lado la evidencia contraria) así como de escoger las técnicas relevantes para analizar los datos que obtengamos en un futuro de entre el catálogo de técnicas existentes. ¿Cómo diseñamos nuestra investigación? En los siguientes apartados lo describimos y explicamos.

### **10.1.1.Fase preparatoria**

Recordemos que esta fase se componía, a su vez de varias etapas: Etapa de reflexión y etapa del diseño de la investigación.

#### **10.1.1.1. Etapa reflexiva**

En esta etapa se ubica todo el trabajo previo de identificación del objeto de estudio de la investigación. Aquí se incluyen las lecturas y estudios de trabajos en busca de un objeto de investigación atractivo para la comunidad científica y para nosotros mismos, así como conversaciones con la directora del presente trabajo de investigación,

la Dra. Gordillo. Es digno de destacar la complejidad a la hora de definir un marco teórico. No por la falta de literatura existente, sino por todo lo contrario: por la abundancia de material científico y divulgativo que hemos encontrado.

Y es que definir un marco teórico amplio que recogiese las principales aportaciones sobre el tema de la investigación no ha sido fácil. El marco conceptual no se ha ceñido a una sola perspectiva de la educomunicación audiovisual, sino que vamos a utilizar un planteamiento múltiple que nos permita un análisis abierto del fenómeno a estudiar, el programa *La Tarde*, como herramienta de educación y que, además, nos ayude a encontrar relaciones en el futuro análisis de los datos.

Las reflexiones y lecturas nos han ayudado a la definición del estudio que, como es lógico, seguiremos completando y complementando conforme sigamos avanzando en ese estudio. Porque el marco conceptual lo entendemos como una “herramienta que explica las principales cuestiones (factores, constructos o variables) que se han estudiado y las posibles relaciones entre ellas” (Miles y Huberman, 1994: 18). El marco conceptual nos ha permitido seleccionar y decidir lo que es importante y qué relaciones tenían más sentido, como ya contemplaba Eisenhardt (1989a: 536). Asimismo nos orienta en el futuro proceso de recogida y análisis de datos (Rodríguez, Gil, y García, 1996: 66).

#### 10.1.1.2. Etapa de diseño

Una vez determinado el marco teórico y las cuestiones de investigación, seleccionamos el método de investigación, la triangulación metodológica, las técnicas e instrumentos de recogida de datos, la forma de analizar los datos y los procedimientos de consentimiento y aprobación. Así, en relación al método, la opción por

la integración de una metodología mixta se basa en entrevistas en profundidad complementadas con cuestionarios, además de análisis de programas a través de observación directa. Esta metodología nos permitirá la pluralidad metodológica y la incorporación de datos cualitativos y cuantitativos. Porque la utilización de varios métodos nos permitirá realizar lo que autores como Yin (1993) definen como triangulación metodológica, sin dejar de lado otras triangulaciones igualmente importantes, tal y como expresan Denzin (1978) o Janesick (1994): Son las triangulaciones del investigador, la de datos, la teórica y la disciplinar:

- Triangulación del investigador: utilizar diferentes evaluadores.
- Triangulación de datos: utilizando una gran variedad de fuentes cualitativas o cuantitativas.
- Triangulación teórica: diferentes perspectivas.
- Triangulación disciplinar: distintas disciplinas.

Nosotros, siempre con la finalidad de fortalecer la fiabilidad y la validez (interna y externa), seguimos algunas de estas formas de triangular. Como la triangulación de datos, que en el trabajo de investigación se evidencia en tanto en cuanto se ha recurrido a diversas fuentes (publicaciones, observación, conversaciones - formales e informales-, lecturas de artículos científicos...) de manera que podamos adquirir una visión más amplia y equilibrada (Salancik, 1979). También triangulación de investigadores que, aunque es cierto que este es un trabajo individual, también lo es que para reducir la subjetividad que se deriva de la existencia de un único investigador se han utilizado diferentes estrategias, como es la figura del “abogado del diablo”, en este caso algunos compañeros del departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, así como personas de

nuestro entorno personal y profesional que, siendo docentes e investigadores de distintas universidades españolas, han discutido los planteamientos iniciales que teníamos. Así, aumentamos la confianza del futuro análisis así como los planteamientos de otros investigadores (Sutton y Callahan, 1987).

La triangulación de datos implica que acudiremos a un experto en psicología social para ubicarnos dentro de este amplio marco de la educomunicación a través de la televisión y, sobre todo, a través de un programa que, sin ser necios, está rodeado de polémica entre aquellos que lo defienden y aquellos que lo eliminarían de inmediato. También incluimos en esta forma de triangular el hecho de que transcurridos unos meses, volveremos a plantearnos el objeto de estudio para ver si se mantienen (o no) con el tiempo.

La triangulación disciplinar se cumple en tanto en cuanto el propio concepto de educomunicación trae consigo varias disciplinas: educación, comunicación... y psicología social, audiovisual, etc.

La triangulación metodológica se define en el apartado de metodología donde se explica cómo trazamos la investigación y cómo recurrimos a métodos diferentes y complementarios, que en conjunto, se integran en la estrategia de investigación.

La complejidad de un estudio que incluya parte de análisis cualitativo hace difícil predecir con precisión el resultado. Por ello, la característica fundamental del diseño es su flexibilidad, su capacidad de adaptarse en cada momento y circunstancia en función del cambio que se produzca en la realidad que se está indagando.

#### 10.1.1.3. La selección de los casos.

La selección de los casos es una fase esencial para la validez de esta estrategia de investigación (Eisenhardt, 1989a: 537). Un caso puede ser una persona, una organización, un programa de enseñanza, una

colección, un acontecimiento particular o un simple depósito de documentos. La única exigencia es que posea algún límite físico o social que le confiera entidad (Rodríguez, Gil y García, 1996: 92)

A la hora de determinar el número de casos a estudiar hay que desligarse de planteamientos cuantitativos en la elección de la muestra. En concreto, en la presente investigación se sigue la recomendación de Eisenhardt (1989a: 545) quien manifiesta que “el número de casos tiene que ser reducido”. En nuestro caso, seleccionamos 8 programas para analizar, 1067 personas a las que encuestar y 4 personas a las que entrevistar. Todo lo referente a la elección del corpus y sus requisitos se detalla más adelante, en los apartados 10.1 y 10.2.

Además, la selección de los casos no puede ser aleatoria y neutral, tiene que realizarse desde el conocimiento del marco teórico, “que aporta una guía esencial” (Yin, 1993 y Eisenhardt, 1989a) y de forma razonada. Incluso dentro de cada caso, la elección de los informantes debe ser razonada, deliberada e intencional. Las personas o grupos no se seleccionan al azar para completar una muestra, sino que se eligen uno a uno de acuerdo con el grado en que se ajustan a los criterios o atributos establecidos por la investigadora (Rodríguez, Gil y García, 1996: 135). Por ello, las personas interrogadas y los programas analizados que conforman el *corpus* de estudio han sido analizados previamente.

#### 10.1.1.4. Diseño de las herramientas de investigación.

En esta fase se diseñaron las herramientas necesarias para la recolección de datos. Siguiendo la recomendación de Yin (1993: 7), se elaboró un protocolo piloto de investigación previo, supervisado en todo momento por la directora de la investigación. En este caso, se realizaron una serie de encuestas cuantitativas, entrevistas

cualitativas, así como un análisis de una serie de programas. En este proceso se contó con la ayuda de compañeros profesionales y con la dirección del programa, así como colegas provenientes del mundo de la investigación en comunicación. De este modo, se obtuvo toda la información de manera que la adecuación de este tipo de herramientas de investigación respondía a los planteamientos iniciales. Estas herramientas de recopilación de información han supuesto, básicamente, el protocolo de contacto con los responsables del programa, así como de la guía de encuesta y entrevista diseñadas para tal efecto.

En el diseño de la entrevista, de carácter semi-directivo, seguimos la técnica del 'embudo', comenzando por preguntas de tipo amplio, casi reflexiones generales de los entrevistados y que íbamos concretando en nuestros focos de interés. El carácter semi-abierto de las entrevistas se debe a que nuestra intención era analizar los diferentes discursos que desarrollan los individuos en las empresas y tratar de dilucidar los componentes de los mismos (Carrasco, Larrinaga, Caro et al, 1997: 41):

- Componente racional: lo que el director piensa que debe hacerse.
- Componente real: lo que realmente se hace en la empresa.
- Componente emotivo: el discurso que sobrepasa la racionalidad y se construye en torno a posturas emocionales que no precisan más justificación que los propios sentimientos personales.
- Componente social: está muy ligado al racional, y lo constituye el discurso que está aceptado por el grupo de referencia en el que se inserta el directivo.



Con esta herramienta se puede obtener la información que subyace en los discursos estructurados, resaltando las opiniones, las dudas y las contradicciones, algo difícil de captar a través de un cuestionario de respuesta cerrada. La información obtenida de esta manera es mucho más rica en matices y permite una aproximación más completa al fenómeno estudiado. La entrevista permite describir e interpretar aspectos de la realidad que no son directamente observables: sentimientos, impresiones, intenciones o pensamientos, así como acontecimientos del pasado que sólo permanecen en la mente de los sujetos (Patton, 1987).

La entrevista está estructurada en diversos bloques de preguntas que se corresponden con los siguientes apartados:

- El informante: Empresa, puesto en la empresa y actividades que realiza.
- Percepción: Del programa, de su finalidad y su fin como servicio público.
- Objetivos: Los efectos reales del programa.

Este esquema fue flexible, y en algunas ocasiones fue modificado para introducir algunos elementos que habíamos encontrado en el análisis de la información previa de la empresa, el objetivo era que todos los puntos fuesen tratados independientemente del orden que siguiese el entrevistado.

La duración media de las entrevistas fue la que un principio se había previsto con el objeto de no cansar a nuestros interlocutores, aproximadamente veinte minutos. Gaitán y Piñuel (1998) aconsejan una duración máxima de estos veinte minutos para las entrevistas, ya que consideran que suponen un desgaste psíquico para el entrevistado. Piensan que una duración superior puede ser contraproducente: el sujeto pierde facultades intelectivas y memoria y

la actitud positiva o el interés con que aborda la tarea tiende a declinar. La amplitud del objeto de estudio y la cantidad de información que es necesario recoger obligan a entrevistas más largas, aunque no necesariamente tienen que fatigar a los entrevistados. Sin embargo, alguno de ellos prolongó su intervención más allá de los sesenta minutos en un ambiente ameno y distendido.

También se elaboraron una serie de documentos destinados a facilitar el acceso al campo, como guías para establecer un primer contacto telefónico o por mail que, en nuestro caso, fue bastante fácil y satisfactorio.

Las herramientas y protocolos diseñados se fueron ajustando a las necesidades de la investigación. Este ajuste permite al investigador probar conceptos emergentes o aprovechar las oportunidades que brinda una situación de investigación dada (Eisenhardt, 1989a; Harris y Sutton, 1986).

### **10.1.2. Fase de trabajo de campo**

Dentro del trabajo de campo se pueden distinguir dos fases: el acceso al campo y la recogida productiva de datos. Pasamos a definir a continuación ambas fases.

#### **10.1.2.1. Etapa de acceso al campo**

Comenzamos por definir campo, que es lo desconocido, lo que suele escapar a las previsiones hechas desde nuestra mesa de trabajo, lo que no siempre podemos someter a control del laboratorio. El campo, contexto físico y social en el que tienen lugar los fenómenos objeto de la investigación, está a menudo por definir, y “desborda los límites de lo previsto por el investigador” (Rodríguez, Gil y García, 1996: 103). Posteriormente, deberemos recoger los datos, cuya fase es una de las

más laboriosas de cualquier investigación. Aún así, captaremos una muestra lo suficientemente amplia para que el estudio cumpla los requisitos de validez, fiabilidad, suficiencia y adecuación de los datos.

#### 10.1.2.2. Etapa de recogida de datos

La fase de recogida de datos es una de las más laboriosas de cualquier investigación, porque la recogida de datos supone un gran esfuerzo en términos temporales y en accesibilidad a las fuentes.

Consideramos que la muestra es importante y suficientemente amplia porque acudimos a personas de distintas edades, de distintas ciudades, diversos tipos de estudios, etc. Además, acudimos a parte implicada en el programa, los directivos, y a telespectadores con distinta relación con el programa.

Además, para garantizar el rigor de la investigación en esta fase se deben tener en cuenta los criterios de suficiencia y adecuación de los datos. La suficiencia se refiere a la cantidad de datos recogidos. Se consigue cuando se llega a un estado de 'saturación informativa' y la nueva información no aporta nada nuevo. La adecuación se refiere a la selección de la información de acuerdo con las necesidades teóricas del estudio y el modelo emergente. La suficiencia ya ha sido comentada y, respecto a la adecuación, consideramos que se satisface este requisito dado que la metodología utilizada permite recabar información tanto subjetiva (percepciones e interpretaciones de los entrevistados) como objetiva (el programa en sí).

#### 10.1.3. Fase analítica

Una vez que tenemos los datos recopilados, debemos analizarlos. Definimos análisis de datos como "un conjunto de manipulaciones, transformaciones, operaciones, reflexiones, comprobaciones que se

realizan sobre los datos con el fin de extraer significado relevante en relación con un problema de investigación” (Rodríguez, Gil y García, 1996: 200). Para garantizar el éxito de este análisis de datos no basta con nuestra posible habilidad (queda por demostrar si la tenemos) o experiencia (que tenemos poca), sino que es necesario seguir una serie de pasos precisos para orientar el análisis y poder, de este modo, marcar las pautas de trabajo.

Miles y Huberman (1994: 12) proponen una serie de fases en el proceso de análisis de datos:

- Reducción de datos: hace referencia al proceso de selección, simplificación, abstracción y transformación de los datos que aparecen en el corpus de estudio.
- Presentación, extracción y verificación de conclusiones: Análisis en sí, comparación, y ordenación de datos determinando en qué medida contribuyen a la generación de información válida y fiable.

Un análisis es válido si el uso de las distintas formas de triangular es correcto y se realiza con rigor. Por su parte, la fiabilidad ofrece seguridad sobre si los datos se han obtenido de manera autónoma en relación al suceso y al instrumento o persona que los mide, tal y como ya expresaba Krippendorff en 1990. Así, un procedimiento fiable es aquel que mide los mismos resultados para los mismos fenómenos independientemente de las circunstancias de su aplicación.

#### 10.1.3.1. Etapa de reducción de datos

La reducción de datos hace referencia al proceso de selección, centrado, simplificación, abstracción y transformación de los datos que aparecen en el corpus de estudio (Miles y Huberman, 1994: 10).

Paulatinamente, durante algunos meses se fueron recogiendo datos de emisión del programa, y se fueron seleccionando algunos episodios con la finalidad de analizarlos posteriormente. También se realizó un cuestionario para realizar una encuesta cuantitativa, y se completó con el diseño de una guía base de entrevista cualitativa.

Tras la recogida de datos, el investigador se encontró con abundante material: en concreto con una muestra igual a 1067 encuestas, 4 entrevistas en profundidad y 8 programas para analizar.

Una vez registradas y categorizadas todas las encuestas, se pasó a verificar el nivel de estudios, la frecuencia de visionado del programa, así como si existía relación directa o no con *La Tarde*.

#### 10.1.3.2. Etapa de disposición y transformación de datos

En esta etapa nos parece relevante concretar que los datos se recogieron y codificaron en Excell, posteriormente se trataron con SPSS para relacionarlos y hacer inferencias entre los mismos; por último se volvió a usar el programa Excell para dibujar los gráficos de resultados.

#### 10.1.3.3. Etapa de obtención de resultados y verificación de conclusiones

Las encuestas se analizaron en bloque, por tipo de pregunta. Posteriormente, se realizó un análisis agregado para desarrollar las nuevas perspectivas conceptuales y, mediante la comparación de esas conclusiones parciales, se llegó a las conclusiones generales.

La comparación permitió destacar las semejanzas y diferencias entre las unidades que conforman el corpus de estudio, e hizo posible la formulación de sus propiedades fundamentales, a partir de las cuales pudo llegarse a la definición, ilustración y verificación de esas

categorías de conclusiones. Esta comparación se vio facilitada gracias al uso del soporte informático (una base de datos y un generador automático de encuestas –*OPINA* y *Surveymonkey*-, además de material de grabación para las entrevistas), que permitió ordenar los campos de la base de datos y, de esa manera, visualizar los datos de forma más clara y extraer automáticamente las características de cada unidad de registro.

Una vez ordenados los datos en tablas, que sirven de resumen para ofrecer una visión global de lo estudiado, se compararon esos resultados con las hipótesis planteadas y se integraron en el estudio, determinando en qué medida contribuyen a la generación de información válida y fiable.

Todos estos datos fueron tratados mediante SPSS y volcados los resultados en Excell para la elaboración de las tablas y gráficos.

A continuación, se compararon con los datos tratados y resultantes de las entrevistas y de la observación directa, así como se complementó el estudio con los datos resultantes del método Delphi.

La validez de las conclusiones generadas en esta investigación reside en la forma en cómo se ha llevado a cabo todo el proceso de investigación, desde la aplicación de las diferentes formas de triangulación hasta el sometimiento de los resultados. Esta investigación se ha desarrollado de forma sistemática y sus resultados han encontrado respaldo en otras investigaciones y estudios afines, por lo que podemos tener la convicción de su validez interna y externa.

La validez interna se consiguió con la especificación de las unidades de análisis, el desarrollo *a priori* de teorías y la recolección de datos y análisis de los mismos de forma rigurosa. La validez externa se consiguió mediante la especificación y conexión con las relaciones teóricas que han permitido hacer generalizaciones.

Por otra parte, hay que conseguir, asimismo, fiabilidad. Ésta, como ya apuntaba Krippendorf (1990), ofrece seguridad respecto a que los datos se han obtenido de manera autónoma en relación al suceso y al instrumento o persona que los mide. Así, la fiabilidad se alcanzó mediante el uso de protocolos de estudio unificados para todas las unidades del análisis y el desarrollo de una base de datos de cada caso. El protocolo aseguró que se siguieron procedimientos similares en el seguimiento de todos los casos: encuestas por igual, entrevistas por igual y un esquema idéntico para tratar cada una de las muestras. La presencia de un único investigador facilita la fiabilidad de la investigación ya que dota de homogeneidad al conjunto. También es cierto que limita la objetividad de la investigación e incrementa el sesgo, aunque para eso ya se han utilizado algunas figuras clásicas en la literatura sobre el estudio de casos como “el abogado del diablo” o las conversaciones y discusiones con expertos en la materia, como se ha comentado anteriormente.

#### **10.1.4. Fase informativa**

La fase informativa se corresponde con el informe o documento final que da a conocer los resultados de una investigación. En este caso, la actual tesis doctoral que tiene entre sus manos.

## **11. REFERENCIAS METODOLÓGICAS**

La noción de metodología alude a los procedimientos que hemos escogido para llevar a cabo nuestra investigación. Bogdan y Taylor (1994: 15) opinan que una metodología es “el modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas. En las ciencias sociales se aplica a la manera de realizar la investigación”. En la misma línea se expresa Lasso de la Vega (1977: 85) cuando dice que

la metodología es “un conjunto de procedimientos que sirve de instrumento para alcanzar los fines de la investigación”. En este caso, el análisis del programa *La Tarde* de la productora Indaloymedia para *Canal Sur TV*, complementado con otras técnicas cualitativas, la entrevista en profundidad junto con un método Delphi, y una cuantitativa, la elaboración de un cuestionario cuantitativo.

En las siguientes páginas justificamos el uso de esta metodología y se detallan y plantean las ventajas y desventajas de una y otra técnica.

En línea con lo que expresan Busquet, Medina y Sort (2006: 125), “la metodología tiene un valor puramente instrumental. Por este motivo, hemos de huir de lo que se podría calificar como una práctica científico-ritual basada en un conjunto de protocolos y cargada de formalismos”.

### **11.1. Metodología cualitativa vs. metodología cuantitativa:**

Existen líneas contrarias a que el método científico se pueda aplicar a las ciencias sociales; también es cierto que el propio método ha sido uno de los puntos fundamentales del debate sobre las ciencias sociales desde sus orígenes. Ya uno de los padres de la sociología y la antropología, Durkheim (2001) estableció las reglas y criterios del método sociológico para obtener un conocimiento positivo de la realidad siendo un conocimiento apoyado en la observación y construcción del objeto de estudio como promedio, y no basado en meras especulaciones.

No obstante, las dudas sobre el método de Durkheim (‘La disputa del método’) continuaron, planteándose un nuevo pensamiento para determinar si la epistemología y la metodología de las ciencias naturales se podían aplicar a las ciencias sociales. En este sentido,



Alcina (1994: 56) desarrolla este aspecto basándose en el pensamiento de Bunge:

“Ese aparente ‘retraso’ de las Ciencias sociales respecto de las Ciencias Naturales ha producido, de hecho, un enfrentamiento entre los practicantes de unas y otras. No es extraño, por eso, que pueda afirmarse que ‘quien se acerca a las ciencias sociales desde las ciencias naturales se siente inicialmente repelido por la oscuridad de la jerga, la pobreza e inexactitud de las ideas y las pretensiones de hacer pasar la búsqueda de datos sin importancia por investigación científica y la doctrina imprecisa por teoría científica’”.

Actualmente nos encontramos en un punto en el que no se ha conseguido encontrar un método unificado para todas las disciplinas que abarcan las ciencias sociales. No obstante, si es cierto que existe una gran pluralidad de vertientes metodológicas en este campo.

Por ello, si acudimos a la bibliografía sobre comunicación y educación de manera genérica, y sobre comunicación audiovisual y educomunicación de manera concreta, existe un fuerte predominio de los planteamientos empíricos de naturaleza cuantitativa.

Tradicionalmente, los investigadores, con la finalidad de extraer y aprehender el mayor porcentaje posible de la realidad, desarrollan complejos modelos estadísticos que tratan de encontrar generalizaciones en el comportamiento de los medios (audiovisuales) y de su influencia en el público, adulto, infantil, adolescente, etc.

De hecho, las revistas de mayor impacto de conocimiento se hacen eco de estos estudios y en muchas ocasiones para lograr publicar en ellas es una condición indispensable recurrir a estas herramientas de investigación.

Sin embargo, en los últimos años diversos autores defienden la validez de la metodología cualitativa y algunas de las revistas más prestigiosas, como *Global Media Journal*, *Zer*, *Ámbitos*, *Journal of*

*Environmental Management* o *Journal of Business Ethics*, empiezan a considerarla como una metodología alternativa, y no por ello de menor importancia. El resultado es que, con mayor frecuencia, cada vez más se publican artículos contruidos a raíz de la realización de trabajos empíricos investigados gracias a estudios de casos u otro tipo de diseños de investigación cualitativos, como en el caso de Villarreal y Landeta (2010) en estudios empresariales o Martínez (2008) y Alonso (1998) en publicaciones sociales, por citar algunos.

Pero, al margen de esta aceptación mutua, y lejos de existir un consenso sobre ambas maneras de aproximarse a una misma realidad, los investigadores suelen ubicarse en posturas contrapuestas: los partidarios del análisis cuantitativo afirman que el análisis cualitativo carece de mecanismos internos que garanticen los criterios necesarios de fiabilidad y validez, así como los partidarios del análisis cualitativo afirman que la supuesta neutralidad de los datos cuantitativos poseen escaso valor explicativo aportado por los cuestionarios con fines estadísticos y ridiculizando el abuso de fórmulas cada vez más cabalísticas para el logro de unas definiciones que se encuentran bastante alejadas de la realidad social (Ruiz, 1996).

En esencia, no se trata de un simple debate metodológico; la raíz del problema reside en la epistemología de las investigaciones: es la controversia, más que clásica, que enfrenta las aproximaciones positivistas con las interpretativas, la objetividad frente a la subjetividad (Morgan y Smircich, 1980).

Cada una de ellas tiene sus ventajas e inconvenientes, lo importante es elegir el método adecuado en función del objeto de la investigación (Olson, 1995).

Incluso vamos más lejos, ya que ambas son complementarias, dado que la tendencia es llevar a cabo estudios empíricos que hagan uso

de una pluralidad metodológica (Bartunek, Bobko y Venkatraman, 1993). De hecho, ya Reid (1994: 477) abogaba por la complementariedad de ambas metodologías ya que “las fortalezas de una suelen ser las debilidades de la otra”.

Y es que la metodología cuantitativa tiene como objetivo aclarar las regularidades estadísticas del comportamiento, está orientada hacia la medición del alcance del comportamiento que estudiado (Wildemuth, 1993: 451). Por lo tanto, aporta información que facilita la generalización de las relaciones. Por su parte, la metodología cualitativa, tiene como objetivo comprender el mundo desde el punto de vista de los actores (Wildemuth, 1993) ayudando no a aportar más datos, sino a describir el funcionamiento de los sistemas sociales, detectando relaciones y generando descripciones con el objetivo final de ayudar y construir una generalización.

En primer lugar, distinguiremos entre lo que se considera cuantitativo y cualitativo, porque en ocasiones esta distinción se ha limitado a hacer referencia al tipo de datos que se manejan: si utilizamos datos numéricos, se trata de un método cuantitativo, si lo que tratamos son datos de carácter simbólico, como el lenguaje, estaremos haciendo uso de un método cualitativo. De hecho, algunos autores se han quedado en la simple definición de que los datos cualitativos son aquellos que no son cuantitativos, aquellos que no pueden ser expresados numéricamente (Tesch, 1990)

Pero la cuestión va mucho más allá, ya que tanto las técnicas cuantitativas como las cualitativas superan el análisis de un tipo de datos u otro. Por ejemplo, en los estudios de casos, metodología de investigación catalogada como cualitativa, es común el empleo de la triangulación de fuentes de información en la que se entremezclan datos de naturaleza cuantitativa y cualitativa. Los datos pueden ser recogidos mediante una entrevista en profundidad y luego ser

analizados de manera cualitativa si le aplicamos las técnicas del análisis del discurso o cuantitativa si utilizamos el análisis del contenido (Rodríguez, Gil y García, 1996: 200).

En esta línea se encuentra Olson (1995), quien hace una revisión de las fuentes de referencia sobre la disputa entre la metodología cuantitativa frente a la cualitativa, llegando a la conclusión de que, tradicionalmente, la definición de la metodología se ha hecho de forma negativa (Bradley, 1993; Chatman, 1984) definiéndose por contraposición. En este sentido Glazier (1992: 6) hace una especificación sobre la metodología añadiendo lo que no es; por ello hay que centrarse en los aspectos epistemológicos positivos más que en los que no es o en la simple recogida de datos. Morgan y Smircich (1980) añaden que no es la recogida sino el tratamiento lo que los hace diferentes.

Tienen mayor interés las definiciones positivas, como Janesick (1994) quien define el concepto de cualitativo de forma positiva. O Fidel (1993), quien se atreve incluso a enumerar las características de la investigación cualitativa: contextual, inductiva, holística, dialéctica, plural y está entremezclada con el objeto de la investigación.

Así, las características de los métodos cualitativos, siguiendo Ruiz (1996) y Janesick (1994) son:

- El objetivo es la captación y reconstrucción del significado de las cosas, por encima de una mera descripción de hechos.
- El lenguaje usado es conceptual y metafórico, frente a los números, algoritmos y/o fórmulas matemáticas.
- Capta la atención de una manera no estructurada, sino flexible y desestructurada, siendo una de sus herramientas más empleadas la entrevista en profundidad.

- Su procedimiento es más inductivo que deductivo. No se parte de una teoría y unas hipótesis perfectamente elaboradas y precisas. Requiere el análisis conjunto de los datos.
- La investigación pretende captar todas las experiencias y significados de un solo caso, y no pocas experiencias de muchos.
- La orientación de la investigación no es particularista y generalizadora sino holística y concretizadora (Miles y Huberman, 1994: 6). La investigación pretende captar todo el contenido de experiencias y significados que se dan en un solo caso o en un número reducido de ellos.
- Se centra en las relaciones dentro de un sistema o cultura. Olson (1995) completa estas características con una consideración de naturaleza metodológica. El contexto es esencial en la investigación cualitativa, el objeto de estudio se integra y relaciona con el medio en el que tiene lugar (Bradley, 1993; Fidel, 1993; Mellon, 1990).
- La diferencia esencial entre uno u otro enfoque epistemológico se derivan del planteamiento global de la investigación, de forma que se ajuste en mayor o menor medida a los seis puntos anteriormente mencionados.

En la siguiente tabla el lector podrá ver las principales diferencias entre investigación cuantitativa y cualitativa que evidencia la complementariedad entre ambas.

**TABLA 2: Diferencias entre la investigación cuantitativa y cualitativa**

	CUALITATIVA	CUANTITATIVA
OBJETIVOS	Comprender motivos subyacentes en las conductas de las personas. Formular hipótesis para desarrollar investigaciones cuantitativas. Entender problemas.	Cuantificar datos e inferir resultados de una muestra a una población
MUESTRAS	Pequeñas y escasamente representativas	Grandes y representativas
RECOGIDA DE INFORMACIÓN	No estructurada	Estructurada
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	No estadístico	Estadístico
UTILIDAD	Comprender situaciones o hechos	Recomendar o prescribir acciones

Fuente: Grande Esteban y Abascal Fernández (1996:222)

Resumiendo, la diferencia esencial entre uno u otro enfoque (cualitativo vs. cuantitativo) se deriva del planteamiento global de la investigación: que se ajuste en la mayor medida posible a estas características dadas. Para llevar a cabo la elaboración y registro de los datos que vamos a necesitar en nuestro trabajo de investigación recurrimos a distintas técnicas de investigación. Por ello, y tomando como referencias las consideraciones anteriormente expuestas, el autor considera que, para proceder a la comprobación empírica de las hipótesis de esta investigación, el mejor procedimiento es una metodología combinada basada tanto en técnicas cuantitativas como cualitativas de recogida de datos para su posterior análisis. En este sentido, las técnicas que se emplearon están enmarcadas en los siguientes métodos, ya citados:

- Observación directa
- Método Delphi
- Encuesta

Todo ello da lugar a una triangulación de métodos, ya abordada en el capítulo 8 de esta tercera parte, “Desarrollo de la investigación”.

## **11.2. La metodología seguida en esta tesis doctoral**

A continuación veremos uno a uno los diferentes métodos utilizados, con sus correspondientes muestras. No obstante nos parece relevante concretar que los datos se recogieron y codificaron en Excell, posteriormente se trataron con SPSS para relacionarlos y hacer inferencias entre los mismos, por último se volvió a usar el programa Excell para dibujar los gráficos de resultados.

### **11.2.1. Observación**

Para González (1997) la observación es uno de los procedimientos que permite la recolección de información, y consiste en contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social. Alude al conjunto de métodos establecidos para la observación directa de sucesos que ocurren de un modo natural. Esta definición implica dos consideraciones principales: en primer lugar, que los datos se recogen cuando ocurre el suceso, sin que ello implique la imposibilidad de que sea grabado o recogido para su posterior análisis; en segundo lugar, significa que el suceso no es creado, mantenido o finalizado exclusivamente para la investigación (ya que entonces estaríamos hablando del denominado método experimental –González, 1997–).

Según establece la citada autora, es la técnica de investigación más importante empleada en la sociología de forma que “ninguna otra técnica puede reemplazar el contacto directo del investigador con el campo de estudio” (1997:124).

En este sentido, en el ámbito concreto de la presente investigación, la técnica de la observación es utilizada tanto en la fase previa a la selección y formulación del problema a investigar, como en la fase de recolección de datos que nos ocupa en este epígrafe.

Existen dos tipos de observación: la observación sistemática y la participante (González, 1997:126). Así, la observación sistemática hace referencia a la observación y registro de comportamientos y acciones previamente especificados (González, 1997:126). Se puede aplicar siempre que el ámbito seleccionado se produzca en situaciones públicas y que permita que el investigador realice la observación sin participar directamente en la situación.

Sin embargo, a diferencia de la observación sistemática, en la observación participante el investigador forma parte de los sucesos que se observan.

#### 11.2.1.1. Diseño de herramienta y aplicación (observación)

En nuestro caso en el ámbito concreto de la presente investigación, acudimos a la observación sistemática: observamos desde un punto de vista externo, registramos ciertas situaciones y las analizamos con posterioridad, siguiendo las indicaciones de González (1997), de una manera exploratoria y descriptiva.

Dentro de esta observación sistemática, establecemos dos partes muy diferenciadas: Una primera observación que, aunque realizada de manera metódica, bien es cierto que es prolongada en el tiempo. Esta observación extendida consiste en el reconocimiento de la influencia de determinados programas o personajes televisivos en la población, en este caso, andaluza. Concretamente, durante el periodo 2003-2016, observamos mediante conversaciones con personas mayores de ciudades y pueblos de distintas partes de Andalucía (pertenecientes a todas sus provincias), la importancia de espacios



televisivos en sus vidas diarias. Nos referimos a programas de la misma cadena que seguían una fórmula parecida y al presentador en cuestión. Ocurre que, trabajando en el sector audiovisual en producciones para la televisión autonómica andaluza (realizando programas como *Andalucía con estilo*, *Tecnópolis*, *Ponte a punto* o *Salud al día*), al ver un micrófono o cámara de Canal Sur Tv, muchas de estas personas a las que aludimos (mayores, fundamentalmente), constantemente hacían comentarios del tipo “saludos a Juan y Medio”, “veo todos los días a Juan y Medio” o “me encanta el programa de Juan y Medio”.

Este sector de población mayor de 55 años (definimos esta cifra media para aportar datos concretos), que en Andalucía suponen un total de 2.091.990 habitantes<sup>39</sup>, con fecha de 2015 (sumando un 24,9% del total de la población censada en Andalucía –IAE, 2015–), es el de mayor consumo televisivo junto con el público infantil, (Blanco, 2012). Pese a ello, y aunque existen programas dirigidos a todos los públicos en la mayoría de los canales generalistas, no hay ninguno en todas las televisiones europeas expresamente realizado por y para las personas mayores, teniéndolos como protagonistas y dirigiéndose a ellos principalmente<sup>40</sup>.

Es por eso que muchos confieren a *La Tarde* un gran valor: Resulta ser el único espacio donde pueden verse reflejados, donde una persona mayor anónima es invitada para hablar de su vida y centra la atención del programa. Y esto les provoca empatía según hemos podido observar y escuchar de sus testimonios.

---

<sup>39</sup>De un total de población en Andalucía de 8.401.567 personas (IAE, 2015).

<sup>40</sup> A excepción del citado programa *En compañía* de Televisión de Castilla la Mancha que, en realidad, como ha sido explicado anteriormente en el apartado 3.4.3.2., se trata del resultado de la venta del formato de *La Tarde* por parte de la productora Indaloymedia al ente público manchego. Puesto en marcha por el equipo de *La Tarde*, comenzó su emisión el 30 de mayo de 2016.

En la presente investigación, dado que la técnica de la observación es aquí empleada para poder aplicar el método del estudio de caso único, debemos reseñar que la muestra observada es el propio programa *La Tarde*. En este sentido, los ítems seleccionados que se exponen a continuación y que forman parte del diseño de la herramienta para que guíen y orienten la observación como técnica de investigación, se aplican sobre todos los componentes que conforman dicho programa. Los aspectos a observar son los siguientes:

- Manifestaciones sobre la igualdad de género
- Expresiones acerca del respeto a los mayores
- Valoraciones sobre la evolución del comportamiento social
- Referencias históricas
- Referencias lingüísticas
- Aspectos negativos (críticas, exposición pública,...)
- Aspectos empresariales que influyan en la función educativa del programa (organigrama, personal, funciones, motivaciones,...)

Esta técnica se lleva a cabo desde enero hasta mayo de 2016. Además de la observación de los programas emitidos durante ese período de tiempo, se procede a analizar aleatoriamente:

- Un programa de la primera temporada: septiembre de 2009.
- Un programa de 2010
- Un programa de 2011
- Un programa de 2012
- Un programa de 2013
- Un programa de 2014
- Un programa de 2015
- Un programa de 2016

Esta selección, que incluye programas de los diferentes años de emisión del programa, nos sirve para observar su evolución respecto a los citados elementos.

- Organización de personal
- Establecimiento de funciones
- Nivel de implicación y motivación del equipo
- Nivel de funcionamiento
- Contactos previos con los invitados
- Preparación de visita al programa
- Participación en el programa
- Seguimiento posterior de los invitados
- Tratamiento con las familias

Estos datos, que en principio no están directamente relacionados con nuestras hipótesis, sí que pueden ayudarnos a comprender mejor la realidad en la que se circunscriben los distintos programas, su evolución, estructura, finalidad y, sobre todo, su tratamiento.

Concretamente realizamos la siguiente tabla donde anotamos estos ítems:

**TABLA 3: Ítems para observación directa**

Ítem	Modo	Programa	Percepción personal	Consecuencia observable
Organización de personal				
Establecimiento de funciones				
Nivel de implicación y motivación del equipo				
Nivel de funcionamiento				
Contactos previos con los invitados				
Preparación de visita al programa				
Participación en el programa				
Seguimiento posterior de los invitados				
Tratamiento con las familias				

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, una vez percibidos esos comportamientos, y como consecuencia de dicha observación, se decide realizar este estudio desde la segunda perspectiva: siguiendo todo el proceso de realización del programa, previo a su emisión, y desde el punto de vista del espectador, posterior a ella. Así, realizamos una observación sistemática, metódica y regular de ciertas unidades del programa. Concretamente, 8 programas correspondientes a las fechas:

- 20 de septiembre de 2009
- 20 de mayo de 2010
- 15 de febrero de 2011
- 20 de enero de 2012
- 20 de febrero de 2013
- 24 de febrero de 2014
- 16 de febrero de 2015
- 26 de mayo de 2016

Por último, y como complemento a este análisis del programa *La Tarde*, realizamos también, por comparativa, un análisis observacional de un programa televisivo que compite directamente con *La Tarde* en tipología de público, fecha y horario de emisión como es el programa *Sálvame*.

### **11.2.2. Cuestionario cuantitativo**

La encuesta o cuestionario cuantitativo es un método para obtener información de manera clara y precisa, donde existe un formato estandarizado de preguntas y donde el informante reporta sus respuestas, un "método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida" (Buendía, Hernández y Colás, 1998:120). Los cuestionarios sirven para entregar descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos. La encuesta es, además, un proceso interrogativo que se utiliza para conocer lo que opinan algunas personas sobre una situación o problema que los involucra, y se les pregunta directamente.

Siguiendo a Kerlinger (1998) los cuestionarios servirán como:

- a. Instrumento exploratorio para ayudar a identificar variables y relaciones, sugerir hipótesis y dirigir otras fases de la investigación
- b. Complemento a otros métodos, permitiendo el seguimiento de resultados inesperados, validando otros métodos y

profundizando en las razones de la respuesta de las personas.<sup>41</sup>

Las encuestas resultan especialmente efectivas en investigaciones donde se busca generalizar el resultado a una población definida. La elaboración del cuestionario requiere un conocimiento previo del fenómeno que se va a investigar. Del mismo modo, la experiencia del investigador es imprescindible para la construcción de cuestionarios, los que deben ser adaptados a las necesidades del investigador y a las características de la comunidad en la que se realiza la investigación (Kerlinger, 1998; Buendía, Hernández y Colás, 1998). Así, La encuesta como técnica de observación no directa, nos facilita la consecución de información y datos de poblaciones cuando la población es numerosa y está repartida en el territorio como es el caso (Andalucía).

Porque, apuntan estos mismos autores, la validez y estructura de las encuestas van a depender de la capacidad y habilidades de los investigadores, de la correcta selección de la muestra que se sondeará y de la realización de las preguntas (Buendía, Hernández y Colás, 1998). A este respecto, añade Kerlinger (1998: 27):

“El contenido de las preguntas invariablemente tendrá que estar relacionadas con la hipótesis, o sea que, las preguntas deberán estar enfocadas hacia los puntos clave, que una vez que se viertan las respuestas, éstas contengan los datos directamente relacionados con la hipótesis, pero sobre todo, que una vez codificados e interpretados, permitan confirmar o refutar la hipótesis”.

---

<sup>41</sup> Este autor le atribuye otros posibles propósitos a los cuestionarios que no se aplicarán a la presente investigación.

Los cuestionarios resultan una de las técnicas más económicas puesto que se autocompletan mediante envío del cuestionario a la muestra seleccionada y ésta responde reenviando el cuestionario al investigador, sin que éste influya en las respuestas que se señalan. En este sentido, Buendía, Hernández y Colás (1998: 124) estiman que un cuestionario pretende "conocer lo que hacen, opinan o piensan los encuestados mediante preguntas realizadas por escrito y que puedan ser respondidas sin la presencia del encuestador".

Sin embargo, el riesgo en el uso del cuestionario, como señala Simelio (2011b), es que el sujeto mienta, o su propia disponibilidad y acceso, además del sesgo añadido del investigador que trabaja bajo unos intereses y puede correr el peligro de formarse una idea subjetiva de la investigación.

Por otra parte, hay que diseñar la muestra correctamente, y para ello se han de tener claros los conceptos de "población" y "muestra". "Una población es un grupo de posibles participantes al cual usted desea generalizar los resultados del estudio" (Salkind, 1999: 96) y la muestra es "un subconjunto de la población. Una buena técnica de muestreo incluye maximizar el grado en que este grupo selecto representa a la población" (Salkind, 1999: 96); por ello, resulta necesario realizar un buen muestreo. El primer paso para seleccionar la muestra es saber cuál era el universo: "El punto de partida para el diseño de la muestra es la definición y acotación de la población o universo objeto de estudio" (Cea D' Ancona y Valles, en Clemente, 1992: 279).

Además, una vez tenidas en cuenta la población y la muestra, los cuestionarios han de ser validados por los profesionales pertinentes y pre-testeados para corregir errores antes de su aplicación definitiva. En cada caso, se estudian con detenimiento los tipos de variables en cuanto a su medición (nominal y ordinal), así como por su redacción

(dicotómicas, de elección múltiple, de elección forzada, de respuesta abierta).

¿Qué preguntamos? La percepción del programa y de sus diferentes actores.

¿Cómo las hacemos? En cuestionarios físicos (papel) y virtuales (*on line*).

¿Cómo seleccionamos a los entrevistados? Necesitamos, en principio, una muestra al azar.

¿A cuántas personas seleccionamos? Nos planteamos un cuestionario a 1067 individuos, teniendo en cuenta un error muestral de 3<sup>42</sup>.

#### 11.2.2.1. Diseño de herramienta y aplicación (cuestionario)

Finalmente, se aplicó un cuestionario de treinta y cuatro cuestiones. Su organización interna integraba preguntas cerradas de alternativas tanto excluyentes como no excluyentes, con escalas dicotómicas en algunos casos y valorativas (de frecuencia) en otros. En esta ocasión, la consistencia de la herramienta fue validada por medio del juicio de profesores universitarios expertos en la materia de educomunicación, así como profesores universitarios expertos tanto en metodología como en comunicación audiovisual. Asimismo, fue validado por profesionales de una consultora especializada en aplicación de encuestas a paneles de consumidores.

De este modo, tal y como sugiere Frías-Navarro (2014) asumimos que los ítems miden un mismo constructo, por lo que están altamente correlacionados entre sí (Welch y Comer, 1988). El resultado obtenido de 0,897 (N = 1067), nos confirma un alto grado de fiabilidad de la

---

<sup>42</sup>Aplicamos la fórmula para poblaciones infinitas modificando los márgenes máximos de error permitido y el nivel de confianza, y para distintos grados de heterogeneidad poblacional.



prueba construida pues estos mismos autores nos indican que el valor 0,9 es considerado como excelente pues cuanto más cercano a 1 mayor es la solidez de los ítems analizados.

Antes de aplicar la encuesta definitiva sobre la muestra, se realizó una prueba piloto pre-test enviando 10 cuestionarios de prueba para ver cómo funcionaban. En esta prueba piloto, se detectaron algunas dificultades, por lo que algunos de los resultados fueron invalidados. Se rehízo, pues, el cuestionario, con preguntas de otra índole o reformuladas para obtener mayor información y más concreta. Posteriormente, pasamos a una muestra de 130 y, en función de las opiniones y aportaciones recibidas se terminó de construir el cuestionario. Esta experiencia se realizó en el mes de marzo de 2015. Realizada la misma y con la retroalimentación recibida se procedió a poner en marcha de manera definitiva el método.

Así pues, planteamos un cuestionario cuantitativo, una encuesta con preguntas semi-cerradas (preguntas de si/no y por qué), para ver reacciones y argumentaciones a temas más simples, y con algunas preguntas de carácter abierto, para extraer algunos datos que se nos puedan escapar.

El procedimiento seguido para recabar los datos pasó por diferentes fases: En primer lugar se diseñó un cuestionario que fue, posteriormente, validado, como acabamos de comentar. Posteriormente, se hizo un testeo y, tras el análisis de los resultados y las sugerencias de mejora de los expertos, se corrigieron y depuraron errores, editando un nuevo formulario más claro y comprensible.

La herramienta utilizada para el diseño del cuestionario, el envío de los mismos y la recogida de datos del cuestionario cuantitativo es mixta: por un lado, cuestionarios en papel que, posteriormente, son volcados en una base de datos. Asimismo, utilizamos las aplicaciones

*OPINA*<sup>43</sup> y *Surveymonkey*<sup>44</sup>. En el primer caso, *OPINA*, se hizo con la primera fase de los cuestionarios... Pero, percibida la mayor y mejor idoneidad de *Surveymonkey* (dicha aplicación permite elaborar la encuesta subiéndola automáticamente a un servidor que genera URLs que la identifica, de manera que se pudo enviar esos enlaces directamente a través de correos electrónicos), se decidió apostar por esta última. Además el sistema integra la gestión de e-mails. De este modo se crearon listas de envíos y se pudo hacer seguimiento de los mismos ya que se generaron tanto la tasa de rebote como la tasa de respuesta. La herramienta incluye, asimismo, la posibilidad de volver a enviar mails a aquellos destinatarios de las listas de direcciones generadas que no han respondido al sondeo.

Una vez registrados todos los contactos de interés en la base de datos, se procedió al envío de los cuestionarios mediante correo electrónico.

Para el diseño de la encuesta se tuvieron en cuenta los criterios aportados por Ruiz (1999: 181-190)

- Las preguntas derivan de las variables establecidas en la hipótesis.
- Las preguntas son simples, breves y redactadas en un lenguaje comprensible y desprovisto de tecnicismos innecesarios.
- Las preguntas están ordenadas y agrupadas de manera que atraigan la atención y neutralicen la resistencia.
- El cuestionario está estructurado de manera tal que facilita la codificación de las respuestas.
- Las preguntas están definidas con precisión, de manera que las posibles respuestas generen el tipo de información que se busca.

---

<sup>43</sup>Gestor de encuestas online facilitado por la Universidad de Sevilla.

<sup>44</sup>Herramienta para la gestión de encuestas online

- Las preguntas cubren totalmente los aspectos fundamentales de la investigación
- Las preguntas son concretas para obtener respuestas precisas y claras.
- La encuesta se realizó una vez diseñado un cuestionario, que puede ser entendido como “el instrumento básico para la obtención de datos en la investigación mediante encuesta. Se trata de un listado de preguntas, formuladas a partir de los objetivos de la investigación, que se aplica de igual forma a todos los sujetos incluidos en la muestra” (Cea D’ Ancona, en Clemente, 1991: 264).

En el caso que nos ocupa, se trata de una encuesta basada en preguntas cerradas mayoritariamente en las que el entrevistado elige una respuesta, o varias, entre unas categorías de respuestas predeterminadas (Alvira, 1994; García, 2001; Díaz de Rada, 2005; Igartua, 2006). A estas se le sumaron algunas abiertas.

La encuesta cuenta con 34 preguntas<sup>45</sup>:

---

<sup>45</sup>En realidad son 28 preguntas a las que le sumamos 6 preguntas iniciales de contextualización.

## A. SOBRE EL ENCUESTADO

- Sexo:
  - a. H
  - b. M
  
- Edad:
  - a. 18-25 años
  - b. 26-35 años
  - c. 36-45 años
  - d. 46-55 años
  - e. 56-65 años
  - f. 66-75 años
  - g. 76-85 años
  - h. Más de 85
  
- Situación familiar:
  - a. Soltero
  - b. Vive en pareja / Pareja de hecho
  - c. Casado
  - d. Divorciado / Separado
  - e. Viudo
  
- Estudios:
  - a. Ninguno
  - b. Graduado Escolar / Estudios Primarios
  - c. Bachillerato / Formación Profesional
  - d. Diplomado / Licenciado
  - e. Doctorado / Máster

- Situación laboral:
  - a. Empleado
  - b. Desempleado
  - c. Jubilado
  
- Lugar de residencia:
  - a. Capital de provincia
  - b. Localidad de más de 40.000 habitantes
  - c. Localidad de entre 10.000 y 40.000 habitantes
  - d. Localidad de menos de 10.000 habitantes
  - e. Aldea o Pedanía

## **B. SOBRE EL CONSUMO DE TELEVISIÓN**

1. ¿Tiene televisión?
  - a. Sí
  - b. No
  
2. ¿Cuántas horas de televisión ve al día?
  - a. Menos de 2 horas
  - b. Entre 2 y 4 horas
  - c. Entre 4 y 5 horas
  - d. Más de 5 horas
  
3. ¿Cuál es su programa preferido?
  
4. ¿Qué cadenas sintoniza con mayor frecuencia?
  - a. TVE1
  - b. La 2
  - c. Antena 3
  - d. Cuatro
  - e. Tele5

- f. La Sexta
  - g. Canal Sur
  - h. Otras
5. ¿En qué franja horaria consume más televisión?
- a. Antes de las 9 h.
  - b. Entre las 9 y las 14 h.
  - c. Entre las 14 y las 17 h.
  - d. Entre las 17 y las 21 h.
  - e. Entre las 21 h. y la 1 de la madrugada
  - f. A partir de la 1 de la madrugada
6. ¿Qué tipo de programas le gustan más?
- a. Informativos
  - b. Entretenimiento
  - c. Corazón
  - d. Documentales
  - e. Cine y series
  - f. Otros
7. ¿Dónde ve la televisión en la sobremesa o por la tarde?
- a. En casa
  - b. En el trabajo
  - c. En bar/restaurante
  - d. Otros
8. ¿Con quién suele ver la televisión en la sobremesa o por la tarde?
- a. Solo
  - b. Solo con mi pareja

- c. Con mi familia
- d. Con compañeros de trabajo o amigos
- e. Otros

9. ¿Qué programa ve en la sobremesa o por la tarde?

10. ¿Qué le gusta de ese programa?

11. ¿Decide usted el programa que ve?

- a. Sí
- b. No
- c. A veces

12. De estos programas, ¿cuál es el que más le gusta? ¿Por qué?

- a. Amar en tiempos revueltos
- b. Sálvame
- c. Bandolera
- d. La Tarde, aquí y ahora
- e. Ninguno
- f. Otros

### **C. SOBRE EL PROGRAMA**

13. ¿Ve o ha visto alguna vez el programa *La Tarde, aquí y ahora* (Juan y Medio)?

- a. Sí
- b. No, en ningún caso
- c. A veces

14. ¿Cree que el horario de emisión es el correcto?

- a. Sí
- b. No

15. ¿Es el presentador, Juan y Medio, respetuoso con los entrevistados?
- Sí
  - No
  - A veces
  - No lo sé...
16. Cuando Rafael Cremades sustituye a Juan y Medio, ¿le gusta?
- Sí
  - No
17. Si el programa se trasladase a otro canal, ¿lo seguiría?
- Sí
  - No
18. ¿Le añadiría algo al programa? En caso afirmativo, ¿qué añadiría?
- Sí
  - No
19. En caso afirmativo, ¿qué le añadiría?
20. ¿Qué sentimientos tiene usted cuando se entrevista a las personas invitadas? Puede introducir un máximo de 2.
- Alegría
  - Tristeza
  - Vergüenza
  - Empatía (me identifico con ellas)



- e. Emoción
- f. Indiferencia

21. ¿Eliminaría el programa?

- a. Sí
- b. No

#### **D. REPERCUSIÓN SOCIAL DEL PROGRAMA**

22. ¿Tiene algún familiar o conocido que se encuentre en situación de viudedad, divorcio o soltería, pasados los cincuenta años de edad?

- a. Sí
- b. No

23. ¿Qué le parecería que rehiciera su vida?

- a. Muy bien, en su situación sería lo mejor
- b. Bien, no veo ningún problema
- c. Regular, lo entendería pero no lo comparto
- d. Mal, no me gustaría
- e. Muy mal, estoy totalmente en contra
- f. Indiferente

24. En el programa *La Tarde, aquí y ahora* (Juan y Medio), ¿cree que los invitados que buscan compañía mejoran sus condiciones de vida?

- a. Sí
- b. No

25. ¿Por qué?

26. ¿Acudiría usted a este programa a buscar pareja?

- a. Sí, probablemente
- b. No, en ningún caso
- c. No estoy seguro

27. Valora positiva o negativamente esa sección?

- a. Positiva
- b. Negativa

28. ¿Ha cambiado su opinión sobre el programa en los últimos cuatro años?

- a. Sí
- b. No
- c. En caso afirmativo, ¿cómo ha cambiado?

### **11.2.3. El Método Delphi: Consulta a un panel de expertos**

En opinión de Landeta (1999), el método Delphi, como técnica de investigación, tiene sus orígenes en el método vaticano, que consiste en un viejo procedimiento usado por los cardenales a fin de obtener opiniones para tomar decisiones referentes a la religión católica de forma consensuada. Lo que se buscaba, en este caso, es la consecución de un proceso iterativo que permitiera establecer parámetros de decisión y de actuación por medio de una interacción grupal aislada. Otros autores, como Delbecq, Van de Ven y Gustafson (1975, 1984) sostienen que la técnica Delphi debe sus orígenes a la técnica de grupo nominal (TGN) , que surge de la necesidad de conocer la opinión de los ciudadanos , sobre todo en cuanto a la planificación de intervenciones para la mejora de determinadas condiciones sociales.

Esta técnica implica, en esencia, la unión de las opiniones de un conjunto de miembros participantes que generan su discurso de forma individual y aislada, de modo que el grupo como tal solo existe de forma nominal.

A nivel de significados, implicaciones y objetivos, hemos de comentar que para Ruiz e Ispizua (1989: 171), “La técnica Delphi es un método de investigación sociológica que, perteneciendo al tipo de la entrevista en Profundidad y, más concretamente, al de la entrevista de Profundidad en grupo, se aparta de ellas añadiendo características particulares que la recomiendan para apoyar su uso en determinadas ocasiones”. Los mismos autores añaden lo siguiente (1989: 172): “La técnica Delphi está diseñada para afrontar este tipo de situaciones en las que la opinión se impone al Conocimiento ya la pura especulación. Delphi es una técnica de análisis del estado de opinión”.

En efecto, estos autores consideran que el uso de esta técnica de investigación social es especialmente pertinente en situaciones en las que se han de tomar decisiones importantes y no se dispone de datos suficientes que justifiquen una decisión final. En este sentido, los autores mencionan el uso de la “consideración diferida”, que consiste en la reunión de datos y en su posterior puesta a disposición y consideración de un grupo de expertos, los cuales extraerán conclusiones, además de tomar las decisiones que consideren pertinentes. De esta manera, el método Delphi es, en esencia, la constatación de un estado de opinión, en el que, en una situación de insuficiencia de datos y/o de conocimiento, se opta por la opinión para no acabar cayendo en la pura especulación (Ruiz e Ispizua, 1989).

A su vez, Linstone y Turoff (1975: 3), definen la técnica Delphi de la siguiente manera: “Método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, en tanto un todo, tratar un problema complejo”. Así,

esta técnica de investigación implica el despliegue de un proceso sistemático e iterativo encaminado hacia la obtención de las opiniones, y, en la medida de lo posible, los consensos de un conjunto de expertos (Landeta, 1999). Por su parte, Gaitán y Piñuel (1998: 136) mantienen que, en su forma más habitual, el método Delphi consiste en un proceso desarrollado por un conjunto de expertos que, de manera separada, son interrogados sucesivamente mediante cuestionarios elaborados por los investigadores o coordinadores. De este modo, tal y como indican De San Eugenio, Fernández-Cavia, Nogué y Jiménez-Morales (2013), la adquisición de conocimiento se produce por la puesta en relación de opiniones individuales a partir de las cuales emerge un discurso común. Asimismo, estos autores señalan que, en cierto modo, se trata de una discusión de grupo, a pesar de que no existan interacciones personales cara a cara, ni se produzcan discusiones presenciales. Por todo ello, consideran el Delphi como un procedimiento discursivo mediado, de carácter dialéctico, abierto a las aportaciones sucesivas de un conjunto de participantes.

Por su parte, Delbecq, Van de Ven y Gustafson (1975, 1984) sostienen que esta técnica pretende la sistematización de opiniones y la confrontación de juicios de opinión alrededor de una temática prefijada, mediante la habilitación de un conjunto de cuestionarios diseñados de manera secuencial y meticulosa, diseminados con información resumida y caracterizados por una constante retroalimentación (*feedback*) de opiniones deducidas a partir de respuestas iniciales.

El método Delphi, pues, consiste en el planteamiento a varios expertos de uno o más interrogantes, concretado en la resolución de sucesivos cuestionarios para favorecer las convergencias de opinión así como mitigar la existencia de posibles disensiones. Esto es,

disminuir el espacio intercuartílico, o sea, la desviación observada entre la opinión del experto en relación con la opinión del conjunto (Adams, 2001; Altschuld, 2003).

En cuanto a la definición de objetivos asociados a la técnica de investigación Delphi, hay que mencionar la aportación de algunos de los creadores del método, como Dalkey y Helmer (citados por Landeta, 1999), quienes sostienen que el objeto del Delphi es obtener el consenso de opinión más fidedigno de un grupo de expertos. En este punto, Landeta (1999) matiza el significado de consenso, equivalente a la obtención de una opinión grupal rigurosa de parte de un conjunto de especialistas.

Gaitán y Piñuel (1998) sostienen que la viabilidad y obtención de éxito (o no) en la aplicación de la técnica depende, en muy buena medida, de la capacidad de síntesis y de la puesta en orden y en común, así como de la reformulación constante del discurso por parte de los investigadores, también señalan que en ningún caso se puede asegurar quién ha dado respuesta realmente a los cuestionarios o bien quién ha elaborado los informes que se requieren. Los expertos añaden la dilatación en el tiempo que suele acompañar al desarrollo de un proceso de este tipo y, por último, mencionan que la correcta resolución del cuestionario, así como la posterior elaboración de informes se encuentra supeditada, en muy buena medida, a la competencia demostrada por el encuestado.

En relación a las ventajas, los mismos autores (Gaitán y Piñuel, 1998) señalan las siguientes, derivadas de la aplicación del método Delphi a una investigación social: con la posibilidad de elegir el perfil de expertos en integrar en la dinámica Delphi con un nivel de precisión significativamente alto, se trata de un método especialmente indicado para ámbitos de estudio amplios e interdisciplinarios dada la fluidez en la comunicación que se establece entre los miembros del grupo y el

equipo investigador, así como la imposibilidad de caer en sesgos presenciales (ni por parte del equipo coordinador ni por parte de los expertos seleccionados) o incluso por el proceso iterativo, es decir, la ejecución de constantes y renovadas preguntas en función de la evolución del discurso de los expertos. Asimismo, el constante replanteo de las posiciones adoptadas permite eliminar malas interpretaciones (o interpretaciones a medias), facilitando un entorno de trabajo que fomenta la atención, la intimidad, la tranquilidad y el anonimato para la lectura y la reflexión. Del mismo modo, la relación entre coste económico y calidad de los resultados obtenidos es positiva, así como la ejecución de esta técnica permite, en línea con las argumentaciones de De San Eugenio, Fernández-Cavia, Nogué y Jiménez-Morales (2013), una aproximación, en profundidad y extensión, al área, tema o problema de investigación planteado.

Por su parte, Ruiz e Ispizua (1989) sugieren también algunas de las ventajas asociadas a la ejecución de la técnica Delphi, tales como: libertad de expresión por parte de los miembros participantes, igualdad de oportunidades a la hora de presentar argumentos, retroalimentación y contraste constante de opiniones, entre otros.

En cuanto a las características, hay algunas básicas ya definidas por Dalkey y Helmer (1963). Y es que, en los inicios del método Delphi, estas se concretan en:

- Mantenimiento del anonimato de los participantes
- Retroacción o feedback controlado y respuesta estadística de grupo.

Finalmente, ha sido demostrada, por parte de varios científicos sociales, la superioridad de esta metodología en relación con otros de naturaleza similar, sobre todo porque los resultados obtenidos de esta manera son más precisos que los que se obtienen a partir del trabajo

individual de los expertos (Girshick, Kaplan y Skogstad, 1950; Hasson, Keeney y McKenna, 2000; Hsu y Sandford, 2007).

El objetivo principal del método Delphi se concreta en la fijación, desde un ámbito conceptual, teórico y metodológico, del término educación en valores en y para adultos, a partir de su análisis desde una óptica interdisciplinaria. En este sentido, se pretende determinar sus lógicas y aceptación, así como establecer elementos concordantes y discordantes en relación con la televisión.

A partir de ahí, se establecen otros objetivos que, en buena medida, matizan y amplían el objetivo principal:

- a) Definir los aspectos básicos vinculados a la definición, objeto, función y características en un contexto de competitividad espacial.
- b) Explorar el estado de la cuestión para todo lo referido televisión, adultos y educación en valores a partir del punto de vista expresado por un grupo de expertos.
- c) Fomentar un análisis transversal de la educación en valores para adultos mediante el establecimiento de relaciones entre perfiles académicos y/o profesionales heterogéneos.
- d) Establecer redes relacionales entre varios expertos en televisión y educación del Estado español.
- e) Transmitir las consideraciones y percepciones de los expertos en relación con el objeto de estudio.
- f) Hacer propuestas de mejora.

Contrastar la información obtenida en la previa revisión crítica e interpretativa de la literatura vinculada a televisión y educación.

Gaitán y Piñuel (1998) sostienen que la elección de esta técnica de investigación es especialmente indicada en contextos en los que el campo de estudio es relativamente desconocido o, como mínimo, de

previsión incierta. Asimismo, recomiendan su uso en contextos de esta naturaleza, ya que permite una reunión sistemática, lógica y neutra de toda la información y juicios relativos a las variables de estudio que se quieren alcanzar.

De esta manera, y en el marco de esta tesis doctoral, se ha creído conveniente hacer uso de esta técnica porque, como siguen señalando Gaitán y Piñuel (1998: 140): “Como técnica exploratoria puede utilizarse para desarrollar una construcción teórica relativa a un área de estudio o para realizar una aproximación aplicada al diseño definitivo de una investigación”.

Además, el método Delphi, por su naturaleza cualitativa, se complementa adecuadamente con los grupos focales de discusión (GfdD), que seguirán indagando en la realidad de la educación en valores para adultos después del Delphi y a partir de una previa revisión crítica de la literatura. En este sentido, la consulta a un panel de expertos se usa, en esta Tesis Doctoral, como técnica de contraste de los resultados obtenidos, en los niveles teórico y conceptual, en una investigación documental (revisión de las fuentes referenciales) y como complemento de los resultados teóricos obtenidos en la revisión bibliográfica.

Debido a la excelente complementariedad en la aplicación de esta técnica en una misma investigación, los grupos focales de discusión (GfdD) y la necesidad de previsión de futuro y de fijación teórica y conceptual del objeto de estudio, también los científicos sociales han demostrado y recomendado su selección y utilización. De esta manera, la investigación, iniciada con una revisión de la literatura existente, se ve complementada, y al mismo tiempo reforzada, por la contribución de un panel (Brooks, 1979; Goodman, 1987). De la suma de estas dos acciones de investigación surge un modelo conceptual y teórico para la investigación sobre la educación en los adultos a



través de la televisión que, posteriormente, será sometido a validación mediante la técnica de grupos focales de discusión (GfdD).

#### 11.2.3.1. Diseño de herramienta y aplicación (Delphi)

Dado que el objetivo es la consecución de un consenso basado en la discusión entre expertos, siendo un proceso repetitivo, su funcionamiento se basa en la elaboración de un cuestionario que ha de ser contestado por los expertos en varias ocasiones. Esto es: una vez recibida la información, se vuelve a realizar otro cuestionario basado en el anterior para ser contestado de nuevo.

Finalmente el responsable del estudio (en este caso, el doctorando) elabora sus conclusiones a partir de la explotación estadística de los datos obtenidos.

La metodología de previsión Delphi utiliza juicios de expertos en tecnología o procesos sociales considerando las respuestas a un cuestionario para examinar las probables orientaciones del desarrollo de tecnologías específicas, meta-tipos de tecnologías o diferentes procesos de cambio social. El resumen de los juicios de los expertos (en las formas de evaluaciones cuantitativas y comentarios escritos) es provisto como retroalimentación a los mismos expertos como partes de una ronda siguiente de cuestionario. A continuación, los expertos reevalúan sus opiniones a la luz de esta información, y un consenso de grupo tiende a emerger. Por ello, afirmamos que la técnica Delphi se basa en conceptos firmes para sacar conclusiones con argumentos soportados.

De este modo, Landeta (1999) considera cuatro características fundamentales:

- a. Se trata de un proceso iterativo: es necesario que los expertos hagan conocer su opinión en más de una ocasión, con lo cual se tiende a la convergencia de criterios, no por mayorías de

opinión, sino por una situación de puesta en relación de diferentes criterios. Ello implica la habilitación de más de una ronda o circulación de cuestionarios. En este sentido, el proceso iterativo finaliza cuando se alcanza un nivel estable de opiniones. Y, en efecto, la categorización de respuestas y sujetos que forman parte del panel permite constatar la coincidencia o lejanía del punto de vista de cada uno de los miembros del grupo en relación con el estado de opinión general (Ruiz e Ispizua, 1989).

- b. Anonimato: los miembros del grupo son tratados de forma individual y anónima, de manera que ningún miembro del grupo conoce las respuestas particulares del resto de miembros e, incluso, también desconoce los otros integrantes del grupo del que forma parte. Este hecho evita posibles inhibiciones o sometimientos de determinados miembros hacia otros miembros, además de ofrecer una absoluta libertad de expresión.
- c. *Feedback* o retroalimentación controlada: el Delphi promueve la interacción grupal mediante la puesta en conocimiento de los resultados obtenidos en circulaciones anteriores, a partir de la cual permite añadir nuevos matices e informaciones a un discurso de fondo. De esta manera, los resultados de grupo son superiores a los individuales.
- d. Respuesta estadística de grupo: la mediana, en términos de estadística descriptiva, representa la variable más representativa para concretar el punto medio de opinión común a todo el grupo. Cabe destacar, sin embargo, que aunque se

intenta el consenso, este no representa el último objetivo y tampoco debe alcanzarse necesariamente. También se contempla, en el método Delphi, el tratamiento cualitativo - interpretativo de los datos, en el que se mantienen las respuestas de todo el grupo, paralelamente a la reducción de la presión por llegar a determinadas conformidades.

Por ello, y en base a estas características básicas, el diseño de nuestra herramienta pasa por ser un proceso iterativo, anónimo, retroalimentado y grupal.

En cuanto a la metodología Delphi, esta surge, inicialmente, a partir de la formulación de un problema central. Fundamentalmente se trata de definir cuál es la cuestión principal que se quiere abordar a lo largo de todo el proceso. Para Ruiz e Ispizua (1989) este punto equivale al planteamiento de una hipótesis en un análisis cuantitativo. A partir de aquí, la tarea del grupo coordinador, o sea, el conjunto de investigadores que dirigen el proceso, se centra en estudiar y aprobar el protocolo de trabajo, validar la lista de expertos participantes, confeccionar los cuestionarios, promover la participación efectiva de los miembros del grupo, analizar las respuestas y elaborar nuevos interrogantes, interpretar los resultados o supervisar la buena marcha de la investigación o bien adoptar medidas correctoras en caso de que sea necesario.

**FIGURA 5: Diseño y ejecución del método Delphi**



Fuente: Landeta, J. (1999).

A continuación, se plantea la necesidad de seleccionar los expertos del panel, esto es, aquel conjunto de personas que, por su condición profesional, conocen bien el problema de estudio. Aparte del conocimiento, Landeta (1999) destaca también la importancia de la eficacia predictiva del especialista seleccionado. Por lo tanto, los criterios de selección de expertos deberán establecerse en función de: el nivel de conocimiento, la capacidad predictiva, el grado de afectación por las consecuencias del objeto de estudio, la capacidad facilitadora, el grado de motivación así como otros condicionantes como el coste, la proximidad, la organización, etc.

En cuanto al número óptimo de expertos a seleccionar, se aconseja que no sea inferior a siete ni superior a treinta (Landeta, 1999). Así pues, tal y como indican De San Eugenio, Fernández-Cavia, Nogué y Jiménez-Morales (2013), el número idóneo es de 15. Seleccionamos, pues, a 15 expertos para el panel.

Posteriormente se inicia el proceso iterativo, previo contacto con los expertos. Y se exponen los objetivos del trabajo de investigación. Para Landeta (1999) la mayoría de estudios Delphi utilizan dos circulaciones, es decir, dos rondas en las que se formulan preguntas y se integran opiniones individuales a partir de una estrategia de *feedback*, para llegar, finalmente, a obtener una extrapolación de opiniones compartidas. Asimismo, este mismo autor sostiene que las preguntas a formular a los expertos se pueden plantear desde tres ópticas diferentes.

- En primer lugar, se puede utilizar la estrategia de jerarquización, es decir, otorgar un valor cuantitativo, de mayor a menor, en función de la importancia concedida a una determinada respuesta. Se trata de asignar un ranking para cada ítem según su proximidad o lejanía en relación con el criterio de referencia.

- En segundo lugar, existe el planteamiento de preguntas por valoración. En este caso, de entre las posibles respuestas, hay que otorgar un valor incluido en una horquilla o intervalo previamente definido. Por ejemplo, cuando se pide el punto de vista de los expertos se pueden ofrecer diferentes posibles respuestas, valorables en función del establecimiento del intervalo (0 = muy negativo y 5 = muy positivo). Por lo tanto, lo que se trata es de emitir votos o puntuaciones en relación con una escala de valores previamente definida.
- Finalmente, existe la posibilidad de ofrecer respuestas mediante el establecimiento de comparaciones. En este punto, las posibles soluciones se comparan unas con otras, las cuales se presentan agrupadas por parejas, para facilitar, de alguna manera, las posibles respuestas de los expertos.

La finalización del proceso, después de un mínimo de dos circulaciones, se produce, según Landeta (1999), cuando se llega a dos situaciones concretas en el contexto del grupo. Por tanto, realizamos dos circulaciones.

Por una parte, existe un criterio clásico que se ha considerado desde los orígenes de la técnica Delphi. Se trata del criterio de consenso, que implica el logro de un grado de convergencia de las estimaciones individuales, que “se consigue cuando las opiniones presentan un grado aceptable de proximidad” (Landeta, 1999: 90). Por el otro lado, existe un criterio que este autor considera también muy recomendable, que consiste en determinar la estabilidad de las estimaciones a modo de principal indicador de finalización, que implica la no variación significativa de las opiniones de los expertos en rondas o circulaciones sucesivas, con independencia del grado de convergencia alcanzado. En este punto, “si la evaluación del nivel de

expertos que modifican sus estimaciones iniciales es reducido, sobre todo cuando este porcentaje es inferior a un nivel previamente establecido, se considera que se ha alcanzado un grado suficiente de estabilidad” (Landeta, 1999: 91).

Finalmente, el análisis y comunicación de los resultados se pueden presentar en un formato cuantitativo o cualitativo. En el marco de esta tesis doctoral, se usará esta opción para analizar y presentar los resultados obtenidos en el uso de la técnica Delphi, pues se realiza un análisis global, integrando los resultados de un previo análisis cuantitativo con las informaciones cualitativas obtenidas por parte de los expertos y con las propias percepciones de los investigadores.

Porque, en efecto, tal y como señala Landeta (1999), el investigador o el grupo coordinador del Delphi no debe limitarse a hacer una mera descripción de los resultados obtenidos, sino que ha de verter su propia interpretación a partir del planteamiento de unos objetivos previos.

Los criterios de selección de los expertos han pivotado en torno a tres conceptos fundamentales:

- A. En primer lugar, se ha buscado la afinidad de los expertos con el objeto de estudio, en este caso, la relación entre la televisión, los adultos y la educación en valores;
- B. En segundo lugar, se ha valorado el prestigio y/o reconocimiento obtenido a nivel nacional e internacional en el ámbito profesional y/o académico de los miembros a integrar el Delphi y en relación con el objeto de estudio.
- C. Finalmente, y en tercer lugar, se ha buscado la constitución de un grupo que, a pesar de mantenerse unido por un hilo conductor previamente definido, esto es, la delimitación conceptual y teórica de la educación en valores en adultos, presentara perfiles bastante heterogéneos para enriquecer

el discurso y el resultado final. En este sentido, entre el grupo de expertos se encuentran psicólogos, realizadores audiovisuales, docentes, pedagogos, publicitarios, directores de programación o expertos vinculados a la programación televisiva, entre otros. Esta interdisciplinariedad es justificada por la necesidad de abordar la temática referente a las marcas de territorio desde un punto de vista holístico.

En términos generales, la muestra está compuesta por una serie de expertos de aquellos sectores que se consideran parte implicada en el tema de investigación. Para contrastar nuestras hipótesis, se ha acudido tanto a expertos en educomunicación, como a directivos del programa, todos ellos con una sólida trayectoria laboral o con relación directa con este ámbito de trabajo.

Finalmente, la muestra quedó compuesta por un panel de 15 expertos.

La técnica Delphi fue aplicada de forma electrónica; se envió a los expertos una invitación por correo electrónico, presentándoles la investigación (contexto, objetivos, ejemplos de casos paradigmáticos y datos relevantes), junto a un formulario de preguntas abiertas. En este documento también incluimos como sugiere Gordon (1994), información relativa al tiempo estimado del proceso, así como un compromiso para garantizar su anonimato. Una vez aceptada la sugerencia de participación, comenzamos el proceso iterativo compuesto por dos rondas.

Las ventajas de la administración online del cuestionario, nos permitió reducir costes y organizar a una comunidad de expertos de carácter internacional. La primera fase de cuestiones abiertas se llevó a cabo en enero de 2015 y la recogida total de respuestas en marzo de ese



mismo año. La segunda iteración fue más corta, obteniendo los resultados en el mes de abril. De esta manera, logramos reducir el formulario eliminando preguntas en las que detectamos repeticiones de los mismos argumentos, para que ratificaran o rectificaran su postura inicial.

Finalmente, el cuestionario recoge las preguntas que se observan en la tabla 3, y que atienden a una selección de dimensiones que pretenden dar respuesta a los objetivos de la investigación. Las respuestas extraídas fueron codificadas por dimensiones, de forma cualitativa por categorías verbales, es decir; se transcribieron por áreas temáticas los datos de las entrevistas a los expertos.

**TABLA 4: Preguntas realizadas al panel de expertos**

Pregunta	Dimensión
Percepción de los asistentes al programa <i>La Tarde</i>	Contenido
Percepción sobre la sección de búsqueda de pareja.	
Percepción sobre la situación general de la tercera edad en Andalucía.	
Percepción sobre los valores actuales y los de los años 40-50 del siglo XX y su cambio.	
Percepción sobre las críticas y aspectos negativos del programa.	
¿Cómo evalúa la creación y evolución del programa <i>La Tarde</i> como elemento de educomunicación?	Educomunicación

¿Qué herramientas cree que son más oportunas para educar en comunicación a población adulta?	
¿Es la educomunicación un fin en sí mismo?	
¿Cree que la finalidad de la educomunicación se corresponde con la finalidad perseguida por este programa?	
¿Cree que la población adulta actual quiere educarse y formarse?	Población adulta y educomunicación
¿Está la población adulta preparada para un modelo o herramienta de educomunicación a través de un programa de entretenimiento?	

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de cada formulario, de manera más personal, atendiendo al trabajo o sector específico de cada entrevistado, se le presentó otra serie de preguntas también abiertas, con la intención de profundizar en cada caso particular. Por ejemplo, a aquellos que trabajan en empresas y/o productoras audiovisuales, se les preguntó en concreto por el impacto o beneficio económico y social, que estimaban podría tener una mejora sustancial en la formación y/o en la mejora personal de personas adultas; por otro lado, a personas del ámbito universitario se les preguntó más en profundidad por cuestiones directamente relacionadas con la educomunicación audiovisual como posible disciplina.

#### **11.2.4. Entrevistas en profundidad**

Una vez que realizamos el análisis del discurso del programa, pasamos a realizar una serie de entrevistas en profundidad a personas relacionadas con el programa.

Entre las técnicas que tratan de recoger y mostrar fenómenos o discursos sociales para registrar y/o producir datos relevantes se encuentran las técnicas conversacionales. Así, tal y como expresan Gaitán y Piñuel (1998), una conversación se puede entender como la unidad mínima de la interacción social.

Por ello, lo primero que hacemos es determinar los sujetos susceptibles de estudio. Esto es: con quién tenemos que mantener conversación de algún tipo para resolver el objeto de estudio. ¿Quiénes y por qué pueden aportar datos relevantes para el trabajo de investigación? Estos datos a los que no hemos podido acceder con la revisión de la literatura sobre el tema u otros caminos.

Determinadas estas personas, pasamos a su localización mediante correos electrónicos, llamadas telefónicas y posterior desplazamiento a los lugares donde tienen lugar las entrevistas.

La entrevista en profundidad lleva consigo una guía de entrevista previa, un guión con el que se pretende establecer unos contenidos mínimos. Y expresamos mínimos porque una de las características fundamentales de la entrevista en profundidad es el hecho de que, a partir de unos temas el entrevistado vaya aportando otros relacionados pero que originalmente no aparecían en la guía. Son cuestiones (en muchas ocasiones personales) que surgen al conversar con unas personas y, sin embargo, con otras no. Pero son igualmente importantes. A veces, incluso más: por datos que no esperábamos y que aparecen.

En todo caso se hacen de manera individualizada, abierta, con cuestiones obtusas, que den pie a comentarios y reflexiones de las

personas entrevistadas sin que exista ningún tipo de coacción. Para Gaitán y Piñuel:

“La entrevista abierta es aquella que no está prefijada mediante un cuestionario cerrado y que se aplica a un número reducido de sujetos, de modo que no requiere una selección muestral previa de corte estadístico. La entrevista abierta se aplica preferentemente a personas que pertenecen al grupo de sujetos informados, es decir a aquellos que poseen un conocimiento acerca del referente investigado” (1998: 99).

Pero, además de ser abierta, es una entrevista semiestructurada, es decir, que está “basada en un repertorio de preguntas que, a modo de guía, organizan en parte la interacción, aunque en el curso de la entrevista pueden añadirse otras, incluso eliminarse algunas de ellas. En cualquier caso, no se presentan al entrevistado respuestas u opciones que éste pueda elegir (...). Es un cuestionario abierto, de respuesta libre y de preguntas no absolutamente predeterminadas, aunque con guión preestablecido” (Gaitán y Piñuel, 1998: 95). Nos planteamos 4 tipos de entrevistas:

- A. Directivos del programa: para contemplar sus experiencias a lo largo de estos años.
- B. Telespectadores que tengan una opinión formada sobre el programa porque son audiencia (medianamente fiel).
- C. Telespectadores que tengan una opinión formada sobre el programa, en contra de él, siendo, por tanto, no audiencia del mismo.
- D. Invitados al programa *La Tarde*

Para la creación de la guía base de preguntas realizamos una serie de bloques temáticos:

**Tipo A (Directivos del programa):**

1. Datos generales: Edad, sexo, cualificación, cargo, lugar de residencia.
2. Datos sobre la creación y evolución del programa: Estudios previos, demanda del público, diferencias con programas anteriores, evolución durante el período estudiado 2009-2012.
3. Percepción de los asistentes al programa *La Tarde*.
4. Percepción sobre la sección de búsqueda de pareja.
5. Percepción sobre la situación general de la tercera edad en Andalucía.
6. Percepción e ideas sobre el matrimonio eclesiástico y civil, la convivencia sin legalización de la pareja.
7. Percepción sobre el rol del hombre y de la mujer de más de 50-60 años.
8. Percepción sobre los valores actuales y los de los años 40-50 y su cambio.
9. Percepción sobre los aspectos históricos del programa
10. Percepción sobre las críticas y aspectos negativos del programa.

**Tipo B (Audiencia fiel del programa):**

1. Datos generales: Edad, sexo, cualificación, situación familiar, laboral, lugar de residencia.
2. Datos relacionados con el consumo televisivo: Número de horas al día, programas de interés.
3. Percepción de Canal Sur TV.
4. Percepción del programa *La Tarde*.
5. Percepción de los asistentes al programa *La Tarde*.
6. Percepción sobre la sección de búsqueda de pareja.

7. Percepción sobre la situación general de la tercera edad en Andalucía.
8. Percepción e ideas sobre el matrimonio eclesiástico y civil, la convivencia sin legalización de la pareja.
9. Percepción sobre el rol del hombre y de la mujer de más de 50-60 años.
10. Percepción sobre los valores actuales y los de los años 40-50 y su cambio.
11. Percepción sobre los aspectos históricos del programa.
12. Percepción sobre las críticas y aspectos negativos del programa.

**Tipo C (No Audiencia):**

1. Datos generales: Edad, sexo, cualificación, situación familiar, laboral, lugar de residencia.
2. Datos relacionados con el consumo televisivo: Número de horas al día, programas de interés.
3. Percepción de Canal Sur TV.
4. Percepción del programa *La Tarde*.
5. Percepción de los asistentes al programa *La Tarde*.
6. Percepción sobre la sección de búsqueda de pareja.
7. Percepción sobre la situación general de la tercera edad en Andalucía.
8. Percepción e ideas sobre el matrimonio eclesiástico y civil, la convivencia sin legalización de la pareja.
9. Percepción sobre el rol del hombre y de la mujer de más de 50-60 años.
10. Percepción sobre los valores actuales y los de los años 40-50 y su cambio.
11. Percepción sobre los aspectos históricos del programa.
12. Percepción sobre las críticas y aspectos negativos del programa.

**Tipo D (Invitados):**

1. ¿Cómo calificaría su paso por el programa? Opinión general.
2. ¿Se alegra o se arrepiente de haber asistido?
3. ¿La experiencia de asistir al programa resultó como esperaba?(Expectativas)
4. ¿Recibió algún tipo de críticas por asistir al programa? ¿Por parte de quién?
5. ¿Encontró a alguien para compartir su vida gracias al programa? (Propósito principal)

6. ¿Cree que su situación personal ha cambiado en algo tras su paso por el programa? ¿En qué sentido?
7. ¿Qué espera que ocurra a partir de ahora? (Expectativas).
8. Otra información que desee destacar al respecto...

Es importante destacar la importancia que tiene también, como se comentaba al comienzo de este trabajo, la comunicación no verbal. El entrevistador debe considerar los gestos y tiempos de respuesta y silencios. Ademanos, gesticulaciones e incluso muecas... porque pueden aportar datos para su posterior análisis, como afirman Gaitán y Piñuel (1998), e incluso llevar a ciertas conclusiones.

Las entrevistas se analizan siguiendo las categorías establecidas en la metodología. Esta organización de los datos recogidos en relación a los temas a tratar permite agrupar y confrontar las opiniones de los diferentes entrevistados sobre los mismos elementos de estudio.

#### 11.2.4.1. Diseño de herramienta y aplicación (entrevista)

Las entrevistas se analizan en base a una tabla de categorías previamente definida. A dichas categorías se les asigna un código para facilitar su localización en las transcripciones.



**TABLA 5: Ítems para la entrevista**

Categoría	Código	Definición
<b>ASPECTOS GENERALES</b>		
Opinión General	AGO	Valoraciones generales sobre su paso por el programa y sus consecuencias.
Expectativas	AGEP	Manifestaciones sobre lo que se espera (o no) del programa y su repercusión personal, social o cultural.
Propósito general	AGP	Expresiones sobre los objetivos originales del invitado al programa y consecución de los mismos.
Experiencia	AGEX	Referencias a las vivencias en el programa.
<b>ASPECTOS SOCIALES</b>		
Igualdad género	ASI	Manifestaciones en relación a la igualdad de derechos entre hombres y mujeres y el respeto mutuo. Cambio y equiparación de roles.
Respeto mayores	ASR	Expresiones que fomenten el respeto hacia las personas de edad avanzada y el reconocimiento de su valor en la sociedad.
Evolución comportamiento	ASE	Valoraciones sobre nuevas relaciones de pareja en personas de edad avanzada y la evolución que supone respecto a comportamientos en el pasado.
<b>ASPECTOS PERSONALES</b>		
Fin soledad	APS	Manifestaciones acerca de la mejora que supone en las vidas de los invitados el fin de su situación de soledad.
Independencia	API	Expresiones sobre la mayor independencia respecto a su entorno que los invitados alcanzan al encontrar compañía.
Autoestima	APA	Valoraciones sobre el nivel de autoestima de los invitados en relación con el final de su soledad.
Repercusiones emocionales	APE	Manifestaciones acerca de elementos emocionales del discurso que pueden condicionar la recepción del mensaje por parte del espectador (empatía, emoción, tristeza, etc.).
<b>ASPECTOS CULTURALES</b>		
Históricas	ACH	Referencias a vivencias personales en el pasado de interés social (situaciones, tradiciones, oficios, etc.)
Lingüísticas	ACL	Expresiones que fomenten el buen uso del lenguaje y su aprendizaje.
<b>ASPECTOS NEGATIVOS</b>		
Enfrentamientos entorno	ANE	Referencias a situaciones de enfrentamiento de los invitados con personas de su entorno (familia, amigos, vecinos, etc.) motivadas por su paso por el programa.

<b>Exposición pública</b>	<b>ANP</b>	Expresiones sobre la exposición pública, crítica (y posible fama) que supone para los invitados su aparición en el programa.
<b>Llamadas malintencionadas</b>	<b>ANL</b>	Comentarios acerca de la recepción de llamadas telefónicas malintencionadas por parte de los invitados (con propósitos ocultos distintos a la compañía y el cuidado mutuo).
<b>Frustración</b>	<b>ANF</b>	Manifestaciones sobre a la frustración que pueden experimentar los invitados por la creación de expectativas y su no consecución.

Fuente: Elaboración propia

## 12. EL ESTUDIO: EL CORPUS

### 12.1. La elección del corpus

Para la observación directa, el corpus de estudio se extrae de los programas televisivos de *La Tarde* entre los años 2009 y 2016, concretamente ocho programas: uno de 2009, uno de 2010, uno de 2011, uno de 2012, uno de 2013, uno de 2014, uno de 2015 y uno de 2016. Esta elección viene determinada por y para tener un análisis de los distintos momentos de la edad del mismo. Así que la muestra de este análisis es:

$$N_1=8$$

(Recordemos que Pérez -2004- establecía entre dos y diez el número de casos susceptibles de estudio).

Para la elección de la muestra de entrevistados usuarios del programa, ésta tuvo lugar de forma aleatoria, ya que la productora del programa no puso ninguna condición para la realización de este estudio y no fue informada de las fechas elegidas hasta el día de su comienzo. De esta manera, del 5 al 18 de marzo de 2013 y previamente a sus primeras apariciones en *La Tarde*, entrevistamos a los 2 invitados que buscaban pareja correspondientes a los 10

programas emitidos durante ese periodo. En total, 20 individuos. Entre ellos había personas de un rango de edades entre 49 y 86 años, procedentes de todas las provincias andaluzas a excepción de Huelva y con residencia tanto en ciudades de más de 500.00 habitantes (Sevilla o Málaga) como en localidades de más de 50.000 (Dos Hermanas o Jerez de la Frontera) y de menos de 10.000 (Casariche). De los 20 entrevistados en la primera fase, fue posible volver a comunicar con 10 de ellos transcurridos dos años de su experiencia televisiva, concretamente hasta agosto de 2016. El corpus del presente análisis se centra pues en estas 10 personas. Por ello:

$$N_{1-1}=10$$

Para los cuestionarios, la muestra total es de 1067 personas encuestadas. De modo que:

$$N_2=1067$$

Por su parte, se realizan un total de cuatro entrevistas en profundidad a distintos niveles: directivos, audiencia y no audiencia. En este sentido, la muestra es igual a 4.

$$N_3=4$$

Asimismo, el método Delphi está compuesto por un panel de 15 expertos. Así, la muestra es igual a 15.

$$N_4=15$$

## 12.2. Requisitos del corpus

¿Qué programas son susceptibles de ser analizados? El análisis se aplicará a programas elegidos al azar para evitar cualquier interpretación o subjetividad por parte, tanto de nosotros mismos (investigador) como de posibles sujetos protagonistas del mismo. En este caso, la aleatoriedad es positiva y un requisito para analizar con rigor estos casos.

Los cuestionarios, como explicamos anteriormente, son realizados a una muestra elegida al azar.

Las entrevistas, como aclaramos en la metodología, se realizan tanto a directivos del programa, como a posibles telespectadores (audiencia –fiel– y no audiencia).

El panel de expertos, tal y como se indicaba en páginas anteriores, se ha compuesto por participantes afines al objeto de estudio, con prestigio y/o reconocimiento obtenido a nivel nacional e internacional en el ámbito profesional así como un grupo unido por la temática conceptual y teórica de la educación en valores en adultos. Además, por cuestiones intrínsecas del funcionamiento propio de un método Delphi, se sigue rigurosamente el criterio del anonimato (los miembros del grupo son tratados de forma individual y anónima –Landeta, 1999–).



## **PARTE IV: ESTUDIO EMPÍRICO: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.**

### **13.RESULTADOS Y ANÁLISIS**

- 13.1. Resultados y análisis de la observación**
- 13.2. Resultados y análisis de los cuestionarios**
- 13.3. Resultados y análisis de las entrevistas**
- 13.4. Resultados y análisis del Método Delphi**

### **14.DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **15.COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS**

### **16.CONCLUSIONES**

### **17.LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

## 13. RESULTADOS y ANÁLISIS

### 13.1. Resultados y análisis de la observación

A continuación se exponen los resultados de la observación directa realizada. Como ya se ha comentado, dicha observación se ha llevado a cabo desde dos ámbitos diferentes del programa: primero, sobre el proceso de producción del mismo; y después, sobre el producto final, el programa en emisión y su recepción en los hogares. Se procede a visionar diferentes programas desde su puesta en marcha el 9 de septiembre de 2009 hasta el emitido el 29 de julio de 2016, para advertir apariciones, posibles cambios y evoluciones respecto a los elementos de estudio expuestos anteriormente.

Para exponer estos resultados, se hace necesario realizar, previamente, un recorrido por la estructura básica del programa. Y es que, desde los comienzos del programa y hasta finales de julio de 2016, *La Tarde* ha conservado una estructura que consta de una sección principal, “En compañía se vive mejor”, y otra secundaria, “Actualidad”. Asimismo, en ocasiones encontramos otras secciones esporádicas como son “Sección musical” y “Entrevista”.

Pasamos a analizarlas.

#### FIJAS:

##### “En compañía se vive mejor”:

“En compañía se vive mejor” es la sección que ocupa el grueso del programa (aproximadamente el 75% del contenido) y es la que, en el caso que nos ocupa, mayor importancia tiene.

En ella, diariamente, varias personas cuentan su vida para darse a conocer en busca de alguien con quien compartir sus vidas para terminar con su soledad. Asimismo, la sección se ocupa de realizar un primer encuentro en persona de una pareja, normalmente tras varias

semanas de contacto telefónico (frecuente si viven a gran distancia), y de entrevistar a parejas ya formadas en el seno del programa para que cuenten su experiencia de nueva convivencia y comenten cómo han cambiado sus vidas a raíz del encuentro. En estos casos de éxito, siempre se acompaña la entrevista a las personas que disfrutaron de su nueva relación con un vídeo que resume el paso por el programa del invitado que asistió a *La Tarde* buscando compañía.

El formato normal del programa es el de dos personas que buscan compañía (normalmente un hombre y una mujer) y una pareja que viene a conocerse en persona por primera vez o a presentarse como tal ante la audiencia. En pocas ocasiones también acuden parejas que llevan conviviendo meses o años para relatar su experiencia o para anunciar situaciones especiales como peticiones de mano, próximas bodas, etcétera.

Una prueba de la aceptación y la importancia de esta sección ante su audiencia es la lista de espera que existe para asistir a *La Tarde*, que suele rondar, según su productora, entre las 600 y los 800 personas. De estos aspirantes, el equipo del programa realiza una selección en base a varios elementos. Se tienen en cuenta factores medibles como su edad, estado civil o lugar de residencia, pero no hay un orden temporal para ser invitados, ya que por encima de esos aspectos se impone el criterio de los redactores del equipo sobre la necesidad más o menos urgente que tienen esas personas de encontrar compañía y acabar con su soledad. Así, algunos tardan pocos meses y otros pueden esperar varios años para acudir al programa. Además, el equipo (asesorado por expertos como psicólogos) posee un sistema de filtros para detectar y evitar personas conflictivas por su actitud o sus condiciones psicológicas. Para ello se realiza un control exhaustivo para descartar a personas problemáticas a través de comunicaciones con familiares de los candidatos y, en



ocasiones, también con las autoridades, ya que de este proceso quedan excluidos todos aquellos que hayan sido denunciados por malos tratos o sufran alguna adicción, por ejemplo. Según el subdirector de *La Tarde*, Pedro Collado, “queremos dar la oportunidad a todo el mundo, pero no queremos dar hueco a alguien que pueda suponer un problema grave al que llama o se interesa por él” (Vega, 2014).

Esta sección da la oportunidad a personas (normalmente de edad superior a los 50-60 años) de buscar a alguien que les acompañe en el día a día y, de este modo, acabar con su soledad. Son personas viudas, solteras o divorciadas que, debido a su edad, al condicionamiento social e incluso al miedo a la opinión que pudiera despertar en los demás, a menudo tienen grandes dificultades para rehacer sus vidas, lo que les provoca infelicidad. Así, normalmente acuden al programa animadas por algún familiar, amigo o vecino, después de haber intentado solucionar su problema con gente de su localidad o su entorno sin tener éxito.

Estas personas asisten a *La Tarde* para contar resumidamente, normalmente en un tiempo que oscila entre los 20 y los 40 minutos, los pasajes más representativos de sus vidas como método para darse a conocer, con la esperanza de que alguien, similar a ellas en gustos, aficiones y formas de ver la vida, las vea y se ponga en contacto con ellas con la finalidad de establecer una relación. El set de entrevistas tiene dos sillones blancos donde se sientan los invitados, aunque si alguno de ellos es menor de 50 años, se sustituye por otro de color naranja que diferencie esa característica. Este hecho no es frecuente en el programa pero sí se produce eventualmente.

El equipo de redacción del programa, después de coordinar y establecer los contactos, realiza un seguimiento personalizado de la

evolución de cada caso, interesándose por los encuentros o la formación como pareja (si finalmente llega a formarse). Según el proceso que hemos tenido la ocasión de apreciar durante varios meses de observación de la producción de *La Tarde*, conviene puntualizar que la selección de los diferentes aspectos de la vida de los invitados es realizada por el equipo de redactores, no por el invitado en sí. De esta forma, “los abuelos”, como cariñosamente son denominados por parte del equipo, cuentan sus vidas a dichos redactores, primero por teléfono en varias ocasiones, sirviendo para realizar una selección previa y, posteriormente si resultan elegidos, en un repaso en sus camerinos un par de horas antes del programa el día que asisten como invitados en directo. Durante estas conversaciones redactor-invitado (al principio candidato a invitado), que normalmente se alargan más de una hora como hemos podido acreditar, las personas interesadas a asistir a *La Tarde* cuentan diferentes acontecimientos de sus vidas a la persona del equipo que tienen asignadas (normalmente siempre la misma) mientras esta va tomando nota de todo en una ficha informatizada. Una vez estructurados estos hechos, es este mismo redactor quien, con la ayuda de la coordinadora de la sección En compañía, realiza la selección de momentos que al programa le interesa que se narren en el directo, mezclando la finalidad de que sirvan para conocer al invitado, que sean aspectos de interés televisivo y que respeten la sensibilidad de los espectadores, evitando así algunos pasajes que se consideren poco adecuados o poco interesantes. Aparece así una clara adaptación de los hechos que también podría entenderse como manipulación del equipo del programa en base a sus intereses, aunque resulta difícil imaginar una dinámica muy diferente a la producción del mismo. Y conviene resaltar también que, de todos los casos observados, en ningún invitado hemos distinguido ninguna

queja acerca de esa 'ayuda' en la selección de los acontecimientos que resumieran su vida. Y tampoco del posterior relato que después realizan en directo con la colaboración y preguntas del presentador, el citado Juan y Medio. De todas formas, al emitirse el programa en directo, cada invitado puede contar lo que quiera durante su entrevista sin posibilidad de que posteriormente sea cortado, como ocurre en los programas grabados, por lo que siempre podría decir lo que quisiera pese a la recomendación previa en contra del equipo con el único riesgo de una posible interrupción del presentador.

En esta sección se narran historias de personas muy variadas. Incluso algunas de ellas en situaciones que dificultan mucho sus relaciones personales. A continuación citaremos algunos ejemplos: Cristobal Rengel acudió al programa el 03/04/2013 con 95 años. Concha Pérez, invidente, lo hizo el 19/07/2011 con 89 años de edad tras 32 años viviendo sola. José, de 52 años y con una minusvalía del 79% que le afectaba al habla y a la movilidad, asistió al programa junto a un amigo suyo que le ayudó a comunicarse, y en él conoció a Trini, una mujer de 47 años con parálisis cerebral, con la que comenzó una relación estable viviendo juntos. Otros casos fueron los de Carmen, mujer de 50 años que sufrió una parálisis cerebral que le causó daños obligándola a utilizar una silla de ruedas y que, tras asistir al programa, también encontró pareja. O el de Domingo Ruiz y Mercedes Zurera, ambos sordos, que se conocieron también en *La Tarde* el 03/11/2011 y se fueron a vivir juntos. Domingo aprovechó la vuelta al programa el 14/04/2013 para presentar públicamente a Mercedes, para pedirle matrimonio en directo consiguiendo que ella aceptara.

Por otra parte, se observa una importante identificación e implicación de parte de la audiencia con el programa, sobre todo por la formada por las personas de mayor edad. Podemos afirmar esto, tras nuestro análisis, apoyado en las numerosas declaraciones obtenidas a su

favor por parte de sus seguidores. Un ejemplo de ello son las personas que contactan con *La Tarde* para encontrar una futura pareja no para ellos, sino para sus maridos o mujeres cuando ven que les queda poco tiempo de vida (esta situación también se da sin llegar a contactar con el programa en forma de deseo expresado a la familia en el mismo sentido, testimonio escuchado varias veces de hijos u otros familiares). Es el caso de Dolores Jiménez, que escribió a *La Tarde* para pedir que llamaran a su pareja, Manuel, y le animaran a buscar otra mujer para convivir, ya que ella había caído muy enferma y deseaba que él rehiciera su vida de nuevo con otra persona. La carta fue leída en directo el 7 de diciembre de 2009 durante la asistencia al programa de Manuel, al que ella también asistió por sorpresa. Tres días después de haber conseguido que él comenzara a contactar con otras mujeres de nuevo, Dolores falleció, como contó Manuel en el programa del 10 de octubre de 2010.

Otra situación reseñable la contó la guionista, María Martín, durante la emisión del programa nº 1.000, el 31 de octubre de 2013. Es el caso de (otra) Dolores, que tenía 88 años cuando fue a *La Tarde* a buscar pareja y que entonces vivía en una residencia de ancianos y se sentía muy sola. El día que contó su historia en directo, 61 familias se pusieron en contacto con el programa a través de las redes sociales para ofrecerse a acoger a Dolores en sus casas si ella no encontraba a un compañero tras su paso por la televisión.

Hasta la fecha de cierre de este trabajo de investigación, el 31 de julio de 2016, *La Tarde* llevaba emitiéndose 7 años. Durante este tiempo, se produjeron 1.686 programas en los que 3.372 personas asistieron como invitados buscando terminar con su vida en soledad. Desgraciadamente, la productora del programa no posee datos acerca del número de casos de éxito a lo largo de estos años, y la lejanía en el tiempo, además de la gran cantidad de casos de estudio, hacían

inviabile la consecución de ese dato para el presente trabajo de investigación. Para obtener datos aproximativos que pudieran mostrarnos su nivel de éxito, realizamos un estudio mediante el seguimiento de 20 invitados a los que entrevistamos más de 2 años después de su asistencia al programa. Dicho estudio se detalla más adelante.

#### “Actualidad”:

En la segunda de las secciones fijas, “Actualidad” (última en franja horaria, de 18:40 a 19:00 –que acaba de modificarse para la temporada 2012/2013, siendo ahora, de 18:10 a 18:30 aproximadamente–), el presentador, Juan y Medio, acompañado de una de las periodistas copresentadoras (normalmente Mercedes Núñez o, en su defecto, Laura Clavero o Nuria Sánchez-Gey) así como de algún colaborador (de tipo jurídico, médico y/o policial, normalmente), ofrece información diaria de sucesos y noticias de actualidad. El objetivo de esta sección es mantener informado a su público sobre los temas que le puedan interesar y para ello la producción del programa invierte incluso en una o dos conexiones en directo cada jornada<sup>46</sup>. No solamente sobre algunas de las noticias más importantes del momento, sino también sobre otras que, aunque en programas de información general podrían ser consideradas de menor importancia, para los telespectadores de *La Tarde* resulten de interés por cualquier aspecto, por ejemplo porque afecten a personas de mayor edad. De hecho, cabe destacar el esfuerzo del programa por aconsejar a su audiencia sobre peligros o situaciones que puedan resultar comprometidas, como estafas a ancianos, riesgos en la salud por olas de calor (donde las personas mayores son un grupo de

---

<sup>46</sup>Nos parece destacable señalar el esfuerzo logístico y económico que supone realizar conexiones en directo para informar desde el lugar de los hechos cuando hablamos de un programa no informativo sino de entretenimiento.

riesgo), recomendaciones de vacunación, consejos policiales para mejorar la seguridad en los hogares, etcétera.

Los colaboradores habituales en esta sección son Javier Ronda (periodista especialista en temas judiciales) y Juan Antonio O'Donnell (ex-inspector de policía), aunque puntualmente también cuentan con Felicidad Loscertales (psicóloga), Pilar Varela (psicóloga), Francisco Gutiérrez (defensor del ciudadano de Málaga), Fátima Pérez (criminóloga), Rubén Sánchez (representante de la asociación de consumidores FACUA), o Javier Criado (psiquiatra), entre otros. Conviene señalar que Tico Medina (periodista), del que hablaremos a continuación como conductor de la sección Memoria del Sur, ha participado en muchas ocasiones también como comentarista dentro de la sección Actualidad cuando los temas contenían sobre todo aspectos históricos, artísticos o de folclore, dado su amplio conocimiento sobre ellos y su gran experiencia profesional<sup>47</sup>.

## **ESPORÁDICAS:**

### **“Sección musical”:**

Durante todas las temporadas analizadas se ha tendido a incluir también una sección musical con frecuencia, aunque no aparece en todos los programas. En las cinco primeras temporadas de programas, concretamente en las correspondientes a las emisiones desde el 7 de septiembre de 2009 hasta el 22 de octubre de 2010, la “Sección musical” estuvo fundamentalmente dedicada a la actualidad del programa *Se llama copla* que Canal Sur TV emitía los sábados, ofreciendo debates, entrevistas y actuaciones sobre dicho espacio. Poco antes de finalizar esta dinámica, concretamente el 14 de

---

<sup>47</sup> Como en los casos del programa emitido el 07/06/2012, en el que Medina comentó la celebración del Corpus Christi de Granada; el del 18/04/2012, en el que habló de la operación quirúrgica del Rey Juan Carlos I tras la fractura de cadera que sufrió en Botsuana; o el del 02/07/2012, en el que recordó a deportistas históricos españoles.

septiembre de 2010, se inició una sección especial propia llamada *Se busca talento* dedicada a promesas del cante de todas las edades. Aunque el estilo más frecuente en esta sección fue el fandango, también se dedicó a otros como la copla, la música ligera y el baile. Los concursantes competían entre ellos mediante actuaciones que eran valoradas por un jurado no fijo, con fases de eliminación y finales, así como otra posterior fase de exhibición. *Se busca talento* se alternó unas semanas con *Se llama copla* para posteriormente ocupar su lugar como sección musical del programa hasta el 28 de abril de 2011.

Durante el resto del tiempo han sido frecuentes las actuaciones musicales independientes de estilos variados, incluyendo música pop, latina y canción ligera entre otros, aunque el más predominante ha sido siempre el flamenco en todas sus variantes, tanto puras como mezcladas con otros estilos. Así, podemos encontrar actuaciones de jóvenes talentos andaluces de la canción o artistas más o menos consagrados de cualquier procedencia. Algunos ejemplos de ello son El Mani, Pitingo, Juan Valderrama, Las Soles, Huecco, India Martínez, Gemeliers, Bertín Osborne o la artista que más frecuentemente ha actuado en el programa, Rocío Cortés, aunque sus apariciones tuvieron lugar sobre todo hasta junio de 2012.

Esta sección ha tenido un aspecto muy variable, pero en la práctica totalidad de los casos contenía la actuación de un artista, normalmente con música y/o voz en directo. Solamente en pocos casos se ha visto reducida a comentarios sobre algún programa musical de la cadena acompañado de fragmentos de vídeos de actuaciones. Y es que este componente de apoyo en otros espacios de Canal Sur ha sido clave y ha marcado el desarrollo de esta sección. Así, durante las temporadas en las que coincide en emisión con *La Tarde*, se realiza un seguimiento a participantes (actuales o pasados) del programa antes citado *Se llama copla* (producido por

Grupo Europroducciones TV y emitido también por Canal Sur TV). Podemos destacar en este caso la búsqueda de sinergias entre diferentes programas de la cadena, ya que, por un lado, *La Tarde* se aprovecha de la naciente popularidad de estos aspirantes a estrellas de la canción pudiendo ofrecer actuaciones con cierto tirón en su audiencia televisiva que, además, ceden sus derechos artísticos y televisivos por contrato a la productora responsable del programa o a la cadena, por lo que no actúan a cambio de dinero. Por otro lado, tanto Canal Sur TV como el programa *Se llama copla*, se benefician de la promoción que consiguen al participar en *La Tarde*, uno de los programas con mayor audiencia del canal autonómico y con el que comparten gran parte del target. Tampoco hay que olvidar que los participantes ven a su vez su creciente fama aumentada, con lo que también se ven favorecidos, sobre todo de cara a sus posibilidades de ganar *Se llama copla*, cuyo formato es el de un concurso de talentos en el que los telespectadores tienen gran influencia en muchas votaciones a través de diferentes tipos de mensajes u otras formas de comunicación a través del teléfono o de internet. En este sentido, la popularidad de los participantes resulta vital para su diferenciación respecto a sus competidores. Y, al actuar en el programa *La Tarde*, aumentan la posibilidad de que la audiencia de mayor edad les conozca mejor, valore positivamente su talento y pueda influir de alguna forma favorable en su participación en el concurso.

#### “Entrevista”:

En realidad no tiene formato de sección, pero sí es un elemento habitual del programa. Sin fecha ni día de la semana asignado, la dirección de *La Tarde* continúa decidiendo según su criterio que en ocasiones se realice una entrevista en directo a alguna persona. Su tema de interés es muy



variado, aunque abundan las realizadas a artistas, como la realizada a Los del Río el 8 de junio de 2012.

#### **Otras:**

Una sección ya desaparecida pero que tuvo gran importancia durante años en el programa fue “Memoria del sur”, que estaba conducida por el veterano periodista Tico Medina. Este apartado estuvo presente en *La Tarde* desde sus inicios, concretamente desde el 25 de septiembre de 2009, hasta el 12 de noviembre de 2011, y en ella se han realizado repasos históricos a multitud de temas.

Durante el periodo en emisión, la sección “Memoria del Sur” realizó, normalmente con carácter semanal, una revisión histórica de sucesos acontecidos en Andalucía de la mano del veterano periodista Tico Medina. Nacido en la localidad granadina de Píñar el 11 de septiembre de 1934, Medina colaboró con el programa hasta casi los 80 años, dato también a tener en cuenta dado que no es habitual ver en televisión a profesionales de tanta edad no como invitado, sino desarrollando su trabajo de periodista conduciendo una sección (aunque sea de forma esporádica como se ha reseñado). Se aprecia también en este aspecto cierta coherencia en el programa al decidir apostar por una persona tan longeva como él, ya retirado del trabajo periodístico diario, como muestra de que las personas de esa edad pueden seguir estando activas y aportando aún su saber a la sociedad y al mundo profesional al que antaño se dedicaron. De hecho, durante nuestro trabajo de observación de la producción del programa hemos podido apreciar algunos inconvenientes achacables a su avanzada edad como algún olvido, su dificultad para ser breve en el discurso cuando es necesario para respetar los tiempos del programa o su lentitud de movimientos lógica por su edad, sobre todo comparada con el ritmo frenético con el que se trabaja en televisión. Pese a ello,

el programa ha seguido contando con él durante varios años debido a su valía profesional, su prestigio y las importantes aportaciones de sus comentarios.

Habitualmente emitida los viernes, aunque abierta a cierta flexibilidad tanto por la temporalidad de los temas como por la disponibilidad de su vetusto conductor, la selección de los temas a tratar se realizaban aprovechando alguna conexión de estos acontecimientos con la actualidad, como efemérides, el fallecimiento de algún protagonista, la edición de alguna publicación sobre el asunto o la vivencia presente de algún hecho parecido o con algún enlace con el suceso histórico en cuestión. Según hemos podido apreciar en nuestro análisis, el repaso histórico se realizaba utilizando un lenguaje sencillo y, a nuestro entender, al alcance de todo tipo de público, sin demasiada extensión temporal que pueda cansar a la audiencia (entre 10 y 20 minutos) e ilustrada con imágenes (fotografías y/o vídeos) para facilitar la narración y la comprensión de la historia.

Los temas que se trataban en esta sección solían ser muy variados. Así, podemos encontrar programas en los que se dedica este apartado a recordar la vida del torero Manolete (emitido el 11 de septiembre de 2009 a raíz de la publicación de un libro sobre su muerte), del cantaor Juanito Valderrama (emitido el 12 de abril de 2010, 6 años después de su fallecimiento) o protagonistas como el humorista Pepe da Rosa (emitido el 22 de abril de 2010 coincidiendo con el 24º aniversario de su muerte). Por otra parte, también se tratan sucesos sin resolver como la desaparición de David Guerrero, conocido como 'el niño pintor de Málaga' (emitido el 6 de abril de 2010 al cumplirse 23 años del suceso). O temas con gran carga socio-política, como los asesinatos a manos de la banda terrorista ETA del fiscal jefe del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, Luis Portero (emitido el 9 de octubre de 2009 con motivo del 9º aniversario de su

muerte) o del concejal Alberto Jiménez Becerril y su esposa, Ascensión García. Desde octubre de 2011, la sección “Memoria del Sur” desaparece, pero Medina sigue colaborando con *La Tarde* como periodista comentando eventualmente en la sección “Actualidad” noticias sobre temas en los que se le considera especialista por su bagaje profesional, como los relacionados con la Familia Real española, políticos a los que entrevistó o personajes de la cultura como profesionales de la canción, toreros, escritores, dramaturgos, etc. Esta dinámica, apoyada sobre todo en la actualidad surgida del seguimiento del ‘Caso Nóos’<sup>48</sup> desembocó en la creación de nuevas secciones esporádicas como “Información Casa Real” y “Crónica social” desde enero de 2014, en las que Medina comenta estos temas, normalmente acompañado de la periodista Carmen Pardo.

Además, durante la primera temporada (hasta el 23 de septiembre de 2009) también tuvo su lugar la sección “Jóvenes reporteros, aquí y ahora”, en la que estudiantes de Periodismo y Comunicación Audiovisual de último año de carrera o recién licenciados realizaban reportajes sobre su provincia.

Otras secciones pasajeras fueron “¿Y usted qué dice?”, un espacio para la participación ciudadana; “Consejos prácticos”, con recomendaciones para hacer más fáciles tareas de la vida diaria; o “Qué curioso”, en la que se comentaban noticias curiosas recogidas de internet. En estos casos, apenas superaron las dos o tres emisiones de prueba para evaluar su resultado y, posteriormente, fueron descartadas.

De cualquier forma, la fórmula más habitual en el programa es la que comprende las dos secciones permanentes, “En compañía se vive

---

<sup>48</sup> El ‘caso Nóos’, también conocido como ‘caso Urdangarín’, es un caso de presunta corrupción política iniciado en 2010 protagonizado entre otros por Iñaki Urdangarín, esposo de la Infanta de España Cristina de Borbón, hermana del actual Rey de España, Felipe VI.

mejor” y “Actualidad”. Sirva como ejemplo la siguiente imagen de una escaleta de contenidos (que no técnica), en este caso la utilizada para el programa 41 de la serie XI, emitido el 1 de junio de 2012.

**FIGURA 6: Ejemplo real de una escaleta del programa, correspondiente al 1 de junio de 2012.**

**“LA TARDE, AQUÍ Y AHORA”**

<b>Viernes, 01 Junio 2012</b>	<b>Pgm 41 serie XI</b>	
<b>CABECERA + PRESENTACIÓN INVITADOS</b> Juan + Eva (En grada con hijas invitado)	<b>02'</b>	<b>16:58</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>07'</b>	<b>17:00</b>
ENTREVISTA ANTONIA	28'	17:07
LLAMADA ANTONIA	03'	17:35
ENTREVISTA SALVADOR	28'	17:38
LLAMADA SALVADOR	03'	18:06
ENTREVISTA MIGUEL	09'	18:09
*** PREVENIDO VTR RECORDATORIO		
*** PREVENIDAS COLAS		
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>08'</b>	<b>18:18</b>
ENTRADA Y ENTREVISTA LOLA	04'	18:26
<b>T.1: CASO ATRACO SAN JUAN</b> Laura + Ronda	03'	18:30
*** PREVENIDAS COLAS		
<b>T.2: CASO SOLEDAD DONOSO</b> Laura + María del Mar + Ronda	09'	18:33
*** PREVENIDAS COLAS		
<b>T.3: CAE TRAS INTENTAR ENTRAR EN SU CASA</b> <b>POR EL BALCÓN</b> Laura + Ronda	08'	18:42
*** PREVENIDAS COLAS		
*** PREVENIDO DIRECTO NURIA. MÁLAGA		
<b>PROMO MENUDA + COPY</b>		<b>18:50</b>

Fuente: Indaloymedia

### 13.1.1. Resultados y análisis de la observación de *La Tarde*.

Desde el punto de vista del desarrollo y la creación del programa, se observan varios elementos que influyen en su posterior contenido educativo. En primer lugar, el **respeto por las personas mayores** se aprecia como un elemento esencial. Se comunica a los nuevos trabajadores, se recuerda con carteles en la redacción y marca la organización del equipo humano y técnico. La prioridad en la producción son los invitados, a los que se les realiza un prolongado seguimiento telefónico previo (durante semanas en muchos casos) y se les acompaña permanentemente durante el día de asistencia al programa.

Ese respeto que se observa tras las cámaras tiene continuación delante de ellas. Puede apreciarse como, por ejemplo, si durante la emisión en directo se considera que un invitado tiene algún problema personal, tanto el equipo técnico como el mismo presentador se apresuran a solucionarlo lo antes posible, pasando el aspecto televisivo a segundo plano aunque ello provoque errores o fallos técnicos.

Como ejemplo ilustrativo, presenciamos cómo, ante un invitado ciego con problemas para coger un vaso de agua de su mesa, el presentador se levantó de su asiento sin avisar al control de realización para acercarse a ayudarlo. Visualmente resultó un error de realización, ya que durante unos segundos el conductor del programa desapareció de su plano y (desde casa) no se pudo apreciar lo que hacía provocando cierta confusión, pero el problema del invitado con el vaso de agua se solucionó el instante.

Ese respeto por los participantes, especialmente por las personas mayores, también se observa en el tratamiento de la información,

pese a que en ocasiones, cuando el tono general del programa se vuelve distendido y jocoso, pueda resultar discutible.

A través del visionado de los programas, pueden apreciarse expresiones referentes a **momentos históricos**, cuando los invitados cuentan parte de sus vidas y relatan cómo se vivía en esas épocas. Para ello, el equipo de redacción suele pedir a los invitados material audiovisual que ayude a ilustrar esas historias. Al ser normalmente, personas de más de 60 años, ese material suele ser fotográfico.

Es por tanto decisión, petición y gestión del equipo el utilizar esas imágenes que retratan la sociedad de ese momento, con los elementos particulares de esos protagonistas concretos, pero también con los aspectos comunes tradicionales, folclóricos, culturales... Además, también se observa la búsqueda y emisión de imágenes complementarias (fotográficas o de vídeo) relativas a contextos históricos que el equipo técnico emplea para enriquecer el discurso del invitado.

También se observa un sutil **fomento del buen uso del lenguaje** a través de las correcciones lingüísticas que el presentador realiza a los invitados. Suele no ser muy evidente por la diplomacia con la que se realiza, pero se aprecia a menudo. Además de una función didáctica, al utilizar sinónimos de los vocablos que pueden no entenderse bien por la mayoría del público, tiene otra función práctica, ya que facilita que la audiencia pueda entender el significado y seguir el discurso del programa.

Respecto a las relaciones hombre-mujer, se observa una defensa explícita de la **igualdad entre géneros**. En el discurso del programa no se emplean ni se permiten expresiones machistas ni lesivas hacia la mujer. En alguna ocasión, el presentador ha corregido al invitado si este se ha expresado en esos términos. Además, en la sección informativa 'Actualidad' es frecuente la elección de noticias sobre

violencia de género, que son difundidas a modo de denuncia. Se facilitan las recomendaciones institucionales al respecto y se informa de forma constante sobre sus derechos y el teléfono 016 de violencia contra la mujer, animando a su utilización y a la lucha contra este fenómeno. El gran número de mujeres que forman parte de la redacción (la inmensa mayoría) ayuda a la creación de un ambiente de gran concienciación sobre este aspecto.

Acerca de la evolución de los **comportamientos sociales**, como la formación de nuevas parejas a partir de los 50-60 años, el programa fomenta la tolerancia y la comprensión hacia estas conductas y participa activamente en su consecución. Dado que el objetivo principal del programa es el de acabar con la soledad de las personas, puede entenderse este como el aspecto educativo más presente en *La Tarde*. El proceso de 'emparejamiento' resulta laborioso ya que, según puede observarse, los redactores inician las primeras conversaciones con los invitados semanas antes de su posible visita al programa. Una vez superado el proceso de selección, ya que suele haber una lista de espera bastante amplia (lo que puede indicar la demanda que tiene este servicio), y tras asistir al plató, cada invitado se lleva a casa un listado de contactos con las personas que llaman interesadas en él/ella. De este listado se han retirado previamente los datos de las personas que, en los diferentes filtros realizados por el equipo, se han considerado como problemáticas o con malas intenciones. Después de esto, el equipo continúa realizando el seguimiento para conocer cómo se va desarrollando el proceso, asesorarles y ayudarles si surgen problemas.

Los **aspectos emocionales** contenidos en el discurso del programa condicionan la recepción del mensaje por parte del telespectador, por lo que se hace necesaria su mención. Se observan numerosos elementos a este respecto. El hecho de que los protagonistas sean

personas de edad avanzada, por ejemplo, y que frecuentemente relaten sucesos muy duros de sus infancias o juventudes, son factores que influyen en gran medida para que en la audiencia se despierten emociones con facilidad, afectando a la atención que se presta, fomentando su identificación con la persona o proporcionando un mayor grado de credibilidad al mensaje, entre otras consecuencias.

Un **aspecto negativo** observado durante los preparativos del programa es el estrés que les supone a los invitados el hecho de repasar su vida repetidamente con el redactor que les acompaña. No es un elemento que pueda apreciarse como telespectador, pero sí observando la concienzuda preparación para su posterior emisión en directo. Estas personas, la mayoría de edad avanzada, cuentan sus vidas varias veces al redactor asignado durante el proceso de selección. De esta forma, se pueden escoger los momentos más representativos, llamativos o interesantes para luego contarlos en directo. Una vez decididos esos momentos, y dado que muchos invitados tienen problemas de memoria a causa de su edad, el equipo los repasa de nuevo con ellos antes de entrar al plató. La dificultad que les supone tratar de no olvidar nada de lo ya comentado, según puede observarse, en ocasiones les provoca estrés y aumenta su nerviosismo ya de por sí presente por la novedad del fenómeno y la presión que sienten al saberse vistos por miles de personas. En algún caso esporádico, se ha necesitado incluso la asistencia de la doctora del equipo (presente durante todos los programas como medida preventiva) y de los servicios sanitarios.

Otros elementos perjudiciales para los invitados que pueden apreciarse son los **problemas con su entorno**, que en ocasiones no comparte las decisiones de sus mayores, o la exposición pública a la crítica, frecuente en personas con opiniones en contra de la dinámica



del programa. También puede apreciarse algún caso de llamadas al programa con propósitos distintos a la compañía (económicos o de búsqueda de alguien que les cuide como un/a asistente/a), y problemas de frustraciones motivadas por unas altas expectativas de éxito no correspondidas en la visita al programa. Pese a que, según lo observado, la inmensa mayoría de los invitados mejoran sus vidas tras su paso por el programa, no hay que olvidar que en algunos casos no se consigue.

Desde un punto de vista general de los **elementos educativos**, observamos en estos años de emisión un dato importante: las únicas secciones que han permanecido siempre en el programa son las de 'En Compañía' y 'Actualidad', esto es: la que se ocupa de servir de plataforma para que las personas que están solas se conozcan, y la que contiene las noticias del momento que pueden interesar al público de La Tarde. Además de éstas, por el programa han pasado otras de reporterismo o musicales, que con el tiempo se han ido suprimiendo. Pero, como hemos podido observar, los aspectos educativos del programa se encuentran repartidos básicamente entre estas dos secciones, y en la manera de transmitir conocimientos y valores en relación a la soledad de las personas.

#### 13.1.1.1. Algunos aspectos observados: lucha contra la homofobia e impulso de la solidaridad.

En nuestro análisis reglado siguiendo punto a punto la metodología citada, nos hemos encontrado con algunas situaciones dignas de destacar. No solo son los valores estándares que se promueven en cada edición del programa, sino algunos que se dan en situaciones concretas. Nos gustaría destacar dos situaciones especiales: La lucha contra la homofobia y el impulso de la solidaridad.

## HOMOFOBIA

Caso a destacar en el aspecto de la educación en valores a través del programa, en este caso acerca de la tolerancia y el respeto a todas las opciones sexuales, es el Ramón Sánchez, que acudió a *La Tarde* buscando conocer a alguien con quien compartir su vida el 6 de septiembre de 2013<sup>49</sup>. Esta persona, según contó el presentador Juan y Medio en directo durante dicho programa, recibió “cerca de 250 llamadas” entre las que había “muchas personas felicitando, hombres que quieren conocerle a él y personas como estas...” Llegados a este punto, pasó a leer la transcripción de varios de los mensajes más ofensivos recibidos en el contestador del programa, con expresiones como “Antonio llama para decir que lleva mucho tiempo apuntado y que no hay derecho a que venga un maricón antes que él”, “un señor (...) llama para decir que quitemos a ‘eso’ del programa, que el 99% de los andaluces no está de acuerdo con ese tipo de personas. Que tienen que venir personas normales.” O “Es un maricón de mierda. ¿No le da vergüenza a Canal Sur traer a un maricón como ese a la tele?” A estos comentarios, Juan y Medio respondió con gesto serio a los autores de estos mensajes “señor, usted no va a venir nunca, usted no es normal” y “no solo no nos da vergüenza, sino que es ejemplo de otro andaluz más que ha contribuido a su manera a ser lo que somos todos y que tiene el mismo derecho que usted a venir, a entrar, a salir, a vivir... porque es una persona, caballero”, recibiendo tras ello un fuerte aplauso del público presente en el plató.

Ese día, un espectador del programa subió al repositorio de vídeos *Youtube* el citado fragmento en el que desde el programa se defendía el respeto a todas las tendencias sexuales, recibiendo 64.000 visitas

---

<sup>49</sup>Podemos ver el programa en: <https://www.youtube.com/watch?v=2mKDuVzfpdk>

en la primera semana y 83.000 después de 2 meses<sup>50</sup>, lo que motivó que el espacio televisivo concediera a Sánchez el Premio Redes Sociales por considerarle el invitado que más había despertado el interés de los internautas y del que más se había hablado en las redes sociales de toda la historia del programa. El vídeo fue difundido por personas ajenas a *La Tarde* también por otras redes como *Facebook*, acompañado de titulares como “Juan y Medio planta cara a la homofobia en Canal Sur TV”, llegando en 5 días a conseguir 3.531 ‘Me gusta’, 204 comentarios (casi todos positivos) y siendo compartido 21.831 veces solo en esta red social<sup>51</sup>.

A nuestro parecer, merece la pena destacar el riesgo que supone tratar abiertamente temas como el de la orientación sexual frente a una audiencia en la que abunda sobre todo la población rural de más de 50 años. En muchísimos casos incluso con edades por encima de los 60, 70 80 y 90. Estas personas, que recibieron la base de su educación en las décadas de los años 20, 30, 40 o 50 del pasado siglo XX, fueron instruidos en su mayoría en el rechazo a estas tendencias, lo que les hace ser más reticentes a aceptarlos. Es por ello que nos parece de especial interés la actitud del programa frente a temas como este, ya que a pesar de saber por experiencia que resultará polémico, incómodo y molesto para parte de su público, y que puede hacerles perder a algunos telespectadores de mentalidad menos abierta en este sentido, apuestan por tratarlos con valentía y sin rodeos, llegando incluso a premiarlos tiempo después dándoles

---

<sup>50</sup>Según datos del programa aportados en directo durante la emisión de su emisión número 1.000 (31 de octubre de 2013).

<sup>51</sup>Fragmento subido a la red social *Facebook* por el perfil Jacinto Er Javi Benitez, el mismo 13 de septiembre de 2013  
([https://www.facebook.com/Er.Javi.sev/videos/10151719364884480/?hc\\_ref=PAGES\\_TIMELINE](https://www.facebook.com/Er.Javi.sev/videos/10151719364884480/?hc_ref=PAGES_TIMELINE))

visibilidad de nuevo, como en el caso concreto que hemos descrito como ejemplo.

## SOLIDARIDAD

En el caso de la solidaridad, por poner otro claro ejemplo de valores humanos fomentados en *La Tarde*, observamos que se han visto reflejados en otras iniciativas de su audiencia, en este caso concretamente del público asistente. Así, el 29 de noviembre de 2012<sup>52</sup>, las personas que visitaron el plató para participar como público en directo, en este caso procedentes de distintas localidades de la provincia de Cádiz encabezados por la Asociación Ami@dir, además de llevar alimentos típicos de sus localidades para el equipo del programa como era costumbre, llevaron 105 kilos de alimentos no perecederos destinados a familias necesitadas. Desde ese día, el programa decidió continuar con esta iniciativa y comenzó una campaña de recogida de este tipo de productos que cada tarde trae el público (cada día procedentes de distintas partes de Andalucía) para entregarlos periódicamente al Banco de Alimentos de Andalucía y otras entidades solidarias. 9 meses después, concretamente el 21 de agosto de 2013, el programa anunció que había conseguido alcanzar la cifra de 10 toneladas de estos productos.

Otras acciones solidarias del programa pueden considerarse también el apoyo que suelen prestar a iniciativas benéficas, como ocurrió por ejemplo con la cobertura especial que *La Tarde* dedicó a la gala “Málaga con Abraham”, organizada en el Teatro Cervantes de la ciudad andaluza el 12 de diciembre de 2011 a favor de un niño malagueño enfermo que necesitaba recaudar fondos para operarse en Estados Unidos.

---

<sup>52</sup> Podemos ver el programa en <https://www.youtube.com/watch?v=4gbasvkGGhQ>

También nos parece reseñable la colaboración de Juan y Medio y del equipo del programa en otros eventos benéficos como la “Gala especial Unicef” de 2011, 2012, 2013 y 2014, realizadas por el equipo habitual mediante la emisión de programas especiales de *La Tarde* con el objetivo de recaudar dinero para la citada organización benéfica; así como la colaboración desinteresada ofrecida también por muchos de ellos para la preparación de algunos materiales audiovisuales destinados a las galas “Inocente, inocente”, que suelen estar presentadas cada mes de diciembre por el presentador almeriense.

### **13.1.2.El programa *La Tarde, aquí y ahora*, frente a la competencia: *Sálvame*.**

A continuación vamos a proceder a analizar de forma comparada uno de los programas de *La Tarde, aquí y ahora* con otro de su competencia directa, el magacín *Sálvame diario*<sup>53</sup>, líder de audiencia habitual en la franja vespertina según los datos oficiales de Kantar Media<sup>54</sup> que se emite desde el 27 de abril de 2009 en la cadena privada Telecinco, perteneciente al grupo mediático Mediaset.

Dedicado a la llamada ‘prensa del corazón’ o ‘prensa rosa’ y producido por La Fábrica de la Tele, suele comentar la actualidad de personas populares del país, a los que invitan a acudir al programa para exponer sus vidas, aunque también hacen lo mismo con las vivencias de sus colaboradores. De igual forma, suelen dedicar mucho tiempo a hablar de otros programas de la cadena, en especial de los llamados *reality shows* o

---

<sup>53</sup> Nombrado así para diferenciarlo de su programa ‘hermano’ *Sálvame Deluxe*, versión para la noche del viernes del mismo formato.

<sup>54</sup> El programa sigue liderando la tarde, con una media en la temporada 2015/16 de 17,7% de share, según información de la cadena sobre datos de Kantar Media recogidos en <http://www.telecinco.es>

programas de telerrealidad<sup>55</sup>. Técnicamente, el programa fue pionero en incorporar a la narración televisiva la fórmula de seguimiento de personas con las cámaras sin importar que se vieran elementos que hasta entonces solían ocultarse, como cables, personal técnico, zonas fuera de los decorados, etcétera. Incluso mostrando camerinos, baños, pasillos y demás estancias del edificio.

Su duración suele rondar las 4 horas, ocupando la franja de emisión de tarde desde las 16:00 hasta las 20:00 horas aproximadamente.

Su presentador habitual ha sido desde entonces Jorge Javier Vázquez, y entre sus colaboradores habituales se encuentran Belén Esteban, Kiko Hernández, Lydia Lozano, Kiko Matamoros, Terelu Campos, Chelo García-Cortés, María Patiño, Gema López, Mila Ximénez y Rosa Benito. Otros colaboradores en temporadas anteriores han sido Pipi Estrada, Yola Berrocal, Nani Gaitán, Carmen Hornillos, Karmele Marchante, Jaime Peñafiel, Pilar Eyre, Rafa Mora, Jimmy Jiménez-Arnau o Juan Díaz “El Golosina”. De entre ellos, abundan los periodistas dedicados a la ‘prensa rosa’, los familiares o ex parejas de personas famosas (normalmente artistas) y los ex concursantes de programas emitidos por Telecinco como Gran Hermano, Supervivientes, Mujeres y Hombres y Viceversa o ¡Mira quién salta!

Programa polémico y controvertido tanto por sus contenidos como por sus formas, acumula quejas y denuncias por no cumplir el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia como se ejemplifica a continuación, así como numerosas campañas que promueven su retirada. Pese a ello, resulta indiscutible su éxito de audiencia desde su aparición.

La elección de la fecha concreta a estudiar se realizó de forma aleatoria entre las que ambas cadenas ofrecían con posibilidad de visionado

---

55 Según la Real Academia Española de la Lengua, telerrealidad se define como el “género televisivo basado en la presentación de casos, vivencias o conflictos reales o inducidos” (AA.VV., 2001: 356).

completo en sus páginas webs a fecha de 1 de julio de 2016. El día resultante fue el 16 de junio del mismo año.

En esa emisión, el programa *Sálvame* diario estudiado no cuenta con su presentador habitual, Jorge Javier Vázquez, por motivos de producción de la cadena. Durante el mes de junio de 2016 se encontraba grabando los últimos programas del *reality show Supervivientes 2016* y preparando la siguiente edición de *Gran Hermano 17*, como sustituto de Mercedes Milá. De cualquier forma, tanto el formato como la estructura o el tipo de contenidos de ambas partes de *Sálvame* diario no cambian, ya sea presentados por el citado J.J Vázquez, por Carlota Corredera (exdirectora del programa y presentadora eventual) o por Paz Padilla, usual copresentadora con Vázquez y normalmente su sustituta natural, como es el caso de este programa tomado como muestra.

A requerimiento de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)<sup>56</sup>, el grupo mediático Mediaset y la productora del programa *La Fábrica de la tele* se vieron obligados a adecuar sus contenidos a su calificación de “no apto para menores de siete años” y cumplir con el horario de especial protección a la infancia que se prolonga desde las 17.00 hasta las 20.00 horas. Así, desde el 22 de diciembre de 2014, el programa se dividió en dos bloques: *Sálvame Limón* y *Sálvame Naranja*. De esta forma, los contenidos más polémicos, las actitudes más violentas y menos aptas para niños se tratan en el primer bloque fuera del horario protegido, de 16:00 a 17:00 horas, mientras que en el segundo, el tono suele relajarse para adaptarse a su calificación. De todas formas, la segmentación no ha evitado que continúe siendo sancionado por la CNMC, que el pasado mes de abril multó con 196.000 euros al programa por vulnerar el horario infantil con sus contenidos (Anónimo, 2016a).

---

<sup>56</sup>Podemos leer la resolución completa en [https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/Telecomunicaciones/Resoluciones/2014/Dicembre/141211\\_REQ-DTSA-1890-14-Mediaset%20Salvame.pdf](https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/Telecomunicaciones/Resoluciones/2014/Dicembre/141211_REQ-DTSA-1890-14-Mediaset%20Salvame.pdf)

Pese a esta división, ambos funcionan de manera conjunta y unitaria, ya que comparten una estructura continua y los mismos recursos técnicos y humanos, siendo la segmentación entre ellos (más allá de los citados contenidos) un corte publicitario y un mero cambio de nombre del bloque.

***Sálvame Limón 16/06/2016*** (Duración: 45:05)<sup>57</sup>

Lo primero que llama la atención es la cabecera del programa<sup>58</sup>, toda una declaración de intenciones. Con una estética marcadamente *Pop-Art*, las imágenes son dibujos que copian el estilo del pintor, artista gráfico y escultor estadounidense Roy Lichtenstein<sup>59</sup>. En ellas se aprecia la figura de una mujer que enciende un televisor que le muestra lo que parecen ser una noticia sobre la caída de la economía, un concurso de preguntas y un documental de animales (referencias claras a otros programas que suponen la competencia directa de *Sálvame* en otras cadenas). Todo esto en tonos blancos y negros que potenciará el efecto del posterior cambio al color. Ante ello, la mujer pone cara de aburrimiento mientras cambia de canales hasta hallar en el número 5 un tren que da vueltas a un planeta. Solamente en este canal 5 existen los colores, que además resultan muy vivos. Cuando la imagen se acerca apreciamos que el tren es conducido desde la locomotora por Jorge Javier Vázquez (presentador habitual del programa), y que en los vagones aparecen imágenes de los colaboradores o tertulianos. En un segundo vagón se nos muestra

---

<sup>57</sup> El programa completo puede verse en: <http://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2016/salvame-limon-16062016/>

<sup>58</sup> La cabecera es el vídeo de presentación del programa, normalmente su pieza de apertura. Sirve para identificarlo y debe transmitir la idea principal del producto televisivo. Esta cabecera fue estrenada con la nueva temporada el 02/09/2013.

<sup>59</sup> Muchas de las obras más conocidas de Roy Fox Lichtenstein se caracterizan (entre otros aspectos) por la influencia del cómic, la utilización de primeros planos de mujeres en actitud emotiva y vulnerable, los colores industriales muy vivos y la técnica de puntos *bendéi*, particularidades que se aprecian también en la citada cabecera de *Sálvame*.



una especie de *collage* de imágenes a color en el que abundan las siluetas y en el que se distinguen reporteros, fotógrafos, focos, cámaras y gente bailando. Referencias claras, a nuestro entender, a la denominada ‘prensa rosa’, esto es, el sector de ciertas personas famosas y los medios de comunicación que explotan su imagen. El tren con sus distintos componentes descritos puede ser considerado una metáfora muy evidente del programa.

Todo ello se ve potenciado por la música utilizada, una versión editada del tema “Sálvame” del grupo *Nancys Rubias*<sup>60</sup> que da nombre al programa. En la escena que muestra el aburrimiento de la mujer, escuchamos que la letra de la canción dice “Mi situación es terrible. Necesito huir. ¡Menudo plan!”. En cambio, al poner Telecinco y una vez realizado el cambio al color, se oye “Sálvame. Ven nadando a mí. Sálvame. Soy un náufrago.” Una vez la mujer se ve gratamente sorprendida por el citado tren, este sale de la pantalla y la rodea inundando de color su estancia hasta entonces en tonos grises, así como su cara, coloreando finalmente sus ojos y su nueva sonrisa mientras escuchamos repetidamente la invocación “por favor, sálvame.”

Desde nuestro punto de vista, esta cabecera refleja a la perfección lo que desde Telecinco pretenden transmitir que es *Sálvame*, una alternativa ligera, entretenida, fresca y moderna a los programas ‘sesudos’ o culturales que ofrece la competencia. Un rato de evasión en el que los problemas personales de los telespectadores sean sustituidos por los de otros, en este caso personajes famosos, ya lo sean con fama ganada mediante su oficio o su condición social, familiar y/o económica (esto es, los famosos ‘de toda la vida’) o, por el contrario, lo que supone una de las grandes aportaciones de este

---

<sup>60</sup> Perteneciente a su disco *Nancys Rubias*, editado en 2005. El grupo está liderado por Mario Vaquerizo, colaborador de televisión (además de mánager musical) y pareja de la cantante Alaska.

programa y por ende de la cadena que lo emite, los (pseudo)famosos creados de forma artificial mediante guiones televisivos. Por no extendernos demasiado en este aspecto, que se sale del ámbito de este trabajo de investigación, solamente comentaremos que *Sálvame* ha conseguido de forma novedosa transformar a sus colaboradores asalariados, antes simples comentaristas de la actualidad de la ‘prensa rosa’ o la crónica social, en nuevos personajes famosos que consiguen sustituir con sus conflictos artificiales pero cuidadosamente hilados, las vidas de artistas, empresarios de éxito, nobles, modelos, deportistas, etcétera. Un ejemplo de ello puede ser el caso de María Patiño, que gracias a esta estrategia ha pasado de ser una reportera que perseguía y espiaba a famosos en la Costa del Sol, a convertirse ella misma en una estrella de la televisión seguida por miles de personas. Tanto económica como organizativamente nos parece un éxito, ya que es mucho más controlable, duradero y barato completar horas de televisión con batallas dialécticas establecidas entre trabajadores propios que emitiendo información sobre terceros, que a menudo cobran grandes cantidades de dinero por comentar sus vidas además de la inestable dependencia de la actualidad de sus actividades y de sus intereses variables por aparecer en los medios de comunicación en cada momento. Pero esta es solamente una de las estrategias comunicativas que emplea, ya que la clave principal que se observa es la de dedicar los contenidos a hablar acerca de las vidas de personas sobre las que todo el mundo pueda opinar y juzgar, sobre todo focalizando en sus aspectos negativos, ya sean reales o inventados. Y en ese ‘derecho’ a opinar y juzgar a los demás entra también la audiencia como elemento básico en el formato, tanto en el fomento de conversaciones al respecto que se observa en la calle, como incluyendo comentarios de telespectadores en el programa (como describiremos a continuación) para hacerlos más partícipes

aún del espacio televisivo y sus historias. Como describe desde su experiencia profesional Mariola Cubells (2003), este tipo de programas pretende no pasar por el cerebro del espectador, sino llegarle directamente apelando a sus bajos instintos y el morbo, con la única finalidad de retener y aumentar la audiencia.

Por su parte, *La Tarde* no se inicia con una cabecera al uso, sino que su función de presentación o apertura la realiza una pequeña ráfaga (separador de un par de segundos aproximadamente) con la imagen del logo del programa. Por indicación expresa de la cadena y dentro de su tendencia general, Canal Sur TV prefiere comenzar lo antes posible con los contenidos de los programas para evitar fugas de audiencia entre sus espacios, lo que ha reducido progresivamente en los últimos años la longitud de estas piezas de arranque en la mayoría de sus emisiones.

Una vez establecido este punto de partida, pasaremos a analizar los valores percibidos en el programa en sus dos bloques antes citados.

La primera parte del programa, denominada *Sálvame Limón*, comienza presentando (de forma dramática, con música épica e imágenes oscuras, ralentizadas y muy contrastadas en su luminosidad) un conflicto de partida: los posibles problemas económicos y laborales de una de sus colaboradoras, Rosa Benito. Observamos como ya de partida se da el fenómeno antes descrito. La 'noticia' de apertura del programa, y por tanto la que se supone es la más interesante del día, es un rumor sobre un miembro del equipo, que además plantea cuestiones con las que claramente la audiencia puede identificarse: los problemas económicos y la búsqueda de empleo, además de su situación sentimental<sup>61</sup>. La pieza termina indicando que la protagonista responderá a lo largo del programa a las preguntas lanzadas sobre ella, en lo que técnicamente se

---

<sup>61</sup> Tema que comienza a tratarse en el programa 2 días antes, el 14/06/2016.

denomina en televisión un cebo<sup>62</sup>, ya que lo que se pretende es introducir o aumentar el interés del espectador sobre alguna cuestión que se promete resolver posteriormente, para mantener la atención de la audiencia durante el mayor tiempo posible<sup>63</sup>.

A continuación se nos ofrece un espacio publicitario, concretamente una telepromoción de dos minutos de duración, en la que la presentadora Paz Padilla nos presenta la Pulsera de la suerte de Galería del coleccionista, un “complemento lleno de magia” (...) “qué mejor forma de llamar a la suerte que con una pulsera así de chula”, comenta. Nos describe el objeto como lleno de talismanes para el amor, la suerte, la seguridad, la protección, la fortuna y la sabiduría. Podemos observar aquí el fomento de valores como la creencia en la suerte y los amuletos como forma efectiva de mejora de la vida del individuo y, además de su contenido, que forma parte del programa en sí al no estar dentro de un corte publicitario sino en la citada forma de telepromoción, que incluye elementos del programa como su presentador, decorados, etc., podemos señalar que técnicamente se encuentra al límite de la legalidad<sup>64</sup>. Y esta situación no es nueva para este espacio televisivo, ya que ha sido multado en varias ocasiones (incluso por más de medio millón de euros) por no respetar la normativa publicitaria actual<sup>65</sup>.

---

<sup>62</sup> En este caso nos parece muy acertado el término ‘cebo’ que el sector televisivo toma prestado del pesquero, que la RAE define como “Alimento, real o simulado, con el que se atrae a los peces” ya que, como podremos observar, en este programa se utilizan contenidos tergiversados en el uso de esta técnica para retener a la audiencia.

<sup>63</sup> El programa que popularizó esta fórmula en España por su uso sistemático fue *Aquí hay tomate*, que se emitió también en Telecinco de 2003 a 2008.

<sup>64</sup> El rótulo que informa a la audiencia de que está viendo una telepromoción al que obliga la ley, se impresiona en color blanco y se sitúa en un esquina con abundantes tonos blancos de fondo, por lo que se lee con mucha dificultad. Esto puede ser considerado ilegal, ya que según la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, “deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible”.

<sup>65</sup> La última vez (a fecha de cierre de esta investigación) que *Sálvame* fue multado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) fue en junio de 2016,

Al terminar la telepromoción se da paso a un corte publicitario precedido por otro vídeo-cebo sobre otro conflicto. En este caso sobre el divorcio del tenista Feliciano López y la modelo Alba Carrillo. En él se habla de aspectos como el rencor, el engaño, las posibles infidelidades o los casamientos obligados a través de expresiones como “vende despecho”, “ella ya lo sabía”, “Feliciano nunca quiso casarse” o “¿Hay terceras personas?”.

A la vuelta de publicidad, tras una nueva emisión del citado cebo inicial, nos ofrecen otra telepromoción (ver nota al pie nº 9), en este caso más breve y a cargo de Terelu Campos, otra colaboradora del programa. Se trata de una línea de cosméticos antienvjecimiento. Llama la atención que terminada esta parte inicial cargada de elementos publicitarios, el programa entra en materia cuando ya se han emitido casi 6 minutos y medio de contenidos (sin contar los cortes publicitarios). De hecho, es en este momento en el que la presentadora saluda a la audiencia con un “buenas tardes, bienvenidos...”.

Por el contrario, el programa *La Tarde* tiene un arranque muy diferente. Comienza con la habitual presentación y saludos al público por parte del presentador Juan y Medio y su colaboradora Eva Ruiz. En esta ocasión, la mayoría de los asistentes al plató provienen de Jerez de la Frontera. Entre ellos, se hace especial referencia a los espectadores que provienen de la Residencia de graves afectados Anide III, que acoge a personas “en desprotección o exclusión social como son niños, jóvenes, ancianos, personas con discapacidad física o psíquica...” como señala la asociación Anide en su página web<sup>66</sup>. Llama la atención especialmente el hecho de ver en televisión a

---

cuando se le impuso una multa de 528.373 euros por publicidad encubierta de productos relacionados con la salud durante la emisión de los días 11 al 30 de junio de 2015 (Anónimo, 2016c).

<sup>66</sup><http://www.grupoanide.es/files/ingreso.pdf>

personas con problemas físicos y psíquicos, ya que no suelen tener visibilidad en los medios (menos aún en los audiovisuales) más allá de algunos espacios dedicados a temas como el voluntariado o la asistencia social, normalmente en los entes públicos. Aquí además, aunque de forma breve, se les otorga protagonismo en el inicio del programa mostrando a estas personas con planos cortos (imágenes cercanas). También se hace referencia a que la semana anterior otro grupo de esta residencia visitó el programa como público. Para finalizar la presentación, se muestran a la audiencia los productos no perecederos que el público asistente al programa ha entregado a la productora para colaborar con el Banco de Alimentos. Este hecho fue uno de los pequeños cambios realizados por *La Tarde* en la temporada 2015/16, ya que antes de ello los obsequios que se entregaban se repartían y disfrutaban normalmente entre los miembros del equipo del programa. Por último, antes de comenzar la sección principal de búsqueda de compañía, realizan una actividad consistente en entregar al público del plató objetos como rulos, pinzas, botes de laca o boas de plumas como regalos por asistir.

En este comienzo de programa se aprecia la transmisión de varios aspectos que pueden juzgarse como valores humanos positivos, como son sobre todo la visibilidad y el respeto hacia el colectivo de personas con discapacidad y la solidaridad activa con quienes sufren problemas económicos. Estos contenidos se desarrollan además sin espacio publicitario alguno.

Después del inicio descrito anteriormente, en el que dominan los contenidos publicitarios junto a algunos avances de contenidos, *Sálvame* vuelve al tema presentado en el comienzo, el supuesto nuevo trabajo de la colaboradora Rosa Benito, con la emisión de un vídeo en el que otros colaboradores del programa afirman que trabaja en un bingo (lo llaman “sala de ocio (...) con muchos cartones”)

mientras ella lo niega. Es representativo cómo resuelven técnicamente el momento, ya que la emisión de dicho vídeo se realiza a pantalla partida, esto es, pudiendo ver las dos imágenes a la vez. Por un lado las acusaciones y afirmaciones con las supuestas pruebas sobre el asunto. Y por otro, un primer plano de la protagonista del conflicto para que el telespectador no se pierda ningún gesto que pueda hacer al escuchar lo que otros dicen de ella al mismo tiempo que la audiencia. Como puede observarse, la historia se reduce a aseveraciones de unos colaboradores contra el desmentido de otra colaboradora. Todos compañeros de programa. Pero al dársele un tratamiento narrativo apropiado, basado entre otros elementos en la fragmentación de los contenidos y en el uso de señuelos informativos, consigue captar la atención de la audiencia, como muestran los datos oficiales, según Kantar Media (en [Telecinco.es](http://Telecinco.es))<sup>67</sup>.

Conviene subrayar aquí la aparición de algunos aspectos interesantes para la comparación entre programas que nos atañe. En su desmentido, Benito habla abiertamente (a cambio de dinero, conviene recordar) de sus problemas económicos y los de su hijo, y de sus deudas con Hacienda, nombrando pagos del “colegio de su hijo, la luz, el teléfono, comida...”. Cuestiones personales que normalmente los individuos se reservan para hablarlas con su círculo más íntimo a no ser que haya una motivación especial para darlas a conocer en público. Pero en este caso, en nuestra observación no alcanzamos a ver ningún motivo para hacerlo (ya que no existe una demanda social de información sobre el tema ni afecta de forma directa a población alguna) más allá de la construcción de un conflicto que, de forma

---

<sup>67</sup> En esa jornada, *Sálvame limón* consiguió una cuota de audiencia del 13,5% y 1.718.000 espectadores, y *Sálvame naranja* 19,7 y 1.952.000, liderando como es habitual sus franjas horarias.

artificial a través de los guiones de los programas, pasa de problema personal a cuestión pública seguida por miles de personas en directo cada tarde.

Por el contrario, sobre este aspecto de la aportación de datos y la narración a los telespectadores de circunstancias personales, observamos cómo en *La Tarde* también aparece numerosa información al respecto, si bien el tono que se aprecia es muy diferente y la posición ante ello de los demás, presentadores o colaboradores, es radicalmente distinta. En este caso el objetivo es recordar de forma resumida sus vidas para que la audiencia pueda conocerlos (dentro de la brevedad que exige el formato televisivo) y que, a través de este primer contacto, algunas personas que los estén viendo se identifiquen con ellos o se sientan agradados y se animen a llamar al programa para, posteriormente, poder hablar con ellos por teléfono y tener la posibilidad de conocerlos en persona con el objetivo ya descrito de acabar con la soledad de ambos. Estamos pues ante una propuesta en la que se busca la mejora en la vida de dos personas que se reconocen necesitadas de ayuda. Y en la que ninguna de ellas recibe contraprestación económica alguna, por lo que el beneficio monetario de la acción se reduce al evidente negocio empresarial de la productora (como cualquier otra entidad privada), no a los protagonistas como sí ocurre en *Sálvame*.

Volviendo al programa de Telecinco, llama la atención el factor familiar que se observa en *Sálvame*, tanto dentro del organigrama de colaboradores como de la generación de contenidos. El programa tiene una sección llamada “La defensora de la audiencia”, papel que desarrolla la conocida periodista M<sup>a</sup> Teresa Campos, pero en su ausencia (motivada por una operación de vesícula) es sustituida por su hija Terelu Campos (de nombre Teresa Borrego Campos). En el espacio televisivo analizado, el primer tema que esta comenta en



dicha sección también incide en este aspecto, ya que se trata de otra polémica, como rotulan: “La entrevista de los hijos de Matamoros en *Semana* no le ha hecho ninguna gracia a Kiko. ¿Ahora opinan los espectadores, enseguida los oímos!”. Se refiere a Kiko Matamoros, colaborador del programa (al igual que anteriormente su hermano Coto), a su futuro enlace con su novia y a la opinión de los hijos de él al respecto. Como vemos, se continúa con la generación de contenidos en relación a los mismos trabajadores del programa y de sus familiares. En este caso, se llega incluso a emitir la opinión de una telespectadora que opina que “...hoy en día a la audiencia nos interesan más Diego y Laura (los citados hijos) que Kiko Matamoros”. Se aprecia así cómo se ha pasado en el programa de tener al señor Matamoros como comentarista de la vida de otros famosos con importancia social (actores, deportistas, empresarios, personas de la nobleza, etc.), a que los ‘famosos’ que generan contenidos sean él, su novia, su hermano y sus hijos, consiguiendo despertar el interés real de los espectadores sobre sus vivencias y opiniones. Dicho protagonista, contestando a otra espectadora acerca del pago de su futura boda (mérito que se atribuye ella como parte de la audiencia), llega a decir que “me lo he pagado yo con mi esfuerzo, con mi sacrificio, con mis risas, con mis lágrimas y con mi vida expuesta, que usted posiblemente ha consumido...”. Observamos aquí abiertamente el reconocimiento de una especie de pacto en el que se intercambian vidas y emociones personales a cambio de dinero.

Otra colaboradora habitual, seguramente la más conocida, Belén Esteban, tras las alusiones de otra espectadora comenta: “en *Sálvame*, como ustedes sabrán, yo de información traigo mi vida”. Y al mencionado Matamoros le dice “...tú has contado tu vida aquí y has metido a tus hijos...” comenzando una discusión a gritos con él –una nueva evolución del mismo conflicto- con la que el programa seguirá

avanzando durante 13 minutos más mientras se continúa tratando este asunto.

En *La Tarde*, sin embargo, no apreciamos esa ‘endogamia’, ya que los presentadores ni los colaboradores son sustituidos por sus familiares. Y, respecto a los contenidos, aunque es cierto que dentro de la narración de diferentes sucesos de sus vidas, los invitados frecuentemente incluyen conflictos con personas de su familia y situaciones en las que critican a parte de su entorno, puede entenderse como inevitable para describir dichas vivencias. Además, según nuestra observación, el presentador del programa no suele insistir en temas conflictivos o dolorosos para el invitado, sino más bien al contrario, saltando a otras preguntas ante momentos en los que estos de emocionan o muestran sufrimiento. En contraposición, en *Sálvame* observamos cómo se busca la explotación de conflictos y emociones, llegando en ocasiones sus mismos colaboradores a las lágrimas, como ocurre con Chelo García Cortés en el minuto 42 de *Sálvame Limón*. En ese momento, ante acusaciones de ser conflictiva y repudiada por algunos de sus compañeros guionistas (lo que motivó presuntamente que se pusieran en huelga contra ella), amaga con romper a llorar al, aparentemente, emocionarse ante las cámaras. Si bien varios de los colaboradores la animan y defienden y el público le aplaude (bajo indicaciones del regidor para ello), otros ríen ante este hecho y el programa, en vez de pasar a otro asunto, continúa con ello varios minutos preguntándole “cómo se siente” ahondando en sus sentimientos antes de hacer una pausa “para que se recupere” emocionalmente. Además, pasados unos minutos, el segundo bloque del programa comienza con la continuación de este conflicto, lo que demuestra el carácter unitario del programa pese a su división en dos. En el minuto 5, acerca del enfrentamiento entre Matamoros y García Cortés que terminó con esta llorando, Gema López (colaboradora del

programa al igual que los otros dos) le increpa a él a gritos: “has disfrutado con sus lágrimas”. En este punto, los gritos e interrupciones entre varios tertulianos se alargan durante más de 2 minutos de forma casi continuada dificultando el visionado del programa, apreciándose a la vez enfados y sonrisas entre ellos (hecho que observamos repetidas veces a lo largo del espacio televisivo).

Otro aspecto reseñable es el siguiente tema a tratar en *Sálvame*: los problemas del conocido periodista Jesús Quintero, que es presentado diciendo que “siempre es un hombre polémico”. Sobre él se discute si tiene problemas económicos, si es buen pagador y si trata mal a sus trabajadores. Y sobre ello se vierten opiniones encontradas, unas a favor y otras en contra, lo que facilita el debate (aunque quizá por el tono agresivo del programa sería más apropiado hablar al menos de discusión, si no de pelea) durante el cual los (6) comentaristas se insultan (llamándose “demagoga” o “sordo”), se gritan, se interrumpen, se levantan de sus asientos y caminan libremente por el plató, incluso saliendo de él cuando quieren como hace en este caso Belén Esteban. Resulta llamativo cómo, comenzando con los citados insultos, enseguida dejan de lado los comentarios sobre el ‘famoso real’, el señor Quintero, del que hablarán solamente unos segundos, para pasar a pelearse entre ellos. Transcurridos más de 6 minutos de discusiones entre distintos colaboradores, sobre el minuto 40 se producen afirmaciones como que “la huelga de guionistas (del programa) fue totalmente inventada...”<sup>68</sup>, a lo que responde el director en persona<sup>69</sup> que “la huelga, lo único que hicimos fue pararla

---

<sup>68</sup> Expresada por la colaboradora Chelo García Cortés en referencia a un conflicto anterior en el que, supuestamente, los guionistas del programa se negaron a trabajar con ella en bloque a través de una huelga.

<sup>69</sup> El director de *Sálvame*, Raúl Prieto, aparece como otro elemento más del programa con una importancia reseñable, ya que está presente en el plató y opina frecuentemente acerca de los diferentes temas sobre los que los colaboradores discuten en los diferentes sets. Se trata de una puesta en escena novedosa y poco

(...) Ella (Chelo García Cortés) había cosas que no estaba dispuesta a hacer, y entonces dificultaba el trabajo de los guionistas...”. Se reconoce aquí la figura y el trabajo del equipo de guion de *Sálvame*, responsables de idear, estructurar y desarrollar las historias que se narran cada día. Y, credibilidades aparte, aparece otra duda sobre una posible manipulación de las tramas del programa, que de nuevo alimenta lo que a nuestro entender es el motor de este espacio: la creación de constantes conflictos y su inteligente gestión con y para la audiencia.

Si comparamos el trabajo del equipo de guionistas de *Sálvame* con el de *La Tarde*, observamos de nuevo grandes diferencias y algunas similitudes. Puede asemejarse cierto control de la información ya que, como se detalla en el apartado sobre la descripción del programa, las situaciones que cada invitado narra no las decide él, sino que es esencialmente el redactor asignado a cada caso el que lo hace respecto a las vivencias descritas por el ‘aspirante’ en largas conversaciones entre ambos. Eso sí, las personas son luego quienes las cuentan, con lo que a pesar de la influencia previa de ‘su’ redactor y de la importante guía que ejerce el presentador durante la entrevista, los invitados siempre pueden expresarse de forma autónoma sin miedo a manipulaciones posteriores en edición, al emitirse el programa en directo. En contraposición a *Sálvame*, y según hemos podido observar durante meses, el trabajo de guion en *La Tarde* termina aquí en lo concerniente a la creación de contenidos. El resto sería concerniente al factor técnico, esto es, al diseño de la estructura del programa y la organización temporal y espacial de los múltiples elementos que lo componen.

---

extendida en el sector televisivo español, en el normalmente el equipo de dirección al completo conduce el programa desde el control de realización, ubicado en otro lugar, en vez de desde el citado plató.

Otro aspecto destacable de *Sálvame* a nuestro entender es, como citamos antes, el tratamiento fragmentado de la información y el juego de confusión entre la realidad y la ficción en el que nada el programa. Asimismo, una muestra más de ello se aprecia en el hecho de que, pese a que en el minuto 9 la protagonista de la polémica de inicio, Rosa Benito, desmiente en directo y de forma clara los comentarios del programa que dudan sobre si está en ese momento trabajando también en un bingo (además de en *Sálvame*), en el minuto 39 vuelven a sacar el tema rotulando “Rosa Benito vuelve hoy a *Sálvame* como mujer pluriempleada. La colaboradora también es Relaciones Públicas de una sala de ocio”. Además, lo hacen de nuevo con la técnica de *picture in picture*, esto es, con una pequeña ventana dentro de la imagen principal gracias a la cual podemos verla a ella en directo mientras esto ocurre. Su reacción al verlo no es de extrañeza, incredulidad o enfado, sino que esboza una gran sonrisa (incluso llega a reír un poco) negando con la cabeza, lo que nos vuelve a sugerir la posibilidad de que la puesta en escena de, al menos, buena parte del programa esté teatralizada y estructurada a través de un guion preestablecido. En el segundo bloque, *Sálvame naranja*, se vuelve a sembrar la duda sobre la misma cuestión pese a la aclaración realizada casi una hora antes al respecto, emitiendo el mismo vídeo de inicio del programa sobre el minuto 10 y un faldón de rotulación en el 25 y el 56<sup>70</sup>. A nuestro entender, resultan elementos de ‘cebo’ o avances/recordatorios de información para provocar la curiosidad de la audiencia a lo largo de la emisión, estrategia que nos parece acertada en lo referente a la consecución de un mayor número de espectadores, sobre todo teniendo en cuenta la gran duración del

---

<sup>70</sup> Con objeto mejorar la comprensión del análisis de las tramas que se narran de forma fragmentada, en ocasiones no seguiremos cronológicamente los contenidos del programa, sino que explicaremos el desarrollo de estas historias a lo largo de los diferentes momentos que se les dedica en el programa, incluso adentrándonos en el siguiente bloque como ocurre en esta ocasión.

espacio televisivo de más de 3 horas y cuarto. En el minuto 59 de este segundo bloque, pasada la hora y media desde la primera aclaración, vuelven a dar paso a Rosa Benito para que aclare de nuevo (y profundice en) esas acusaciones sobre su vida laboral, entendiendo posiblemente que gran parte de la audiencia del inicio del programa ya no está, o bien que una parte considerable de espectadores se ha unido a *Sálvame* con posterioridad a aquel momento. Pese a que de nuevo ella desmiente trabajar en una sala de ocio (referida a un bingo), aunque sí admite estar negociándolo, el programa rotula un mensaje en el que la desdice: “Rosa Benito tiene un nuevo empleo de Relaciones Públicas en una sala de ocio y nos lo intentó ocultar...”, si bien puede decirse que se apoya en el testimonio de varios testigos que han llamado al programa para asegurarlo. En esta ocasión, el programa dedica a comentar junto a la protagonista su vida y la de los componentes de su familia durante 24 minutos, momentos en los que no faltan referencias y material visual (fotos) acerca de su cuñada, la fallecida cantante Rocío Jurado. Podemos afirmar que su relación familiar con Jurado fue la clave para que Benito consiguiera abrirse un hueco en la denominada ‘prensa del corazón’.

Ya en el segundo bloque, *Sálvame Naranja*, se produce otro hecho que nos parece muy descriptivo del tratamiento que se le da a la información. Así, se nos muestra un cebo-avance de contenidos por parte del colaborador Kiko Hernández: anuncia 3 “bombazos” informativos. Y una de esas ‘grandes noticias’ afecta a una persona presente en el plató, lo que alimenta una nueva polémica que en unos minutos se dará a conocer. Comenta un poco más de una de ellas, al parecer la boda de un personaje muy conocido, al que, según dice, “le vamos a reventar desde aquí... la exclusiva”, pausa dramática (muy efectiva) incluida. También añade “por otro lado, esta tarde voy a

reventar un trabajo”. Una de sus compañeras le expresa que “eso es jugar con el pan”, a lo que él responde “no me seas moralista” por dos veces<sup>71</sup>. Observamos aquí un lenguaje violento que denota malas intenciones explícitas, ya que no justifica de ninguna manera ese mal que se pretende hacer. Esa dinámica de actitudes, poco o nada constructivas, y de centrar los contenidos en los aspectos más negativos de cada tema tratado, se conserva durante la mayor parte del programa. De esta forma, minutos después, sobre el minuto 22, respondiendo a las críticas de otra telespectadora respecto a su pareja, Kiko Matamoros le responde que “estoy en el convencimiento de que usted es fea y envidiosa”. Cuando algunos compañeros le reprenden estos insultos, vuelve a abrirse otra discusión con gritos, interrupciones, personas levantándose de sus asientos... y algunas sonrisas como la del citado Matamoros, que en minuto 33 comenta “yo, en mi vida, jamás me he movido por unos intereses que no sean nobles”, provocando grandes carcajadas de la totalidad de sus compañeros de plató. En ese discurso y esas risas volvemos a observar posibles muestras de la teatralidad ya mencionada.

Un momento llamativo ocurre en torno al minuto 35, en el que los mensajes escogidos de los espectadores tratan todos de dar ánimos a la periodista M<sup>a</sup> Teresa Campos que, como hemos citado anteriormente, acababa de ser operada de la vesícula. En este fragmento, de aproximadamente 2 minutos, todos los mensajes expresan buenos sentimientos hacia ella, de cariño, ánimos, deseos de recuperación, etc. Resulta el único instante en el que los valores emitidos por el programa son positivos.

---

<sup>71</sup>Los protagonistas de esas ‘bombas’, aclaradas más adelante, son Chabelita (hija de la tonadillera Isabel Pantoja), Alberto Isla (padre del hijo de la citada Chabelita) y Toño Sanchís (cantante del grupo musical *La banda del capitán canalla*). Por lo que nos parece cuanto menos discutible la importancia de dichas informaciones.

Este tratamiento negativo dominante de los contenidos de *Sálvame* resulta muy diferente en *La Tarde*. Volviendo al magazine de Canal Sur, después de unos primeros minutos de entretenimiento que analizaremos más adelante, sobre el minuto 22 da comienzo su sección principal, En compañía se vive mejor. En esta ocasión, como es habitual, se cuenta con dos personas que buscan a alguien con quien compartir sus vidas y un tercer invitado que acude al programa a presentar a la persona con quien ha comenzado una relación tras su paso por *La Tarde*. En el programa analizado, estas personas son Magdalena, de 56 años y Alfonso, de 72, ambos viudos; y Rosa, de 71 años, que viene a presentar a Manuel, con el que lleva 3 meses de convivencia.

En la entrevista a Magdalena, pese a reconocer estar enferma de fibromialgia, ella misma se describe como una persona activa y muy sociable. Es voluntaria de Cruz Roja y hace deporte y baile varias veces a la semana. Además de la conciencia social que muestra, de hecho deja claro que busca “un hombre solidario y de buen carácter”, también le preocupa la conservación del medio ambiente, y si no encuentra pareja comenta que se irá a vivir a una ecoaldea (una comunidad cuyo objetivo es ser sostenible social, ecológica y económicamente). Narra también episodios de su vida que ayudan a recordar costumbres antiguas. En el minuto 55, el carácter cercano que transmite el presentador se ve ejemplificado cuando, al hilo de la narración de la invitada sobre los juguetes de su infancia, él cuenta una experiencia propia muy parecida. También aparece aquí el valor de la solidaridad por parte del colegio de monjas al que asistió de pequeña. De origen humilde (“mi familia era pobre”, confiesa), Magdalena describe cómo estaba exenta de pagar su formación (pese a ser un colegio de pago) y cómo se hacían cargo del servicio de comedor a diario para liberar a su familia de esa responsabilidad, e



incluso le facilitaron su traje de comunión ya que no podían costeárselo. Describe además momentos negativos vividos como cuando decidió separarse al sentirse desatendida por su marido durante años. Pese a ello, no se aprecian morbo, rencor ni maldad en el relato, ya que incluso describe a su esposo como “una excelente persona” y comenta que renunció a la pensión compensatoria “porque no me parecía justo ya que yo me quedé en la casa” y porque trabajaba y podía mantenerse. Como puede observarse, los valores en los que se centran las historias suelen ser positivos, e incluso a la hora de describir circunstancias negativas no apreciamos tendencia alguna al morbo, al lenguaje soez u ofensivo ni intenciones de profundizar en el sufrimiento de los invitados. Al menos en la gran cantidad de programas analizados pertenecientes a todas sus temporadas hasta 2016.

En la entrevista a Alfonso, procedente de La Carlota (Córdoba), se observan también aspectos interesantes dentro de nuestro estudio, tanto sociales como históricos o culturales, como es el apoyo de su familia a su intención de buscar una nueva compañera (en especial de su hermana, presente entre el público y responsable de que él acudiera al programa), sus buenas palabras hacia su difunta esposa o la descripción de costumbres y prácticas de los años 60 en Andalucía, incluyendo oficios antiguos actualmente reducidos al ámbito rural y formas de relacionarse socialmente hoy totalmente transformadas, como las normas morales que regían los noviazgos en la España rural de los años 60 del siglo XX. Durante la entrevista, concretamente en el minuto 42, otra de las hijas de Alfonso (de nombre Paqui) llama en directo para hablar de él y ayudar a describir cómo es. Además, da las gracias a *La Tarde* diciendo: “hacéis una labor importantísima, sobre todo con las personas mayores”. Alfonso se presenta como una persona capaz de realizar todas las labores de la casa y con intención

de seguir haciéndolo, y en ningún momento muestra ningún rasgo que pueda identificarse como poco igualitario en cuanto al género, aspecto importante dada la educación y formación recibida en su infancia en la que los roles de hombre y mujeres estaban tan definidos y diferenciados. Juan y Medio también realiza otros comentarios que nos parecen dignos de resaltar, como cuando dice que ha pensado en “casarse con el traje de su hermana por aprovecharlo”. Este tipo de bromas sobre travestismo o juego entre géneros, puede interpretarse en nuestra opinión como otro elemento que colabora en la destrucción de la educación machista, en este caso a través del humor. Recordemos que la mayoría de la audiencia del programa fue educada bajo los paradigmas socioculturales de la España de los años 30, 40 y 50.

Sobre el tratamiento que se le da al tema de la igualdad de géneros, en el programa *Sálvame* analizado apreciamos una situación llamativa. Cuando hablan acerca de la ruptura de la relación del tenista Feliciano López y la modelo Alba Carrillo, no ocurre como con el tema de Jesús Quintero, ya que sí que se le dedica bastante tiempo. Durante unos 16 minutos, los numerosos colaboradores opinan al respecto (unos a favor de él y otros a favor de ella) y recuerdan antiguas situaciones relacionadas con los protagonistas, si bien no se aporta ninguna información ni sus declaraciones<sup>72</sup>, sino opiniones y conjeturas. Acerca de la relación, desde el programa se vierten acusaciones de que la modelo y su madre presionaban al deportista para que abandonase el tenis. Ante esto, uno de los colaboradores (Kiko Hernández) afirma en el minuto 38 de este segundo bloque que eso no puede ser cierto, ya que “de qué van a vivir”, dando por hecho la dependencia económica de la pareja

---

<sup>72</sup> A excepción de referencias a fragmentos de la entrevista a Alba Carrillo publicada por la revista *Hola*, por la que desde *Sálvame* dicen que cobró 50.000 €, aunque no citan fuente.

respecto del trabajo de él, pese a que Carrillo es, además de modelo y colaboradora de televisión en activo, diseñadora de moda, transmitiendo así valores poco igualitarios respecto al género. Ninguno de sus compañeros, de los que seis son mujeres, corrige o discute su comentario sexista.

Conviene señalar que en *La Tarde* también hemos encontrado un claro componente poco igualitario respecto al género, pero analizado en profundidad nos parece que, si bien es innegable, nos parece que tiene poca influencia negativa al estar fuertemente contrarrestado por las constantes referencias a favor del respeto y la igualdad entre hombre y mujeres. Nos referimos al juego de roles (típico en televisión) que ejercen los presentadores. Así, la imagen que se transmite de Eva Ruiz puede interpretarse como algo frívola y de mero acompañamiento del presentador, Juan y Medio, que es realmente quien conduce el programa. Este aspecto se ve acentuado por las continuas referencias a su físico (en este caso a su vestido, sus pendientes, sus medias o sus pies), además de su casi eterna sonrisa tratando de potenciar el carácter divertido de los comentarios de su compañero ante la audiencia. Aunque parece justo resaltar que en todos los casos observados estos comentarios sobre ella se han realizado de forma humorística y con su aparente complicidad. Este componente sexual, aunque sea transmitido de forma más o menos sutil, se refleja en juegos de palabras como el empleado por Juan y Medio en el minuto 26 en el que, tras hacer otra referencia a su ceñido vestido, le comenta “sabiendo que eres una gran tortillera...”, utilizando un vocablo vulgarmente usado para referirse al lesbianismo para inmediatamente aclarar que se trata de su pasión por las tortillas de patatas. Como puede observarse en este caso, las bromas y chistes podrían ser interpretados como soeces aunque también bastante pueriles y sin demasiada importancia, sobre todo por los

constantes comentarios pro-igualdad antes mencionados. Claro ejemplo de esto se produce en la tercera entrevista, en la que Rosa visita el programa para presentar a Manuel, con el que lleva 3 meses de convivencia tras aparecer en *La Tarde*. Se recuerda en un vídeo el día que estuvo como invitada buscando pareja seis meses antes, emitiendo fragmentos muy duros en los que ella narra cómo sufrió constantes malos tratos por parte de su padre y después de su marido, lo que la hicieron “infeliz durante 50 años”. Comenta el inicio de su nueva relación entre risas durante varios minutos, y describe su momento actual como “muy bien por todo”, afirmando que se siente resucitada, que su vida ha cambiado un 100%, que está encantada con él y que nunca se había sentido tan cuidada en su vida. Manuel, por su parte, cuando aparece en el programa, le pide a Juan y Medio “que se porte mejor con Eva (Ruiz)”, mostrando así el gran respeto que siente por las mujeres ya descrito por Rosa anteriormente y de alguna forma corrigiendo las bromas algo machistas realizadas por el presentador en el inicio de la transmisión.

También nos resulta importante el tratamiento observado en cuanto a la narración de las frecuentes circunstancias de penurias económicas por parte de los invitados, que suelen estar dominadas por el respeto, la empatía y, a veces, el difícil pero exitoso empleo del humor con gran delicadeza por parte del presentador para ‘quitar hierro’ al asunto y descargar de tensión la situación. Nos parece trascendente insistir que, por lo observado, no supone en absoluto una falta de respeto sino todo lo contrario, ya que el invitado claramente suele agradecer ese contrapunto chistoso que se le añade a su historia. Así, por ejemplo, cuando en este programa Magdalena cuenta que se casó con el traje de su hermana o que el consiguiente banquete lo organizaron de forma que todos los invitados llevaran algo para disfrutar en común en el campo, los comentarios del presentador son

de absoluta aprobación y defensa de ese procedimiento, quitándole importancia al hecho de no poder seguir las costumbres sociales por motivos económicos.

En ambos espacios los telespectadores tienen una presencia importante, ya que gozan de algunos momentos habilitados para expresar sus opiniones y que estas sean escuchadas durante la emisión, pero encontramos importantes diferencias en cuanto a su tratamiento. Por una parte, en *Sálvame* no se permite la entrada de llamadas en directo, sino que se emiten vídeos con una serie de mensajes previamente filtrados y elegidos por el programa<sup>73</sup>, además de editados. Respecto al contenido de los mismos, los comentarios encontrados en nuestro análisis han resultado en su mayoría críticas y juicios emitidos sobre los temas tratados que son utilizados para generar en el plató nuevas polémicas y discusiones. A excepción de los mencionados mensajes positivos de apoyo a la ausente M<sup>a</sup> Teresa Campos por su operación quirúrgica.

En *La Tarde*, sin embargo, la audiencia no tiene ningún espacio para expresarse acerca del programa de forma general, pero sí reciben a diario llamadas en directo de las personas interesadas en conocer a los invitados que están solos y buscan compañía. De todas las llamadas recibidas por cada invitado, el equipo del programa selecciona una de ellas en base a los requisitos mencionados durante la entrevista (normalmente edad, características personales básicas, aficiones, etc.), y la persona elegida habla en directo con el invitado en plató, suponiendo un primer contacto entre ellos. Este proceso se repite con cada una de las personas que asisten a la sección *En compañía se vive mejor de La Tarde*.

---

<sup>73</sup> Sí que se permite en ocasiones la entrada en directo de llamadas provenientes de otros colaboradores y de aludidos por los comentarios que se realizan en el programa, aunque no podemos afirmar si forman parte de las acciones previstas en el guión del programa o son improvisadas e independientes. En cualquier caso, como es habitual en televisión, deben pasar el filtro del equipo de dirección antes de entrar en directo.

Debido a la importante diferencia de formato y target<sup>74</sup> entre los dos programas que estamos comparando, hemos observado en nuestro análisis varios aspectos en los que no encontramos paralelismos claros en ambos pero que nos parecen destacables para entender las diferencias entre ellos. Así, respecto a *Sálvame*, conviene señalar que su figura de La defensora de la audiencia no va encaminada a proteger los derechos de los espectadores como suele suceder en otras televisiones, sino que se trata simplemente del papel de conductora de un espacio para dar a la audiencia la posibilidad de opinar sobre los temas que se tratan y que sus comentarios se escuchen públicamente.

También es llamativo que dediquen parte de sus contenidos a la promoción de otros productos propios. Nos referimos en este caso al programa *Cazamariposas*, ya que otro de los temas de los que se habla es el de un trueque momentáneo entre una colaboradora de *Sálvame*, Lydia Lozano, y Joana Morillas, colaboradora del programa *Cazamariposas* que emite el canal Divinity, perteneciente también al grupo Mediaset como *Sálvame*, y producido por la misma empresa<sup>75</sup>, La fábrica de la tele. Podemos afirmar que desde el espacio de Telecinco se ayuda a promocionar *Cazamariposas*, ya que a menudo comentan contenidos de dicho espacio tal como realizan cerca del final de este mismo programa incluso con una conexión en directo con él, pese a la escasa importancia informativa del mismo en cuanto a audiencia y presencia social o en medios de comunicación. Y esta acción, al igual que las otras, sin duda consigue una gran repercusión

---

<sup>74</sup> Tipo de público al que va dirigido el programa.

<sup>75</sup> *Cazamariposas* es un programa de televisión dedicado a la crónica social, el análisis de las últimas tendencias en moda, belleza y nutrición, así como las novedades de la programación de Divinity. El formato está producido por La Fábrica de la Tele y se emite en Divinity desde el 4 de junio de 2013. Además, el programa *Sálvame* de Telecinco se encarga de promocionar lo más destacado de *Cazamariposas*.

y promoción del mismo al crearse una polémica que une a los dos espacios televisivos, más allá de la posibilidad o no de que ese fuera su principal objetivo. Desde *Sálvame* se rotula de la siguiente forma: “La visita de Lydia Lozano a *Cazamariposas* se presentaba como un juego simpático, pero sus declaraciones han abierto viejas heridas entre sus compañeros...” De esta manera, desde el principio de este nuevo contenido se deja claro a la audiencia que el tema será polémico, aunque por supuesto habrá que continuar viendo el programa para descubrir los detalles de dicha disputa. Kiko Matamoros, para avivar más la polémica y alimentar el morbo que puede despertar ello en los espectadores, comenta que “lo que empezó como una broma va a acabar como una tragedia una vez más. Yo sé cómo va a acabar esto, con lágrimas de unos, enfados de otros...” Lo que desata la polémica es la acusación por parte de Lozano de que se ha sentido traicionada por sus compañeros de programa. De nuevo nos encontramos con la utilización de valores negativos para atraer a la audiencia.

Para finalizar los contenidos de *Sálvame* centrados en Rosa Benito hay que resaltar que, después de intercalar los comentarios y dudas sobre su situación laboral durante todo el programa (incluyendo una doble aclaración por su parte), a media hora del final se dejan atrás los valores negativos previos de falsedad, mentiras, ocultación, problemas económicos o disputas familiares, para dedicarle unos minutos a una sección llamada Rosa Pepi también baila, en la que es presentada como una nueva mujer que solamente desea superar todos sus problemas para ser feliz. Y se representa primero bajo el formato de un vídeo que narra la preparación de un baile que ella ensaya, con la colaboración de un profesor, sobre la canción de *Fangoria* ‘Dramas y comedia’ que dice: “No quiero más dramas en mi

vida, solo comedias entretenidas”<sup>76</sup>, y posteriormente con su correspondiente actuación musical al estilo de los numerosos programas televisivos actuales de famosos imitando cantantes conocidos<sup>77</sup>. Con esta acción, a nuestro entender, en *Sálvame* consiguen dar ‘una de cal y otra de arena’, esto es, ahondar primero en todos los valores negativos antes citados, para después apostar por los positivos a través de la idea de un cambio de vida que llevará a la protagonista de la desdicha a la felicidad. Por supuesto no sólo en el programa, sino gracias al programa<sup>78</sup>, atribuyéndose un supuesto poder de cambiar la vida de las personas que contrasta en gran medida con el que pueda entenderse que consigue *La Tarde* con sus invitados y sus parejas. Con ello, además, consiguen no ‘quemar’ la imagen de una persona de la que pretenden seguir hablando con posterioridad a través de esta fórmula de refrescar, renovar y positivar su imagen mientras todas esas características las añaden también al programa con un contenido más ameno, divertido y poco o nada corrosivo, que viene a ser la línea general de *Sálvame* y de la que con acierto se salen a veces para no cansar al espectador. De hecho, tras la actuación de Benito el programa continúa con la fórmula con votaciones sobre ella y con bailes improvisados de otras colaboradoras.

Para finalizar el programa, se realiza un repaso a otros temas de actualidad social utilizando contenidos de otro espacio de la cadena, en este caso de *El programa de Ana Rosa*, así como comentarios

---

<sup>76</sup>Curiosamente, el tema musical también añade después “qué más da si todo es mentira”.

<sup>77</sup> El nombre de la sección, Rosa Pepi también baila (su nombre completo es Rosa Josefa), se asemeja al del programa *Mira quién baila* que emitió Telecinco de 2009 a 2014 tras comprar el formato que durante los 5 años previos había sido un éxito de audiencia y repercusión mediática en La 1 de TVE. Por orden judicial pasó a denominarse posteriormente *Más que baile* o *MQB*.

<sup>78</sup>Esta idea recuerda directamente a la historia que cuenta la cabecera del programa y que hemos analizado y descrito anteriormente en este estudio.



sobre la antigua ganadora del concurso *Gran Hermano 15*, también ofrecido por Telecinco. Observamos así de nuevo la retroalimentación que realizan los diferentes programas de los canales del grupo Mediaset, que consigue ‘reciclar’ contenidos ya elaborados con el consecuente ahorro en costes de producción a la vez que promocionan unos espacios en otros. Como broche final, realizan un llamada telefónica con un premio de 4.000€ a quien conteste “en verano, también veo Telecinco”, fomentando dicho mensaje de fidelidad a la cadena e intentando retener a la audiencia hasta el final del programa con el estímulo de la recompensa económica.

En *La Tarde*, a su vez, encontramos elementos culturales e informativos (referidos a la actualidad general) inexistentes en *Sálvame*, como es en este caso la actuación con música en directo del bailar David Martín, miembro del Ballet flamenco de Sara Baras, que presenta y promociona su espectáculo propio ‘Mi sentir en Pablo’, inspirado en Picasso, en el que mezcla música, danza y pintura. Además, los últimos 16 minutos de programa están dedicados a la otra sección fija mencionada, Actualidad, presentada esta vez por Laura Clavero, en la que se tratan informaciones sobre unos cortes de luz en un pueblo de Almería y el Caso Nóos. En esta ocasión se aprecia que son temas generalistas y no enfocados al interés mayoritario de la personas mayores como hemos podido distinguir que ocurre en ocasiones.

## 13.2. Resultados y análisis de los cuestionarios

El estudio cuantitativo comenzó a partir del estudio de observación directa. Realizamos un cuestionario que fue pre-testado en cuatro frases:

1ª fase: Varios investigadores externos (A.P., V.H., M.G.) revisan y corrigen el modelo propuesto. Una vez corregidos los elementos, se pasa a la lectura por parte de otros investigadores externos y ajenos (G.J., M.S.), para comprobar el nivel de entendimiento.

2ª fase: Una empresa dedicada a testeo y muestreo experimenta y prueba el cuestionario (A.S.A.P.)

3ª fase: Se pasa un cuestionario a una pequeña muestra de 10 individuos. Posteriormente se pasa a 130 individuos.

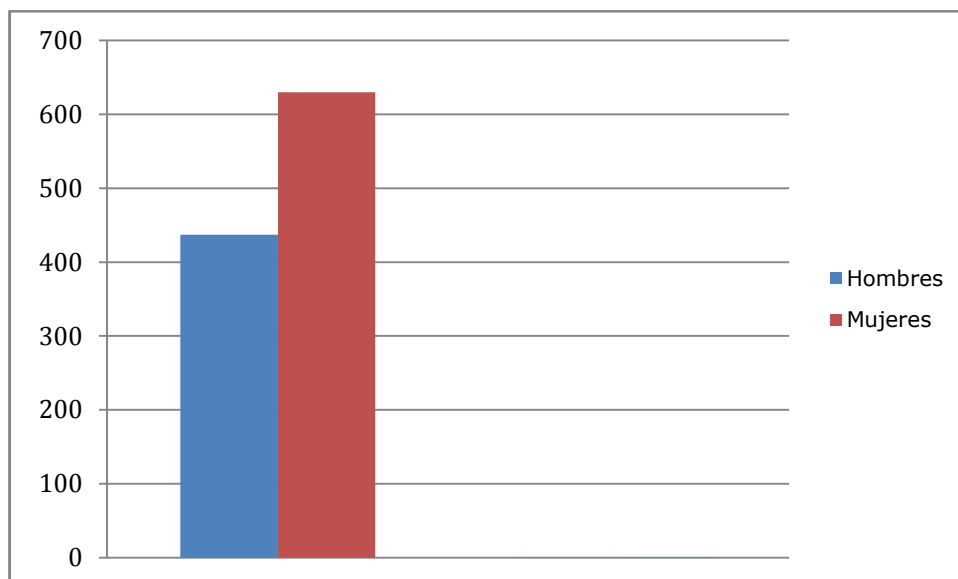
4ª fase: Tras la corrección de los elementos, en primera instancia, y de los elementos difícilmente entendibles por un usuario susceptible de ser encuestado, se hace una segunda revisión por parte del primer investigador externo.

5ª fase: Con el resultado de estas correcciones, se pasa a otra persona externa (A.L.), quien valida el cuestionario.

En total se realizaron 1067 encuestas, cuyos resultados pasamos a comentar:

En primer lugar, planteamos una serie de preguntas de cuota, es decir, cuestiones relativas al sexo, hábitat, estudios, etc. Así, respecto al **sexo** de los encuestados, encontramos que casi el **41%** (40,9559%, es decir, un total de 437 personas) de la muestra declara ser **hombre**, frente a algo más del **59%** (59,0440, es decir, un total de 630 personas) de **mujeres**, como puede verse en el siguiente gráfico:

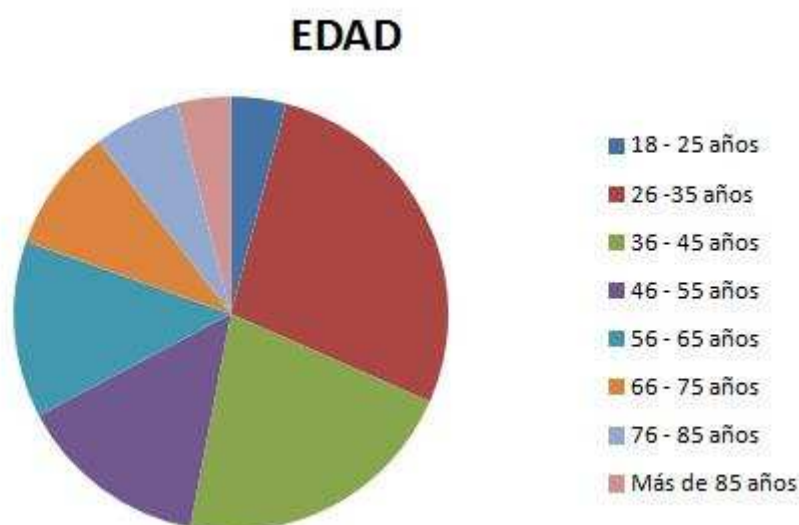
**FIGURA 7: Sexo**



Fuente: Elaboración propia

En relación a la **edad** de los encuestados, los grupos más numerosos que aparecen son los de 26 a 35 y 36 a 45 años, con aproximadamente un 27% (26,99%) y un 21% (20,99%) de respuestas, respectivamente. Con menor porcentaje aparecen las personas de entre 46 y 55 años, con un 14% (13,96%), las de entre 56 y 65, con un 13% (12,93%), el grupo de 76 a 85 años, con un 6% aproximado (6,28%) del total de la muestra y las que tienen entre 66 y 75 años, que registran un 9% (8,99%). Con menor presencia encontramos los grupos de edades más extremas, como los jóvenes de entre 18 y 25 años, con un 4% (4,02%) al igual que los de más de 85 años (3,93%). Podemos verlos más gráficamente en el siguiente gráfico:

**FIGURA 8: Edad**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 6: Datos absolutos y relativos**

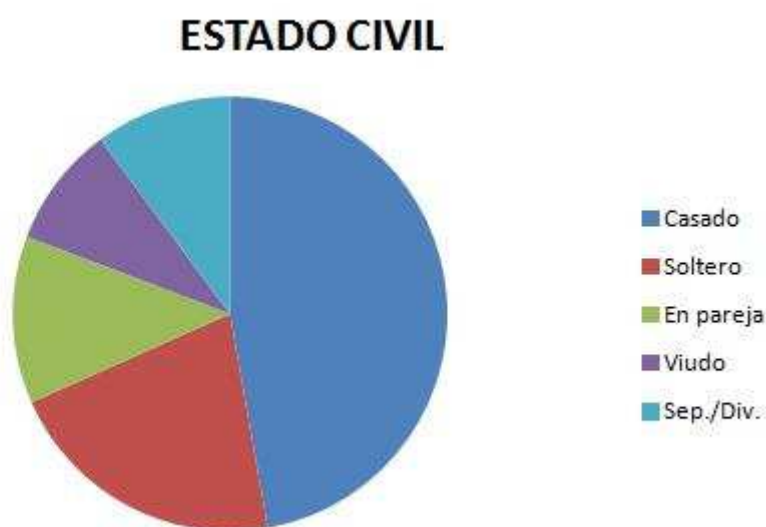
EDAD	18 - 25	26 - 35	36 - 45	46 - 55	56 - 65	66 - 75	76 - 85	Más de 85 años
<b>ABSOLUTO</b>	43	288	224	149	138	96	67	42
<b>RELATIVO</b>	4,02%	26,99%	20,99%	13,96%	12,93%	8,99%	6,28%	3,93%

Que casi el 50% (47,98%) de la muestra sea menor de 46 años puede influir en el resto de respuestas, al no ser el público al que se dirige el programa, sobre todo en las cuestiones referentes a los aspectos emocionales, en las que el joven puede tender a no identificarse con las personas mayores que aparecen en el programa. Esta es una consecuencia del sistema aleatorio elegido para este cuestionario. Sin embargo, también es cierto que en esta tesis intentamos ver la aceptación del programa por la sociedad, por lo que no se descarta ningún grupo de edad.

Respecto a la situación familiar o el **estado civil**, destaca como respuesta más común la de 'Casado' cercana a la mitad de la muestra, con un 47% (46,95%). Tras ella, el 21% (20,99%) eligió la

opción 'Soltero', mientras que el 13% (12,93%) señaló ser 'pareja de hecho o vivir en pareja'. Las personas viudas sumaron el 9% (8,99%) y el 10% (10,12%) se declaró 'Separado o Divorciado'. Los datos pueden consultarse en el siguiente gráfico:

**FIGURA 9: Estado civil / Situación familiar**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 7: Datos absolutos y relativos sobre el estado civil**

ESTADO CIVIL	RELATIVO	ABSOLUTO
<b>Casado</b>	46,95%	501
<b>Soltero</b>	20,99%	224
<b>En pareja</b>	12,39%	138
<b>Viudo</b>	8,99%	96
<b>Sep./Div.</b>	10,12%	108

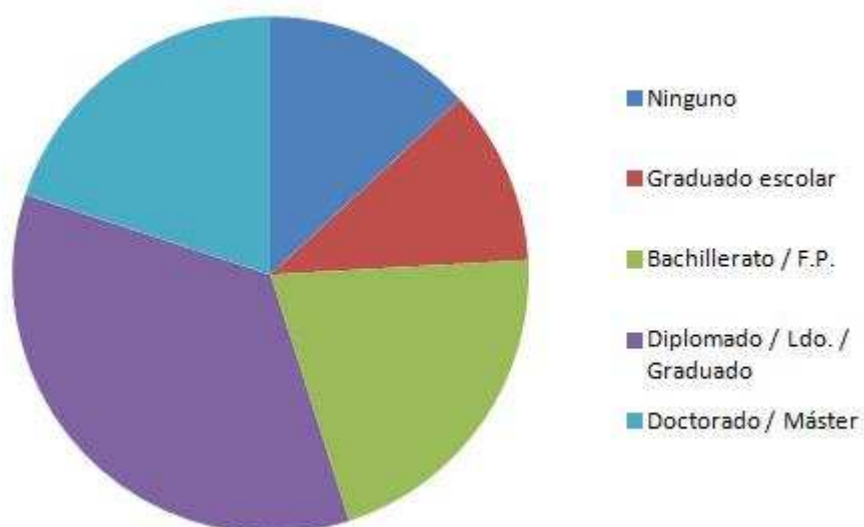
Fuente: Elaboración propia

Pero, si se suman las opciones 'Soltero' (21%), 'Separado/Divorciado' (10%) y 'Viudo' (9%), siendo éstas las opciones en las que la persona no comparte su vida con otra, puede observarse que registran un 40%. Teniendo en cuenta el gran número de personas menores de 45

años dentro de la muestra, podemos deducir que no debe haber apenas solteros de edad avanzada en ella, en la muestra. Así, si tomamos solamente los grupos, 'Separado/Divorciado' y 'Viudo', el porcentaje baja hasta el 19% como aproximación de personas solas de edad avanzada. Esta situación también podría influir en otras respuestas posteriores sobre la identificación con las personas mayores solas.

Respecto al **nivel de estudios**, se registra un gran número de personas con estudios universitarios, concretamente el 55% (54,91%), 35% (34,95%) de Diplomados y Licenciados, y 20% (19,96%) de poseedores de títulos de Doctorado o Máster. El 21% (20,99%) tiene estudios de Bachillerato o de Formación Profesional, el 11% (10,96%) obtuvo el Graduado Escolar o estudios primarios y solamente el 13% (13,12%) no tiene ninguna titulación. En el gráfico siguiente puede observarse la proporción entre los grupos:

**FIGURA 10: Nivel de estudios**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 8: Valores relativos y absolutos del nivel de estudios**

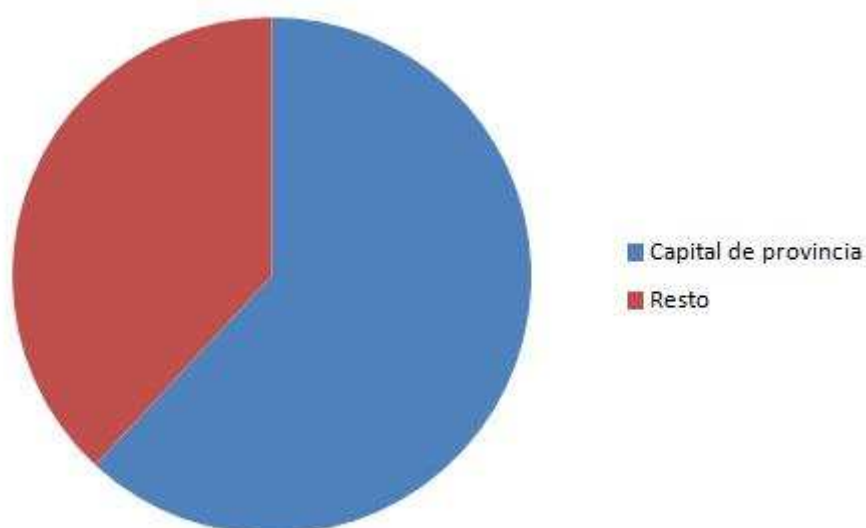
	RELATIVO	ABSOLUTO
<b>Ninguno</b>	13,12%	140
<b>Graduado escolar</b>	10,96%	117
<b>Bachillerato / F.P.</b>	20,99%	224
<b>Diplomado / Ldo. / Graduado</b>	34,95%	373
<b>Doctorado / Máster</b>	19,96%	213

Fuente: Elaboración propia

Esta situación puede estar influido por la gran cantidad de menores de 46 años que contiene la muestra (52%, ver pregunta nº2), ya que esta población ha tenido históricamente mayor facilidad de acceso a estos estudios. El dato relativo al domicilio de los encuestados (expuesto a continuación), que registra un 62% (61,95%) para los residentes en capitales de provincia, también puede intervenir en este dato del nivel de estudios, ya que es el lugar donde suelen estar ubicados estos centros educativos.

Y es que, ante la pregunta sobre su **lugar de residencia**, existe una clara mayoría de personas que viven en capitales de provincia, concretamente el 62%. Mucho más reducido es el grupo que reside en localidades de entre 10.000 y 40.000 habitantes, con el 26%. Con menores resultados aparecen los que viven en lugares de más de 40.000, con el 7%, y los residentes en pueblos de menos de 10.000 habitantes, con el 5% de la muestra. No se ha registrado dato alguno sobre aldeas o pedanías, como observamos en la siguiente tabla:

**FIGURA 11: Lugar de residencia**



Fuente: Elaboración propia



**TABLA 9: Valores relativos y absolutos del lugar de residencia**

	RELATIVO	ABSOLUTO
Capital de provincia	61,95%	661
Resto	38,05%	406

Fuente: Elaboración propia

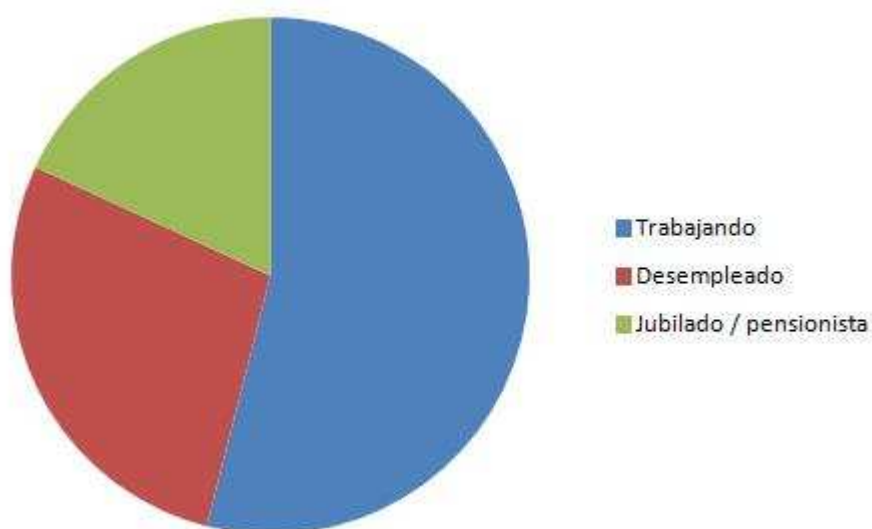
**TABLA 10: Valores relativos y absolutos del lugar de residencia por tipo de localidad**

Localidad	Absoluto	Relativo
Capital de provincia	666	62,42%
Localidad de más de 40.000 habitantes	75	7,03%
Localidad de entre 10.000 y 40.000 habitantes	277	25,96%
Localidad de menos de 10.000 habitantes	49	4,59%
Aldea o pedanía	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

Sobre la **situación laboral** de los encuestados, los resultados son los siguientes: El 54% (53,98%) se encuentra trabajando, el 28% (27,92%) está desempleado y el 18% (18,1%) se declara jubilado, como puede verse a continuación, en la siguiente tabla:

**FIGURA 12: Situación laboral**



Fuente: Elaboración propia

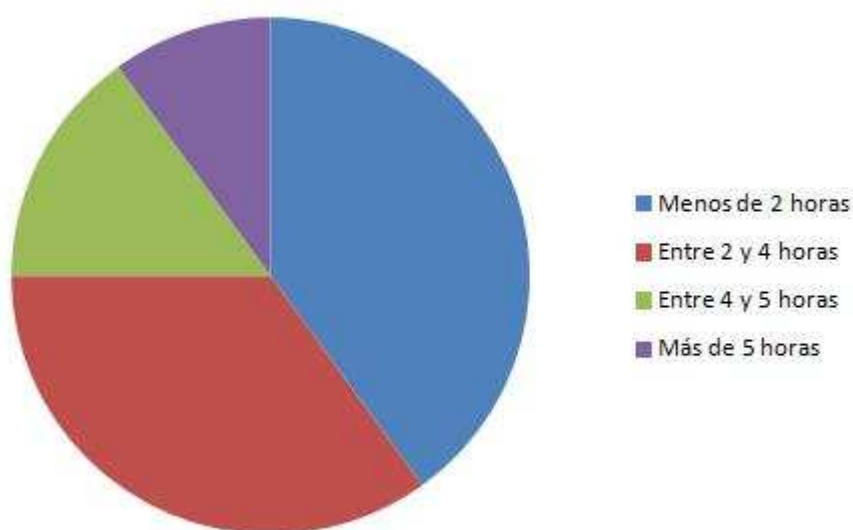
**TABLA 11: Valores relativos y absolutos por situación laboral**

Situación	Absoluto	Relativo
Empleado	576	53,98%
Desempleado	298	27,92%
Jubilado / pensionista	193	18,1%

Fuente: Elaboración propia

Pasamos al siguiente bloque de cuestiones, las relacionadas con los **hábitos televisivos**. Así, acerca del consumo de televisión, el 40% (40,02%) afirma hacerlo menos de 2 horas al día. El 35% (34,95%) responde entre 2 y 4 horas, y el 15% (14,99%) entre 4 y 5 horas. Solo el 10% (10,03%) señala que dedica a ver la televisión más de 5 horas de media cada día, como puede verse en el gráfico siguiente.

**FIGURA 13: Hábitos televisivos**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 12: Valores relativos y absolutos por hábitos televisivos**

Cantidad de visionado	Absoluto	Relativo
<b>Menos de 2 horas</b>	427	40,02%
<b>Entre 2 y 4 horas</b>	373	34,95%
<b>Entre 4 y 5 horas</b>	160	14,99%
<b>Más de 5 horas</b>	107	10,03%

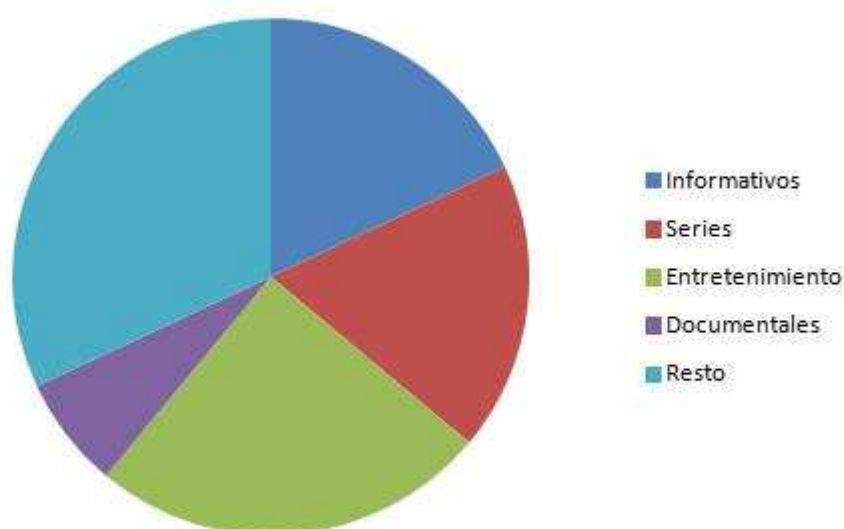
Fuente: Elaboración propia.

Observamos también que el 75% declara consumir televisión 4 horas o menos, siendo la media en Andalucía de 4 horas y 13 minutos, la más alta de España (Anónimo, 2012). Resulta destacable este hecho, aunque podría deberse a que muchas personas no tienen facilidad para calcular sobre todo los períodos de visionado incompleto de programas, excluyendo de este cálculo múltiples momentos en los que no se disponen a ver *ex profeso* un programa. También puede deberse a que muchas personas, sobre todo los jóvenes, tienden a no computar el consumo de productos televisivos en el teléfono o el ordenador como horas de consumo de televisión, pese a que son productos pagados y realizados por y para canales de televisión principalmente (aunque no en exclusiva).

A la pregunta sobre su **programa de televisión preferido**, la mayor parte de las respuestas han sido dispersas, por lo que se ha dispuesto una agrupación de programas según su tipo. Destaca que casi el 18% (17,99%) se decanta por programas informativos, con un porcentaje similar al de quienes se decantan por las series, con algo más del 18% (18,08%). Como tercera opción más elegida, y la única que alcanza un número destacable en lo que a programas concretos se refiere, aparecen los programas de entretenimiento (donde se inserta *La Tarde*), con el 25% de las respuestas (24,92%). El 7% (7,02%), como puede verse a continuación, eligió los documentales. El resto de programas suponen casi el 32%.

Observamos la figura 8 y la tabla 13:

**FIGURA 14: Preferencias televisivas**



Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 13: Valores relativos y absolutos por preferencias televisivas**

Preferencia	Absoluto	Relativo
<b>Informativos</b>	192	17,99%
<b>Series</b>	193	18,08%
<b>Entretenimiento</b>	266	24,92%
<b>Documentales</b>	75	7,02%
<b>Resto</b>	341	31,95%

Fuente: Elaboración propia.

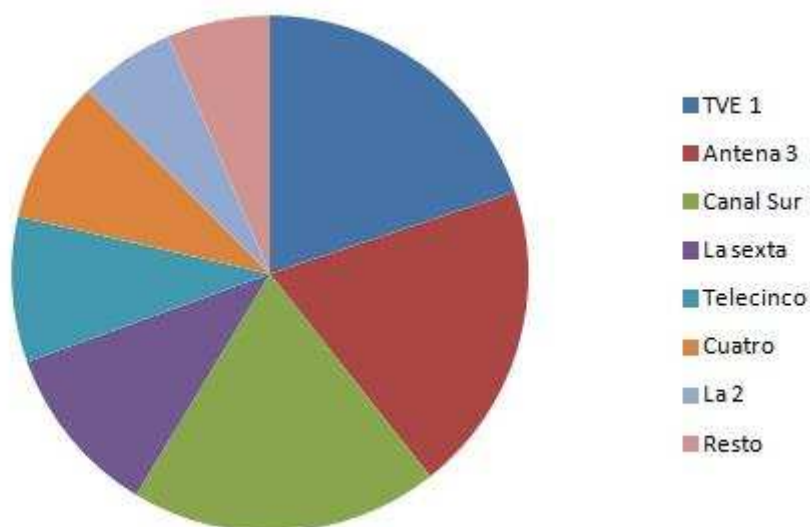
Posiblemente estas cifras se encuentren bajo influencia de la motivación de parte de los encuestados que ha podido responder al estudio como colaboración con su programa favorito<sup>79</sup>.

Ante la cuestión acerca de las **cadena de televisión** que ve con mayor frecuencia, destaca la opción de TVE1 con un 20% (19,86%). Antena 3 es segunda con 19,49%, casi empatada con Canal Sur, que

<sup>79</sup> Por ello, siguiendo a Barranco (2010) contemplamos un error muestral de 3.

cuenta con un 19,31%. La cuarta opción es La Sexta con un 11% (10,78%). Y les siguen Telecinco, Cuatro y La2 con un 9,1%, 8,99% y 5,99%, respectivamente. Además, se observa que el 6,46% se decanta por el resto de cadenas de la creciente oferta TDT o canales de pago. Lo observamos en la siguiente figura:

**FIGURA 15: Cadenas de televisión**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 14: Valores relativos y absolutos por cadenas de televisión**

CANAL TV	RELATIVO	ABSOLUTO
TVE 1	19,86%	212
Antena 3	19,49%	208
Canal Sur	19,31%	206
La sexta	10,78%	115
Telecinco	9,10%	97
Cuatro	8,99%	96
La 2	5,99%	64
Resto	6,46%	69

Fuente: Elaboración propia

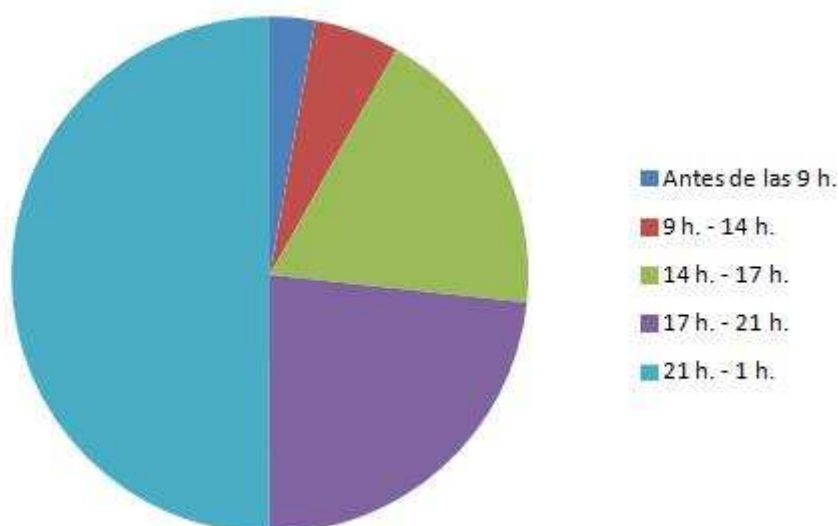
Estos datos difieren en gran medida de los obtenidos por estudios de referencia como los de *Kantar Media* (AA.VV., 2011), que suelen ofrecer datos en los que Telecinco suele ser la más vista junto con TVE1, seguidas de cerca por Antena 3. Canal Sur no suele llegar al 12% de audiencia media. Estas diferencias pueden estar motivadas por diferentes razones. El alto nivel de estudios puede influir en los bajos registros de Telecinco, que suele tener mejores resultados cuanto menor es el nivel social y cultural de su audiencia. Y los altos porcentajes de La Sexta pueden ser debidos a ese 52% de menores de 46 años que registra la muestra, ya que este canal está dirigido a ese perfil de audiencia, de menor edad. El carácter urbano del 62% de los encuestados (el 69% si incluimos también a los residentes en localidades de más de 40.000 habitantes) también favorece los datos de este canal.

Como en la respuesta sobre las preferencias de programas, detectamos que quizás parte de la muestra haya realizado este cuestionario interesado porque se estudie un programa de Canal Sur

TV, lo que condicionaría su respuesta y fomentaría esos datos más altos de la cadena respecto a otros estudios.

En la consulta acerca de los **horarios** en los que suelen ver la televisión, se observa como el tramo entre las 21h. y la 1h. de la madrugada es la banda horaria de mayor consumo televisivo. Como opciones siguientes, el 23,34% afirma hacerlo entre las 17 y las 21h., y el 18,56% entre las 14 y las 17h., como puede verse en las siguientes figura y tabla:

**FIGURA 16: Horarios de frecuencia de visionado televisivo**



Fuente: Elaboración propia



**TABLA 15: Valores relativos y absolutos por frecuencia de visionado televisivo**

	RELATIVO	ABSOLUTO
Antes de las 9 h.	2,81%	30
9 h. - 14 h.	5,34%	57
14 h. - 17 h.	18,56%	198
17 h. - 21 h.	23,34%	249
21 h. - 1 h.	49,95%	533

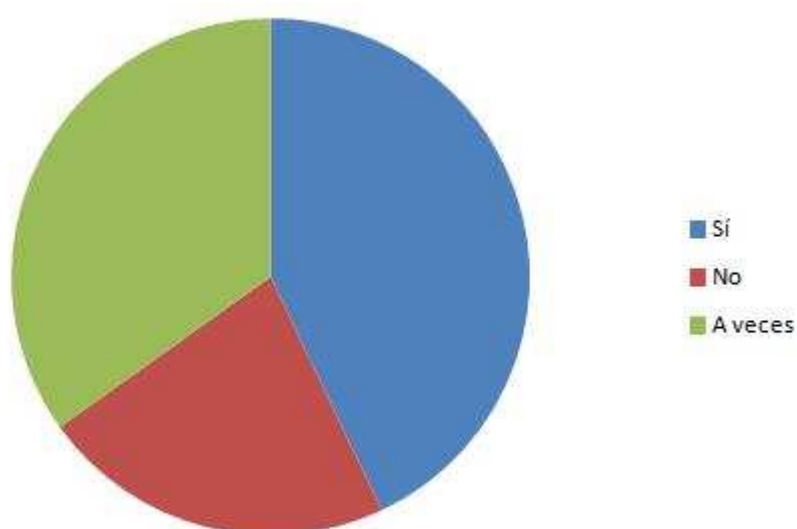
Fuente: Elaboración propia

Se detecta, pues, una tendencia clara: el consumo aumenta progresivamente durante el día hasta llegar a su culmen entre las 21:00 y las 01:00, horario que básicamente, se corresponde con lo que se denomina *prime time*: La banda horaria de mayor consumo televisivo. Como opciones siguientes aparecen la tarde y la sobremesa, en ese orden. Puede señalarse el muy escaso consumo, el 2,81%, que se registra hasta las 14:00 horas, seguramente indicando que en ese tramo la gran mayoría de la población se encuentra en sus ocupaciones de trabajo o estudios.

Pasamos al siguiente bloque, el correspondiente a la **opinión general sobre el programa** en concreto. Así, respecto a la pregunta de si ve el programa *La Tarde*, el 42,92% afirma verlo, el 34,86% responde que suele hacerlo sólo a veces y el 22,21% no hacerlo nunca. Este dato registra lo variado de la muestra respecto a su relación con el programa.

Lo observamos en las siguientes gráficas:

**FIGURA 17: Visionado de *La Tarde, aquí y ahora***



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 16: Valores relativos y absolutos del visionado  
de *La Tarde, aquí y ahora***

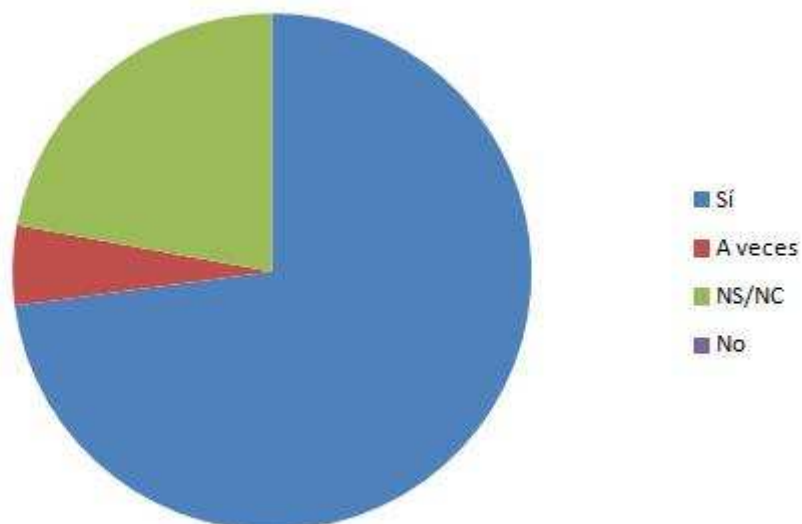
VISIONADO DEL PROGRAMA	RELATIVO	ABSOLUTO
Sí	42,92%	458
No	22,21%	237
A veces	34,86%	372

Fuente: Elaboración propia

Ante la pregunta de si es **respetuoso** con los invitados el presentador del programa, Juan y Medio, el 72,91% responde afirmativamente, mientras que nadie responde de forma negativa. El 4,97% piensa que solo lo es a veces y el 22,11% no lo sabe o no contestó a la pregunta. Estos datos inducen a pensar que el programa *La Tarde*, que él conduce, respeta a las personas mayores que lo frecuentan, fomentando así de forma práctica esa actitud y dando ejemplo a la sociedad con su comportamiento.

Podemos verlo en la figura 14:

**FIGURA 18: Opinión acerca del respeto (o no) del presentador**



Fuente: Elaboración propia

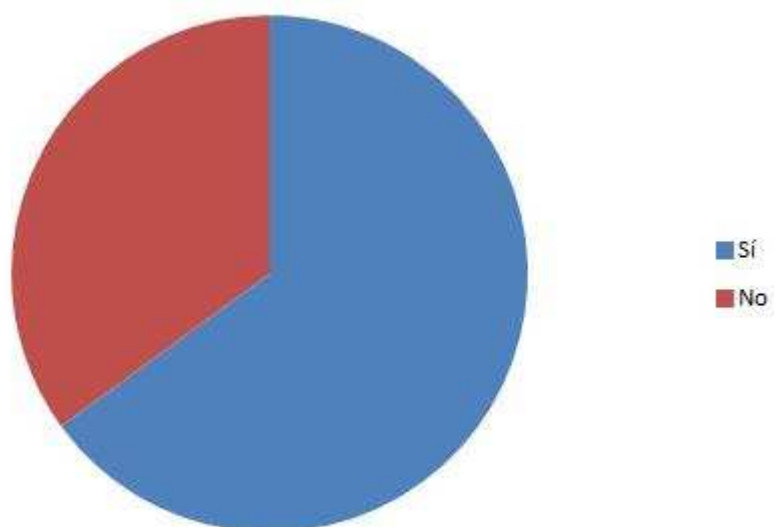
**TABLA 17: Valores relativos y absolutos sobre la opinión sobre el respeto (o no) del presentador**

RESPETO	RELATIVO	ABSOLUTO
Sí	72,91%	778
A veces	4,97%	53
NS/NC	22,11%	236
No	0,00%	0

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la cuestión de las **sustituciones** del presentador habitual del programa, Juan y Medio, por parte de Rafael Cremades, el 64,95% considera que no le gusta este hecho, mientras que el 35,05% opina que sí. Este dato puede reflejar la importancia de su conductor para el éxito del programa. Se observa una enorme identificación del programa con su presentador. Lo observamos en la figura 15:

**FIGURA 19: Sustituciones en *La Tarde***



Fuente: Elaboración propia

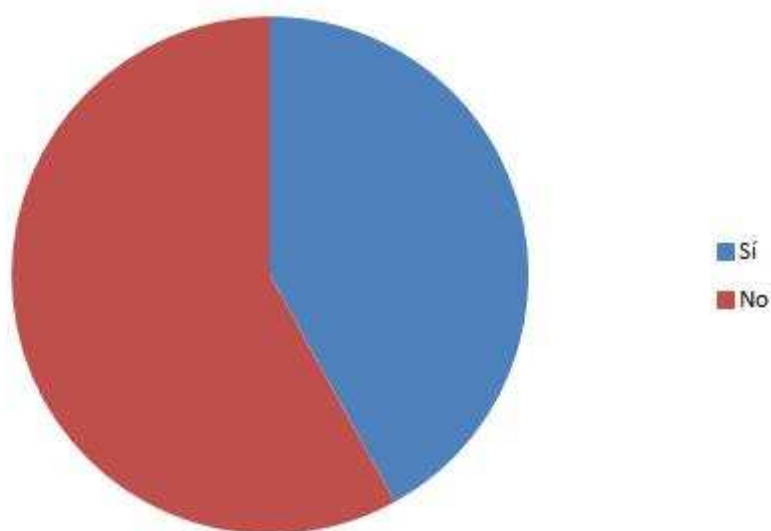
**TABLA 18: Valores relativos y absolutos sobre las sustituciones**

SUSTITUCIONES	RELATIVO	ABSOLUTO
<b>Sí</b>	64,95%	693
<b>No</b>	35,05%	374

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la pregunta sobre si seguirían viendo el programa si hubiese un **cambio de canal de emisión**, un casi 42% (41,98%) respondió afirmativamente, mientras que el 58% (58,02%) restante contestó que no lo haría.

**FIGURA 20: Fidelidad hacia el programa (traslado de canal)**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 19: Valores relativos y absolutos sobre la fidelidad ante la posibilidad de traslado de canal**

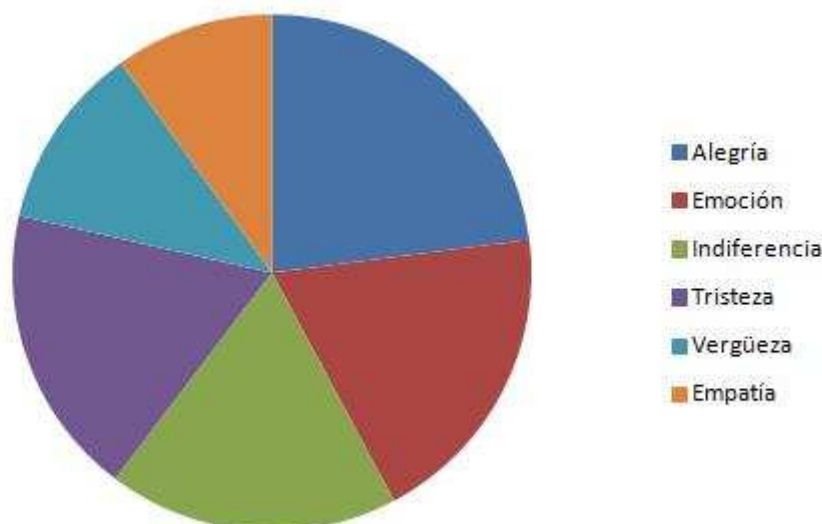
Cambio de canal	RELATIVO	ABSOLUTO
Sí	41,98%	448
No	58,02	619

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que aproximadamente el 43% declara ver el programa con cierta regularidad, puede deducirse que la fidelidad que puede presuponerse en los seguidores del programa es alta, mientras que las personas que no suelen seguirlo no se molestarían en hacerlo ante un cambio de cadena. Quizá pueda concluirse que se debía de haber facilitado una tercera opción de respuesta que separara a los seguidores del programa del resto para poder obtener resultados más claros sobre sus niveles de fidelidad.

Ante la pregunta sobre los **sentimientos** que despiertan los invitados al programa, la respuesta más elegida es 'Alegría' con un 22,96%, seguida de 'Emoción' con un 19,21%. En tercer lugar, existe un 18,18% de respuestas tanto para 'Indiferencia' como para 'Tristeza' ante los testimonios del programa. Por último, el sentimiento negativo de 'Vergüenza' registra un 11,52% y el de 'Empatía' un 9,94%. Lo observamos en las siguientes gráficas:

**FIGURA 21: Sentimientos que despierta el programa**



Fuente: Elaboración propia



**TABLA 20: Valores relativos y absolutos sobre los sentimientos que despierta el programa**

SENTIMIENTOS	RELATIVO	ABSOLUTO
Alegría	22,96%	4245
Emoción	19,21%	205
Indiferencia	18,18%	194
Tristeza	18,18%	194
Vergüenza	11,52%	123
Empatía	9,94%	106

Fuente: Elaboración propia

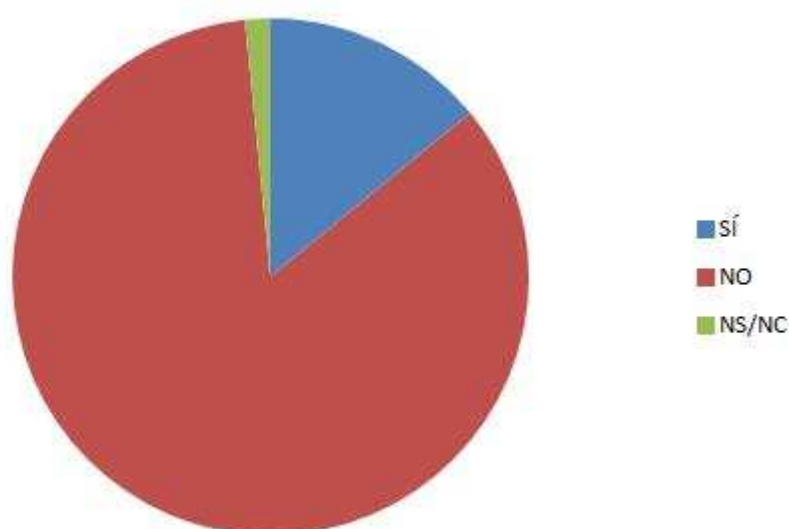
Se observan dos respuestas que pueden llamar la atención. La primera, que el sentimiento menos elegido sea el de la ‘Empatía’, quizá debido, como argumenta el director del programa en su entrevista, a que las personas que no tienen una edad avanzada no suelen identificarse con los mayores sino con gente más joven, ya que suelen sentirse incluso más jóvenes de lo que realmente son. También podría estar motivado porque los otros sentimientos a elegir sean más fácilmente detectables para los encuestados. El 18% de respuestas de ‘Indiferencia’ ante los testimonios del programa puede deberse al alto número de personas ( $57,07\% = 22,21\% + 34,86\%$ ) que declaran no ver el programa (visionado nulo u ocasional).

Por último, los datos negativos sobre el aspecto ‘Vergüenza’ supone un dato muy parejo al de la opción de la pregunta 26 sobre la eliminación del programa. Lo que parece apuntar que el número de personas cuya opinión es contraria al programa en este estudio ronda ese porcentaje.

A la pregunta de si **eliminaría** el programa, el 14% (14,06%) responde de manera afirmativa, coincidiendo en gran medida con la opción ‘Vergüenza’ que acabamos de explicar (11,52%). Pese a que en la pregunta 19 puede observarse que el 22,21% no ve el programa, dato que podría hacer pensar que la respuesta ante la posible desaparición

podría ser semejante, solamente menos de la mitad de ellos aboga por eliminarlo. Puede estar motivado por su carácter social, por la fama que le precede y/o por la defensa de él que suelen hacer sus telespectadores, que haría que personas a las que no les gusta vieran bien su permanencia para el disfrute de los que sí lo siguen. Lo observamos en las siguientes figuras:

**FIGURA 22: Posibilidad de eliminar el programa**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 21: Valores relativos y absolutos sobre la posibilidad de eliminar el programa**

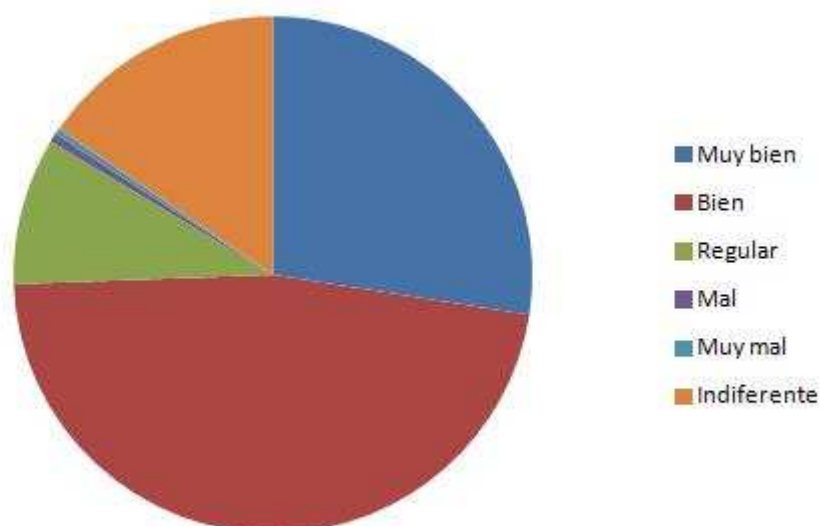
POSIBLE ELIMINACIÓN	RELATIVO	ABSOLUTO
SÍ	14,06%	150
NO	84,35%	900
NS/NC	1,59%	17

Fuente: Elaboración propia

Pasamos al siguiente bloque de presuntas, las cuestiones sobre la **repercusión social del programa**:

Respecto a la pregunta sobre qué les parece que los invitados rehagan sus vidas, se aprecia un apoyo abrumador. Las respuestas 'Bien' (46,95%) y 'Muy bien' (27,46%) suman casi un 75% (74,41%) del total. Por el contrario, las contestaciones contra este fenómeno solo llegan al 1% de los 1067 encuestados. Puede deducirse por ello que las personas que están en contra del programa no se oponen a su objetivo principal: que personas solas encuentren compañía y rehagan sus vidas. Así, es posible que las que optaron por elegir 'Vergüenza' (11,52%) en la pregunta nº25 o las que eligieron 'Eliminar' el programa (14,06%) en la nº 26, se hayan decantado en ésta por la opción 'Indiferencia', que registra un 15,46%. Quizá porque, aunque no les guste la forma, están de acuerdo con el fondo del programa. Lo observamos en las siguientes figuras:

**FIGURA 23: Posibilidad de rehacer sus vidas**



Fuente: Elaboración propia

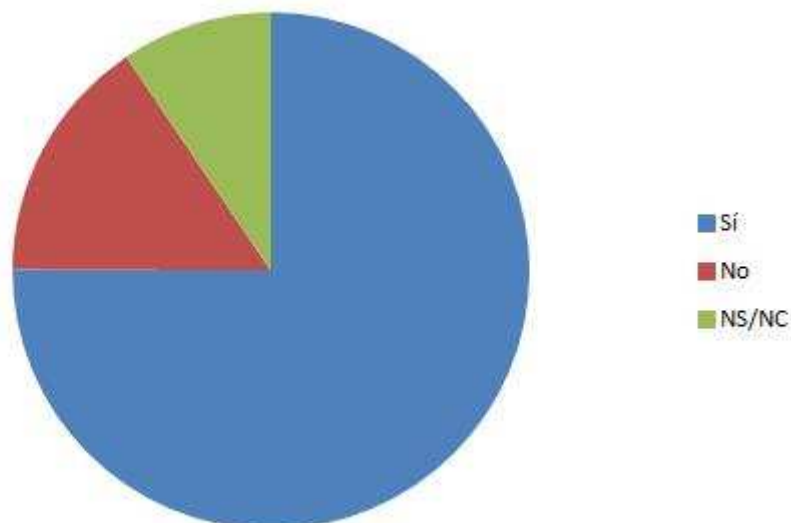
**TABLA 22: Valores relativos y absolutos sobre la posibilidad de rehacer sus vidas**

POSIBILIDAD DE REHACER SUS VIDAS	RELATIVO	ABSOLUTO
Muy bien	27,46%	293
Bien	46,95%	501
Regular	9,18%	98
Mal	0,56%	6
Muy mal	0,37%	4
Indiferente	15,46%	165

Fuente: Elaboración propia

Al ser preguntados si creen que los invitados al programa **mejoran sus condiciones de vida**, prácticamente las tres cuartas partes de los encuestados responde que sí, con un porcentaje correspondiente al 75,07% (quedando con casi el 25% el porcentaje de personas cuya respuesta es negativa o nula). Es un alto porcentaje el que valora, por tanto, de forma positiva la labor social del programa. Estos datos resultan importantes para este estudio ya que miden la opinión del hecho más allá de las formas utilizadas, discutidas en ocasiones como hemos apreciado anteriormente. Lo observamos en los siguientes gráficos:

**FIGURA 24: Mejoran sus condiciones de vida**



Fuente: Elaboración propia

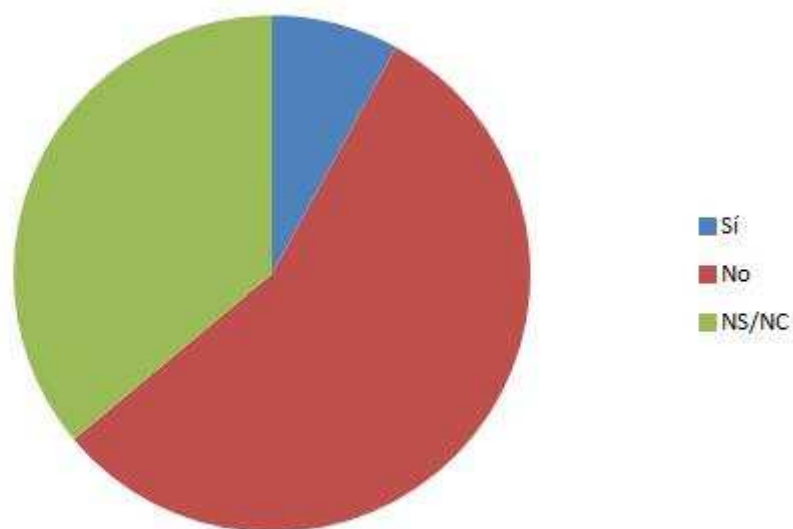
**TABLA 23: Valores relativos y absolutos sobre la mejora de vida**

MEJORA DE VIDAS	RELATIVO	ABSOLUTO
Sí	75,07%	801
No	15,46%	165
NS/NC	9,47%	101

Fuente: Elaboración propia

A la pregunta de si estarían dispuestos a **asistir al programa** a buscar pareja, solo el 8% (7,97%) responde positivamente, mientras que el 36,08% duda si lo haría y el 56% (55,95%) se niega a hacerlo, como puede verse en el siguiente gráfico:

**FIGURA 25: Posibilidad de asistir al programa**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 24: Valores relativos y absolutos sobre la posibilidad de asistir al programa**

POSIBILIDAD DE ASISTIR	RELATIVO	ABSOLUTO
Sí	7,97%	85
No	55,95%	597
NS/NC	36,08%	385

Fuente: Elaboración propia

Esta cuestión puede estar motivada porque a las personas, en principio, no les atrae la idea de ir al programa a buscar pareja y que, solamente tras intentarlo por otros medios y durante mucho tiempo, el

deseo de acabar con su problema de soledad pueda vencer esas reticencias.

### **13.3. Resultados y análisis de las entrevistas**

A continuación se exponen los resultados de las entrevistas. Las entrevistas tipo A se realizan a observadores privilegiados que han podido observar el nacimiento, puesta en marcha y evolución del programa *La Tarde, aquí y ahora* durante el período estudiado entre 2009 y 2015. Concretamente a Juan Bautista, (conocido como Juan y Medio) socio fundador de la productora Indaloymedia, que realiza el programa de estudio, así como presentador y codirector del mismo. Y Guillermo Garrigós, también socio fundador de Indaloymedia y director del programa. Las entrevistas tipo B se realizan a telespectadores de dicho programa con diferente opinión sobre el mismo. Uno con opinión positiva, J. Domínguez., y otro con opinión negativa hacia el mismo, A. Jiménez. Las entrevistas tipo C se realizan a personas que han pasado por el programa como invitados; esto es: como usuarios y, por tanto, público directo.

Los resultados se estructuran siguiendo las categorías establecidas en el apartado 'Análisis de los resultados obtenidos a través de las entrevistas' incluido en la metodología. Esta organización de los datos recogidos en relación a los temas a tratar permite agrupar y confrontar las opiniones de los diferentes entrevistados sobre los mismos elementos de estudio.

Pasamos a ver algunos de estos datos. Recordamos, previamente, las siglas de los elementos que analizamos:

AGO: Aspectos generales – Opinión.

AGE: Aspectos generales- Expectativas.

AGP: Aspectos generales – Propósito.

AGEX: Aspectos generales – Experiencia.

ASI: Aspectos Sociales - Igualdad (de género)  
ASR: Aspectos Sociales - Respeto (mayores)  
ASE: Aspectos Sociales - Evolución (comportamiento)  
APS: Aspectos Personales- Soledad (fin de la)  
API: Aspectos Personales - Independencia  
APA: Aspectos Personales - Autoestima  
APE: Aspectos Personales - Emocionales (repercusiones)  
ACH: Aspectos Culturales - Históricos  
ACL: Aspectos Culturales - Lingüísticos  
ANE: Aspectos Negativos - Enfrentamientos (con entorno)  
ANP: Aspectos Negativos - Pública (exposición)  
ANL: Aspectos Negativos - Llamadas (malintencionadas)  
ANF: Aspectos Negativos - Frustración



**ASI** Sobre la cuestión de la igualdad entre hombres y mujeres, Bautista considera que la sociedad ha experimentado un gran cambio en los últimos años, sobre todo si se compara la actualidad con el principio de vida adulta de la mayoría de los invitados, esto es, hace más de 40 años. Según él, antes existía una sociedad claramente machista en la que la opinión de la mujer no se tenía en cuenta y sus derechos eran muy reducidos respecto a los del hombre. Resalta además costumbres muy dañinas para la convivencia y el respeto en la pareja como la afición a la bebida (y el tabaco) en exceso y la violencia como solución a los conflictos, que considera hábitos comunes y bien vistos socialmente hasta hace unos años. Según Bautista, el programa procura informar sobre los derechos de cada individuo, sobre todo de la mujer, y poner en evidencia lo negativo de estos actos, fomentando siempre el respeto mutuo y la igualdad de géneros.

En la misma línea, Garrigós mantiene también esa visión educativa del programa. Subraya además que, a través de su presentador, Juan Bautista, “reconducen” las expresiones machistas que a veces emplean algunos invitados “con mucha mano izquierda y mucho respeto”. Solo en algún caso aislado, si se ha faltado el respeto a alguien, se le ha llamado la atención de forma directa. Achaca estos comportamientos al momento histórico y al contexto en el que estos invitados han vivido durante gran parte de sus vidas.

Los dos espectadores entrevistados, Domínguez y Jiménez, comparten la opinión de que el programa defiende la igualdad en las relaciones entre hombres y mujeres. Domínguez, a su vez, considera que, socialmente, el problema de la soledad se vive de forma distinta según el sexo, y que a un hombre le hace más falta una mujer que al contrario. Cree que a un hombre le es más complicado recibir ayuda y

cuidados por el comportamiento del entorno, “por el qué dirán”, y que en esa cuestión aún no existe igualdad.

**AEL** Sobre la cuestión del fomento del buen uso del lenguaje y su aprendizaje, Juan Bautista destaca que se realiza como ayuda para que su mensaje se entienda bien y para acercar, tanto a los invitados como a la audiencia, al uso de nuevas palabras que quizá no conocen. A través del uso de sinónimos se les respeta e instruye a la vez. Reitera que lo principal para él es hacerlo con el máximo respeto, ya que considera que pese a que muchos no son personas cultivadas en este ámbito, lo son en muchas otras facetas de la vida:

“¿Qué pasa? ¿Que no puedo hablar con él de Dickens? Pues no hablo con él de Dickens, pero sí que me puede contar cómo atravesó el Atlántico para ir a trabajar a Argentina. Solamente eso es mucho más de lo que yo he hecho en mi vida, y no se le da importancia”.

**ASR** Sobre el respeto a las personas mayores y el reconocimiento de su valor en la sociedad, Bautista expresa profunda admiración: “Tengo devoción por las personas mayores”.

Afirma haber elegido personalmente este proyecto porque es el que mayor satisfacción le produce, al tener una gran curiosidad por la sabiduría de la gente mayor que él. Sostiene que la 3ª edad es un grupo cada vez con mayor importancia social y económica y destaca que *La Tarde* es el único programa de televisión de Europa donde este grupo es el protagonista.

Considera a su vez que han sido “una generación de obligaciones” y que el programa ha procurado que se conciencien de sus derechos, sobre todo en la toma de decisiones que afectan a sus vidas.

Destaca Bautista su defensa del respeto que cree que se les debe a los invitados que no han tenido una buena educación intelectual pero que se han sacrificado por la educación de sus hijos. Los considera

“víctimas de la vida” y opina que tienen el mismo derecho que otros a que se les preste atención en la televisión pública.

Este aspecto de la “incultura” de muchos de los invitados, una de las críticas más frecuentes, es uno de los elementos negativos del espacio televisivo según Jiménez, que considera comprensible el hecho, pero entiende excesivo su peso en el programa. Por el contrario, Domínguez afirma que nunca ha escuchado en su entorno ninguna crítica sobre ello ni las tiene personalmente.

El director del programa, Garrigós, sostiene que estas críticas se hacen “por desconocimiento”, ya que según él por el programa han pasado personas de todo tipo y formación, incluso profesores de universidad. Considera que para asistir al programa solo hay que querer terminar con la soledad que uno sufre, al margen de la formación cultural que se tenga. Además, indica que el alto número de personas de este tipo es consecuencia de que son las que tienen menores posibilidades de conocer gente, sumado a que en Andalucía abundan las personas mayores que no tuvieron oportunidad de estudiar cuando eran jóvenes.

**ASE** Sobre las nuevas relaciones de pareja en personas de edad avanzada y la evolución que estas suponen respecto a comportamientos del pasado, se observan grandes similitudes en la opinión tanto de Bautista como de Garrigós, los responsables del programa, como de Domínguez, la espectadora entrevistada. Coinciden en lo positivo de la “normalización” social que supone mostrar cómo personas de edad avanzada rehacen sus vidas con nuevas parejas. Ninguno de los tres opina que los invitados tengan otro objetivo que el de acabar con su problema de soledad, y descartan la crítica de que algunos puedan acudir “a ligar” o a “salir por la tele”, como defiende Domínguez, que recomendaría la fórmula

a cualquiera que se vea en esa situación y no descarta que lo haga su marido si ella fallece. La opinión del otro telespectador entrevistado, Jiménez, es contraria sobre esto. Cree que, en muchas ocasiones, los invitados acuden motivados por “afán de protagonismo”, y defiende que existen otros medios, a su entender mejores, para encontrar compañía. Pese a ello, entiende como positivo el hecho de que el programa ayude a los que acuden a él para terminar con su soledad y opina que mejoran su vida personal.

Sobre esta cuestión, según cuenta Bautista, el programa ha tenido críticas muy dolorosas. Según él, hay gente a la que no le gusta ver en los programas a gente mayor porque tiende a identificarse solo con lo joven y moderno y olvida, o incluso niega, las necesidades que se siguen teniendo pese a paso de los años. Garrigós aporta un posible componente subconsciente en el rechazo a que personas que ya no están en edad de procrear tengan contactos físicos y necesidades sexuales. Ambos coinciden en que esa resistencia a ver ese fenómeno con normalidad y comprensión ha disminuido claramente durante los 3 años de vida del programa, cumpliendo así uno de sus objetivos.

También resalta Bautista como otro objetivo el normalizar la diversidad social mostrando la realidad de hoy. Señala que por el programa han pasado personas de distinta condición sexual, ideológica, cultural o racial, con una doble función: la personal de terminar con su soledad y la social de fomentar la evolución y asimilación de los cambios sociales, aunque entiende que a muchos les cuesta asimilarlos porque los valores en los que fueron educados chocan con algunas situaciones de la actualidad. En este sentido, Garrigós defiende como director la labor como servicio público del programa, ya que afirma que nunca se ha condicionado la elección de invitados al comportamiento de la audiencia, pese a que en algunos

casos se ha obtenido un claro rechazo de algunos espectadores como en los primeros casos de invitados homosexuales:

“Aquí el que viene es porque tiene una necesidad de terminar con su soledad. Ya está. No hay más. Tendrán prioridad para venir al programa, evidentemente, las personas que detectemos que más necesidad tengan, y eso sí que lo trabajamos mucho”.

En este sentido afirma que, pese a los claros avances conseguidos en este aspecto, todavía hay mucho que trabajar contra la discriminación. Al respecto, observamos opiniones contrarias en los dos telespectadores entrevistados de forma que, mientras Domínguez coincide con Bautista en valorarlo como positivo “para que la gente lo vea con normalidad”; Jiménez, aun afirmando respetar la opción sexual de cada uno, prefiere que no aparezcan en el programa.

Por su parte, afirma Garrigós que no ha observado diferencias en las nuevas parejas en el hecho de legalizar o no la situación. Considera que a los invitados no les suele importar casarse o no, al contrario de lo que opinaban en su juventud. Los casos en los que se formaliza la relación con un matrimonio suelen ocurrir en mayor medida por “reafirmación de la pareja” y no por presiones del entorno o aspectos morales. Y normalmente, asegura, a petición de las mujeres.

A este respecto, Jiménez opina que las parejas que se formen en el programa deberían formalizar su unión, ya sea de forma civil o religiosa, y no ve bien la sola convivencia. Además, considera como condición para aprobar estas uniones que los hijos de ambos se encuentren independizados y no dependan de ellos para no implicar a terceros en el cambio.

**ACH** Acerca de los aspectos históricos que aparecen en el discurso del programa, normalmente en los testimonios sobre la vida de los invitados que surgen durante las entrevistas, cabe resaltar que

Bautista los denomina como “intrahistoria de Andalucía” y “patrimonio cultural”. Les concede una gran importancia como reconocimiento de la experiencia de vida y el valor del conocimiento de los invitados, pero también como parte de la historia no contada en los libros sino en primera persona y en directo, allí en el plató. Garrigós coincide en concederles también un gran valor educativo.

A Domínguez le gusta escucharlos en casa y cree que retratan la realidad de entonces que ella recuerda de su misma experiencia. Le resulta a veces tan duro que a veces llora con los relatos, ya que narran situaciones desagradables como guerras o hambrunas pero, al igual que Jiménez, los considera necesarios para que la juventud los conozca y sepa por lo que pasaron sus mayores.

Para Bautista, es positivo mostrar lo mucho que ha cambiado Andalucía en estos años, y desea que las nuevas generaciones puedan aprender del pasado y obren en consecuencia corrigiendo costumbres dañinas y conservando el patrimonio cultural que se muestra.

**APS** El objetivo principal del programa, según sus creadores Garrigós y Bautista, es el de terminar con la soledad de sus invitados. Este elemento, que observamos como aspecto substancial de la mejora en la vida de las personas que consiguen pareja, es entendido como muy positivo tanto por los miembros directivos del programa como por los telespectadores entrevistados.

Bautista presume de “entretener ayudando” tanto a los invitados como a sus familias, y considera que al encontrar compañía todos hallan un motivo de felicidad con la resolución del problema de la soledad. Sobre ello, Garrigós aporta algunos datos: más de 130 parejas creadas en el plató, a las que habría que sumar muchas más que se han formado gracias al programa pero que no han asistido al plató.

Destaca el estímulo que supone para los invitados el listado de teléfonos que suelen conseguir al final del programa con las personas que se han interesado por ellos. Considera que revoluciona sus vidas y los saca de la tristeza en la que suelen vivir antes de asistir, consiga o no finalmente formar pareja con otra persona.

Domínguez, de 60 años, apoya al programa como plataforma para que la gente se conozca, y “ve muy bien” que esas personas encuentren nuevas compañías. La única condición que pone para ello es que las personas se valgan por sí mismas y no necesiten cuidados frecuentes, para no implicar a terceras personas como los hijos, que tendrían que cuidar de alguien desconocido. La independencia de los hijos es también condición indispensable para aprobar las uniones, según Jiménez, que considera deberían formalizarse ya sea civil o religiosamente (como antes se expuso).

**APE** Los aspectos emocionales que condicionan la recepción del mensaje por parte del espectador aparecen, según observamos, entremezclados normalmente con otros elementos, como la dureza de los relatos, la mejora de vida por el fin de la soledad o la crítica hacia el programa o los invitados, entre otros muchos. Los momentos emotivos que se aprecian analizando los programas están presentes continuamente.

Para Domínguez, todos los programas tienen algo que la “entusiasma”, unas veces son la distracción y el humor, y otras la tristeza por las historias que se cuentan, que la hacen llorar. Cuando el programa no se emite, afirma echarlo mucho de menos porque considera que es “lo que más me distrae y me hace olvidar lo que está pasando”. Reconoce que lo que más le gusta del programa son los momentos en los que las parejas se conocen.

Según Garrigós, el equipo se esfuerza en que los invitados tengan, la jornada de su visita al programa, el mejor día posible. Y suelen recibir todas las atenciones, lo que motiva que, en ocasiones, algunos invitados hayan definido su visita como “el mejor día de sus vidas”, sobre todo si han sido “víctimas” de alguna grata sorpresa como algún regalo o la visita de sus familiares o de alguna amistad importante para ellos.

Para Bautista, que afirma disfrutar trabajando en este programa más que con ningún otro, el poder entretener y ayudar al mismo tiempo es el “paradigma” de lo que una persona que se dedica a la comunicación debe buscar.

**ANE** Un aspecto negativo del programa, según observamos, es el enfrentamiento que a veces sufren los invitados con su entorno a causa de su nueva relación de pareja, principalmente con los hijos. Bautista y Garrigós coinciden en señalar las cuestiones problemáticas: en ocasiones les cuesta asimilar que su progenitor/a vaya a tener una nueva pareja, que de alguna manera “sustituye” al ser querido. Otras veces surgen polémicas por el posible (y no muy lejano) reparto de la herencia familiar, al aparecer “en escena” una nueva persona para la división. Incluso se da el caso, como señala Bautista, de hijos que no quieren perder la ayuda que los mayores prestan en casa o con el cuidado de los nietos, y que desaparece o disminuye cuando comienzan a hacer vida social y a invertir parte de su tiempo en su propio disfrute con la nueva compañía.

Sobre esta cuestión, Garrigós destaca la evolución sufrida, ya que al principio encontraron mucha resistencia, con presiones e incluso amenazas hacia algunos de esos invitados por parte de sus familias. En la actualidad, afirma, la mayoría de las familias apoyan el cambio



de vida de sus mayores e incluso llegan a colaborar activamente con el programa.

**ANP** Otro de los aspectos negativos de *La Tarde*, como de cualquier programa emitido en un medio de comunicación, es la exposición pública a la crítica que supone para los participantes. Hemos observado que este elemento, que en ocasiones puede generar fama y reconocimiento, a veces puede ocasionar situaciones complicadas, sobre todo en poblaciones pequeñas donde el contacto entre vecinos es más cercano. Jiménez, a este respecto, señala que “la gente suele criticarlos”.

Garrigós recuerda críticas muy duras, sobre todo al principio, tanto hacia las personas que participaban como hacia el programa. A este lo acusaban incluso de comerciar con ancianos, llamándolo “trata de viejos”. Los invitados, sobre todo las mujeres, sufrieron calificativos como “busconas”, y acusaciones por querer buscar un segundo hombre durante su vida tras haber estado ya con uno. También admite que otra de las críticas más frecuentes es la que se queja de la incultura de muchos de sus invitados, como en la opinión de Jiménez. Ante esto, tanto Garrigós como Bautista contestan que no es buscado sino coyuntural. Lo achacan, como anteriormente se ha comentado, a la cantidad de personas de esas edades que no tuvieron posibilidades de estudiar, y subrayan que si el equipo detecta que una persona tiene una gran necesidad de compañía (por ejemplo porque se detecten síntomas de principio de depresión o porque su situación personal sea crítica), pasa a tener prioridad para asistir al programa sea cual sea su nivel cultural.

Según Bautista, el programa realiza labores de servicio público a riesgo de sufrir incluso rechazo explícito de parte de su audiencia, como en el caso de mensajes homófobos al invitar a personas

homosexuales o transexuales para que encuentren compañía a través del programa, negando el derecho de estas personas...

“En el contestador han aparecido llamadas diciendo ‘Yo no pago la televisión para que venga un maricón buscando pareja. Que sus vicios se los pague él’.”

De cualquier forma, Garrigós observa que, pese al temor a ser criticados y ridiculizados por su entorno, ya sea por su falta de cultura, su opción sexual o por su búsqueda de nuevas parejas en edades avanzadas, les merece la pena ese riesgo por el bien que les hace a sus vidas encontrar compañía. Y destaca a su vez que este tipo de críticas, como en otros aspectos, han ido reduciéndose mucho con los años de emisión del programa.

Cabe destacar la opinión al respecto de Domínguez, que afirma no haber escuchado nunca críticas hacia el programa en su entorno. Ella tampoco aprecia nada criticable en él.

**ANL** Otros de los aspectos negativos que los invitados pueden sufrir, según Garrigós, son las llamadas malintencionadas. Pese a los filtros y controles que efectúa el equipo del programa, en ocasiones se ha dado el caso de alguna persona que ocultaba intenciones distintas a la búsqueda de compañía y el cuidado mutuo. Para detectar estos casos, recalca el director, a los invitados se les facilita una serie de recomendaciones para poder descubrirlos en sus primeros contactos y evitar problemas. Por ejemplo, se les aconseja que a las primeras citas acudan acompañados de alguien de su confianza.

**ANF** Por último, otro problema que pueden tener los invitados, afirma Garrigós, es el sentimiento de frustración que pueden experimentar por la creación de expectativas demasiado altas ante su aparición en

el programa, que en ocasiones no se ven alcanzadas. Así, algunos ven como hay invitados que reciben un gran número de llamadas de personas interesadas (hasta 770 llamadas para conocer a un invitado), se ilusionan con tener un resultado parecido y después, si no resulta así y no consiguen terminar con su soledad, se sienten frustrados y desilusionados con el programa.

### **13.3.1. Entrevistas de seguimiento a invitados al programa *La Tarde*:**

Como parte del trabajo de campo de la presente investigación realizamos también un seguimiento a medio plazo de un grupo de invitados al programa *La Tarde* con el objetivo de observar en primera persona el resultado de su experiencia televisiva y el impacto real generado en sus vidas. Dicho seguimiento tuvo lugar en dos fases, una previa a su paso por el programa y otra 2 años después.

Del 5 al 18 de marzo de 2013, y previamente a sus primeras apariciones en *La Tarde*, entrevistamos a los 2 invitados que buscaban pareja (correspondientes a los 10 programas emitidos durante ese periodo). Una vez desarrollada esa primera parte, dejamos pasar más de 2 años antes de volver a establecer contacto con las personas que, voluntariamente, se ofrecieron a colaborar en este proyecto. Hay que resaltar que el 100% de los invitados se prestaron a ello en un primer momento, si bien no fue posible comunicar con todos en la segunda fase de la investigación por diferentes motivos, ya fuera por fallecimiento, cambio de domicilio, cambio de número de teléfono de contacto o errores en los datos facilitados para ello. Así, de los 20 entrevistados en la primera fase, fue posible volver a comunicar con 10 de ellos transcurridos dos años de su experiencia televisiva, concretamente en agosto de 2015. El corpus del presente análisis se centra pues en estas 10 personas.

A continuación pasamos a resumir de forma analítica las respuestas de los 10 sujetos estudiados dividiéndolas en las 8 cuestiones planteadas:

Aspectos generales – Opinión.

AGE: Aspectos generales- Expectativas.

AGP: Aspectos generales – Propósito.

AGEX: Aspectos generales – Experiencia.

#### **AGO:**

##### **¿Cómo calificaría su paso por el programa? Opinión general.**

De los 10 invitados, 7 califican la experiencia de “muy buena” y 3 de “buena”. Por tanto, parece claro que según los datos recabados el 100% de los sujetos consideran positiva la vivencia.

##### **¿Se alegra o se arrepiente de haber asistido?**

Transcurridos más de 2 años, un período de tiempo que nos parece suficiente para que un sujeto pueda valorar de forma sosegada pros y contras de una experiencia como la que nos ocupa, 9 de los 10 individuos afirmaron que se alegraban (o se alegraban mucho) de haber optado por asistir a *La Tarde*, frente a 1 invitado que contestó “ni lo uno ni lo otro”, argumentando que si bien aplaudía el comportamiento del equipo y del programa, y pese a vivir algunas experiencias de convivencia con personas facilitadas por *La Tarde*, finalmente no consiguió una relación estable, que era su objetivo principal. Además, vivió una vivencia negativa por teléfono con uno de los contactos proporcionados por el programa.

#### **AGE:**

##### **¿La experiencia de asistir al programa resultó como esperaba?**

Preguntados por las expectativas frente al hecho de asistir a este programa televisivo en concreto, el 100% de los invitados respondió

de forma positiva, destacando todos ellos la mención al buen trato recibido. Tomás Rodríguez, que contestó que su experiencia fue “mejor de lo que esperaba”, subrayó que no se creía lo que veía en la tele y pensaba que eran montajes, pero que su experiencia le cambió su opinión.

#### **ANE:**

##### **¿Recibió algún tipo de críticas por asistir al programa? ¿Por parte de quién?**

8 de las 10 personas analizadas no recibieron ningún tipo de críticas en su entorno. Por el contrario, 2 de ellas sí sufrieron reproches, no por parte de sus familiares más cercanos pero sí de amigos u otras personas como en el caso de Carmen Moreno, que sufrió críticas de familiares de su difunto cónyuge.

#### **AGP:**

##### **¿Encontró a alguien para compartir su vida gracias al programa? (Propósito principal)**

Respecto a la finalidad primordial de los invitados de haber encontrado compañía, 7 de los 10 sujetos hallaron pareja gracias a los medios facilitados por el programa, mientras que 3 de ellos no lo consiguieron. De los 7 primeros, en el momento de la segunda entrevista de esta investigación, 6 de ellos mantenían dicha relación. Y la séptima se terminó por el fallecimiento de la pareja de la invitada tras un año de relación. De las citadas 6 uniones, en 4 casos llevaban conviviendo juntos entre 6 meses y más de dos años, mientras que en los restantes 2 casos se mantenían las relaciones a distancia de unos 6 meses con el propósito de vivir juntos en el futuro próximo. De estos dos últimos destaca el caso de Jacinto Aguilar, que tenía 49 años en nuestra primera entrevista el 11 de marzo de 2013, ya que el

programa siguió llamándolo y buscándole pareja incluso pasados los dos años de su asistencia, consiguiendo así la compañera de la que nos habló en última instancia con la que tiene una relación estable, por el momento a distancia. Se observa aquí una actitud por parte de *La Tarde* que puede entenderse que prueba su deseo real de conseguir su propósito de ayudar a mejorar la vida de sus invitados más allá de su puesta en escena televisiva.

Entre los 3 sujetos que no encontraron pareja por el programa encontramos 2 casos en los que convivieron con otras personas durante unas semanas pero las relaciones no llegaron a consolidarse. Y en el tercer caso, el invitado encontró pareja fuera del entorno del programa poco tiempo después de asistir a él, por lo que consiguió su objetivo de terminar con su soledad pero no resulta atribuible a los medios de *La Tarde*.

**¿Cree que su situación personal ha cambiado en algo tras su paso por el programa? ¿En qué sentido?**

Sobre los posibles cambios acaecidos en sus vidas, 8 de los 10 invitados opinaron que su situación personal cambió notablemente tras su paso por el programa, concretamente los 8 que mantenían (o habían mantenido) una relación duradera en el momento de su segunda entrevista. De ellos, los 5 que mantenían dicha relación se mostraban felices de haber conseguido sus propósitos de acabar con su soledad, y la persona que lo consiguió pero lo perdió por el fallecimiento de su pareja afirmó que durante un año sí que cambió su vida para mejor. Por su parte, los dos invitados que mantenían relaciones a distancia matizaron que habían terminado con su soledad en parte pero esperaban poder consolidar aún sus situaciones de pareja con una futura convivencia, que era lo que realmente

buscaban, por lo que se podría considerar que habían logrado su objetivo de forma incompleta por el momento.

En el lado opuesto se situaron las restantes 2 personas, que pese a sus intentos no consiguieron pareja estable y seguían sin poder acabar con su soledad, por lo que opinaron que su situación personal no cambió de forma significativa tras asistir al programa.

### **AGEX:**

#### **¿Qué espera que ocurra a partir de ahora? (Expectativas).**

Las respuestas a esta pregunta están íntimamente relacionadas con la anterior cuestión, ya que los 5 individuos que mantenían una relación estable esperaban que su situación continuara de esa forma. Incluso una de ellos, Paqui Montiel, afirmó que su pareja y ella querían casarse e invitar al programa como agradecimiento por haberlos unido. Otra de las invitadas, Pepita Quintero, que disfrutó de “una relación muy feliz y enamorada” tras su paso por el programa que se vio truncada por el fallecimiento de su pareja, comentó que por el momento no tenía ganas de volver a intentar otra relación, pero que se sentía contenta de haber vivido la experiencia y que no descartaba volver a intentarlo en el futuro con otras personas cuyos contactos le había facilitado el programa, ya que muchas personas de su entorno le animaban frecuentemente a ello.

Además, los dos invitados que mantenían relaciones a distancia mostraban su ilusión de conseguir convivir en el futuro con sus nuevas parejas.

Por el contrario, las otras 2 personas que no consiguieron pareja estable se mostraron sin intenciones concretas al respecto, aunque deseando poder terminar con su soledad algún día. De ellas, Carmen Moreno comentó que, pese a tener una larga lista de contactos de personas que quieren conocerla, por el momento no piensa volver a

intentar otras relaciones, de forma parecida al caso de Pepita Quintero pero sin haber tenido una experiencia como la suya.

#### **AGO:**

##### **Otra información que desee destacar al respecto**

Como último punto de cada entrevista se les dio la posibilidad de añadir cualquier comentario acerca de la experiencia vivida que consideraran importante. De ellos, 5 no quisieron añadir nada y otros 5 sí que señalaron circunstancias destacables, tanto positivas como negativas. Carmen Moreno, por ejemplo, indicó que gracias a haber contado en el programa una etapa de su vida en la que sufrió malos tratos, circunstancia que había mantenido en secreto durante años, algunas personas de su entorno se habían enterado de ello y estaban ahora más apegados a ella.

Pepita Quintero profundizó en su trágica experiencia, en la que primero vivió “feliz y enamorada” con un señor que después enfermó. Y ella lo estuvo cuidando hasta su fallecimiento. Contó que los hijos de él se portaron muy mal con ella tras el deceso y que eso le había dejado un recuerdo agri dulce de la experiencia pese a la felicidad vivida durante cerca de un año con su pareja.

Enrique García, por su parte, lamentaba que el programa no siguiera en contacto con él pasados dos años (quizá influya el hecho de que tuviera 80 años en 2013 cuando asistió y no consiguió encontrar pareja).

Por otra parte, también hubo invitados que destacaron aspectos positivos. Teresa Navarro comentó que desde el programa seguían en contacto con ella y que la habían invitado a acudir de nuevo a presentar a su pareja. Paqui Montiel recordó la citada boda inminente a la que querían invitar al equipo de *La Tarde*. Y Francisco Ruiz resaltó que no sólo habían conseguido volver a ser felices él y su



nueva pareja, sino que sus familias también lo estaban y eso le parecía muy importante.

Nos parece destacable señalar algunos datos de los individuos estudiados en relación a sus respuestas a las anteriores preguntas. No se aprecia ningún condicionante de edad, sexo ni lugar de procedencia respecto a elementos analizados como su nivel de satisfacción con el programa, su éxito en la búsqueda de compañía ni el recibimiento de críticas por parte del entorno, ya que encontramos casos con respuestas positivas y negativas en personas con características variadas. Así, por ejemplo, los 2 casos observados con opinión más negativa del programa corresponden a una mujer y un hombre con edades además marcadamente diferentes, 59 y 80 años respectivamente, residentes en localidades con distinta población, Écija con cerca de 40.000 y Dos Hermanas con más de 130.000 habitantes. Tampoco parece que el tener mayor edad sea condicionante para encontrar pareja, ya que pese a que Enrique García, de 80, no lo logró; Francisco Ruiz, de 85 años, sí que lo hizo. Y en relación al género, de los 8 individuos que consiguieron establecer una relación estable, 4 eran mujeres y 4 hombres.

En lo que sí se observa un posible condicionante, que podría ser objeto de futuros estudios cuantitativos, es en la relación entre la edad del invitado y el número de llamadas recibidas tras su aparición en *La Tarde*, llamadas que luego se traducen en la cantidad de personas cuyos datos de contacto se le facilitan después desde el programa para que él o ella elijan a quién y cuándo llamar para conocer a sus 'pretendientes'. Así, encontramos que las personas de mayor edad, como Enrique García con 80 años, Pepita Quintero con 79 o Francisco Ruiz con 85, recibieron solamente 26, 23 y 13 llamadas respectivamente, frente a la media de 104,5 llamadas de los 10 individuos estudiados. Esta circunstancia podría explicarse de forma

simple por el hecho de que el rango de edades de sus posibles parejas es menor que el de otros sujetos más jóvenes, y que la población que ronda esa edad es mucho más reducida que en otras (como demuestran los datos del Instituto Nacional de Estadística). Pese a esta tendencia, existen casos que no siguen el citado patrón como el de Cuqui Rincón, de 73 años, a la que llamaron 165 señores interesados en conocerla. O el hecho de que la persona con mayor número de llamadas recibidas fuera Jesús Herrera, de 67 años, con 310, cuando 5 de los otros invitados eran más jóvenes que él. Según nuestro criterio, por encima de circunstancias como la edad o el lugar de residencia están imponderables como la simpatía, la educación, el respeto o la empatía que cada invitado pueda transmitir a la audiencia que lo está viendo durante su participación en el programa.

### 13.4. Resultados y análisis del Método Delphi.

Como ya hemos explicado a lo largo de la metodología cuando hablamos de la técnica de la entrevista a expertos para obtener información que nos ayude a comprender el fenómeno que se estudia, los resultados cualitativos de la aplicación de este instrumento se presentan por categorías temáticas. Algunas de estas categorías atienden a las cuestiones que analizamos y las respuestas extraídas contribuyen también a su verificación, reforzando las hipótesis o cuestionándolas. La aportación de los expertos figura identificada entre comillas y se atribuye a un código asignado previamente a cada uno de ellos, que aparece entre paréntesis, donde la E hace alusión al término experto, seguida del número que le corresponde según el orden secuencial atribuido.

Las exponemos a continuación:

#### **A. Sobre el contenido:**

En este apartado presentamos la visión de los expertos sobre la visibilidad y adecuación de los mensajes cuando los emisores son los programas televisivos, con el objetivo de contrastar lo apreciado en las fuentes referenciales y contrastar con los datos de los cuestionarios y entrevistas. De este modo, y en términos generales, podemos afirmar que para la mayoría de los consultados, la percepción del programa es positiva “por la dimensión de valores que se transmiten en sus mensajes” (E7). Y ha de ser así, pues como veíamos en el marco teórico, las personas adultas deben tener espacios donde se difundan sus mensajes (Kohlberg, 1979;). Además, su discurso está lleno de fuerza por la claridad con la que comunican los valores, quizás porque como dice Castells (2010) en los anteriores capítulos, todas las personas “tenemos algo de comunicadores”.

Algunos especialistas indican que se debe tomar distancia con respecto a la valoración del contenido dirigido a adultos pues, en función de la circunstancia personal de cada uno, podemos encontrar “públicos que rechacen el programa o su contenido por considerar su discurso malicioso o influenciado” (E6). Por otro lado, dentro de esta misma cuestión, encontramos posiciones reivindicativas, especialmente de quienes trabajan directamente con la educomunicación audiovisual. Y es que desde una perspectiva educomunicadora se reclama una mayor atención al discurso de las personas adultas: “Los adultos deben ser escuchados del mismo modo que el resto de población. Deben ser tenidos en cuenta”. (E2).

En otras instituciones las cifras corroboran que las personas adultas empiezan a tener una entidad como colectivo propia: “porque los adultos, antes considerados tercera edad, ya no son los jubilados antiguos; ahora tienen toda una vida por delante” (E12). Y “Se refleja en el mayor número de interacciones sociales o planes que antes eran impensables. Ahora una persona con 65 años es todo un chaval, cuando hace 30 años estaba recluido en su casa viendo pasar los días” (E9).

Por su parte, un experto universitario, por su experiencia en el mundo de los medios afirma que “programas de este tipo, que no son nuevos en el panorama mediático, ayudan si están bien concebidos; pero cuando el tratamiento no es acertado pueden hacer mucho daño, tanto a la persona, como a los familiares, como a la sociedad en general” (E1).

En cualquier caso, los medios deben favorecer la articulación de los movimientos ciudadanos de cualquier índole, tanto en el mundo físico como en el digital, en línea Romero et al. (2014). En este sentido, “las críticas al programa son perfectamente

entendibles” (E2) pues “tratado el espacio con cuidado, detalle y gusto, pueden salir cosas maravillosas, pero tratado de manera tosca el resultado puede ser espantoso” (E6).

### **B. Sobre educomunicación:**

Esta dimensión está estrechamente relacionada con la anterior. Más allá del discurso del programa en sí, quisimos averiguar la opinión de los expertos sobre la educomunicación audiovisual de manera general y su relación con el programa. Por ello, como señalábamos en el epígrafe anterior, la mayor parte de los integrantes de la muestra coincide en que los medios ayudan en su labora socializadora, integradora y educadora, porque “la televisión, bien concebida, es un bien maravilloso” (E4).

En el caso particular de herramientas concretas, además de la citada Formación para Personas Adultas, “los programas televisivos son magníficos en el buen y el mal sentido: para formar e incluso para adoctrinar” (E11). Y es que los medios “generan ilusión en la sociedad y en su capacidad para expresarse” (E2). Con estos mismos argumentos, los expertos defienden que “hay adultos con mensajes que merecen ser difundidos y que tiene que ver cultura y educación, instrumentos válidos y casi únicos para cambiar el mundo y con el conocimiento del otro como valor insustituible para facilitar la convivencia en un mundo complejo” (E14). Por ello, afirma E9, “la educomunicación, en este sentido, ya sí supone un fin en sí mismo” o, incluso ciñéndonos al programa “por supuesto que la finalidad de la educomunicación se corresponde con la finalidad perseguida por este programa”.

También en este sentido se pronuncian E1, E7 y E8, para quienes:

- “La creación y evolución del programa es toda una declaración de intenciones educomunicativas” (E1).

- “Si no empezamos por este tipo de iniciativas educadoras, no se puede empezar por nada” (E7).
- “No veo mejor herramienta educadora para la población adulta que la televisión; al menos como herramienta de impacto. Evidentemente no puede ni debe ser la única”.

### C. Sobre la relación Población adulta - educación:

Para los expertos en comunicación, los adultos a esas edades no tienen un término medio: “O son muy influenciables porque creen que la vida les queda muy grande, o justo al contrario, porque creen que la vida ya no les puede aportar mucho más” (E15). Este hecho hoy en día está estrechamente relacionado con los hábitos de consumo pues los adultos han ganado en calidad de vida y deciden y adquieren productos y servicios antes impensables. De hecho, “existen hasta agencias de viajes especializados en adultos; pero no jubilados en plan IMSERSO, sino en plan nuevo target, casi nuevos DINKIS<sup>80</sup> o singles” (E10). Pero los especialistas en televisión van más allá; y destacan que estos adultos tienen capacidad de incidir no solo en el comportamiento familiar sino también en el social, aunque consideran que, “dentro de esa influencia se dan diferentes niveles en función del tipo de público” (E2). Por ello, “la población adulta, ¿qué duda cabe?, quiere educarse y formarse de algún modo; quiere adaptarse a la vida actual” (E3). En cuanto al aprendizaje, los profesionales entrevistados dicen que “sí, los adultos están preparados para diferentes herramientas educadoras” (E6). Pues “los adultos, que no siempre son permeables, sí entienden que hay que adaptarse a los nuevos

---

<sup>80</sup>Dinkis: Double Income, No Kids.

tiempos, aunque no sea fácil” (E7) “pero no quieren ser enseñados; quieren aprender de manera autónoma, como lo hace la televisión” (E14).

## 14. DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Esta investigación parte de la hipótesis principal de que el programa de televisión *La Tarde*, como agente socializador, supone un elemento de educomunicación en valores humanos, tanto para sus telespectadores como para sus allegados.

A partir de esta hipótesis principal surgen otras cuatro hipótesis secundarias, que son las siguientes:

1. Se potencia un cambio mental en la sociedad andaluza a través de la cultura del esfuerzo y el respeto a los mayores.
2. Con frecuencia se da una modificación en el tradicional rol familiar femenino/masculino.
3. Se potencia un cambio de mentalidad en las relaciones personales pasados los 50-60 años.
4. De manera genérica, las relaciones de los protagonistas con su entorno influyen en gran medida en su posible participación en el programa.
5. La idea de una posible presión del entorno deja paso a la filosofía del *Tempus fugit*.

A partir de los resultados obtenidos, para el caso de la hipótesis principal, la investigación ha concluido que el programa *La Tarde* utiliza el medio televisivo para fomentar principios y conductas de respeto a los valores humanos, pudiendo entender esto como

educación social. Por lo que afirmamos que sí puede entenderse como elemento de educomunicación en valores. Así pues, esta primera hipótesis quedaría contrastada. Afirmamos, de este modo que:

**CHP: El programa de televisión *La Tarde*, como agente socializador, supone un elemento de educomunicación en valores humanos, tanto para sus telespectadores como para sus allegados.**

Pasamos ver las hipótesis secundarias: Respecto a la primera hipótesis secundaria, referida al cambio de mentalidad, podemos afirmar, basándonos en los datos obtenidos, que en el programa son frecuentes los relatos sobre vivencias pasadas de los invitados, que son entendidos, tanto por el equipo del programa como por la audiencia, como ejemplos didácticos de vida para las generaciones más jóvenes. Además, su respeto hacia las personas mayores se observa, no solo en el trato humano del equipo para con ellos, sino también en el mensaje, siempre presente en el discurso del programa, sobre la capacidad de decisión que deben tener los mayores sobre sus vidas. La opinión observada de los espectadores sobre el respeto de su presentador para con los invitados lo corrobora, por lo que podemos afirmar que el programa *La Tarde* potencia un cambio de mentalidad a través de la cultura del esfuerzo y el respeto a los mayores.

Así, afirmamos que:

**CHS1: Se potencia un cambio mental en la sociedad andaluza a través de la cultura del esfuerzo y el respeto a los mayores.**



La segunda hipótesis secundaria sostiene que el programa potencia una modificación del rol masculino/femenino. Hemos podido observar como el programa es sensible a los problemas de género. Fomenta la igualdad y el respeto mutuo y denuncia casos en los que esto no se cumple, informando con frecuencia sobre los derechos de las mujeres. Este aspecto resulta especialmente importante al tratarse de personas, tanto invitados como público o espectadores, educados en su mayoría en valores no igualitarios. Por ello podemos concluir que el programa sí fomenta una modificación de los roles femenino/masculino, en este caso hacia la igualdad.

**CHS2: Con frecuencia se da una modificación en el tradicional rol familiar femenino/masculino.**

La tercera hipótesis secundaria afirma que el programa potencia un cambio de mentalidad respecto a las nuevas relaciones personales a partir de los 50-60 años. Como hemos podido constatar, la dirección del programa reconoce este fenómeno como uno de sus objetivos principales, los telespectadores lo apoyan y, ni siquiera los que opinan en contra del programa se oponen a ello, como demuestra el resultado del estudio realizado. Por tanto, podemos afirmar que:

**CHS3: Se potencia un cambio de mentalidad en las relaciones personales pasados los 50-60 años.**

La cuarta hipótesis secundaria se refiere a la influencia del entorno sobre los invitados. Según hemos podido constatar, existe en muchas ocasiones una clara resistencia por parte de las personas cercanas a los invitados a aceptar el cambio que este pretende hacer en su vida, motivada por diferentes razones, ya sea por asuntos económicos, prácticos, emocionales o de otro tipo. Y ello provoca en ocasiones que la persona invitada se vea coaccionada y renuncie a llevar a cabo sus

intenciones de asistir al programa. Pese a ello, se observa una clara evolución descendente en esta resistencia desde el comienzo de la emisión del programa, lo que demuestra que este ayuda, en mayor o menor medida, a cambiar estas opiniones. De esta forma, podemos aseverar que las relaciones de los invitados con su entorno cercano, condiciona en gran medida la posibilidad de asistencia de éstos al programa, propiciando o impidiendo la posibilidad de esa búsqueda de compañía, objetivo final del programa y la persona. Por ello, afirmamos que:

**CHS4: De manera genérica, las relaciones de los protagonistas con su entorno influyen en gran medida en su posible participación en el programa**

Por último, la quinta hipótesis secundaria, continuando la reflexión de la anterior, se cuestiona si esa citada presión del entorno es superada por los invitados apoyados en la filosofía del *Tempus fugit*. A la luz de los datos obtenidos, podemos decir que la idea de aparecer en televisión reconociendo que se vive en soledad no resulta atractiva para la mayor parte de la población, como demuestran las respuestas al respecto de nuestro cuestionario (solo un 8% respondió “sí” a la pregunta de si asistiría al programa para buscar pareja). Sin embargo, a pesar de esta circunstancia que impediría la realización del programa si no hubiese invitados, la conciencia de estar viviendo los últimos años de vida y el deseo o la necesidad de felicidad hacen que, una vez intentadas otras fórmulas para solucionar el problema de la soledad, superen esos temores al entorno o personales, lo que da muestra de cómo esta filosofía del *Tempus fugit*, entendida en sentido positivo, impera entre las personas que asisten al programa dando

reflejo de ello al exterior, a los telespectadores, sean susceptibles de asistir como participantes, sean sus familiares. Así, confirmamos que:

**CHS5: La idea de una posible presión del entorno deja paso a la filosofía del *Tempus fugit*.**

## 15. CONCLUSIONES

Una vez revisada la literatura científica sobre el tema y estudiado el programa y su entorno, pasamos a plantear la investigación en términos de análisis profundo, cualitativo, y estadístico.

En esta revisión encontramos una gran cantidad de lazos de unión y puntos en común entre la tradicional educomunicación aplicada a la escuela, la enseñanza escolar, y el punto de vista del que partimos para la investigación: la educación a través de la televisión pero, en este caso, educación en valores dirigida a los adultos.

En la actual situación de crisis económica y, sobre todo, de crisis de valores de la que se viene hablando en los últimos años, existe una realidad, unos hechos socioculturales que determinan el principio de esta investigación: Una población mayor, de edad superior a los 50 ó 60 años, que vive en soledad, bien sea debido a viudedad, bien sea debido a soltería o divorcio. Los datos estadísticos tanto del Instituto Andaluz de Estadística, como del Instituto Nacional de Estadística revelan que esas cifras van en aumento en los últimos años. Y, sin embargo, ocurre que esas personas, por condicionamientos sociales, por educación o por resistencia al cambio tienden a no rehacer sus vidas, a pesar de los efectos positivos que esto les podría aportar.

*La Tarde* es un programa que ayuda a gente en soledad, anima a romper tabúes y a cambiar valores socioculturales, además de facilitar contactos entre interesados. Intercede entre los protagonistas, les asesora y aconseja, así como ayuda a que se hagan realidad

ilusiones/sueños de los interesados (costeando bodas o sorpresas). Este programa realiza un seguimiento serio y continuado de los invitados y sus experiencias.

Su propia filosofía de empresa, que se muestra a través de la seriedad, respeto y profesionalidad del programa, se ve respaldada por la audiencia (normalmente promedia 2 puntos de *share* por encima de su cadena). Y, más importante, a cumplir el deseo de sus participantes de abandonar la soledad. Algunas pruebas de su éxito son, además de la fidelidad de su audiencia, los constantes agradecimientos que recibe de sus invitados, así como el listado de espera con el que cuenta el programa para ser invitado y público.

También, no queremos omitirlo, el programa (y con él la empresa) obtiene un rendimiento económico con ello.

Partimos de la hipótesis principal de que el programa *La Tarde* es un elemento de educomunicación en valores humanos dirigido a los telespectadores que conforman su audiencia y para con los allegados de los protagonistas en general, por encima de condicionantes sociales. La cuestión es: ¿Cómo acepta la sociedad esos cambios? ¿Realmente los acepta? ¿Puede la televisión ayudar en este sentido? ¿Es, pues, la televisión, un instrumento que ayuda a lograrlo? ¿Educa en valores la televisión?

En este trabajo pretendíamos, en primer lugar, explorar los límites de la educación intentando delimitar si la formación en valores a través de un soporte televisivo como es el programa *La Tarde* puede considerarse educación y, consecuencia de ello, si podemos hablar de educomunicación basándonos en este programa.

En este sentido, apoyados en las propias definiciones que nos aporta la Real Academia de la Lengua Española así como en los distintos autores consultados, podemos concluir que nuestro punto de partida es adecuado y conforme a esas definiciones y esa realidad.

Ya Wolton en 1997 hacía alusión a que la televisión no solo representa la realidad sino que ayuda a construirla. O, Cabero, en ese mismo año, manifiesta que existe una influencia positiva de la televisión. Más recientemente, Lacalle (2001) incluso afirma que la televisión asume competencias que tradicionalmente llevaban a cabo las instituciones, como es el caso de la educación, la formación, la transmisión de valores, de comportamientos así como el asentamiento y fomento de actitudes.

En segundo lugar, pretendíamos estudiar la influencia que ejerce el medio televisivo en general, y el programa *La Tarde*, en particular, en la educación en valores de su audiencia y entorno; si, como instrumento de educación en valores el programa televisivo *La Tarde* puede ayudar a cambiar la percepción social acerca de rehacer la vida en pareja pasados los 50 ó 60 años. En este sentido, destacamos las ideas de Medrano (2008) quien afirma que el espectador imita los patrones de comportamiento que ve en determinados medios, como la televisión, el medio con mayor índice de penetración en los hogares españoles, según los datos de audiencia que nos aportaba el Estudio General de Medios.

Al mismo tiempo, fruto de la observación empírica, de nuestra experiencia profesional, hemos observado que la respuesta y acogida del entorno más cercano a los posibles invitados al programa los condiciona en gran medida, por lo que el ámbito de estudio no solo se circunscribe a los protagonistas y participantes del programa, sino también a sus familias, vecinos, allegados... Porque ellos también determinarán, en mayor o menor medida, la óptica positiva o negativa del programa.

Tras una observación activa profesional durante varios años, estudiamos a través de instrumentos de recogida de información cualitativos y cuantitativos todos estos elementos. Para ello,

delimitamos qué metodología resulta más idónea para tal fin: partiendo del concepto de triangulación metodológica, concluimos que una metodología mixta donde se crucen datos cualitativos (observación directa y entrevista en profundidad) con cuantitativos (encuesta) resultará más acertada ya que, como hemos manifestado a lo largo del texto, cada método por separado facilita datos que no aportan la suficiente validez y fiabilidad exigible a este estudio de investigación.

Y es que, Romano ya defendía en 1977 que la investigación de los medios es inseparable de la investigación de los emisores y comunicadores. Por ello, esta es una de las razones que nos llevan al estudio de caso como metodología base, combinada con otros métodos.

Es interesante también recordar que, en relación a la función de servicio público de la RTVA, la Ley 8/1987, de 9 de diciembre, en su artículo 2, plantea que la actividad de los medios de comunicación social de la Junta de Andalucía, se inspira en los principios de fomento de los valores de igualdad y la no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o cualquier otra circunstancia personal o social, derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, así como a la promoción de los valores históricos, culturales, educativos y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad, entre otros. En la modificación de 2007, la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, se trata de satisfacer la plena integración de las personas con discapacidad sensorial, con especial atención a la infancia, la juventud y personas mayores. Así, en el artículo 4 se destacan especialmente los principios inspiradores y función del servicio público de radio y televisión. Concretamente, en el punto 3 de este artículo se expresa claramente que se pretende contribuir a la educación permanente de la ciudadanía.

Estos puntos nos parecen especialmente importantes por varias razones. En primer lugar por la atención especial que se dedica a los mayores; en segundo lugar, por la vocación y función de servicio público donde aparece claramente la expresión “educación permanente de la ciudadanía”. Esto, que está totalmente relacionado con las bases del programa *Lifelong Learning*, nos ayuda a hacernos una idea de la disposición e inclinación previas de *Canal Sur TV*, a través de su programación (entre ellos, *La Tarde*), como entidad educadora y facilitadora de formación.

¿Qué aporta, pues, esta investigación?

Ayuda a explorar los límites de la educación, en este caso en valores, a través de los *mass media*, así como a delimitar la influencia de la televisión tanto en invitados como en su entorno, personas que suelen corresponderse, en la mayor parte de las ocasiones, con una generación adulta, mayor, casi tercera edad. También para con sus familiares, que no tienen por qué ser de edad tan avanzada: hijos, sobrinos, etc. Y, por último, su influencia en la audiencia. Todo ello desde una óptica y perspectiva de la educomunicación a través de la televisión (frente a otros medios) y, sobre todo, desde el concepto de educación en valores (dirigidos a mayores).

## 16. CONCLUSIONS

Once all the scientific literature on the topic has been reviewed and the program and its setting have been analyzed, I go on to present the investigation in terms of deep, qualitative and statistical analyses.

In this review we will find a great number of connections and overlap between traditional educommunication applied to schools, school education, and the point of view from which this investigation originally sprung: education conducted through televised media—specifically, values education directed towards adults.

In the current context of the economic crisis and, above all, the values crisis which has been the subject of much discussion in recent years, there is a particular reality, certain sociocultural facts from which this investigation sprung: an older population, of over 50 or 60 years of age, that lives in solitude, either because of the death of a spouse, or due to singlehood or divorce. Statistics from the *Instituto Andaluz de Estadística* (The Andalusian Statistics Institute) and the *Instituto Nacional de Estadística* (The National Statistics Institute) reveal that this situation has become increasingly common in recent years. And yet, it seems that these people, because of their social conditioning, education, and/or resistance to change, tend not to remake their lives, despite the positive effects doing so might have.

*La Tarde* is a program that helps people in solitude, encourages the breaking of taboos and changing of sociocultural values as it facilitates contact between the interested parties. It intervenes between participants, it counsels and advises, and provides assistance in making their hopes and dreams come true (paying for weddings and surprises). In addition, the program makes a serious effort to follow up with its guests and stay up to date on their experiences.

Its company philosophy, which is evident in the serious, respectful and professional feel of the program, is bolstered by the audience (normally an average of 2 share points above that of the channel it airs on). Most importantly, it fulfills its participants' wishes for a pathway out of solitude. In addition to audience loyalty, measures of the show's success include the constant expressions of gratitude from participants and the waiting list for both guests and live audience members (and let us not forget that the program —and the company behind it—) yields a profit.

We began with the hypothesis that *La Tarde* is an element of educommunication in human values directed at the viewers that make



up its audience and the people close to them, no matter what their social circumstances may be.

The question is: how does society react to these changes? Does it really accept them? Can television help in this respect? And if so, *does* it? Does television teach people values?

The primary goal of this project was to explore the limits of education, trying to determine if values education by way of a television product such as the program *La Tarde* can be considered educational and if, as a consequence, we can talk about educommunication based on this program.

In this sense, backed by the very definitions provided by the *Real Academia de la Lengua Española* (The Royal Spanish Academy) in addition to the various writers consulted, we can conclude that our starting point is adequate and consistent with the definitions as well as the reality in question.

As early as 1997 Wolton alluded to the fact that television not only depicts reality but helps to construct it. And Cabero, that same year, professed that television had a positive influence on the public. More recently, Lacalle (2001) even argued that television takes on roles traditionally carried out by institutions, such as education, training, the transmission of values and behavior, and the advancement of and instilling of attitudes.

Secondly, I intended to ascertain the degree of influence exercised by television media in general, and the program *La Tarde* in particular, on the values education of its audience and its surroundings: that is, to determine whether a program like *La Tarde* can function as a vehicle for values education and change social perceptions of the decision to remake one's life with a new partner after the age of 50 or 60. In this sense, I'd like to highlight some ideas from Medrano (2008), who claims that viewers imitate the behavioral patterns that they see in

different media, such as television (the medium with the highest penetration rate into Spanish households, according to audience statistics from the *Estudio General de Medios* —The General Media Study—).

At the same time, the result of empirical observation and professional experience have made it clear that the responses and reactions of those surrounding potential participants in the program, to a great extent, conditions them; consequently the scope of this study is not restricted to participants in the program, but also their families, neighbors, and close relatives... Because they, too, determine, to some extent, the positive or negative impression the program gives.

Following several years of first-hand, professional observation, various qualitative and quantitative information-gathering tools were used to study these elements. In order to do so, I determined which methodology would be most suitable for this aim: starting off with the concept of methodological triangulation, I came to the conclusion that a mixed methodology which combined qualitative research methods (direct observation and in-depth interviews) with quantitative ones (surveys) would be the most successful, as each of these methods in and of itself couldn't attain the measures of validity and reliability required by this sort of investigation.

It is important to remember that in 1977 Romano was already arguing that media research couldn't be properly conducted without taking into consideration the stations and broadcasters behind the program in question. This is one of the main reasons for selecting study cases as the underlying methodology for this project, combined with other methods.

It is also interesting to recall that, in relation to the public-service nature of RTVA, Article 2 of Ley 8/1987, of December 9 states that the *Junta de Andalucía's* media outlets were created, among other things,

to promote the values of equality and non-discrimination due to birth, race, sex, or any other personal or social circumstance, the right to honor, personal and family privacy, and personal image, as well as the promotion of the historical, cultural, educational, and linguistic values of the Andalusian people, in all of their rich varieties. The 2007 modification, Ley 18/2007, of December 17, tries to achieve the full integration of people with sensory disabilities, in particular those in their infancy, youth, and old age. Thus, in article 4, special emphasis is given to the inspiring principles and public service function of radio and television. Specifically, in point 3 of the article it clearly states that they are expected to contribute to the continuing education of the general public.

This is of particular importance for two reasons: firstly, for the special consideration given to the elderly; secondly, because it clearly defines the media's role and remit as a public service in which the "continuing education of the general public" is a priority. This, which is entirely in keeping with the philosophy of the *Lifelong Learning* program, gives us a clear picture of the disposition and inclination of *Canal Sur TV*, to provide education and facilitate training through its programming (including, *La Tarde*).

What, then, does this study contribute?

It helps explore the limits of education, specifically values education, through mass media, and determine the influence television has on participants and those around them—people who belong, in their majority, to an older adult population, nearly senior citizens; their relatives, who aren't necessarily of the same age, and may include children, nieces and nephews, etc.; and, finally, the audience. All of this work has been carried out through the optic of educommunication via televised media (as opposed to other media) and from the point of view of values education (for older adults).

## 17. CONCLUSÕES

Uma vez revista a literatura científica sobre o assunto e estudado o programa e a sua envolvente, passamos a abordar a investigação em termos de análise profunda, qualitativa e estatística.

Nesta revisão encontramos uma grande quantidade de laços de união e pontos em comum entre a tradicional educomunicação aplicada à escola, o ensino escolar e o ponto de vista do qual partimos para a investigação: a educação através da televisão, mas neste caso, educação sobre valores dirigida aos adultos.

Na atual situação de crise económica e, sobretudo, de crise de valores da qual se está a falar nos últimos anos, existe uma realidade, certos factos socioculturais que determinam o princípio desta investigação: uma população adulta, com idades superiores aos 50 ou 60 anos, que vive em solidão, quer devido à viuvez, quer por ser solteira ou divorciada. Os dados estatísticos tanto do Instituto Andaluz de Estatística, como do Instituto Nacional de Estatística revelam que esses valores continuam a aumentar nos últimos anos. E, no entanto, acontece que estas pessoas, por condicionantes sociais, por educação ou por resistência à mudança tendem em não refazer as suas vidas, apesar dos efeitos positivos que isto lhes poderia proporcionar.

*La Tarde* é um programa que ajuda as pessoas solitárias, incita a quebrar tabus e a alterar valores socioculturais, para além de facilitar contactos entre interessados. Interage com os protagonistas, facilitando ajuda e conselho, bem como ajuda para que se tornem realidade expectativas/sonhos dos interessados (custeando casamentos ou surpresas). Este programa realiza um acompanhamento real e continuado dos convidados e das suas experiências.

A sua própria filosofia de empresa, demonstrada através da seriedade, respeito e profissionalismo do programa, é apoiada pela audiência (normalmente média de dois pontos de *share* acima do seu canal). E, mais importante, para cumprir o desejo dos seus participantes de abandonar a solidão. Algumas provas do seu sucesso são, para além da fidelidade da sua audiência, os constantes agradecimentos que recebe dos seus convidados, bem como a lista de espera com a qual conta o programa para ser participante e público.

Da mesma forma, não queremos omiti-lo, o programa (e com ele a empresa) obtém o seu rendimento económico.

Partimos da hipótese principal de que o programa *La Tarde* é um elemento de educomunicação sobre valores humanos dirigido aos entes queridos dos protagonistas em geral, acima de condicionantes sociais. A questão é: como aceita a sociedade estas mudanças? Aceita-as realmente? Pode a televisão ajudar neste sentido? É então a televisão um instrumento que ajuda neste sentido? Educa em valores a televisão?

Neste trabalho pretendíamos, em primeiro lugar, explorar os limites da educação tentando delimitar se a formação em valores através de um suporte televisivo como é o programa *La Tarde* pode considerar-se educação e, como consequência, se é possível falar de educomunicação baseando-nos neste programa.

Neste sentido, apoiados nas próprias definições que nos faculta a Real Academia da Língua Espanhola bem como nos diferentes autores consultados, podemos concluir que o nosso ponto de partida é adequado e de acordo com a essas definições e a essa realidade.

Já Wolton, em 1997, afirmava que a televisão não representa apenas a realidade, mas também ajuda a construí-la. Ou, nesse mesmo ano, Cabero manifesta que existe uma influência positiva da televisão.

Mais recentemente, Lacalle (2001) afirma inclusive que a televisão assume competências que tradicionalmente são realizadas por instituições, como é o caso da educação, a formação, a transmissão de valores, de comportamentos, reconhecimento e fomento de atitudes.

Em segundo lugar, pretendíamos estudar a influência que exerce o meio televisivo em geral, e o programa *La Tarde*, em particular, na educação em valores da sua audiência e envolvente; se, como instrumento de educação em valores, o programa televisivo *La Tarde* pode ajudar a mudar a perceção social relativamente a refazer a vida em casal depois dos 50 ou 60 anos de idade. Neste sentido, destacamos as ideias de Medrano (2008) que defende que o espectador imita os padrões de comportamento que vê em determinados meios, como a televisão, o meio com maior índice de penetração nos lares espanhóis, segundo os dados de audiência que disponibiliza o Estudo Geral de Meios.

Ao mesmo tempo, fruto da observação empírica, da nossa experiência profissional, observamos que a resposta e reação do ambiente mais próximo aos possíveis convidados do programa condiciona-os em grande medida, pelo que o âmbito de estudo não se circunscreve apenas aos protagonistas e participantes no programa, mas também às suas famílias, vizinhos, pessoas chegadas... Porque eles também irão determinar, em maior ou menor medida, a ótica positiva ou negativa do programa.

Após uma observação ativa profissional durante vários anos, estudamos através de instrumentos de recolha de informação qualitativos e quantitativos todos estes elementos. Para tal, delimitamos qual era a metodologia mais idónea para este fim: partindo do conceito de triangulação metodológica, concluimos que uma metodologia mista com cruzamento de dados qualitativos

(observação direta e entrevista em profundidade) com quantitativos (inquérito) terá um resultado mais acertado dado que, como já manifestamos ao longo do texto, cada método separadamente facultados dados que não fornecem a suficiente validade e fiabilidade exigível a este estudo de investigação.

Romano já defendia em 1977 que a investigação dos meios é inseparável da investigação dos emissores e comunicadores. Por tal motivo, esta é uma das razões que nos levam à análise do caso como metodologia base, combinada com outros métodos.

Assim, é interessante também recordar que, relativamente à função de serviço público da RTVA, a Lei 8/1987, de 9 de dezembro, no seu artigo 2º, expõe que a atividade dos meios de comunicação social da Junta da Andaluzia, inspira-se nos princípios de incentivo dos valores de igualdade e não discriminação por razão de nascimento, raça, sexo ou qualquer outra circunstância pessoal ou social, direito à honra, à intimidade pessoal e familiar e à própria imagem, bem como a promoção dos valores históricos, culturais, educativos e linguísticos do povo andaluz em toda a sua riqueza e variedade, entre outros. Na alteração de 2007, a Lei 18/2007, de 17 de dezembro, trata de satisfazer a plena integração das pessoas com deficiência sensorial, com especial atenção à infância, juventude e pessoas idosas. Assim, no artigo 4º destacam-se especialmente os princípios inspiradores e a função do serviço público de rádio e televisão. Concretamente, no ponto 3º deste artigo expressa-se claramente que se pretende contribuir para a educação permanente da cidadania.

Estes pontos parecem-nos especialmente importantes por várias razões. Em primeiro lugar pela atenção especial que é dedicada aos idosos; em segundo lugar, pela vocação e função de serviço público onde aparece claramente a expressão “educação permanente da cidadania”. Isto está totalmente relacionado com as bases do

programa *Lifelong Learning* e ayuda-nos a ter uma noção da disposição e inclinação prévias do *Canal Sur TV*, através da sua programação (entre eles, *La Tarde*), como entidade educadora e facilitadora de formação.

Em que contribui, assim, esta investigação?

Ajuda a explorar os limites da educação, neste caso sobre valores, através dos *mass media*, bem como a delimitar a influência da televisão tanto nos convidados como no seu ambiente, pessoas que costumam corresponder, na maior parte das ocasiões, a uma geração adulta, de idade avançada, quase idosa. Igualmente com os seus familiares, que não são necessariamente de idade tão avançada: filhos, sobrinhos, etc. e, por último, a sua influência na audiência. E tudo a partir duma ótica e perspectiva da educomunicação através da televisão (face a outros meios) e, sobretudo, sobre o conceito de educação em valores (dirigidos a idosos).

## 18. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Toda investigación científica cuenta con muchas limitaciones, como la carencia de bibliografía, la inaccesibilidad al corpus de estudio, la complejidad del análisis requerido... En nuestro caso, las principales limitaciones se derivan del acceso a la bibliografía así como de la definición de la metodología a utilizar.

En el primer caso, destacamos que la programación audiovisual de Andalucía es un campo poco investigado desde el ámbito científico. Ciertamente es que, si nos centramos en material divulgativo, sí encontramos algunas obras que hacen referencia a algún programa concreto... Algunas investigaciones y algunos artículos han tratado el tema, pero siempre desde distintas perspectivas incompletas, o sobre casos concretos, sin que se dé una visión global de este campo: Fundamentalmente, encontramos textos que hacen alusión a series



internacionales, a cine... pero no específicas sobre la programación hecha, realizada y emitida en Canal Sur Televisión.

Si revisamos el material existente en algunas de las bibliotecas de las universidades españolas, aparte de algún trabajo de investigación fin de Máster, o algunos libros que tratan parcelas concretas, no hay ningún trabajo monográfico que abarque su generalidad y mucho menos si nos ceñimos al ámbito audiovisual. Este es el primer problema que nos hemos encontrado al enfrentarnos a este trabajo de investigación.

Por ello, para la realización de este trabajo ha sido imprescindible acudir a fuentes primarias y, sobre todo, a la literatura científica sobre metodologías para estudiar de manera empírica el programa *La Tarde*. También hemos acudido a publicaciones que, somos conscientes, pueden ser sesgadas (publicaciones propias de la RTVA o de la Fundación Audiovisual de Andalucía). No obstante, no por ello las hemos desechado (aunque sí prestándoles la atención justa).

Estas son algunas de las dificultades que hemos encontramos sobre la programación audiovisual de Andalucía como elemento de educomunicación; pero también existen dificultades al afrontar el estudio del caso concreto de *La Tarde* producido por una empresa joven sobre la que apenas se ha escrito, y un formato muy distinto a lo que se puede encontrar en las parrillas españolas.

Además de los obstáculos en la bibliografía específica sobre televisión, está el aspecto de la televisión como medio educativo para adultos. Es decir: encontramos numerosas referencias que tratan el tema de la educación infantil y juvenil, la programación específica para estos segmentos de edad. E incluso descubrimos estudios y experimentos con niños y adolescentes en su relación con la realidad mediática... pero sí hay inconvenientes a la hora de encontrar esos mismos experimentos pero con personas de mayor edad. De los muy

escasos autores que han investigado sobre el tema destaca el trabajo de Covarrubias (1980), referencia cuando hablamos de educación a través de los medios (o concretamente a través de la televisión) donde se haga referencia a los adultos y a la educación social.

## 19. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Pero este punto conflictivo puede ser, al mismo tiempo, una limitación y una oportunidad: Podemos comenzar una línea de investigación basada en la educación a través de la televisión no centrada en niños ni adolescentes, sino en cualquiera que sea el espectador independientemente de edad, sexo o, incluso, idioma (ej. el aprendizaje de idiomas a través de la televisión). El estudio de programaciones que puedan ayudar a solventar problemas sociales, al tiempo que supongan un modo de formación y educación en valores para adultos es una línea fundamental desde nuestro punto de vista, aún más tras la realización del presente trabajo de investigación. Es, de hecho, la principal línea de investigación futura que planteamos.

Por otra parte, y en segunda instancia, como ya comentábamos en la introducción a la metodología, la metodología puramente cuantitativa nos resultaba escasa y de poca validez; pero la cuantitativa pura también nos dejaba lagunas. Por ello planteamos una metodología de análisis mixta, para corregir la posible subjetividad que suponga el trabajar en el corpus de estudio. Ha sido una de las limitaciones importantes con las que nos hemos encontrado pero que hemos solventado gracias a la revisión metodológica realizada inicialmente.

En conjunto, todas las conclusiones extraídas nos permitirán, en el futuro, profundizar en la relación comunicación audiovisual y educación por y para adultos y consolidar una línea de investigación que esperamos que sea útil desde una perspectiva académica y profesional.

### 19.1. La educación en valores en otros programas de televisión

Durante nuestro estudio hemos analizado también las diferentes parrillas televisivas de los múltiples canales que hoy en día se ofrecen en Andalucía para observar si aparecen referencias que puedan entenderse como educación en valores, como los encontrados en *La Tarde, aquí y ahora*. Ello puede suponer un punto de partida fundamental como posible línea de investigación futura.

Destaca a primera vista, a nuestro entender, la enorme diferencia existente entre las cadenas públicas y las privadas, ya que mientras las primeras parecen seguir (en mayor o menor medida) los propósitos de servicio público para los que fueron creadas y ofrecen diversos programas educativos, culturales o de fomento de valores humanos, las segundas apuestan claramente por la rentabilidad y en sus programaciones estos espacios, que no suelen conseguir buenos datos de audiencia, prácticamente no tienen cabida, quedando reducidos en ocasiones a pequeños fragmentos dentro de otros programas.

Conviene señalar que no hemos percibido la existencia de ningún espacio televisivo en el que las personas mayores sean sus claros protagonistas como en el caso de *La Tarde*, a excepción claro está de su programa ‘hermano’ *En compañía*, que emite Televisión de Castilla la Mancha y que cuenta con su apartado propio en el presente estudio.

Continuando con el análisis de los valores que pueden encontrarse entre la oferta televisiva, destacan en número los que fomentan la cultura en todos sus ámbitos. Con claro dominio de los canales públicos, podemos hallar un buen número de ellos centrados en la historia, como las series documentales *Los años del NO-DO* o *Memoria de España*; sobre paisajes, costumbres y oficios antiguos,

como *Los oficios de la cultura*, *Un país en la mochila* y *Al sur del tiempo*; además de otros sobre las artes escénicas, como *¡Atención obras!* y *Al sur*; o de vanguardia, como *Metrópolis* y *La casa encendida*, entre otros. Sin duda alguna, las pinceladas sobre los datos históricos, la descripción de costumbres y oficios antiguos o los usos lingüísticos pretéritos que observamos en muchos de los programas de *La Tarde*, se ven aquí lógicamente en mayor número y con mucha más profundidad, dado que son programas con esas temáticas.

También encontramos programas que fomentan los valores humanos como la solidaridad, la igualdad de géneros, el respeto al diferente o la integración de las minorías, como *Solidarios*, *Capacitados*, *Con mis ojos* y *Para todos La 2*. O que promueven el respeto por el medio ambiente, como *El escarabajo verde* o *Espacio protegido*. Además, los hay educativos o formativos (denominados de *coaching*), como *Supernanny*, *Hermano mayor* ambos incluso con éxito de audiencia, o *La aventura del saber*, con más de veinte años en antena. E incluso de divulgación científica, como *Tres14*, *Órbita Laika* o *Yo mono*. Hemos incluido el programa de Antena 3 *El hormiguero* como ejemplo de espacio que contiene secciones muy diferentes, entre las que se encuentran algunas de divulgación científica.

El resultado, agrupándolos por tipos de programas con similares valores y objetivos, ha sido el siguiente:

### **1. Programas que fomentan la cultura a través de la difusión de la lengua, el folclore, la historia o las artes:**

#### **[Los oficios de la cultura \(La 2\)](#)**

Emisión: Martes a las 18:30 horas.

*Los oficios de la cultura* es un programa documental de 30 minutos de duración. Trata de desvelar los secretos de un oficio, a través del

encuentro de un personaje que ha desarrollado su carrera y cuya trayectoria parece especialmente interesante y un joven que sueña dedicarse a esa profesión. El formato trata de retratar parte del trabajo de este "Maestro" para provocar un diálogo y muchas preguntas, y reflexionar sobre la realidad del oficio.

**Valores observados:** Respeto a los mayores, evolución del comportamiento social, referencias históricas, referencias culturales y folclóricas.

### *Serie Los años del NO-DO (La 2)*

Emisión: Fuera de emisión.

Programa que abarca desde los noticieros de 1939 hasta el último 'NO-DO' de 1977, seleccionando los fragmentos más emblemáticos y evocadores de cada año. Junto con lo que el régimen contaba, 'Los años del NO-DO' muestra la sociedad que no salía en los noticieros, la que se vivía en las calles o en el exilio.

**Valores observados:** Referencias históricas, evolución del comportamiento social.

### *Memoria de España (La 2)*

Emisión: Fuera de emisión.

Serie documental que repasa la historia de España desde sus orígenes hasta la actualidad, realizada bajo la supervisión de contenidos de un equipo de historiadores coordinados por Fernando García de Cortázar.

**Valores observados:** Referencias históricas, evolución del comportamiento social.

### *¡Atención obras! (La 2)*

Emisión: Jueves a las 21.00 horas.

Programa semanal que aborda la cultura en su sentido más amplio, con especial atención a las artes escénicas, la música y las artes plásticas.

**Valores observados:** Referencias culturales, evolución del comportamiento social.

### *Días de cine (La 2)*

Emisión: Jueves a las 01.00 horas.

Programa semanal que aborda la industria y cultura del cine: estrenos, directores, festivales, bandas sonoras, etc., con especial interés al cine español y europeo.

**Valores observados:** Referencias culturales.

### *Cuadernos de paso (La 2)*

Serie documental que pretende rescatar nuestro patrimonio etnográfico, antropológico, cultural y social de otras épocas que se pierde.

**Valores observados:** Respeto a los mayores, evolución del comportamiento social, referencias históricas, referencias culturales y folclóricas.

### *La casa encendida (La 2)*

Emisión: Sábados 1:30

Magacín que ofrece una guía de todas las actividades, 'performances' y talleres que se realizan en La Casa Encendida, el centro social y cultural de la Fundación Montemadrid, todo un referente del arte y la cultura de la capital de España.

**Valores observados:** Referencias culturales, evolución del comportamiento social.

### *Metrópolis (La 2)*

Emisión: Miércoles 1:30 horas.

Magacín cultural sobre artes de vanguardia.

**Valores observados:** Referencias culturales, evolución del comportamiento social.

### *Otros pueblos (La 2)*

Emisión: Fuera de emisión.

Serie documental que ofrece un recorrido por las diferentes etnias del planeta. El periodista y antropólogo Luis Pancorbo viaja por todos los lugares del mundo y muestra culturas lejanas. *Otros Pueblos* acerca a los espectadores, mediante documentales, la

forma de vida, costumbres e idiosincrasia de naciones, ciudades o tribus alejadas y desconocidas para el público español.

**Valores observados:** Respeto a otras culturas, evolución del comportamiento social, referencias históricas, referencias culturales y folclóricas.

### *Página Dos (La 2)*

Emisión: Martes 21:30 horas.

Magacín divulgativo sobre el mundo de los libros. Presentado y dirigido por Óscar López, el programa utiliza un tono ameno, entretenido y cercano en el que tanto el lector habitual como el ocasional encontrarán toda la información necesaria para satisfacer su interés por la lectura.

**Valores observados:** Referencias culturales, referencias lingüísticas.

### *Un país en la mochila (La 2)*

Emisión: Fuera de emisión.

Serie documental divulgativa que aproxima al espectador las tierras y la sociedad de España. *Un país en la mochila* está conducido por José Antonio Labordeta, que realiza su particular crónica viajera y propone un viaje a través de sus impresiones sobre la economía y las representaciones artísticas del mundo rural español. Labordeta es conocido por su faceta de cantautor y poeta. Pero su condición de historiador y profesor le confiere los conocimientos para describir las costumbres, paisajes y personajes de cada región.

**Valores observados:** Respeto a los mayores, evolución del comportamiento social, referencias históricas, referencias culturales y folclóricas.



### *Al Sur del Tiempo (Canal Sur TV)*

Emisión: Jueves, 23:40 horas

Serie documental que refleja el Patrimonio Inmaterial de Andalucía. Articulado en torno a cuatro conceptos: fiestas, oficios y saberes, modos de expresión y gastronomía, este trabajo audiovisual trata de evitar la pérdida de esta riqueza para descubrir nuestra cultura sin el tamiz del tópico.

**Valores observados:** Respeto a los mayores, evolución del comportamiento social, referencias históricas, referencias lingüísticas, referencias culturales y folclóricas.

### *Al Sur (Andalucía Televisión)*

Emisión: Viernes 00:30 horas.

Programa sobre la actualidad cultural que se genera en Andalucía, dando voz a artistas consolidados y emergentes en artes plásticas, cine, teatro, danza, literatura, música, fotografía, arquitectura e internet como plataforma de difusión creativa.

**Valores observados:** Referencias culturales, evolución del comportamiento social.

### *El legado (Canal Sur Televisión)*

Emisión: Lunes 22:30 horas.

Programa espectáculo que analiza el legado de los mejores artistas andaluces de todos los tiempos. Espacio que incluye entrevistas in situ o grabadas en exteriores con famosos relacionados con el artista protagonista de cada programa, actuaciones musicales en plató, números de humor, imágenes de archivo y puestas en escena que descubrirán al espectador detalles y claves poco conocidas para comprender mejor la dimensión de su legado.

**Valores observados:** Referencias culturales, referencias históricas.

### *Éste es mi pueblo (Andalucía Televisión)*

Emisión: Sábados 16:25 horas.

Espacio divulgativo conducido por Rafael Cremades que da a conocer la realidad de los pueblos de Andalucía y sus gentes.

**Valores observados:** Respeto a los mayores, evolución del comportamiento social, referencias culturales y folclóricas, referencias históricas, referencias lingüísticas.

### *Lo flamenco (Andalucía Televisión)*

Emisión: Jueves 0:00 horas.

Espacio de divulgación del flamenco y todo lo relacionado con este género musical destinado tanto al espectador entendido como al novel.

**Valores observados:** Referencias culturales.

## **2. Programas que fomentan los valores humanos como la solidaridad, el respeto al diferente o la integración de las minorías:**

### *Con mis ojos (La 2)*

Emisión: Domingos 20:30 horas.

Programa de viajes en el que la protagonista, una persona ciega, recorre la geografía española con su perro guía para acercar al espectador lugares, personajes y experiencias como nunca antes las habíamos visto. A través del tacto, el oído, el olfato y el gusto.

**Valores observados:** Respeto a las personas con discapacidad, referencias culturales y folclóricas.

### Capacitados (La 2)

Emisión: Sábados 15:00 horas.

Diversos rostros populares del mundo de las artes escénicas, la gastronomía, la moda, la empresa y el deporte aceptan el reto de vivir un día con una discapacidad. *Capacitados* pone de relieve el talento de las personas con discapacidad en el ámbito laboral y deja atrás los estereotipos a los que se enfrentan.

**Valores observados:** Respeto a las personas con discapacidad, referencias culturales y folclóricas.

### Para todos La 2 (La 2)

Emisión: De lunes a viernes 11:50 horas.

Magazine social cuyo objetivo es reflexionar sobre los temas y aspectos de la vida que más afectan a los ciudadanos, contando con la participación de los mejores expertos en cada materia que se analiza. Siempre desde el punto de vista social e intentando aportar ideas y conceptos que ayuden al espectador a entender y analizar la realidad que nos rodea.

**Valores observados:** Respeto a las personas con discapacidad, referencias culturales y folclóricas, fomento de la igualdad de géneros.

### Solidarios (Andalucía Televisión)

Emisión: Viernes, 21:30 horas

Programa que pretende dar respuesta a las demandas de diversos colectivos sociales acercando sus preocupaciones a los ciudadanos, mostrando otras políticas alternativas y diferentes formas de enfrentarnos a cuestiones diarias como la crisis, el consumo, la educación, etc. Sustentado en la igualdad de géneros, presta especial atención a personas con cualquier discapacidad (física, intelectual, enfermedad mental, sensorial...), a otros colectivos como

el de los excluidos sociales (parados/as, sin techo, inmigrantes...) y a las asociaciones de voluntarios.

**Valores observados:** Respeto a las personas con discapacidad, evolución del comportamiento social, referencias culturales y folclóricas, fomento de la igualdad de géneros.

### **3. Programas que fomentan el respeto por el medio ambiente a través del conocimiento de la naturaleza y su entorno:**

#### **El escarabajo verde (La 2)**

Emisión: Viernes 18:30

Programa de reportajes y documentales sobre medio ambiente, sostenibilidad y naturaleza.

**Valores observados:** Respeto por el medio ambiente, evolución del comportamiento social, referencias culturales y folclóricas.

#### **Agrosfera (La 2)**

Emisión: Sábados a las 9.40 horas

Programa informativo y divulgativo sobre la actualidad del sector primario, el medio rural y la industria alimentaria. Es un espacio de servicio público y participación ciudadana que cada semana lleva la actualidad del campo y el mar a agricultores, ganaderos, pescadores y habitantes del medio rural, pero también acerca ese mundo a aquellos que no lo habitan, pero sí disfrutan con los alimentos de sus tierras y granjas o visitando sus pueblos, naturaleza y patrimonio cultural.

**Valores observados:** Respeto a los mayores, referencias culturales y folclóricas, referencias históricas, respeto por el medio ambiente.

#### **Aquí la tierra (La 1)**

Emisión: De lunes a viernes, a las 20:30 horas

Magacín divulgativo que trata la influencia de la climatología y la meteorología tanto a nivel personal como global, mostrando cómo la

salud, la arquitectura, la conducta, incluso el arte o la economía, pueden estar condicionados por la meteorología. Y se hablará con un grupo de mayores de los refranes más populares sobre el clima para comprobar si tienen una base real detrás<sup>81</sup>.

**Valores observados:** Respeto por el medio ambiente, evolución del comportamiento social, referencias culturales y folclóricas, referencias lingüísticas.

### *Naturalistas (Cuatro)*

Emisión: Fuera de emisión.

Docuserie compuesta por cuatro episodios que cuenta las aventuras de dos naturalistas que tienen ante sí el reto de conseguir salvar especies protegidas.

**Valores observados:** Respeto por el medio ambiente, referencias culturales y folclóricas.

### *Espacio protegido (Andalucía Televisión)*

Emisión: Miércoles, 20:00 horas (quincenalmente).

Programa informativo dedicado a recoger la actualidad ambiental de Andalucía. Sus contenidos no solo se limitan a aspectos relacionados con el medio natural (espacios protegidos, fauna, flora,...), sino que también tienen cabida temas menos conocidos pero de indudable repercusión social como las condiciones del medio ambiente urbano, la investigación andaluza aplicada a estos ámbitos o los vínculos que unen lo ambiental con la economía, la cultura y la salud. *Espacio Protegido* presta especial atención al desarrollo del turismo de naturaleza en Andalucía y también a la labor que desarrollan los voluntarios ambientales y los diferentes colectivos implicados en tareas de educación ambiental.

---

<sup>81</sup>Este aspecto ofrece valores culturales, además del medioambiental.

**Valores observados:** Respeto por el medio ambiente, evolución del comportamiento social, referencias culturales y folclóricas.

**Campechanos (Canal Sur Televisión)**

Emisión: Sábado, 19:30 horas.

El campo andaluz es rico en variedad de cultivos y explotaciones ganaderas, muy diversificado en lo que se refiere a la producción agroalimentaria, pródigo en oficios tradicionales, garante de un vasto patrimonio inmaterial y punta de lanza de la economía de la Comunidad y del I+D+I. *Campechanos* se adentra en esta realidad, proponiendo el retrato de un rosario de vidas ligadas al campo andaluz para conocer su día a día, sus entornos inmediatos, sus emociones y sentimientos, conformando así un universo atractivo y variopinto.

**Valores observados:** Respeto a los mayores, referencias culturales y folclóricas, referencias históricas, respeto por el medio ambiente.

**4. Programas educativos o de formación:**

**La aventura del saber (La 2)**

Emisión: De lunes a jueves a las 10:00 horas.

Programa destinado a la formación y la divulgación mediante entrevistas y series documentales. La aventura del saber es fruto de un Convenio de Colaboración entre el Ministerio de Educación y Radio Televisión Española y lleva en antena más de 20 años de emisión diaria ofreciendo amplios reportajes sobre temas de naturaleza, asuntos sociales, ciencia y tecnología y humanidades.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, evolución del comportamiento social, referencias culturales y folclóricas, referencias históricas, referencias lingüísticas.

### *Supernanny (Cuatro)*

Emisión: Fuera de emisión (actualmente en emisión en ETB 1 a las 07:00 horas)

Programa de entretenimiento con formato de docudrama que tiene un fin educativo ya que en él se ayuda a padres y madres de familia a saber cómo educar a sus hijos pequeños con el fin de corregir sus problemas de conducta. El concepto básico del programa ha sido comprado por varios países donde es transmitido con una aceptación exitosa.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, respeto a la familia.

### *Hermano mayor (Cuatro)*

Emisión: Viernes 22:30 horas.

Programa con finalidad educativa nacido a raíz del éxito cosechado por Supernanny. Sus protagonistas son jóvenes de entre 18 y 23 años que tienen comportamientos violentos, agresivos, adictivos, etc. Pretende aportar a los telespectadores un marco de referencia que le pueda servir de ayuda en la educación de sus hijos.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, respeto a la familia.

## **5. Programas que fomentan el conocimiento científico:**

### *Órbita Laika (La 2)*

Emisión: Martes 23:30 horas.

Programa de divulgación científica en clave de humor.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, fomento del conocimiento científico.

### *Tres14 (La 2)*

Emisión: Domingo 20:20 horas.

Programa de divulgación científica en el que la ciencia es una herramienta que nos permite conocer el mundo que nos rodea y el que formamos parte. Respetarlo, sobrevivir y avanzar en él es mucho más fácil si lo conocemos.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, fomento del conocimiento científico.

### *Yo mono (La 2)*

Emisión: Viernes 21:00 horas.

YO, MONO es un espacio de divulgación cuyos contenidos podrían enmarcarse dentro de lo que conocemos como psicología social. El concepto fundamental del programa es descubrir cómo somos los humanos. Y a ser posible, explicar de una manera entretenida nuestra forma de ser y nuestra manera de comportarnos partiendo de la observación de los animales en general, y de los primates en particular.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, fomento del conocimiento científico.

### *El hormiguero 3.0 (Antena 3)*

Emisión: De lunes a jueves 21:45 horas.

Programa de entretenimiento cuyos contenidos giran alrededor del humor, las entrevistas y los experimentos de divulgación científica.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, fomento del conocimiento científico.

### *ConCiencia (Andalucía Televisión)*

Emisión: Sábado, 20:00 horas (quincenal).



Espacio quincenal de 30 minutos de duración que trata de mostrar, explicar, educar, divulgar, entretener, informar, sorprender, y fomentar las vocaciones científicas.

**Valores observados:** Finalidad didáctica, fomento del conocimiento científico.

Existen también otros programas que aportan valores como los citados, pero no han sido incluidos en los apartados anteriores por tratarse de espacios de temática muy variada que no se adaptan a la clasificación realizada. Como ejemplo cabe mencionar por ejemplo *Millennium*, un programa de debate de La 2 en el que participan pensadores y creadores de cultura, se busca la confrontación de ideas y suele tener aportaciones sociales, literarias, cinematográficas y artísticas sobre el tema del programa, que cambia cada semana.



## PARTE V: FUENTES.

### 20. DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA

## 20. DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (2011). Informe: El comportamiento de la audiencia televisiva. *Barlovento Comunicación*. Madrid: Kantar Media.
- AAVV (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. París: Editorial UNESCO.
- AA.VV. (2001). *Revista interamericana de educación de adultos*. México, Michoacán: Editorial Crefal.
- AA.VV. (1997). *Revista Comunicar*, Vol. V, nº 8, 1º semestre - marzo.
- AA.VV. (2007). *Revista Trípodos*, nº 21. *Teleporquería*. Barcelona. Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramón Llul.
- AA.VV. (marzo, 2005). *Noticias de la Comunicación*. vol. 245.
- AA.VV. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. Real Academia Española. Madrid: Espasa.
- AAVV (1994). *Informe Bangemann Bruselas*. The Holmes Report. En línea <http://es.scribd.com/doc/29054214/Informe-Bangemann> [Consultado el 10/08/2011]
- Abril, G.; Lozano, J.; Peña-Marín, C. (1989). *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Acaso, M. (2013): *rEDUvolution. Hacer la revolución en la educación*. Madrid: Paidós.
- Aguaded, I. (1996). *Sociedad consumista y medios de comunicación. Comunicar vol.7*. Universidad de Huelva.
- Aguaded, I. & Contín, S. (Coords.) (2002). *Jóvenes, aulas y medios de comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Aguaded, I. (2005). *Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. Comunicar vol.24*, Universidad de Huelva.
- Aguaded, I. (2012). *Aularia Digital, el país de las aulas. Aularia Digital*, 1, 1.

- Aguaded, I. (2012). United Nations aiming at Media Literacy Education. *Comunicar* vol.38, pp. 7-8.
- Aguaded, I. (2012). La educomunicación: una apuesta de mañana, necesaria para hoy. *Aularia*. Universidad de Huelva.
- AIMC (2012). *Estudio General de Medios*. Madrid: AIMC.
- Alabart, A., García, S. & Giner, S. (1994). *Clase, poder y ciudadanía*. Madrid: Siglo XXI de España editores.
- Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Alvira Martín, F. (1994) *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. CIS. Madrid.
- Anónimo (2016a): “Multa de 196.000 euros a Mediaset por 'Sálvame'”. En *Elperiodico.com*. (Disponible en <http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/multa-196000-euros-mediaset-por-salvame-5031908>) [Consultado el 4 de julio de 2016]
- Anónimo (2016b): “Ramón García llega a la sobremesa de castilla-la mancha televisión para presentar “En compañía”. (Disponible en <http://www.rtvcm.es/sala-de-prensa/ramon-garcia-llega-a-la-sobremesa-de-castilla-la-mancha-television-para-presentar-en-compania/>) [Consultado el 01 de septiembre de 2016].
- Anónimo (2016c): “Multazo de más de un millón de euros a 'Sálvame naranja' y al canal Neox”. (Disponible en <http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/multazo-mas-millon-euros-salvame-naranja-canal-neox-5175741>) [Consultada el 10/08/2016].
- Anónimo (2014). “La educación, ante su séptima gran reforma de la democracia”. En *El Correo*. 1 de febrero de 2014. (Disponible en [http://www.elcorreo.com/agencias/20120201/mas-actualidad/sociedad/educacion-ante-septima-gran-reforma\\_201202011257.html](http://www.elcorreo.com/agencias/20120201/mas-actualidad/sociedad/educacion-ante-septima-gran-reforma_201202011257.html)) [Consultado el 2 de febrero de 2014]

- Anónimo (2012). "Cada andaluz vio la TV 253 minutos al día". *Diario de Sevilla*. 2 de diciembre de 2012. (Disponible en <http://www.diariodesevilla.es/article/television/1365923/cada/andaluz/vio/la/tv/minutos/dia.html>) [Consultado el 4 de diciembre de 2012]
- Balager Nada, C. y Formaniz Poza, A. (2003). "La formación de las personas adultas: retos, límites y posibilidades". En *Cuadernos de pedagogía*, vol. 315, pp. 40-43
- Bardin, L. (1996). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Barranco, J. (2010). *Marketing político y electoral*. Madrid: ESIC.
- Barthes, R. (1997). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Bartolomé, M. (1992). Investigación cualitativa en educación: ¿comprender o transformar? *Revista de Investigación Educativa*, vol.20, pp. 7-36.
- Bell, D. (1976). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Beltrán, J.; Hernández, F.; Montané, A. (2008). "Tradición y modernidad en las políticas educativas en España: una revisión de las últimas décadas". *Revista Iberoamericana de Educación*, Madrid, v.48, pp. 53-71.
- Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. New York: Penguin.
- Berger, J. & Mohr, J. (1997). *Otra manera de contar*. Murcia: Mestizo A.C.
- Berelson, B. (1968). *Content analysis in communications research*. Nueva York: Free press.
- Bernárdez, E. (1982). *Introducción a la lingüística del texto*. Madrid : Espasa-Calpe, 1982
- Blanco, S. (2012, 5 octubre): Las fronteras entre el mundo real y el mundo virtual están cada vez más diluidas. *Fílmica*. Recuperado de [http://www.filmica.com/sonia\\_blanco/archivos/cat\\_blogosfera.html](http://www.filmica.com/sonia_blanco/archivos/cat_blogosfera.html)

- Blázquez Entonado, F. (2015). Carta del director. En *Aula Magna: Revista trimestral del programa de mayores Universidad de Extremadura*. Nº 39, pp. 4-5.
- Blázquez Entonado, F. (2002). "Los Mayores, nuevos alumnos de la Universidad". En *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, Nº 45, pp. 89-105.
- Bogdan, R. y Taylor, S.J. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Boudon, R., DeBie, P., Rokkan, S. & Trist, E. (1981). *Corrientes de la investigación en las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos.
- Bourdieu, P. (2003). *Cuestiones de sociología*. Madrid: Istmo.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bradley, J. (1993). Methodological issues and practices in qualitative research. *Library quarterly*, vol.63, pp. 431-449.
- Brey, A; Inniterarity, D; Mayos, G. (2009) *La sociedad de la ignorancia*. Zero Factory, S. L. (Disponible en [www.infonomia.com/pdf/sociedad\\_de\\_la\\_ignorancia\\_es.pdf](http://www.infonomia.com/pdf/sociedad_de_la_ignorancia_es.pdf)) [Consultado el 12/11/2015]
- Buckingham, D. (2003). *Media education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Buendía Eisman, L; Hernández Pina, F; Colás Bravo, P. (1998). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid: McGraw Hill.
- Busquet, J., Medina, A. & Sort, J. (2006). *La recerca en comunicació. Què hem de saber? Quins passos hem de seguir?* Barcelona: Editorial UOC.
- Cabero, J. (1996). *Medios de comunicación, recursos y materiales para la mejora educativa II*. Sevilla: Kronos.
- Cabero, J. (2007) (coord.). *Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*". Madrid: McGraw Hill.
- Campbell, D. & Stanley, J. (1982). *Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red: filtros, escaparates y noticias*. Barcelona: Editorial UOC.

- Castells, M. (1996). *La era de la información. Vol. 1. La sociedad red*. Barcelona: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001). *La Era de la Información. Vol. 2: El poder de la identidad*. México DF: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2006). *La Sociedad Red*. Barcelona: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Barcelona: Alianza Editorial.
- Castillo, J., Bayón, M<sup>a</sup>. M. & Arteta, R. (1992). *La empresa ante los medios de comunicación*. Bilbao: Deusto.
- Castro, B., Manfredi, J.L. & Navarro, J. A. (1999). *RTVA: Diez años con Andalucía*. RTVA; Dirección de Imagen y Comunicación.
- Cea D'Ancona, M.A. (2001). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis sociología.
- Cebrián, J.L. (2000) "La Sociedad Digital y el Diálogo Transatlántico". (Disponible en [cvc.cervantes.es/lengua/mcf/ponencia02.htm](http://cvc.cervantes.es/lengua/mcf/ponencia02.htm)) [Consultado el 21/07/2012].
- CELAM (2005). *América Latina: sociedades en cambio*. Bogotá: Editora Celam.
- Clemente, M.; y Santalla, Z. (1991): *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Deusto. Bilbao
- Coller, X. (2000). *Estudio de casos*. Madrid: CIS.
- Covarrubias, A. C. (1980). La televisión en la solución de problemas sociales: necesidad de dar educación por televisión. *Revista Latinoamericana de Psicología*, Vol.12 – Año 1. pp. 145-157.
- Courtés, J. (1997). *Análisis semiótico del discurso: del enunciado a la enunciación*. Madrid: Gredos.
- Crespo, P. (1995). *La empresa periodística en vivo*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Cubells, M. (2003). *¡Mírame tonto!: Las mentiras impunes de la tele*. Barcelona. Robinbook.
- Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. (En <http://www.itu.int/net/wsis/index-es.html>) [Consultado el 23/03/2014].
- Curto, V. y Solana, I. (2007): "Telebasura y publicidad". En Trípodos, nº21, pp.127-136.
- Daza, G. (2010). Desafíos de la educomunicación y alternativas Pedagógicas en la construcción de la ciudadanía. IC- *Revista Científica de Información y Comunicación*, vol.7, pp. 333-345.



- Davis, F. (1998). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza editorial’.
- De la Torre, N. (2015). “La educación debería ser como un ‘App Store’ “. Madrid, El Mundo. 23/06/2015.
- De San Eugenio Vela, J.; Fernández-Cavia, J.; Nogué, J.; Jiménez-Morales, M. (2013). “Characteristics and functions for place brands based on a Delphi method” at Revista Latina de Comunicación Social. Recuperado de [http://www.revistalatinacs.org/068/paper/995\\_Vic/29\\_JSEen.html](http://www.revistalatinacs.org/068/paper/995_Vic/29_JSEen.html). [Consultado el 15/octubre/2014]
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H. i Gustafson, D. H. (1975). *Group techniques for program planning: A guide to nominal group and Delphi processes*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H. i Gustafson, D. H. (1984). *Técnicas grupales para la planeación*. México: Trillas.
- Denny, T. (1978). *Storytelling and education understanding, address delivered at national meeting of International Reading Association*. Houston, Texas.
- Denzin, N.K. (1978). *The research act*. Nueva York: McGraw Hill.
- Díaz, B. (1999). *El estado de las comunicaciones. Tendencias / Comunicación Social*. Madrid: Fundesco.
- Díaz, B. (2006). *Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Díaz de Rada, V. (2005) *Manual de trabajo de campo en la encuesta*. CIS. Madrid.
- Dogana, F. (1984). *Psicopatología del consumo cotidiano*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Dorfles, G. (1994). *Símbolo, comunicación y consumo*. Barcelona: Lumen.
- Dru, J.M. (1997). *Disrupción. Desafiar los convencionalismos y estimular el mercado*. Madrid: Eresma & Celeste.
- Drucker, P (1969). *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. New York: Harper and Row
- Durkheim, É. (2001). *Las reglas del método sociológico*. Madrid: Ediciones Akal.
- Eco, U. (1995). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Tusquets.
- Elías, C. (2003). Análisis del papel de los “invitados-profesionales” y de los expertos “florero” en la televisión basura española. Madrid, Estudios sobre el mensaje periodístico. Mayo2003, Nº 9, pp. 125-138.

- Esteban, P. (2016). Nos casamos menos y nos divorciamos más: así han evolucionado las familias españolas. *El confidencial*, marzo de 2016.
- Ezquerro, A. (2003). ¿Podemos aprender ciencia con la televisión? *Educatio*, vol.20-21, pp. 117-142.
- Fernández, E. (1999). *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico.
- Fernández-Quijada, D. (2009). Producción independiente de Televisión en Andalucía. Aproximación a la Estructura de un sector desconocido. *Ámbitos* vol.18, pp. 191-209.
- Ferrer, C. (1993). *Por todos los medios*. Madrid: Edimarco.
- Fidel, R. (1993). Qualitative methods in information retrieval research. *Library and Information Science Research* vol.15, pp. 219-247.
- Freire, P. (1975). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI.
- Gairín, J. (2009). *Cambio y mejora: la innovación en el aula, equipo de profesores y centro*. En: Paredes, J.; Herrán, A. (2009). *La práctica de la innovación educativa*. Madrid: Síntesis.
- Gaitán, J.A. & Piñuel, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.
- García, R. (2002). *Dimensiones críticas de lo ciudadano*. Bogotá: Editorial Universidad Distrital.
- García, I. (2009) "Conectando Comunidades a Través de Interacciones Humanas" En línea <http://isragarcia.es/community-connector-%E2%80%93conectando-comunidades-a-traves-de-interacciones-humanas>.
- García, A.; (2001): "Educación y comunicación" en Escuela y Sociedad 2001. Ponencia inaugural de las Jornadas de Formación del Profesorado convocadas bajo el enunciado *Lenguajes, comunicación y técnicas*. Gobierno de Cantabria, Consejería de Educación y Juventud. Dirección General de Juventud. [Consultado el 9/11/ 2011].
- García, E.: (1996) Metodología de la Investigación cualitativa. , Ediciones Aljibe. Málaga.
- García, M. (1986). *Sobre el método*. Madrid: CIS:
- García, L. (1980). *Las clases sociales en la España actual*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gardner, H. (2005). *Las cinco mentes del futuro*. Barcelona: Paidós.
- Gastón, L. y Cascón, J. (2000). *Análisis del discurso*. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Gentil, A. D. y Walsh, D. A. (2002). A normative study of family media habits, *Applied Developmental Psychology*, vol.23, 157-178.

- Gerver, R. (2012). *Crear hoy las escuelas del mañana: la educación y el futuro de nuestros hijos*. Madrid: SM.
- Gerver, R. (2013). *El cambio*. Madrid: Conecta.
- Giddens, A. (1998). *Sociología*. Madrid: Alianza.
- Giddens, A. (2003). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Morrortu.
- Glazier, J. (1992). Qualitative research methodologies for library and information science: an introduction. *Qualitative research in information management*.
- Goerlich, F. J. & Pinilla, R. (2006): *Esperanza de vida en España a lo largo del siglo XX. Las tablas de mortalidad del Instituto Nacional de Estadística*. Bilbao: Fundación BBVA.
- González, J. (1995). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- González, M. J. (1997). *Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos*. Alicante: Aguaclara.
- Goode, J. & Hatt, P. (1991). *Métodos de investigación social*. México: Trillas.
- Guerrero, C. (2002). *Los medios y sus audiencias*. Sevilla: Mergablum.
- Gutiérrez, M. C., Pereira, M. C. y Valero, L. F. (2006). El cine como instrumento de alfabetización emocional. *Teoría de la educación*, vol.18, pp. 229-260.
- Harvey, G. (2001). *Cómo se citan las fuentes. Guía rápida para estudiantes*. Madrid: Nuer Ediciones.
- Holgado, A. (Coord.) (2001). *Actas del III Encuentro Nacional de Programas Universitarios*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- <http://logs.canalsur.es/saladeprensa/2013/09/16/la-tarde-aqui-y-ahora-recogediez-toneladas-de-alimentos-que-entregara-al-banco-de-alimentos-de-andalucia-y-otras-entidades-humanitarias/>
- <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>
- [http://www.canalsur.es/porta1\\_rta/web/pagina/seccion/2809/rta](http://www.canalsur.es/porta1_rta/web/pagina/seccion/2809/rta),
- [https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/Telecomunicaciones/Resoluciones/2014/Diciembre/141211\\_REQ-DTSA-1890-14-Mediaset%20Salvame.pdf](https://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/Telecomunicaciones/Resoluciones/2014/Diciembre/141211_REQ-DTSA-1890-14-Mediaset%20Salvame.pdf)
- <http://laguiatv.abc.es/noticias/20141217/abci-cnmc-resolucion-contrasalvame-201412171207.html>
- <http://laguiatv.abc.es/noticias/20141220/abci-salvame-divide-evitar-competencia-201412201222.html>
- <http://www.rtvcm.es/television/programas/en-compania/>
- [http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/audiencias-balance-temporada-telecinco-lider\\_0\\_2195025396.html](http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/audiencias-balance-temporada-telecinco-lider_0_2195025396.html)

- <http://web.archive.org/web/20110921001004/http://www.telecinco.es/aquihaytomate/>
- [https://www.facebook.com/Er.Javi.sev/videos/10151719364884480/?hc\\_ref=PA GES TIMELINE](https://www.facebook.com/Er.Javi.sev/videos/10151719364884480/?hc_ref=PA GES TIMELINE)
- <http://www.grupoanide.es/files/ingreso.pdf> pasar a webografía??
- <http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/audiencias.html?date=16062016>
- <http://lichtensteinfoundation.org/>
- <http://www.grupoanide.es/files/ingreso.pdf>
- <https://www.youtube.com/watch?v=2mKDuVzfpdk>
- <http://www.rtve.es/television/programas/>
- <http://www.antena3.com/programas/>
- <http://www.rtve.es/television/aqui-la-tierra/>
- [https://es.wikipedia.org/wik/Aquí\\_la\\_Tierra/](https://es.wikipedia.org/wik/Aquí_la_Tierra/)
- <http://www.eltelevisero.com/2014/05/aqui-la-tierra-ateriza-en-tve-el.html>
- <http://www.rtve.es/television/20121113/agrosfera/574604.shtml>
- <http://www.rtve.es/television/atencion-obras/programa/>
- <https://juanmablazquez.wordpress.com/documentales/>
- <http://www.rtve.es/alacarta/videos/cuadernos-de-paso/>
- <http://www.mitele.es/programas-tv/>
- [http://www.canalsur.es/programas\\_tv.html](http://www.canalsur.es/programas_tv.html)
- INE - Instituto Nacional de Estadística, (2016).
- IAE – Instituto Andaluz de Estadística (2016).
- INE - Instituto Nacional de Estadística, (2015).
- IAE – Instituto Andaluz de Estadística (2014).
- IAE – Instituto Andaluz de Estadística (2015).
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch. Barcelona.
- Íñiguez, L. (2003). *Análisis del discurso: manual para las ciencias sociales*. Barcelona: UOC ediciones.
- Jiménez Marín, G.; Pérez Curiel, C.; & Elías Zambrano, R. (2014). *Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual*. Sevilla, Ámbitos. N° 25, pp. 22-36.
- Jiménez, G. & Elías, R. (2012). *Publicidad en 35 películas. El cine como instrumento para la formación en la Universidad*. Aularia.
- Johnsson, H. (1991). *La gestión de la comunicación*. Madrid: Ciencias Sociales.

- Jurado, Y. (2002). *Técnicas de investigación documental: Manual para la elaboración de tesis, monografías ensayos e informes académicos: APA, MLA y ML*. México, D.F: Internacional Thomson Editores.
- Kaplún, M. (1992). *A la educación por la comunicación*. Santiago de Chile: UNESCO.
- Kerlinger, F.N. (1988). *Investigación del comportamiento*. México: Interamericana.
- Kohlberg, L. (1979). "Justice as reversibility". En *Philosophy, politics and society*, 5.
- Krippendorf, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lacalle, C. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Landeta, J. (1999). *El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*. Barcelona: Ariel.
- Lassode la Vega, J. (1977). *Cómo se hace una tesis doctoral. Técnicas, normas y sistemas para la práctica de la investigación científica y técnica y la formación continuada*. Madrid: Editorial Fundación Universitaria Española.
- *Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa*
- *Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión*, publicada en BOE número 11 de 12/1/1980, páginas 844 a 848 (5 págs.) (Disponible en [http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases\\_datos/doc.php?id=BOE-A-1980-724](http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-1980-724)) [Consultado el 25/04/12]
- *Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía*. Publicada en el BOE número 9 de 11/1/1982, pp. 517-524. (Disponible en [http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases\\_datos/doc.php?id=BOE-A-1982-633](http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-1982-633)) [Consultado el 25/04/2012]
- *Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión*. Publicada BOE número 4 de 5/1/1984, páginas 247 a 248 (2 págs.). (Disponible en [http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases\\_datos/doc.php?id=BOE-A-1984-250](http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-1984-250)) [Consultado 25/04/2012]
- *Ley 8/1987, de 9 de diciembre, de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionada por la Junta de Andalucía*.
- *LEY 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)*. (Disponible en

- <http://www.juntadeandalucia.es/boja/boletines/2007/252/d/updf/d2.pdf>  
[Consultada el 30/III/2012]
- Ley 8/2009, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española).
  - Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. (Disponible en <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>) [Consultada el 4 de julio de 2016]
  - Licerias, A. (2005). Los medios de comunicación de masas, educación informal y aprendizajes sociales. *IBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, vol.46, pp. 109-124.
  - Linstone, H. A., & Turoff, M. (1975). *The Delphi method: Techniques and applications*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
  - López-Barajas Zayas, E. (2007). *Estrategias de formación en el S. XXI*. Barcelona: Ariel.
  - Lozano, J., Peña-Martí, C., & Abril, G. (1993). *Análisis del discurso*. Madrid: Cátedra.
  - Manfredi, A. (1999). Canal Sur: 1989-1999. 10 años de RTVA. *Ámbitos*, nº2 Enero-Junio.
  - Manfredi, A. & García, G. (1999). "Canal Sur: 1989-1999. 10 años de RTVA". *Ámbitos*, nº2 Enero-Junio.
  - Manfredi, J. L. (2000). *Manual de Producción Periodística*. Sevilla: Mad Ediciones.
  - Marcuse, H. (1981). *La agresividad en la sociedad industrial avanzada y otros ensayos*. Madrid: Alianza.
  - Martín, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
  - Martín, M. (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza.
  - Martín, A. (1995). *Fuentes de información general*. Madrid: Trea.
  - Martín-Ávila, T.; y Lopez-Chicheri, J. (2010). El nuevo manifiesto de la Web 2.0. (Disponible en [www.bubok.es/libros/176458/el-nuevo-manifiesto-de-la-web-20](http://www.bubok.es/libros/176458/el-nuevo-manifiesto-de-la-web-20)) [Consultado el 9 de febrero de 2015]
  - Martínez, M. (2008). *Epistemología y metodología cualitativa en las Ciencias Sociales*, México: Trillas.
  - Martínez de Miguel, S. (2003). *Reconstruyendo la educación de Personas mayores*. Granada: Grupo GEU.
  - Martínez-Salanova, E. (2012). Aularia, revista de educomunicación. *Aularia Digital*, 1, 3-5.
  - Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: La Torre.
  - Masuda, Y. (1968): *Una introducción a la sociedad de la información*. Tokio: Perikan-Sha. Tokio Masuda, Y.

- (1980): *La sociedad de la información como sociedad postindustrial*. Tokio: Perikan-Sha
- Masuda, Y. (1984). *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*, Madrid: Fundesco-Tecnos.
- Medinaveitia, E. (2006). *El reto de la complejidad*. En *Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Medrano, C. (2005). ¿Se puede favorecer el aprendizaje de valores a través de las narraciones televisivas? *Revista de Educación*, vol.338, pp. 245-270.
- Medrano, C., Cortés, A. & Palacios, S. (2007). La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de Educación*, vol.342, pp. 307-328.
- Medrano, C., Palacios, S. & Aierbe, A. (2007). Los hábitos y preferencias televisivas en jóvenes y adolescentes: un estudio realizado en el País Vasco. *Revista Latina de Comunicación*, vol.62.
- Mellon, C.A. (1990). *Naturalistic inquiry for library science: methods and applications for research, evaluation, and teaching*. New York: Greenwood.
- Miles, M. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Beverly Hills: Sage.
- Molinuevo J.L. (2006). *La vida en tiempo real: la crisis de las utopías digitales*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Montero, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescentes*. Barcelona: Gedisa.
- Montoya Sáñez, J. M. (2002). *Educación de las personas mayores*. Madrid: UNED.
- Morgan, G. & Smircich, L. (1980). The case for qualitative research. *Academy of management review* vol.5, pp. 491-500.
- Morín, E. (2000). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Bogotá: UNESCO, Ministerio Nacional de Educación.
- Morley, D. (2006). Unanswered questions in audience research. *The Communication Review*, vol.9, 101-121.
- Morón, J. A. (1997). Educación en Valores, transversalidad y medios de comunicación social. *Comunicar*, vol.9, pp. 43-49.
- Muñoz Palacio, J.C. (2014). Educomunicación audiovisual digital: uso de materiales audiovisuales digitales como estrategia didáctica en los procesos de aprendizaje de los estudiantes del grado séptimo de la

Institución Educativa Finca La Mesa. Bogotá, Universidad San Buenaventura, Colombia. Vol. 1.

- Naghi, M. (1988): *Metodología de la investigación*. Limusa: México D.F.
- Naisbitt, John. Global paradox (1994): *The bigger the world economy, the more powerful its smallest players*. New York: William Morrow.
- Olson, H. (1995). *Quantitative versus qualitative research: the wrong question*. School of Library and Information Studies.
- Orozco, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Ortiz-Osés, A. & Lanceros, P. (2006). *Diccionario interdisciplinar de Hermenéutica*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Paredes, J.; Herrán, A. (2009). *La práctica de la innovación educativa*. Madrid: Síntesis, 2009.
- Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- Pascual, A. (2000). *Educación de las personas adultas: hacia una sociología curricular*. Madrid: Narcea.
- Peirce, C. S. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Pérez, F.J. (2004). Ciudadanía, educación y estudios de comunicación. *Comunicar*, vol.22, pp. 27-30
- Pérez, J.M. (1994). *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Piñuel, J. L. (1993). *La dirección de comunicación*. Madrid: Del prado.
- Ramonet, I. (1997). *Un mundo sin rumbo*. Madrid: Debate.
- REAL DECRETO 321/1988, de 8 de abril. por el que se concede a la Comunidad Autónoma de Andalucía la gestión directa del tercer canal de televisión. (Disponible en <http://www.boe.es/boe/dias/1988/04/12/pdfs/A10938-10938.pdf>). [Consultado el 25/04/2012]
- Reardon, K.K. (1981). *La persuasión en comunicación*. Barcelona: Paidós.



- Regouby, C. (1996). *La comunicación global*. Madrid: Ediciones 2000.
- Reig, R. (2002). *La Comunicación en su contexto. Una visión crítica desde el periodismo*. Sevilla: Centro Andaluz del Libro.
- Ridderstrale, J. y Kjell, A. (2000). *Funky Business*. Madrid: Ed. Pearson Educación. Madrid.
- Rifkin, J (2011): *La tercera revolución industrial*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Robinson, K. (2009). *The Element*. Barcelona: Grijalbo.
- Robinson, K. (2011). *Redes*. El blog de Eduard Punset. Recuperado de <http://www.redesparalaciencia.com/wp-content/uploads/2011/03/entrev87.pdf>
- Robinson, K. (2001). *Fuera de nuestras mentes: Aprender a ser creativo*. Capstone Editorial.
- Rodríguez, G., Gil, G. & García, E. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Maracena: Ediciones Aljibe.
- Rodríguez, J. (1993). *Métodos de muestreo. Casos prácticos*. Madrid: CIS.
- Romano, V. (1977). *Los intermediarios de la cultura*. Madrid: Editorial Pablo del Río.
- Romero, J. G., Fernández, R. L., Martínez, R. A., Álvarez, D. L., Álvarez, E. L., & Álvarez, W. L. (2014). *Las tecnologías de la información y las comunicaciones, las del aprendizaje y del conocimiento y las tecnologías para el empoderamiento y la participación como instrumentos de apoyo al docente de la universidad del siglo XXI*. Medisur, 12(1).
- Rueda, J.C. & Chicharro, M.M. (2006): *La televisión en España (1956-2006) Política, consumo y cultura televisiva*. Madrid: Editorial Fragua.
- Ruiz, J.I. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ruiz, J.I. e Ispizua, M. A. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- Ruiz Limón, R. (1999). *Historia de la ciencia y el método científico*. Atlanta, Georgia.
- Salkind, J. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- San Martín, O. (2013). Doce leyes educativas pero pocos cambios revolucionarios. Madrid, El Mundo (18/05/2013). Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/05/17/espana/1368776806.html>.
- Sánchez, A. (2011, 05/03/2012). *La televisión en España. Informe 2011*. Universidad de Navarra. (Disponible en [http://www.uteca.com/uteca\\_contenidos/documentos/UTECA\\_PEREZ\\_TABERNERO%202011.pdf](http://www.uteca.com/uteca_contenidos/documentos/UTECA_PEREZ_TABERNERO%202011.pdf)) [Consultado el 23/02/2013]
- Sartori, G. (1997). *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Ediciones Taurus.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S. & Cook, S. W. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Shaw, M.E. (1994). *Dinámica de grupo. Psicología de la conducta de los pequeños grupos*. Barcelona: Herder.
- Simelio, N. (2011a). "El camino de la investigación, su importancia, oportunidad y eficacia". En Vilches, L.; Del Río, O.; Simelio, N.; Soler, P.; & Velázquez, T. (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa. pp.45- 50.
- Simelio, N. (2011b). "Técnicas cuantitativas: La encuesta". En Vilches, L.; Del Río, O.; Simelio, N.; Soler, P.; & Velázquez, T. (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa. pp. pp.173-183.
- Soler, P. (1990). *La investigación motivacional en marketing y publicidad*. Bilbao: Deusto.
- Stake, R.E. (1994). *Case Studies. Handbook of Qualitative Research*. Thousands Oaks: Sage Publications, pp. 236-247.
- Sylos, P. (1981). *Ensayo sobre las clases sociales*. Barcelona: Península.

- Tamer, N. (1992). "El aprendizaje de la tercera edad: principios y condiciones". *International Journal of Third Age eLearning International Studies*. Vol. 3, ppl 87-93.
- Tesch, R. (1990). *Qualitative Research: Analysis and Software Tools*. Bristol: The Falmer Press.
- Timoteo, J. (2005). *Gestión del Poder Diluido. La construcción de la sociedad mediática (1989-2004)*. Madrid: Pearson Prentice.
- Toffler, A. (1990). *El Cambio del poder: conocimiento bienestar y violencia en el umbral del siglo XXI*. Barcelona: Plaza & Janes.
- Tolchinski, L., Rubio, M. J. & Escofet, A. (2002). *Tesis, tesinas y otras tesituras. De la pregunta de investigación a la defensa de la tesis*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona.
- Torres, I. (1998): *Las fuentes de información. Estudios teórico-prácticos*. Madrid: Síntesis.
- Toynbee, A. J. (1954). *La civilización puesta a prueba*. Barcelona: Emecé.
- UNESCO (1984). *La educación en materia de comunicación*. París: UNESCO.
- VanDijk, T. A. (1997). *La ciencia del texto: un enfoque*. Barcelona: Paidós.
- Vázquez, M. A. (1993). *Introducción al análisis del discurso publicitario*. Sevilla: *Questiones Publicitarias* Nº 1.
- Vázquez, M. A. (1999). *La RTVA y la industria audiovisual andaluza*. En Fernández Soriano, E. (1999). *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico.
- Vázquez Cano, Esteban (2015): *El reto de la formación docente para el desarrollo de una metodología ubicua en la Educación Superior*. Madrid: *Perspectiva educacional*. Vol. 54, Nº1. Pp. 149-162.
- Vega, A.R. (2014): "Los ocho secretos del programa estrella de Juan y Medio, "La tarde, aquí y ahora". Sevilla: ABC. (Disponible en

<http://sevilla.abc.es/andalucia/20140408/sevi-secretos-programa-juan-medio-201404071854.html> [Consultado el 08/06/2015]

- Vera, J. (2001). Influencia educativa de los medios de comunicación social en la sociedad neoliberal. *Teoría de la Educación*, vol.13, pp. 187-208.
- Villaseñor, I. (1998). Los instrumentos para la recuperación de la información: las fuentes. En Torres, Isabel de (coord.). *Las fuentes de información. Estudios teórico-prácticos*. Madrid: Síntesis.
- Wallace, W. (1980). *La lógica de la ciencia en Sociología*. Madrid: Alianza.
- Weber, M. (1972). *Ensayos de sociología contemporánea*. Barcelona: Martínez Roca D.L.
- Welch, S., & Comer, J. (1988). *Quantitative methods for public administration: Techniques and applications*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt P.
- Weiss, W. (1969). Effects of the Mass Media of Communication. En: Lindzey, G. & Aronson, E. (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 5, pp. 77-196). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica en los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.
- Wolton, D. (1997). *Penser la communication*. París: Flammarion.
- Wright, E. O. (1994). *Clases*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores.
- Yin, R. (1993). *Applications of Case Study Research*. Beverly Hills: Sage.
- Yubero, S. (2003). Socialización y aprendizaje social. En D. Páez; I. Fernández; S. Ubillos y E. Zubieta (coords.), *Psicología Social, cultura y educación*. Madrid: Pearson.
- Zhang, Y. & Gelb, B. (1996). Matching advertising appeals to culture: the influence of product use conditions. *Journal of Advertising*, 25, 9-46.



## PARTE VI: ANEXOS.

### 21. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

## 21. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

### FIGURAS:

FIGURA 1: Pirámide de edad dividida en sexos.....	44
FIGURA 2. Modelo de sociedad y acceso a la producción.....	57
FIGURA 3. Modelo de sociedad y bienes de intercambio .....	57
FIGURA 4: Fases y etapas de la investigación .....	121
FIGURA 5: Diseño y ejecución del método Delphi .....	175
FIGURA 6: Ejemplo real de una escaleta del programa, correspondiente al 1 de junio de 2012 .....	203
FIGURA 7: Sexo .....	242
FIGURA 8: Edad .....	243
FIGURA 9: Estado civil / Situación familiar .....	244
FIGURA 10: Nivel de estudios .....	246
FIGURA 11: Lugar de residencia .....	247
FIGURA 12: Situación laboral .....	249
FIGURA 13: Hábitos televisivos .....	250
FIGURA 14: Preferencias televisivas .....	252
FIGURA 15: Cadenas de televisión .....	253
FIGURA 16: Horarios de frecuencia de visionado televisivo .....	255
FIGURA 17: Visionado de La Tarde, aquí y ahora .....	257
FIGURA 18: Opinión acerca del respeto (o no) del presentador .....	259
FIGURA 19: Sustituciones en La Tarde .....	260
FIGURA 20: Fidelidad hacia el programa (traslado de canal) .....	262
FIGURA 21: Sentimientos que despierta el programa .....	263
FIGURA 22: Posibilidad de eliminar el programa .....	265
FIGURA 23: Posibilidad de rehacer sus vidas .....	263
FIGURA 24: Mejoran sus condiciones de vida .....	268
FIGURA 25: Posibilidad de asistir al programa .....	269

## TABLAS:

TABLA 1: Divorcios y separaciones por provincia de residencia .....	45
TABLA 2: Diferencias entre la investigación cuantitativa y cualitativa .....	141
TABLA 3: Ítems para observación directa .....	147
TABLA 4: Preguntas realizadas al panel de expertos .....	176
TABLA 5: Ítems para la entrevista .....	184
TABLA 6: Datos absolutos y relativos (edad) .....	243
TABLA 7: Datos absolutos y relativos sobre el estado civil .....	244
TABLA 8: Valores relativos y absolutos del nivel de estudios .....	246
TABLA 9: Valores relativos y absolutos del lugar de residencia por tipo de localidad.....	248
TABLA 10: Valores relativos y absolutos del lugar de residencia .....	248
TABLA 11: Valores relativos y absolutos por situación laboral.....	249
TABLA 12: Valores relativos y absolutos por hábitos televisivos .....	250
TABLA 13: Valores relativos y absolutos por preferencias televisivas .....	253
TABLA 14: Valores relativos y absolutos por cadenas de televisión .....	254
TABLA 15: Valores relativos y absolutos por frecuencia de visionado televisivo .....	256
TABLA 16: Valores relativos y absolutos del visionado de La Tarde, aquí y ahora .....	258
TABLA 17: Valores relativos y absolutos sobre la opinión sobre el respeto (o no) del presentador .....	260
TABLA 18: Valores relativos y absolutos sobre las sustituciones .....	261
TABLA 19: Valores relativos y absolutos sobre la fidelidad ante la posibilidad de traslado de canal .....	262
TABLA 20: Valores relativos y absolutos sobre los sentimientos que despierta el programa .....	264
TABLA 21: Valores relativos y absolutos sobre la posibilidad de eliminar el programa .....	265
TABLA 22: Valores relativos y absolutos sobre la posibilidad de rehacer sus vidas .....	267
TABLA 23: Valores relativos y absolutos sobre la mejora de vida .....	268
TABLA 24: Valores relativos y absolutos sobre la posibilidad de asistir al programa .....	269





## PARTE VII: AGRADECIMIENTOS.

### 22. GRACIAS

## 22. GRACIAS

Quiero dar las gracias sinceras a todas las personas que, de una forma u otra, han colaborado en la realización de este trabajo.

A los compañeros del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla por su inestimable acogida, especialmente al Dr. Antonio Pineda por sus consejos y su tiempo.

Gracias, desde la admiración y el respeto, a mi directora, la Dra. Inmaculada Gordillo, por su guía, su comprensión y su paciencia conmigo. Pero, por encima de todo, por toda la energía que ha conseguido transmitirme con enorme generosidad durante estos años tan arduos. A ella le debo no solo una importante enseñanza académica, sino una gran enseñanza de vida.

A mi familia y amigos más cercanos. A mis padres y hermanos por sus ánimos y la fuerza que me han aportado, cada uno a su manera, sobre todo en los momentos de incertidumbre. A mis preciosas hijas, que espero sepan perdonar las horas que no he estado a su lado. Ellas también han sido luz en mi marcha durante este tiempo. Y, de forma especial, quiero dar las gracias a mi mujer, amiga y compañera de viaje, la Dra. Gloria Jiménez, sin cuya incalculable ayuda y apoyo no habría podido recorrer este valioso camino.

