

La telebasura como fenómeno periodístico y social.

Análisis del tratamiento informativo en *El País* y en *El Mundo*.

Junk TV as a journalistic and social phenomenon.

Analysis of news handling in *El País* and *El Mundo* newspapers.

Myriam Martí Sánchez

Doctora por la Universitat de València y

Directora del Departamento de Comunicación y Publicidad en Esic Valencia.

myriam.marti@esic.es

RESUMEN

Clasificación JEL:

Z00

Palabras clave:

telebasura, tratamiento periodístico, análisis de contenido, semana construida.

El marco de referencia académico de esta investigación es la incorporación oficial del término 'telebasura' en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (DRAE) en 2001, definida como "conjunto de contenidos de baja calidad". Su uso popular, sin embargo, se iniciaba una década antes para calificar los realities estadounidenses, algunos programas de entretenimiento de origen transalpino y los interminables culebrones americanos instalados en los matinales. Junto con las críticas por la degeneración cualitativa de los contenidos, surgió cierta inquietud social inducida por la progresiva degradación moral de algunos programas y la emisión de los mismos en horario infantil, que llevaron a iniciativas como las de la retirada de publicidad en algunos programas considerados 'telebasura'.

Por lo tanto, este trabajo pretende evaluar en qué medida se produce el tratamiento informativo sobre una realidad como la telebasura que ocupa y preocupa a la sociedad española.

Para ello, se elige como método de estudio el 'análisis de contenido' del que se han obtenido las unidades de registro que incluyen el término 'telebasura' de los diarios *El País* y *El Mundo* desde 1993 hasta 2006. Como ocurre con la mayoría de las investigaciones relacionadas con los contenidos mediáticos, la cantidad de mensajes es tan vasta que desafía cualquier análisis. Por ello, se ha seleccionado una muestra representativa utilizando la técnica de 'la semana construida'. Las conclusiones muestran las claves que han determinado el tratamiento periodístico de la telebasura para la prensa.

ABSTRACT

JEL Classification:

Z00

Key words:

junk TV, journalistic handling, content analysis, constructed week.

The academic reference framework of this investigation is the official incorporation of the expression "junk TV" in the Royal Academy Dictionary of Spanish Language (DRAE) in 2001, defined as "a set of contents of low quality". Its popular use, however, began a decade before for denominating American reality shows, some entertainment programmes of transalpine origin and the interminable South American soap operas which are firmly installed in the morning slot. Along with the critique of the content quality degeneration, a certain social concern began to grow, encouraged by the progressive moral degradation of some programmes and their showing during children's viewing time, which led to initiatives such as the removal of advertising in some programmes which are considered to be "junk TV."

Therefore, this work aims to assess in what measure the informative treatment of a reality such as junk TV, which concerns Spanish society, is handled.

In order to do so, we chose the "content analysis" method of study from which we have obtained the registry units which include the term "junk TV" from *El País* and *El Mundo* newspapers from 1993 to 2006. As happens with most investigations in relation to media contents, the number of messages is so vast that it defies any analysis. Therefore, we have selected a representative sample using the "constructed week" method. The conclusions show the keys which have determined the journalistic handling of junk TV in the press.

INTRODUCCIÓN

Tiranías mediáticas

La esperanza de que la libre competencia propiciada por las televisiones privadas revertiría en mayor diversidad y creatividad se fue diluyendo en la década de los 90 en pos de un objetivo: la lucha por elevar las cifras de audiencia. El mercado condicionó en términos de rentabilidad los contenidos de las nuevas emisoras, lo que produjo cierta homogeneización y el cuestionamiento del concepto de calidad en la industria televisiva.

Junto con las críticas por la degeneración cualitativa, surgió cierta inquietud social inducida por la progresiva degradación moral de algunos programas y la emisión de los mismos en horario infantil. Un análisis sobre “el imparable éxito de la televisión basura en España” publicado por el diario *Times*, indica que el término sintetiza un fenómeno “cuya popularidad se ha convertido en el sueño de los ejecutivos de televisión, por los ingresos publicitarios que genera y que han contribuido a extenderlo a más programas”.

Su corresponsal, Graham Keeley, coincide con la mayoría de los estudiosos del término al situar los antecedentes de la telebasura en la feroz competencia derivada del nacimiento de las televisiones privadas. Señala algunos programas que en 2006 eran ejemplo paradigmático del fenómeno y el capital que han supuesto para las arcas privadas y públicas: ‘Crónicas Marcianas’, ‘Aquí hay tomate’ y ‘Salsa Rosa’, todos ellos de *Tele 5*; se refiere también a *Antena 3*, que produce dos de los más populares programas telebasura y hasta cinco le asigna a *TVE* (sin especificar cuáles). El artículo explica que estos programas son capaces de enganchar a

la audiencia y generar importantes beneficios, “vitales para el modelo televisivo comercial” (Keeley, 2006).

Los cambios mediáticos llevaron a la prensa a adaptarse al esquema del espectador-lector, que en la nueva década contaba con más posibilidades audiovisuales. Diezhandino se refería en aquellos años a una “triple competencia” (de la televisión, de la radio y de la vida) que introdujo las técnicas del marketing en el negocio de la información impresa para conocer y atender las nuevas realidades (Diezhandino, 1994, 40).

Si esto sucedía a finales del siglo XX, en la actualidad la competencia se ha multiplicado. En un análisis titulado “El fin de la era de la prensa”, el periodista y crítico de televisión Juan Varela describe los ingredientes de la nueva “dieta informativa” de gran parte de la población:

- La televisión, el único medio de masas, aunque son muchos menos los teleespectadores de telediarios e informativos.
- Los gratuitos, el diario de todos los días para una gran parte del público, cómodos, rápidos de leer, útiles... la nueva prensa popular.
- Internet, el medio preferido por los jóvenes y los más exigentes, interesados en la información actualizada, personalizada y abierta a la participación (Varela, 2006, 27).

Ante este panorama de empacho mediático plagado de ofertas informativas y de entretenimiento, el medio impreso trata de captar a su público con una oferta de productos más atractivos, mejor elaborados, bien diseñados y sencillos de leer. Si la televisión ha sido y es parte fundamental de la competencia, es curioso ob-

servar cómo la prensa le ha dado cabida en sus páginas “más allá de lo debido”, según Eco. “Se trata de un hecho único en la historia de la competencia económica”.¹

Aceptando la influencia de las pantallas a todos los niveles, la prensa opta por complementarla y por ello, dedica una sección completa no sólo a informar sobre las parrillas, sino también a analizar, orientar y criticar los contenidos de las pantallas. En este sentido, el enfoque de una parte importante de los expertos en el comentario audiovisual es crítico con el medio. Según Esparza, la televisión se distingue por un rasgo singular: es la única manifestación creativa donde los críticos son, casi sin excepciones, abiertamente hostiles al propio medio (Esparza, 2001, 138).

Como indica Morán, “los artículos del crítico pueden servir a unos de trampolín hacia la fama y a otros de guillotina”, porque la crítica ejercida en los grandes medios se convierte muchas veces en un eficaz instrumento publicitario (Morán, 1988, 24).

Esto lleva a la reflexión sobre las presiones a las que puede verse sometido un crítico para que, con más o menos discreción, coopere en la defensa de determinados intereses. Bien es cierto que con relativa frecuencia se da el caso del anunciante que, frente a una crítica adversa, reacciona retirando la publicidad o amenazando con hacerlo si el periódico no cuida la imagen del producto o servicio anunciado.

En este sentido, las múltiples manifestaciones de desencanto ante los contenidos televisivos han desembocado en códigos de autorregu-

lación que han adoptado las propias cadenas o en iniciativas como la del Foro del Espectador y otras asociaciones de espectadores y de padres, que en 2003 pedían a las empresas que retirarían su publicidad de este tipo de programas en horario infantil y anunciaban boicots a los productos que insistieran en su patrocinio. El 23 de octubre titula el diario económico *Cinco Días*: “Henkel, Matutano y Pascual retirarán su publicidad de los programas ‘telebasura’”. En la noticia se dice que los programas referidos son de *Tele 5*: ‘Gran Hermano’ y ‘Aquí hay tomate’ (Cinco Días, 2003).

Estos hechos llevan a una reflexión: ¿En qué medida se produce el tratamiento informativo sobre una realidad como la telebasura que ocupa y preocupa a los lectores de la prensa? Sobre la cuestión, afirma el defensor del lector de *El Correo Gallego*:

“Las cartas que los lectores remiten a este defensor van, por veces, más allá de la denuncia concreta de un error, de la discrepancia con un titular o de la advertencia sobre una información que, entienden, no se ajusta a los exigibles parámetros de veracidad, rigor y contraste.”

Son aquellas que más que centrar su interés en un hecho determinado cuestionan la sobreabundancia o carencia de tratamientos informativos que el periódico ofrece sobre las realidades que más preocupan a los lectores. Bien por interpretar –desde el exceso irreflexivo– que llevan a la degradación de valores cívicos, o por apreciar –desde una evidenciada carencia– que hurtan reflexiones sobre la más polémica actualidad.”

Un buen número de esas comunicaciones abundan en el análisis sobre el tratamiento que el periódico hace de un creciente y alarmante

1 Este fragmento fue leído por Umberto Eco en un seminario promovido por la presidencia del Senado italiano a fines de enero de 1995, y publicado originalmente en *L'Unità*. El periódico virtual *Etcétera*, de México, lo reprodujo en junio de ese año.

fenómeno, el de la telebasura. No tanto porque no encuentre acomodo en las páginas, cuanto porque no se hace en la medida que los lectores interpretan que sería necesario (Salgado, 2005)”.

Es interesante observar la postura de la prensa a la hora de cubrir ciertos contenidos rodeados de polémica y considerados ejemplos de telebasura. La primera edición del *reality Gran Hermano* marcó un antes y un después por la novedad, controversia y audiencia del formato en España. En este sentido, Valdecantos, defensor del lector de *El País* en el año 2000, se vio obligado a pronunciarse ante algunos comentarios de sus lectores, descontentos por la dedicación del diario a noticias sobre este programa: “Se trata de preguntarse si tiene justificación que el periódico dedique espacios tan generosos a un producto que, cualquiera que sea la opinión que merezca por su contenido, parece de muy escasa cualificación en opinión de los críticos que habitualmente se pronuncian sobre los programas de televisión”. Y se cuestiona: “Con esos precedentes, ¿debe un periódico de calidad –se usa el término en el sentido técnico consagrado internacionalmente– ocuparse con tanta profusión de un espacio televisivo de índole tan denostada?”.

Valdecantos estaba proyectando el dilema: ¿debe la prensa de calidad referirse y por lo tanto, promocionar este tipo de programas? Además, el defensor tantea otros temas que completan el planteamiento: “El primer paso sería hablar de programa-basura, del papel que la televisión desempeña en los hábitos culturales del espectador, y así hasta el infinito. No es ésa la competencia del Defensor. Ni personal ni institucionalmente. Pero sí los contenidos del periódico, y resulta que el programa de marras

ha merecido páginas y páginas, con información y comentarios”.

Consulta la opinión de uno de los especialistas sobre contenidos televisivos y al final deja entrever su malestar por dicha cobertura, así como el papel de la prensa, con el juego de palabras que da título al artículo: “El hermano menor”:

“El Defensor ha pedido la opinión de Eduardo Haro Tecglen, como especialista cualificado. Su juicio es claro: “Los periódicos no provocan la audiencia, sino que siguen a la audiencia. Es algo que está en la vida pública, en la opinión pública. No podemos estar al margen de lo que hace la gente, de lo que decide el país”. Haro rechaza el calificativo de basura para cualquier programa de televisión y para cualquier manifestación cultural: “La basura es un desecho; no hay por qué denigrar las cosas”. Desde su punto de vista, se habla de Gran Hermano como se hace de Elian, el niño balse-ro, o, en otro ámbito, del terrorismo, aunque se esté en radical desacuerdo.

La duda del Defensor es si, efectivamente, el periódico no fomenta la audiencia con una dedicación tan amplia al programa. Si no sería más razonable minimizar la información, a despecho del seguidismo que el espectáculo provoque.

Lo que queda claro es que, frente a la televisión, el periodismo escrito parece abdicar de cualquier consideración jerárquica o selectiva. Allí mandan las audiencias, y aquí, en la galaxia Gutenberg, el periódico se pliega a un hecho con apariencia de incontestable. Gran Hermano ha podido demostrar que, en este sentido, la prensa escrita tiene algo de hermano menor. El grande, el mayor, impone su ley. Once millones de espectadores avasallan. Es el

triunfo de la realidad. De María José. De la cantidad.”

El rechazo de Haro Tecglen al término ‘basura’ para aplicarlo a un programa revela el desacuerdo a la hora de usar este calificativo. Desde que la opinión publicada empezara a referirse a telebasura, el afán por definirla, regularla, reconocerla, permitirla y negarla la ha señalado, sobre todo, cuando los límites del “todo vale” saltan de las pantallas a los espectadores más críticos, que piden responsabilidad a las cadenas y a quienes las regulan.

Como premisa, nos parece conveniente reafirmar la certera posición de Camps sobre el tema. La catedrática afirma que el medio televisivo está sometido a una serie de tiranías y que la novedad no está en señalarlas sino en tomar conciencia de que existen para no dejarse arrastrar por ellas. Con respecto a la “tiranía de la audiencia” asevera:

“Los programas se revisten de prestigio o calidad no por criterios propios, sino por la audiencia que consiguen. Es la cantidad, en definitiva, la que determina el valor de los contenidos. Quienes se amparan en la audiencia para justificar sus desatinos parecen ignorar que los índices de audiencia nos engañan tanto como nos engañan los sondeos que pretenden indicar lo que quiere o piensa la gente. Son dos tiranías similares y florecientes en estos tiempos fascinados por la estadística y las cifras, que impiden ver que la supuesta ley del mercado según la cual “toda demanda genera una oferta” debería complementarse con la que dice que “toda oferta genera una demanda”. Pues no es la gente la que pide Gran Hermano ni una televisión rosa, sino que más bien es la oferta la que incita la curiosidad del público y acaba atrapándolo. La iniciativa en los medios

de comunicación la tiene siempre el medio, no el público a quien se dirige. Son equivocadamente medios de comunicación porque la unidireccionalidad es su norma. Las opciones del consumidor siempre son limitadas. Ni las audiencias ni los sondeos son indicadores fiables de lo que la gente quiere. Son cifras, números, que ejercen el magnetismo de las grandes cantidades. De nuevo, la cantidad prima sobre la calidad (Camps, 2006)”.

Metodología y Corpus

La presente investigación ha sido abordada de acuerdo con la metodología del análisis de contenido en el estudio comparado de los dos periódicos españoles de referencia: *El País* y *El Mundo*.

Para tener el valor de un análisis científico, el análisis de contenido necesita someterse a algunas exigencias que, según Bernard Berelson, (citado por Kientz) uno de los pioneros de este tipo de investigación, son las siguientes:

- Ser objetivo, es decir, que cualquier otro investigador utilizando los mismos métodos debe poder llegar a los mismos resultados. Por lo tanto, las categorías deben definirse con gran claridad y precisión para que, a partir de los criterios indicados, otros investigadores puedan realizar la misma fragmentación.
- Ser sistemático, lo que implica que el análisis tome en consideración todo lo que dentro del contenido depende del problema estudiado y analizarlo en función de todas las categorías reservadas para la investigación. Su finalidad es impedir cualquier selección arbitraria que pudiera retener solamente aquellos elementos que estuvieran de acuerdo con las tesis del investigador.

- Limitarse al contenido manifiesto, que significa eliminar prejuicios y apoyarse sobre lo que efectivamente está expresado, y no sobre el contenido presupuesto en función de lo que se sabe o se cree saber.
- Cuantificar: esta exigencia está destinada a reforzar la precisión del análisis sustituyendo lo que sólo es impresión indemostrable por medidas exactas (Kientz, 1976, 161-166).

Aplicado a los contenidos de los medios de comunicación de masas, “el análisis de los mensajes permite descubrir con precisión las actitudes, las tendencias y finalmente el espíritu que caracterizan un diario, una emisora de radio o una cadena de televisión” (Ibídem, 1976, 63).

Como ocurre con la mayoría de las investigaciones relacionadas con los contenidos mediáticos, la cantidad de mensajes es tan vasta que desafía cualquier análisis. Ello obliga a elegir una muestra representativa. En este caso se ha empleado la técnica de muestreo de “Constructed Week Sampling” (Riffe, Aust y Lacy, 1993), con semanas construidas.

La construcción del corpus de análisis consiste en revisar los medios seleccionados durante el período de una semana; no de días consecutivos, sino de días tomados de distintas semanas representativas del período en estudio.

Para cada mes de cada año se construye una semana de muestra seleccionando el lunes de la primera semana, el martes de la semana siguiente, etc. De esta manera, quedan todos los días de la semana representados y se logra superar varios problemas:

- asumir la variación cíclica que pueden tener los diarios de una semana a otra, ya que hay semanas más ricas en historias que otras;
- se soluciona el inconveniente de las diferencias en contenidos entre los distintos días de la semana;
- la muestra de textos se reduce al tiempo que se garantiza su representatividad en relación con las variaciones de la información diaria.

En este caso se escogen las referencias a la telebasura encontradas en el período comprendido entre el primer lunes de enero de 1993, que fue día 4, y el domingo, 31 de diciembre de 2006.

Las unidades del corpus se estructuran de la siguiente manera:

- unidades de registro: son los *documentos* (unidades periodísticas con independencia del género periodístico o la sección del diario) que contienen referencias a la telebasura en los catorce años en que se ha acotado la muestra. En este estudio se contabilizan *1.560 unidades* del marco muestral.
- unidades de análisis: son los *documentos* de las unidades de registro seleccionados según la metodología de la semana construida. Se obtiene un total de *167 unidades*.

Por periódicos, de las 712 unidades de registro correspondientes a *El País* en los 14 años, se han analizado 76, lo que representa un 10,67% del total; en lo que respecta a *El Mundo*, de 848 unidades, forman parte del análisis 91, esto es, un 10,73%. En ambos casos la semana construida nos ofrece una representatividad similar en la elección cuantitativa de la muestra, que ha sido extraída de un total de 90 semanas (14 años).

De las 167 unidades de análisis, las 76 de *El País* representan un 45,51% del total, frente a un 54,49% que corresponde a los 91 artículos de *El Mundo*. Esta desigualdad se tendrá en cuenta a la hora de realizar los porcentajes horizontales por periódicos de cada variable.

Objetivos del análisis

A la hora de informar e interpretar el universo catódico, la telebasura ha sido definida y caracterizada por multitud de actores sociales. Los investigadores coinciden en que los medios no se limitan a ser transmisores de información, sino que son actores significativos en la construcción social de la realidad, basada en criterios, intereses, creencias y valores propios. Por lo tanto, para evaluar el tratamiento periodístico de esta realidad se han planteado unos objetivos mediante los que se pretende explorar, en unos casos, y confirmar en otros, algunos de los asuntos comentados:

- a. Comprobar qué tendencias presenta la telebasura en la prensa (si su frecuencia de aparición es constante, gradual o cíclica) y su grado de receptividad ante los acontecimientos relacionados con el término en distintos ámbitos: políticos (propuestas de los partidos), sociales (intervención de colectivos o particulares), legislativos (regulación, autorregulación) y comunicacionales (presencia de un tipo de programas, etc.).
- b. Averiguar las claves del tratamiento de la telebasura desde el punto de vista de los géneros así como el encuadre de estos textos en las distintas secciones del periódico.
- c. En una aproximación al concepto, realizar una catalogación temática de manera que

se puedan delimitar los campos más significativos, así como su importancia cuantitativa en razón de la cantidad de trabajos periodísticos que le correspondan.

- d. La audiencia y los programadores se sitúan en el punto de mira por su cuota de responsabilidad sobre telebasura. Determinar si la posición de la prensa coincide con la expuesta por los teóricos en este debate, que marcan al segundo grupo.
- e. Evaluar la participación de determinados grupos sociales en los mensajes periodísticos analizados. Particulares, asociaciones, periodistas, columnistas, políticos, escritores, etc. han tomado parte con sus declaraciones relacionadas con el término. Pretendemos así evaluar las políticas de tratamiento de los medios sobre dichos grupos.
- f. Verificar si la prensa reproduce las críticas expuestas por los distintos colectivos sobre los canales públicos y privados, que señalan sobre todo a *Tele 5* como la emisora con más contenidos telebasura. El término se equipara también en las públicas estatales y autonómicas a la politización y a la falta de calidad.
- g. Como fenómeno importado, conocer cómo la prensa la enmarca, señalando y evaluando referencias de otros países.

Una vez conseguida la documentación se ha creado una base de datos con fichas de análisis en las que se han clasificado los aspectos formales, verbales y temáticos de la muestra. Se han establecido unos campos de registro con el fin de cubrir los aspectos necesarios que permitan el análisis de contenido:

Cuadro 1 · Ficha de análisis de la investigación primaria

Fecha:	dd/mm/aaaa	Periódicos:	El País	El Mundo																												
Secciones:	<table border="1"> <tr><td>Andalucía</td><td>Gente</td></tr> <tr><td>C. Valenciana</td><td>Mundo/Internacional</td></tr> <tr><td>Cataluña</td><td>La Revista</td></tr> <tr><td>Com/Radio y TV</td><td>Madrid</td></tr> <tr><td>Crónica</td><td>Opinión</td></tr> <tr><td>Cultura</td><td>País Vasco</td></tr> <tr><td>Deportes</td><td>Sociedad</td></tr> <tr><td>Domingo</td><td>Toros</td></tr> <tr><td>Esfera</td><td>Última</td></tr> <tr><td>España</td><td>Uve</td></tr> </table>	Andalucía	Gente	C. Valenciana	Mundo/Internacional	Cataluña	La Revista	Com/Radio y TV	Madrid	Crónica	Opinión	Cultura	País Vasco	Deportes	Sociedad	Domingo	Toros	Esfera	Última	España	Uve	Géneros:	<table border="1"> <tr><td>Artículo / Columna de opinión</td><td>Editorial/Suelto</td></tr> <tr><td>Cartas</td><td>Entrevista</td></tr> <tr><td>Crítica</td><td>Noticia</td></tr> <tr><td>Crónica</td><td>Reportaje</td></tr> </table>		Artículo / Columna de opinión	Editorial/Suelto	Cartas	Entrevista	Crítica	Noticia	Crónica	Reportaje
Andalucía	Gente																															
C. Valenciana	Mundo/Internacional																															
Cataluña	La Revista																															
Com/Radio y TV	Madrid																															
Crónica	Opinión																															
Cultura	País Vasco																															
Deportes	Sociedad																															
Domingo	Toros																															
Esfera	Última																															
España	Uve																															
Artículo / Columna de opinión	Editorial/Suelto																															
Cartas	Entrevista																															
Crítica	Noticia																															
Crónica	Reportaje																															
Autoría:	<table border="1"> <tr><td>Agencias</td><td>Otros</td></tr> <tr><td>Columnistas</td><td>Particulares y colectivos</td></tr> <tr><td>Críticos</td><td>Periodistas</td></tr> <tr><td>Periódico</td><td>Sin firma</td></tr> <tr><td>Expertos</td><td></td></tr> </table>	Agencias	Otros	Columnistas	Particulares y colectivos	Críticos	Periodistas	Periódico	Sin firma	Expertos		Encabezamiento:	<table border="1"> <tr><td>Titular sí</td><td>Antetítulo/Subtítulo sí</td></tr> <tr><td>Titular no</td><td>Antetítulo/Subtítulo no</td></tr> </table>		Titular sí	Antetítulo/Subtítulo sí	Titular no	Antetítulo/Subtítulo no														
Agencias	Otros																															
Columnistas	Particulares y colectivos																															
Críticos	Periodistas																															
Periódico	Sin firma																															
Expertos																																
Titular sí	Antetítulo/Subtítulo sí																															
Titular no	Antetítulo/Subtítulo no																															
Mención:	<table border="1"> <tr><td>Alusión en contexto ajeno</td></tr> <tr><td>Texto completo</td></tr> <tr><td>Uno o varios párrafos</td></tr> </table>	Alusión en contexto ajeno	Texto completo	Uno o varios párrafos	Nº de repeticiones en cada artículo de "telebasura":	<table border="1"> <tr><td>Nº Veces</td></tr> </table>		Nº Veces																								
Alusión en contexto ajeno																																
Texto completo																																
Uno o varios párrafos																																
Nº Veces																																
Características:	<table border="1"> <tr><td>Informativo crítico</td></tr> <tr><td>Informativo favorable</td></tr> <tr><td>Opinión crítico</td></tr> <tr><td>Opinión favorable</td></tr> <tr><td>Otras</td></tr> </table>	Informativo crítico	Informativo favorable	Opinión crítico	Opinión favorable	Otras	Frases textuales:	<table border="1"> <tr><td>-----</td></tr> <tr><td>-----</td></tr> <tr><td>-----</td></tr> </table>		-----	-----	-----																				
Informativo crítico																																
Informativo favorable																																
Opinión crítico																																
Opinión favorable																																
Otras																																

Tema general:	<table border="1"> <tr><td>Fenómeno</td></tr> <tr><td>Fenómeno-Parrilla</td></tr> <tr><td>Fenómeno-Parrilla-Programas</td></tr> <tr><td>Fenómeno-Programas</td></tr> <tr><td>Parrilla</td></tr> <tr><td>Parrilla-Programación</td></tr> <tr><td>Programas</td></tr> </table>	Fenómeno	Fenómeno-Parrilla	Fenómeno-Parrilla-Programas	Fenómeno-Programas	Parrilla	Parrilla-Programación	Programas	Tema específico:	<table border="1"> <tr><td>Responsabilidad demanda</td></tr> <tr><td>Responsabilidad oferta</td></tr> <tr><td>Programación negativa</td></tr> <tr><td>Programación positiva</td></tr> <tr><td>Quejas</td></tr> <tr><td>Reflexiones</td></tr> <tr><td>Regulación</td></tr> <tr><td>Retirada de programa</td></tr> </table>		Responsabilidad demanda	Responsabilidad oferta	Programación negativa	Programación positiva	Quejas	Reflexiones	Regulación	Retirada de programa													
Fenómeno																																
Fenómeno-Parrilla																																
Fenómeno-Parrilla-Programas																																
Fenómeno-Programas																																
Parrilla																																
Parrilla-Programación																																
Programas																																
Responsabilidad demanda																																
Responsabilidad oferta																																
Programación negativa																																
Programación positiva																																
Quejas																																
Reflexiones																																
Regulación																																
Retirada de programa																																

(Continúa en página siguiente)

Personajes:		Televisiones nacionales:	
POSITIVAS	NEGATIVAS	POSITIVAS	NEGATIVAS
Columnistas		TVE	
Críticos		La Primera	
Expertos		La 2	
Entrevistados		Antena 3	
Otros		Tele 5	
Particulares y Colectivos			
Periódicos			
Periodistas			
Políticos			
Productores y Directores			
Televisiones autonómicas:		Televisiones extranjeras:	
POSITIVOS	NEGATIVOS	POSITIVAS	NEGATIVAS
Canal 9		Alemania	
Telemadrid		EE.UU.	
Canal Sur		Gran Bretaña	
TV3		Holanda	
CLMTV		Italia	
		Rusia	
Observaciones:		Resumen:	
----- ----- -----		----- ----- -----	

Conclusiones

Los resultados obtenidos tras recoger, almacenar y categorizar los datos permiten responder a los interrogantes planteados. Se han considerado tres criterios:

En primer lugar, el análisis de frecuencia: permite unas medidas de intensidad y de importancia. Este criterio sirve para jerarquizar las unidades, los temas, las categorías aisladas en un sistema de mensajes. Para ello, se han elaborado unos gráficos y tablas con cada una de las variables consideradas.

En segundo lugar, el análisis asociativo: una variante de este análisis, elaborado por el psicó-

logo Osgood, se centra en la investigación sobre los mensajes de los media incluyendo por lo tanto algunas modificaciones con respecto al modelo inicial. Consiste en cotejar las asociaciones registradas en el corpus con las asociaciones que se observen fuera. En este caso, nos referimos al contexto político, social, legislativo y comunicativo en el que se inserta el discurso de la prensa.

Por último, el análisis evaluador: el mismo autor crea esta técnica que permite medir de un modo relativamente exacto las actitudes favorables-desfavorables de un mensaje. Entre sus aplicaciones, cuenta con la posibilidad de medir el grado de orientación de un texto, su grado de

compromiso, descubrimiento de tendencias y la ideología subyacente, etc. La aplicación de este análisis será de gran utilidad sobre las categorías cualitativas “personajes” y “televisiones” (Kientz, 1976, 174-180).

- Las informaciones publicadas sobre telebasura en los diarios analizados no siguen ninguna tendencia definida en 14 años. Registran una frecuencia similar en ambos casos y cíclica, relacionada con las diversas movilizaciones y acontecimientos sociales, políticos, regulativos y mediáticos que tienen lugar en momentos determinados, con especial importancia en los años 2003 y 2004.

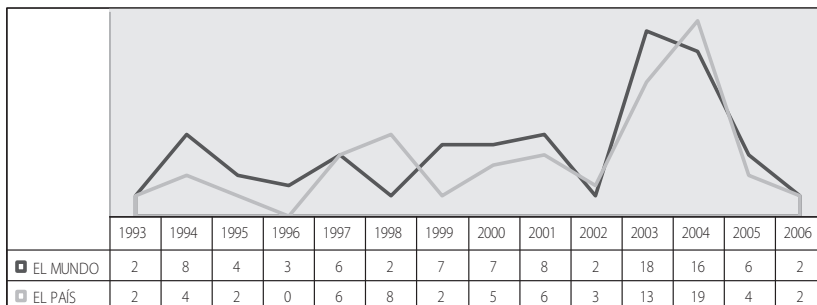
Durante este bienio se producen dos hechos que generan una parte importante de los textos sobre telebasura: unas declaraciones radiofóni-

Los tres documentos públicos que la abordan directamente: *El Manifiesto contra la telebasura* (colectivos, asociaciones y sindicatos, 1997), las *Consideraciones sobre la telebasura* (CAC, 2003) y *Una aproximación a la telebasura* (AUC, 2004) coinciden con esos períodos de preocupación social ante unos contenidos considerados de baja calidad y alertados por los efectos que puedan originar en los menores.

Asimismo, el mayor número de publicaciones que contienen el término telebasura en el Congreso y el Senado tienen lugar en 2003 y 2004³.

- Con respecto a la ubicación de los textos, se han recuperado referencias a la telebasura en 20 secciones distintas: la mitad de los artículos en *Opinión*, en las televisivas y en *Sociedad*. El otro 50%, disperso en la crónica diaria, lo

Gráfico 1 · Unidades de análisis en *El País* y en *El Mundo* sobre telebasura (1993-2006)



cas del entonces presidente del Gobierno José María Aznar sobre la mala calidad de las televisiones y el cambio de legislatura en marzo de 2004, con la promesa de un código de autorregulación que firmó el nuevo Gobierno socialista con las cadenas españolas².

que confirma los múltiples enfoques del término, que tiene más atributos de fenómeno social que televisivo.

² PSOE (2004): Programa electoral. Elecciones generales 2004. En: www.psoesoria.org/descargas.php?catid=7

³ 24 documentos en 2003 y 17 en 2004. (Congreso y Senado: Consultados los diarios de Sesiones del Congreso de los Diputados y del Senado así como los B.O.C.G. de la V a la VIII Legislaturas).

Tabla 1 • Secciones. Porcentajes horizontales y verticales

Secciones	El País	% El País	El Mundo	% El Mundo	Total	% Total
Andalucía	10	13%	0	0%	10	6%
C. Valenciana	4	5%	0	0%	4	2%
Cataluña	6	8%	4	4%	10	6%
Com/Radio y TV	18	24%	18	20%	36	22%
Crónica	0	0%	7	8%	7	4%
Cultura	2	3%	4	4%	6	4%
Deportes	0	0%	3	3%	3	2%
Domingo	3	4%	0	0%	3	2%
Esfera	0	0%	3	3%	3	2%
España	1	1%	2	2%	3	2%
Gente	1	1%	0	0%	1	1%
Mundo/Internal	0	0%	3	3%	1	1%
La Revista	2	3%	6	7%	3	2%
Madrid	0	0%	1	1%	8	5%
Opinión	12	16%	27	30%	39	23%
País Vasco	2	3%	0	0%	2	1%
Sociedad	14	18%	2	2%	16	10%
Toros	0	0%	1	1%	1	1%
Última	1	1%	9	10%	10	6%
Uve	0	0%	1	1%	1	1%

- En el análisis de los géneros predomina el de *Opinión*, sobre todo a través de columnas, aunque también las *Cartas al director* y los *Editoriales* prueban que la telebasura ha sido expuesta como una cuestión de interés para la opinión pública. En este sentido, también los diarios la han presentado como asunto de actualidad y las Noticias sobre las novedades referidas a ella han sido el segundo género más frecuente; su análisis ha permitido una aproximación a los intereses ideológicos y empresariales de cada periódico, que coinciden con la línea política y editorial (*El País*, cercano a las ideas socialistas y *El Mundo*, más favorable al PP).

A pesar de la repercusión social de la telebasura, llama la atención la escasa presencia del tema en los *Editoriales* de los dos principales diarios de referencia españoles que, desde esta tribuna institucional, apenas han proporcionado las claves del fenómeno a sus lectores. Esta carencia no significa que los contenidos televisivos no hayan sido objeto de debate; la indefi-

- Los elementos de titulación son las credenciales de los artículos y una parte esencial para “enganchar” a los lectores. Deben ser inequívocos, concretos y accesibles. Al incorporar el término desde los primeros años en que se reconocen las manifestaciones de telebasura en los titulares de *Noticias*, *Crónicas*, *Reportajes*, *Artículos de opinión* e incluso un *Editorial*, la prensa ha contribuido a confirmar una de las tendencias que lo caracterizan: su generalidad y reconocimiento social a pesar de no poseer unanimidad en su definición⁴.

- También se consideraba esencial en el análisis establecer una aproximación al grado de profundización del fenómeno en los documentos para comprobar si el rigor y el análisis propios del medio prensa era reflejado en este tema. Los resultados indican que un 18% de la muestra ha correspondido a artículos dedicados en su totalidad al tratamiento de la telebasura. Otra mitad lo ha hecho dentro de un pequeño marco explicativo y en el resto sólo se ha mencionado (sin calificarla, describirla, etc.). (Ver tabla nº 3)

Tabla 2 • Géneros. Porcentajes horizontales y verticales

Géneros	El País	% El País	El Mundo	% El Mundo	Total	% Total
Artículos / Columnas de opinión	16	21%	35	38%	51	31%
Cartas al director	8	11%	6	7%	14	8%
Críticas	3	4%	8	9%	11	7%
Crónicas	2	3%	11	12%	13	8%
Editoriales / Suelos	2	3%	5	5%	7	4%
Entrevistas	9	12%	6	7%	15	9%
Noticias	21	28%	11	12%	32	19%
Reportajes	15	20%	9	10%	24	14%

nición del término podría explicar el limitado uso en este género.

⁴ Como se indicó, la máxima autoridad lingüística del país sólo identifica el término con un rasgo: “Conjunto de programas televisivos de muy baja calidad”. DRAE op. cit.

Tabla 3 · Mención. Porcentajes horizontales y verticales

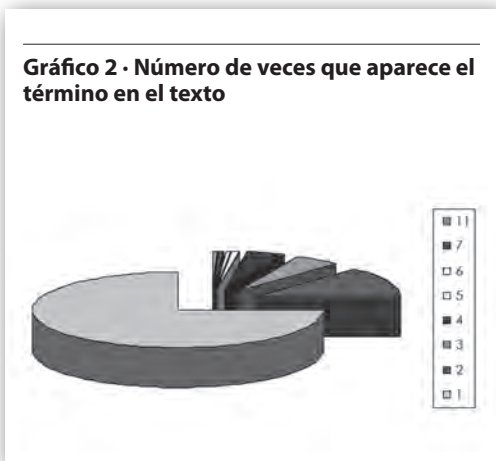
Mención	El País	% El País	El Mundo	% El Mundo	Total	%Total
Alusión en contexto ajeno	14	18%	36	40%	50	30%
Texto completo	17	22%	13	14%	30	18%
Uno o varios párrafos	45	59%	42	46%	88	52%

- Este bajo porcentaje de dedicación exclusiva a la telebasura era corroborado también con el análisis referido al número de veces que aparecía el término en cada documento: una media de 1,5.
- En el campo *Características* se examinó si la base del texto periodístico se componía de

hechos o si predominaban las opiniones y si éstas eran favorables o no al tema objeto de estudio. El análisis confirma que prima la actitud opinativa y beligerante por parte de ambos periódicos.

- Otro de los objetivos que se planteaba consistía en comprobar la posición de la prensa con respecto al debate sobre la responsabilidad de la telebasura. Los argumentos favoritos de programadores, productores, directivos, anunciantes o algunos sociólogos para justificar la presencia de determinados tipos de contenidos en las televisiones son varios:

Hablan de los espectadores, considerados soberanos en su toma de decisiones. Esta corriente de opinión apela a la libertad de expresión y se ampara en la demanda de la audiencia, identificándola con la voluntad democrática. Con respecto a los menores, centran la responsabilidad en las familias y las instituciones educativas.

**Tabla 4: Características. Porcentajes horizontales y verticales**

Características	El País	% El País	El Mundo	% El Mundo	Total	% Total
Informativo crítico	19	25%	9	10%	28	17%
Informativo favorable	0	0%	1	1%	1	1%
Opinión crítico	46	61%	59	65%	105	63%
Opinión favorable	2	3%	9	10%	11	7%
Otras	9	12%	13	14%	22	13%

Sin embargo, los lectores y los intelectuales provenientes sobre todo de ámbitos académicos atacan esas posturas al cuestionar que las elecciones con el mando a distancia sean realmente tan libres como para permitir a la gente las opciones de juzgar y elegir. También se critica la apuesta “a la baja” en la calidad de los contenidos rompiendo con una de las funciones esenciales que se presuponen a los medios desde los primeros estudios de la ciencia de la comunicación moderna. Por último, la protección de la infancia se nombra como una de las cuestiones que se deben vigilar desde los medios de comunicación.

El planteamiento se traduce en la prensa en la publicación del doble de artículos (un 6% frente a un 3%) que dan voz y refrendan los argumentos que señalan como culpables de la telebasura a los emisores a los que se presupone un gran poder y cuyo control es ejercido por empresarios que priorizan la búsqueda de la lógica económica.

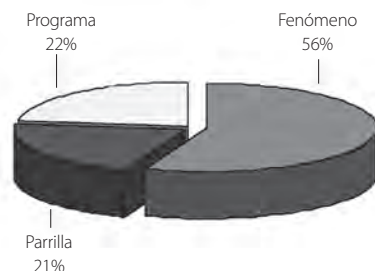
- Para estudiar el término se consideró preciso comprobar a qué temas iba asociado. Dada la ausencia de estudios referidos al tratamiento informativo de este tema, no existen catalogaciones genéricas ni específicas para encuadrar los textos. Por lo tanto, las opciones utilizadas en el presente trabajo han sido establecidas en función de la observación del analista. Cada tema se asocia con un máximo de dos variables de manera que se pudieran delimitar con claridad los campos más significativos y su importancia cuantitativa en razón de la cantidad de trabajos periodísticos que correspondieran a cada uno.

En la propuesta de registro de temas se establecieron dos clasificaciones. Un primer nivel general permitió identificar más de la mitad de

los textos con un discurso sobre la telebasura como fenómeno social (su alcance y consecuencias) sin atribuciones concretas a cadenas o a programas.

Esto corrobora la conclusión que se derivó del análisis de las secciones, (en 20 distintas se localizaron artículos) y que invitan a pensar que el interés de los periódicos ha sido tratar de telebasura, sobre todo en lo que concierne a su relevancia en la sociedad.

Gráfico 3 · Porcentaje de temas. Clasificación global



- En un segundo nivel más específico, se expuso un listado de campos (considerados los más significativos) y que quedan enumerados por orden en razón de la cantidad de trabajos periodísticos que la han relacionado: *Reflexiones*, *Otros temas*, *Programación negativa*, *Política*, *Quejas*, *Responsabilidad oferta*, *Regulación*, *Programación positiva*, *Responsabilidad demanda* y *Retiradas de programas*.

Esto significa que la prensa ha señalado el concepto desde una perspectiva de meditación (propia de un término indefinido o debatible⁵),

⁵ Cabe recordar que sólo un 18% de la muestra se refiere a artículos dedicados exclusivamente a la reflexión sobre la telebasura. El resultado que aquí se obtiene revela que el contexto en el que se menciona el término (puede ser menor que un párrafo) esté enmarcado en una proposición reflexiva.

ha sido utilizado para referirse a cadenas con una programación considerada de baja calidad (más adelante se especifican cuáles) y también ha servido para criticar las actuaciones políticas derivadas en gran medida de la relación entre las televisiones públicas y los gobiernos.

Tabla 5 • Tema específico. Porcentajes verticales

Tema específico	Total	% Total
Culpa demanda	6	3 %
Culpa oferta	13	6%
Otros temas	42	19%
Política	23	11%
Programación negativa	37	17%
Programación positiva	14	6%
Quejas	17	8%
Reflexiones	51	23%
Regulación	13	6%
Retirada de programa	3	1%
Total	219	100%

- Las declaraciones de determinados grupos sociales en los mensajes periodísticos proporcionaron información sobre quienes han contribuido en mayor medida a conformar el término. La voz de *Periodistas* y *Columnistas* es la que origina un mayor número de textos sobre telebasura. A pesar de que el origen del término corresponde a un ámbito específico, más propio de *Expertos* y *Críticos*, estos grupos son los que menos aparecen. Es más: sobre el concepto ha firmado un gran elenco de grupos profesionales y particulares. Un ejemplo de esta diversidad se observa con los entrevistados: es previsible que personajes vinculados al medio sean preguntados por la telebasura pero el hecho de que el periodista

plantee o el entrevistado (escritores, actores, cantantes e incluso un ministro de Industria) mencione el concepto, es un indicador más del alcance social que transmite la prensa sobre este fenómeno.

Lo mismo ocurre con las *Cartas al director*: la iniciativa de los lectores (*Particulares* y *Colectivos*) muestra su inquietud por la trascendencia de la telebasura en la sociedad.

Sobre los *Críticos* de televisión se pretendía verificar si su actitud negativa hacia el medio se reflejaba en la crítica hacia los contenidos calificados de telebasura. Que el número de textos correspondientes a esta categoría sea tan sólo de un 6% demuestra su poco interés en tratar este fenómeno; asimismo, que en su evaluación predomine la actitud contraria pero muy seguida de la neutra e incluso esté presente la favorable, prueba que la hostilidad con el medio no está especialmente determinada por dichos contenidos. (*Gráfico n° 4 - pag. 42*)

- En cuanto a la presencia y tratamiento de las distintas televisiones y programas en el estudio, se hizo una distinción entre las estatales, las autonómicas y las extranjeras.

El análisis confirma que en todas las del primer grupo –con excepción de *La 2-*, por su relación con la telebasura, la prensa traslada una imagen negativa, especialmente notoria en los casos de *Tele 5* (con un 37%) y *TVE* (con un 27%).

Con respecto al tratamiento de cada periódico, se ha detectado la implicación ideológica a la hora de evaluar los contenidos, en gran medida en las televisiones públicas.

En estas críticas, se ratifica que los textos de telebasura se han representado por la baja calidad de los contenidos y su politización. En las etapas en las que gobernaba el PSOE recibía más ataques de *El Mundo* y lo mismo ha ocurrido con

Gráfico 4 · Porcentaje de frecuencia de alusión a distintos grupos



El País cuando el Gobierno era popular. En las televisiones privadas el objeto de estudio ha tenido otras referencias.

Coincidiendo con los analistas, la imagen de la cadena de “los doce meses doce causas” (*Tele 5*) queda reflejada cuantitativa y cualitativamente como paradigma de una televisión muy próxima a lo que en opinión general se entiende por telebasura. La asociación de *Antena 3* con el término resulta casi tres veces inferior a *Tele 5* (16%). En estos casos las críticas se han referido a sus directivos, a la calidad de la rejilla y a algunos programas concretos.

- La imagen negativa relacionada con la telebasura en la mayoría de las televisiones públicas autonómicas (20 artículos sobre 29) coincide en el tipo de críticas con las públicas estatales: se deben a las constantes suspicacias sobre la politización. En estos casos se añade además un rol de competitividad e identidad con respecto a las estatales. Una gran parte de la imagen negativa se la llevan *Telemadrid* y *Canal 9*. El programa ‘Tómbola’ ha estado en el centro de debate en ambos casos.

Sin embargo, en líneas generales su evaluación suaviza la tendencia negativa que presenta-

Gráfico 5 · Porcentaje de frecuencia y evaluación de las televisiones nacionales

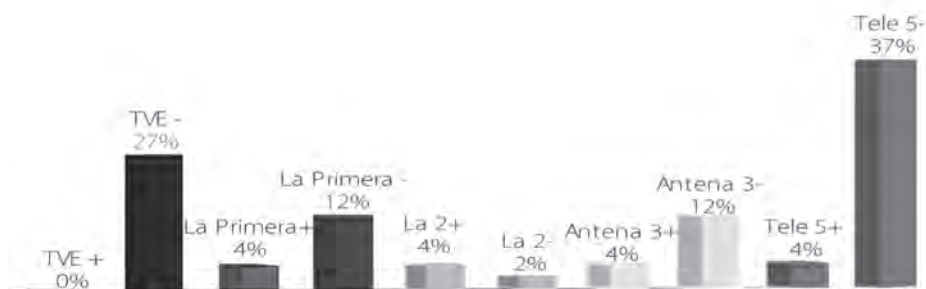


Gráfico 6 · Porcentaje de frecuencia y evaluación de las televisiones autonómicas.

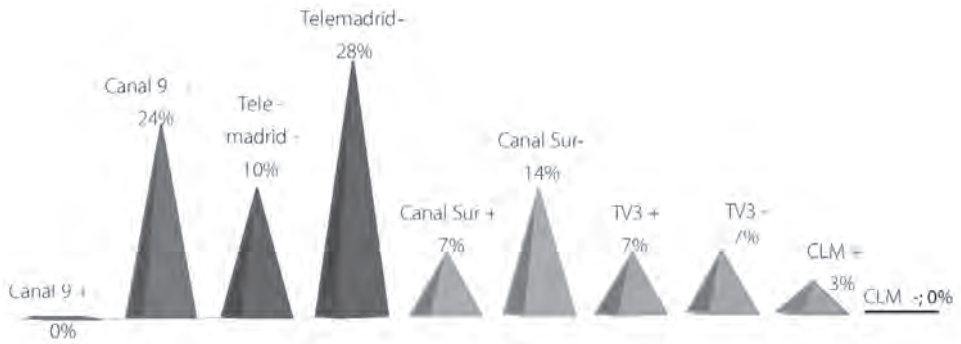
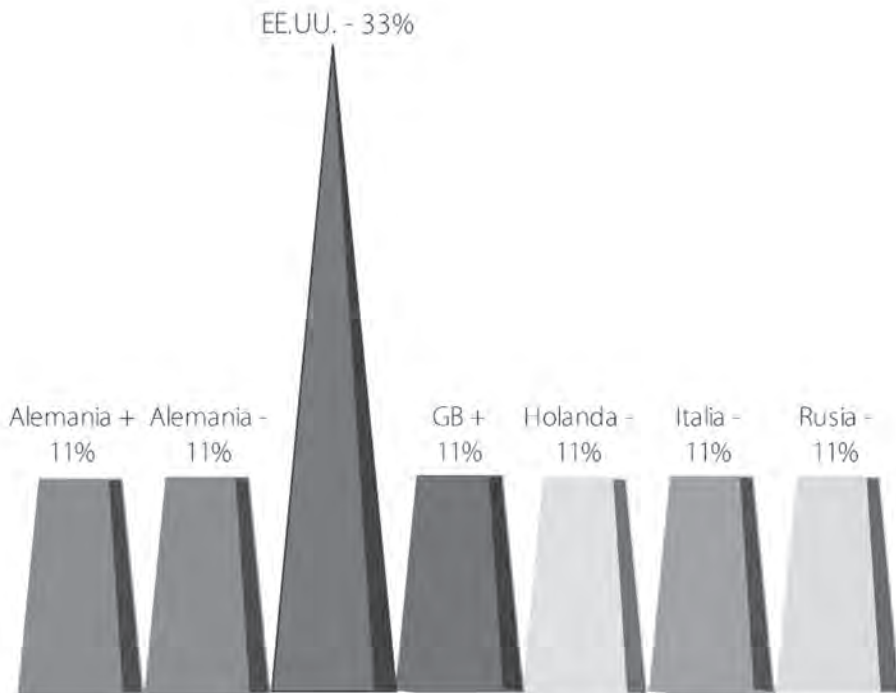


Gráfico 7 · Porcentaje de frecuencia y evaluación de las televisiones extranjeras



ban las estatales, que registraban mayores diferencias entre estos dos niveles. (Ver gráfico nº 6, pag. 43)

- En lo concerniente a las televisiones extranjeras, el número de artículos es el menor de las tres. Las escasas referencias sobre ellas revelan lo siguiente: La norteamericana sólo aparece en el plano negativo: su modelo comercial está ligado a la telebasura y se apunta a ese país como uno de los orígenes del fenómeno que ha importado España.

En las europeas, hay que distinguir públicas de privadas: las primeras, en Gran Bretaña y Alemania, parecen alejarse de la etiqueta mientras que las televisiones privadas alemana, rusa, holandesa e italiana no se libran de programas considerados sin ningún tipo de dudas 'telebasura'

por parte de los respectivos corresponsales y enviados especiales que comentan las novedades televisivas. (Ver gráfico nº 7, pag. 43)

Finalmente señalar que esta revisión ha servido para confirmar que casi dos décadas después de que se empezara a hablar de 'telebasura' el término se ha integrado en el concepto 'actualidad' desde todos los terrenos que ha ido salpicando. Evidentemente, la falta de una definición unívoca ha sido causa y efecto de la polémica. Desde el punto de vista académico resultan enriquecedores los debates e inquietudes sobre los contenidos de los medios porque ponen a prueba la capacidad de interactuar de una sociedad crítica ante las propuestas catódicas.

Bibliografía

- Aguado, G. (2005). Retos de la televisión en Europa: Viabilidad y tendencias de mercado. Trabajo realizado en el área de investigación *Retos y tendencias de las empresas informativas europeas*, en el marco del Módulo Europeo Jean Monnet de la Universidad Antonio de Lebrija. 2005/2007. Disponible en: www.nebrija.com/jean-monnet/pdf/aguado-guadalupe.pdf
- Agrupación de Telespectadores y Radioyentes. (1997). Manifiesto contra la telebasura. Disponible en: www.arrakis.es/~pedra/tvbasura.htm
- Asociación de Usuarios de la Comunicación. (2003). Aproximación a la Telebasura. En *Documentos AUC*. Madrid. Disponible en: www.auc.es/Documentos/Documentos%20AUC/Docum2004/docu15.pdf
- Barrera, C. (1994). La crítica de los reality shows en la prensa. En *Comunicación y Sociedad*, Volumen VII nº 2. Disponible en: www.unaves.cys/vii2/barrera.htm
- Beltrán, D. (2003, 6 de julio) De la telebasura a la política basura. En *Vertele.com*. Disponible en: http://infotk.blogspot.com/infotk/2003/10/de_la_telebasur.html
- Berrocal, S. y Rodríguez, C. (1998). *Manual para aprender a leer periódicos*. Madrid: Universitas. S.A.
- Bertrand, C. (1992). *La televisión en Estados Unidos: ¿qué nos puede enseñar?* Edición española, Esteban López-Escobar. Madrid: Rialp, D. L.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Brack, D. (2004). Los medios cubren a los medios más y mejor que nunca. En *Informe Mundial 2004. Innovaciones en periódicos*. International Media Consulting.
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- Cachán, C. (1995). *Ideología subyacente de El País, El Mundo, La Vanguardia y El Correo Español, a la luz de la información ecológica*. Memoria para optar al grado de doctor. Universidad Complutense de Madrid.
- Camps, V. (2006). Las tiranías de la televisión. En *Medios de comunicación. Tendencias 2006. El año de la televisión*. Fundación Telefónica.
- Canel, M. J. (1999). *El País, ABC y El Mundo: tres manchetras, tres enfoques de las noticias*. En *ZER*. nº 6. Disponible en: www.ehu.es/zer/zer6/5canel.htm
- Capdevilla, D. (2004). La telebasura nuestra de cada día' (I, II y III). En *Revista Vivat Academia*, nº 59, 60 y 61. Universidad de Alcalá. Disponible en: www2.uah.es/vivatacademia/inicio_va.htm
- Carrasco, R. (2001). Tele 5; Crecimiento y evolución de una empresa audiovisual informativa. En *Estudios de empresa informativa*. UCM. Disponible en: <http://www.ehu.es/danielgarcia/empresainformativa/telecinco.pdf>
- Cebrián, M. (2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet*. Barcelona: Paidós.
- Cinco Días (2003, 23 de octubre). Henkel, Matutano y Pascual retirarán su publicidad de los programas 'telebasura'. En *Cinco Días*.
- Cortés, J.A. (1998). *La programación en la neotelevisión*. Universidad Complutense de Madrid.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). (2004). Consideraciones del CAC sobre la telebasura. Disponible en: www.consejoaudiovisualdenavarra.es/actualidad/documents/consideraciones-telebasura.pdf
- Cubells, M. (2003). *Mírame tonto! Las mentiras impunes de la tele*. Barcelona: Robinbook.
- Dafonte, A. (2005). La telebasura en nuestra televisión. Presentado en el Congreso Internacional de Comunicación *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. UNAV. Disponible en: www.unav.es/fcom/cicom/grupos.htm
- De Felipe, F. (2007). El peligro de las (in) definiciones. Apuntes para un dossier sobre la "telebasura". En *Tripodos*, nº 21. Barcelona. Disponible en: www.tripodos.com/pdf/21_M15_defelipe.pdf
- De la Serna, V. (1999). El largo camino hacia el nuevo milenio. En el *Especial "10 años en los que se creó El Mundo (1989-1999)"*. El Mundo.
- Díaz, B. (2001). El estado de los medios. En *Informe anual de la comunicación 2000-2001*. Madrid: Ediciones Zeta.
- Díaz, L.: - (2005). *La caja sucia. Telebasura en España*. Madrid: La esfera de los libros, S.L.
- (2006). *50 años de TVE*. Madrid: Alianza Editorial
- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001). Vigésima segunda edición.
- Diezhandino Mª P. (1994). *Periodismo de Servicio*. Barcelona: Bosch.

- Eliás, C. (2004). *Telebasura y periodismo*. Madrid: Ediciones Libertarias.
- Esparza, J.J. (2001). *Informe sobre la televisión. El invento del maligno*. Madrid: Criterio Libros.
- Fernández, J. (2006). La refundación del sector audiovisual. En *Medios de comunicación. Tendencias 2006. El año de la televisión. Fundación Telefónica*. Disponible en: www.infoamerica.org/TENDENCIAS/tendencias/tendencias06/pdfs/12.pdf
- Fuente, U. (2008). De la parabólica a la era digital. En el *Especial El periódico de una década. La Razón*.
- Grijelmo, A. (1997). *El estilo del periodista*. Barcelona: Taurus.
- Guerrero, A. (2002). Betty la fea y Ecomoda, ¿por la telebasura hacia la hispanidad? En *Catoblepas, Revista crítica del presente* nº 4. Disponible en: www.nodulo.org/ec/2002/n004p05.htm
- Huertas, A. (2006) De la medición de la audiencia al conocimiento de los públicos. En el *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Disponible en: www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_pdf.asp?id_licio=22
- Ibáñez, J. C. (1999) Fuentes documentales de la crítica de televisión en la prensa diaria de ámbito estatal. En *Cuadernos de Documentación Multimedia*, nº 8, Disponible en: www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num8/anexo/criticatv/home.htm
- Igartua, J. J. y Humanes, M.L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. En el *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Disponible en: www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/6.pdf
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual*. Barcelona: Gedisa.
- Kientz, A. (1976). *Para analizar los mass media. El análisis de contenido* – Valencia: Fernando Torres, D.L. [traducción, Mercedes Lazo] (2ª edición).
- León, T. (2006). Radiografía de los grandes diarios. En *Medios de comunicación. Tendencias 2006. El año de la televisión*. Fundación Telefónica.
- Maqua, J. (1994). Esperábamos la televisión y llegó la telebasura. En el *Especial Cinco años que cambiaron el mundo*. El Mundo.
- Martínez, L. (1999) La problemática del modelo europeo de televisión. En *Formats*. Universidad Pompeu Fabra. Nº 2. Disponible en: http://www.iaa.upf.es/formats/formats2/mar_e.htm
- Martínez, V.A. et Alt. (2007). El análisis de las audiencias de la “telebasura” desde la óptica de la teoría de la “espiral del silencio”. En *Hologramática. Facultad de Ciencias Sociales UNLZ*, Año VI, nº 7, V2. Disponible en: www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=742
- Mateos, C. (2004). Telebasura y periodismo: se deslizan las fronteras. En *ZER* nº 17. UPV Disponible en: www.ull.es/publicaciones/latina/1/elias.pdf
- McCombs, M.; Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. En *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, nº 2.
- Morán, E. (1988). Géneros del periodismo de opinión. Pamplona. EUNSA.
- Moreno, C; de la Fuente, M. (2005). Propuesta de un modelo de evaluación para desarrollar formatos televisivos de calidad. En *Comunicar*, nº 25. Disponible en: www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=25&articulo=25-2005-150
- Olmo, J. (Coord). (1988). *Historia de TVE*. Madrid: Televisión Española.
- Palacio, M.
- (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- (2007). Elementos para una genealogía del término “telebasura” en España. En *Tripodos*, nº 21, Barcelona. Disponible en: www.tripodos.com/pdf/21_M01_palacio.pdf
- Pares, M. (2006) “La telebasura”: un fenómeno social preocupante. En *Telos*. Nº 66. Disponible en: www.campusred.net/telos/articulotribuna.asp?idarticulo=2&rev=66
- Piedrahita, M. (1994). *El rapto de la televisión pública*. Madrid: Nóesis, D.L.
- Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España*. Barcelona: Paidós.
- Riffe, D; Aust, Ch. F y Lacy, S. (1993). ‘The Effectiveness of Random, Consecutive Day and Constructed Week in Newspaper Content Analysis’. En *Journalism Quarterly*, Vol. 70, nº. 1.
- RTVE (2008, 1 de julio). Torrespaña cumple 20 años. RTVE. ES. Disponible en: www.rtve.es/informa/tveinforma/historico/1-07-02/torrespana.htm
- Salgado, X. (2005, 13 de marzo). ¿A salvo de la telebasura? *El Correo Gallego*.
- Sandoval, L. (2002). Intelectuales y medios de comunicación. Perplejidad, desconcierto y decisión. En *Razón y Palabra*. Nº 27. Disponible en: www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/lo-gos/antiores/n27/sandoval.html

Sampedro, V. (2002) Telebasura: Mc Tele y ETT. En ZER. N° 13. Disponible en: www.ehu.es/zer/zer13/telebasura13.htm

Vilches, L. (1993). *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.

Valdecantos, C. (2000, 7 mayo). El hermano menor. *El País*.

Varela, J. (2006). El fin de la era de la prensa. En Cuadernos de periodistas. N° 8 APM. Disponible en: http://institucional.ap-madrid.es/ACM_Upload/1611KXW622006.pdf