

Programación de la televisión generalista en Europa (UE5): cadenas públicas *versus* privadas

General-television programming in Europe (UE5): Public *versus* commercial channels

Emili Prado; Matilde Delgado; Núria García-Muñoz; Belén Monclús; Celina Navarro

Note: This article can be read in English on:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/mar/prado-delgado-garcia-monclus-navarro.pdf>

Cómo citar este artículo:

Prado, Emili; Delgado, Matilde; García-Muñoz, Núria; Monclús, Belén; Navarro, Celina (2020). "General-television programming in Europe (UE5): Public *versus* commercial channels". *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290204.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.04>

Artículo recibido el 15-07-2019
Aceptación definitiva: 29-01-2020



Emili Prado

<https://orcid.org/0000-0003-4871-2472>

Universitat Autònoma de Barcelona
Dep. de Com. Audiovisual i Publicitat.
Edifici I. Campus de la UAB.
08193 Bellaterra (Barcelona), España
emili.prado@uab.cat



Matilde Delgado

<https://orcid.org/0000-0002-3071-5934>

Universitat Autònoma de Barcelona
Dep. de Com. Audiovisual i Publicitat.
Edifici I. Campus de la UAB.
08193 Bellaterra (Barcelona), España
matilde.delgado@uab.cat



Núria García-Muñoz

<https://orcid.org/0000-0002-6169-8428>

Universitat Autònoma de Barcelona
Dep. de Com. Audiovisual i Publicitat.
Edifici I. Campus de la UAB.
08193 Bellaterra (Barcelona), España
nuria.garcia@uab.cat



Belén Monclús

<https://orcid.org/0000-0002-8026-6778>

Universitat Autònoma de Barcelona
Dep. de Com. Audiovisual i Publicitat.
Edifici I. Campus de la UAB.
08193 Bellaterra (Barcelona), España
belen.monclus@uab.cat



Celina Navarro ✉

<https://orcid.org/0000-0002-3127-7358>

Universitat Autònoma de Barcelona
Dep. de Com. Audiovisual i Publicitat.
Edifici I. Campus de la UAB.
08193 Bellaterra (Barcelona), España
celina.navarro@uab.cat

Financiación

Este artículo es un resultado del proyecto de investigación *De la hegemonía a la competencia: transformaciones en las estrategias programáticas de las televisiones públicas europeas en los últimos 30 años (UE5)* (PGC2018-094863-B-100, MCIU-Feder).

Resumen

El acceso y el consumo de la televisión generalista ha variado tras la convergencia tecnológica. El diseño de las programaciones de la televisión lineal generalista es clave para entender las políticas que los operadores están aplicando en la oferta de géneros y formatos, y observar las divergencias y similitudes entre cadenas de titularidad pública o privada. Este artículo analiza la oferta televisiva de 25 cadenas generalistas, públicas y privadas, que operan en Alemania, España, Francia, Italia y el Reino Unido. Algunos de los hallazgos de esta investigación muestran: a) escasa diversidad de géneros, b) la política editorial de las emisoras públicas se diferencia nítidamente de las privadas privilegiando la oferta de información, la ficción de producción nacional, y los *info-shows* de tipo documental, y c) apuestas de géneros diferenciadas por titularidades según los países.

Palabras clave

Programación; Géneros; Televisión pública; Televisión privada; Europa; Ficción televisiva; Información televisiva; *Prime-time*.

Abstract

Technological convergence has affected the media context of generalist television, modifying access and the consumption of content. The design of the scheduling of the general-interest linear television is a key element in understanding the policies that the operators follow when offering genres and formats, and in observing the similarities and differences between public and private ownership. This article analyses the television schedules of 25 generalist channels, public and commercial, operating in Germany, Spain, France, Italy and the United Kingdom. Some of the findings of this investigation show a) little diversity of genres, b) that the editorial policy of public broadcasters clearly differentiates them from private ones by prioritizing informational offerings, national fiction, and documentary info-shows, and c) strategic differences of genres by ownership in each country.

Keywords

Programming; Scheduling; Genres; Public television; Private television; Europe; Television fiction; Television information; Prime-time.

1. Programación en las televisiones generalistas europeas

El estudio de la oferta de programas de las televisiones generalistas es esencial para conocer los roles de la televisión pública en el sistema audiovisual. Las transformaciones en la industria audiovisual provocadas por la digitalización y la convergencia de medios y dispositivos, y los cambios en el acceso y consumo de contenidos (Bustamante, 2010; Creeber; Hills, 2007; Dhoest; Simons, 2016; Meikle; Young, 2008; Prado; Fernandez-Quijada, 2006) contextualizan las políticas editoriales de los operadores. Ese escenario es clave para poder entender las posibles estrategias de programación, como ya lo fue en otros períodos históricos, como la privatización y la desregulación (De-Moragas; Prado, 2000; Prado et al., 1999; De-Moragas; Garitaonandía; López, 1999) que rompieron con las lógicas precedentes (Montero, 2018).

La oferta de contenidos en el escenario actual revaloriza determinados géneros que se han desarrollado a la largo de la historia de la televisión como pilares fundamentales. La ficción, junto a la información y el *infotainment* o *info-show* son los principales géneros programados, tanto desde la perspectiva cuantitativa como desde la cualitativa (De-Bens; De-Smaele, 2001; García-Muñoz; Larrègola, 2010). En estos últimos destaca, además, la relevancia de la circulación de formatos y su adaptación a los mercados televisivos locales en Europa (Bourdon, 2012; Cebrián-Herreros, 2004; Esser; Jensen, 2015; Chalaby, 2009; Frau-Meigs, 2006; Moran; Malbon, 2006; Wolf, 1984).

Las aportaciones teóricas sobre los géneros (Creeber, 2001; Mittell, 2001; 2004; Wolf, 1984) no sólo han permitido constatar la supervivencia y multiplicación de géneros específicos, como las series o los *talk shows*, sino que también favorecen la consolidación de otros y la proliferación de formatos, como la *docuserie*, el *reality game*; y confirma la influencia e hibridaciones entre los géneros (Beck; Hellmueller; Aeschbacher, 2012; Biressi; Nunn, 2005; Brants, 1998; Nabi, 2007; Kilborn, 1994; Rodríguez-Pastoriza, 1997). Además, los factores de contexto propios de la industria son también esenciales para la interpretación de los géneros programáticos (Edgerton; Rose, 2008; Newcomb, 2005).

Uno de los aspectos diferenciales respecto a la titularidad de las cadenas, y que se ha abordado desde la investigación académica, es la política de programación de la ficción con respecto a su origen (De-Bens; De-Smaele, 2001; Delgado; Prado; Navarro, 2017; Navarro; Prado, 2019; Prado; Delgado, 2010). Tradicionalmente, los contenidos de compra han sido mayoritarios en la programación de los canales generalistas (Buonanno, 2002; 2008; Bechelloni; Buonanno, 1997; Lacalle et al., 2018) y es una tendencia que los datos del *Observatorio del Audiovisual Europeo* siguen confirmando, pero con la excepción de los canales públicos y los canales culturales y educativos (Lange, 2015; Kevin; Ene, 2015). En este sentido, Delgado, Prado y Navarro (2017) ya apuntaban a los rasgos distintivos de las cadenas públicas generalistas europeas (UE5) con una mayor presencia de contenidos domésticos y una mayor variedad en el origen de la producción de compra.

Además de la oferta y distribución de los géneros, es fundamental la política de programación en cuanto a las franjas horarias de esos contenidos en los distintos mercados europeos. Por ello, la estrategia de la televisión generalista viene también determinada por la ubicación horaria de sus géneros y formatos (Bustamante; Zallo, 1988; Degn; Krogager,

2017; Wittebols, 2004; Faus-Belau, 1995). La importancia del flujo programático en el estudio de la oferta televisiva es esencial para poder llevar a cabo una correcta interpretación de los datos (Williams, 2004; Altman, 1986). Así, la estructura y distribución de los contenidos en las parrillas de la televisión generalista más populares en Europa determina el modelo de televisión pública actual y de futuro frente a los ya observados (Brown; Picard, 2005; Bustamante; Álvarez-Monzoncillo, 1999; Cebrián-Herreros, 2004; Contreras; Palacio, 2001; Eastman; Ferguson, 2006; De-Moragas; Prado, 2000; Richeri, 1983).

2. Objetivos y metodología

Se analiza la programación de los principales canales de TDT en abierto de los cinco grandes mercados europeos en la temporada 2018/2019. El objetivo general es el análisis de las lógicas programáticas de estas televisiones haciendo hincapié en su comparación en función de diferentes factores como el país, las franjas horarias, y sobre todo la titularidad de las cadenas como eje central del estudio.

Para alcanzar dicho objetivo se plantean las siguientes preguntas de investigación:

PI1. ¿Cuáles son las divergencias y similitudes en la estructura de la oferta de las cadenas según su titularidad?

PI2. ¿Cuáles son las estrategias de competencia entre canales públicos y privados en la franja de mayor audiencia?

PI3 ¿Cuál es el peso de la ficción de producción propia en las políticas programáticas de los canales europeos?

Los resultados que se presentan en este artículo son datos inéditos, parte del proyecto de investigación *De la hegemonía a la competencia: transformaciones en las estrategias programáticas de las televisiones públicas europeas en los últimos 30 años (UE5)* (PGC2018-094863-B-100, MCIU-Feder). La muestra está compuesta por la programación de contenidos de los 25 canales generalistas europeos de los cinco mercados televisivos más grandes de Europa en la temporada 2018/19: Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido. La muestra analizada pertenece a la semana del 19 al 25 de noviembre de 2018, en el horario de 06:00/07:00 de la mañana a las 01:00, lo que implica un total de más de 3.200 horas de emisión. Para su análisis se ha empleado la técnica del análisis de contenido, utilizando las categorías y variables de *Euromonitor*¹.

La clasificación de géneros contempla un triple nivel:

- se identifica la naturaleza del programa (macrogénero);
- se clasifica el programa según su formato (género);
- se atiende a la temática principal del programa (microgénero).

Para este artículo se explotan solamente los datos de los dos primeros niveles: macrogéneros y géneros (tabla 1).

La programación se analiza también en función de la franja horaria de emisión. Estas franjas varían en función de los hábitos sociodemográficos de los países de la muestra. En lo relativo al análisis de las franjas, para este artículo sólo se han utilizado y de forma agregada los datos de la franja de *prime-time* y noche (tabla 2).

Tabla 1. Macrogéneros y géneros

Macrogénero	Género
Información	Cara a cara, Contenedor, <i>Current affairs</i> , Debate, Documental, Evento, Entrevista, Magacín, Mini magacín, Telediario, <i>News</i> magacín, Reportaje.
Ficción	Cine de animación, Cine, Cortometraje, Cortometraje de animación, Microserie, Miniserie, Serial, Serial de animación, Serie, Serie de animación, <i>Sitcom</i> , <i>Sitcom</i> de animación, Teatro, <i>TV movie</i> , <i>TV movie</i> de animación.
<i>Info-show</i>	Actualidad humor, Chat, Debate, <i>Docucomedy</i> , Docudrama, Docuserie, <i>Docusoap</i> , Entrevista, <i>Reality game</i> , <i>Reality show</i> , <i>Talk show</i> , Tribunal catódico.
<i>Show</i>	Cámara oculta, Circo, Contenedor, Debate, Especial, Festival, Gala, Humor/Sátira, Magia, Música, Teatro, <i>Sexy show</i> , Variedades.
Concurso	<i>Game</i> , <i>Quiz</i>
Infantiles	Animación, Animación disfraces, Animación mixta, Animación modelado, Animación títeres, Concurso, Contenedor, Cuentacuentos, Deporte, Dibujos animados, Diverso, Educación, Ficción, Ficción animal, Información, <i>Info-show</i> , Magacín, Magia, Mini magacín, Reportaje, <i>Show</i> , Teatro, Videojuegos, Vídeos musicales.
Jóvenes	Animación, <i>Collage</i> , Concurso, Contenedor, Debate, Deporte, Dibujos animados, Diverso, Educación, Emisiones religiosas, Ficción, <i>Info-show</i> , Información, Magacín, Noticias, Reportaje, <i>Show</i> , Vídeos musicales.
Deporte	Actualidad deportiva, Contenedor, Magacín, Mini magacín, Resumen, Reportaje, Retransmisión Diferida, Retransmisión Directa.
Educación	Contenedor, Curso de lengua, Escolar, Formación, Post-universitaria, Universitaria.
Otros	Archivo, Cápsula, Concierto clásica, Defensa consumidores, Contenedor, Divulgación, Festival, Folklore, Gimnástica, Información industrial, Infomerciales, Cocina, Naturaleza, Otros, Promoción cine, Promoción programas, Teletienda, Toros.

3. Resultados

3.1. Oferta televisiva de los canales generalistas

Los macrogéneros dominantes en la programación televisiva de ambas titularidades en los cinco mercados europeos son la información, la ficción y el *info-show*. El factor diferencial entre públicas y privadas reside en la proporción en que recurren a estos tres tipos de contenidos. Las televisiones públicas ofrecen una elevada proporción de programas de información a los que destinan cerca de la mitad de su parrilla, 20% más que las privadas. Las privadas apuestan en primer lugar por la ficción concediéndole una tercera parte de la parrilla, casi el doble de las públicas. Para finalizar con el bloque dominante de macrogéneros, el *info-show* ocupa casi una cuarta parte de la oferta de las privadas, 10% por encima de las públicas. El *game-show* es el cuarto macrogénero emitido por las generalistas y adquiere un valor sustantivo en la estructura de la oferta, ya que en las públicas dobla prácticamente el valor que registra en las privadas.

Tabla 2. Descripción de la muestra

País	Públicas	Privadas	Franja horaria
Alemania	<i>Das Erste</i>	<i>ProSieben</i>	Prime-time (19:00-22:30) Noche (22:30-01:00)
	ZDF	<i>Sat.1</i>	
		<i>RTL</i>	
Reino Unido	<i>BBC One</i>	<i>Channel 4</i>	Prime-time (20:00-22:30) Noche (22:30-01:00)
	<i>BBC Two</i>	<i>ITV1</i>	
Francia	<i>France 2</i>	<i>TF1</i>	Prime-time (20:00-22:30) Noche (22:30-01:00)
	<i>France 3</i>	<i>M6</i>	
Italia	<i>Rai Uno</i>	<i>Canale 5</i>	Prime-time (20:30-22:30) Noche (22:30-01:00)
	<i>Rai Due</i>	<i>Italia 1</i>	
	<i>Rai Tre</i>	<i>Rete 4</i>	
España	<i>La 1</i>	<i>Antena 3</i>	Prime-time (20:30-22:30) Noche (22:30-01:00)
	<i>La 2</i>	<i>Cuatro</i>	
		<i>La Sexta</i>	
		<i>Telecinco</i>	

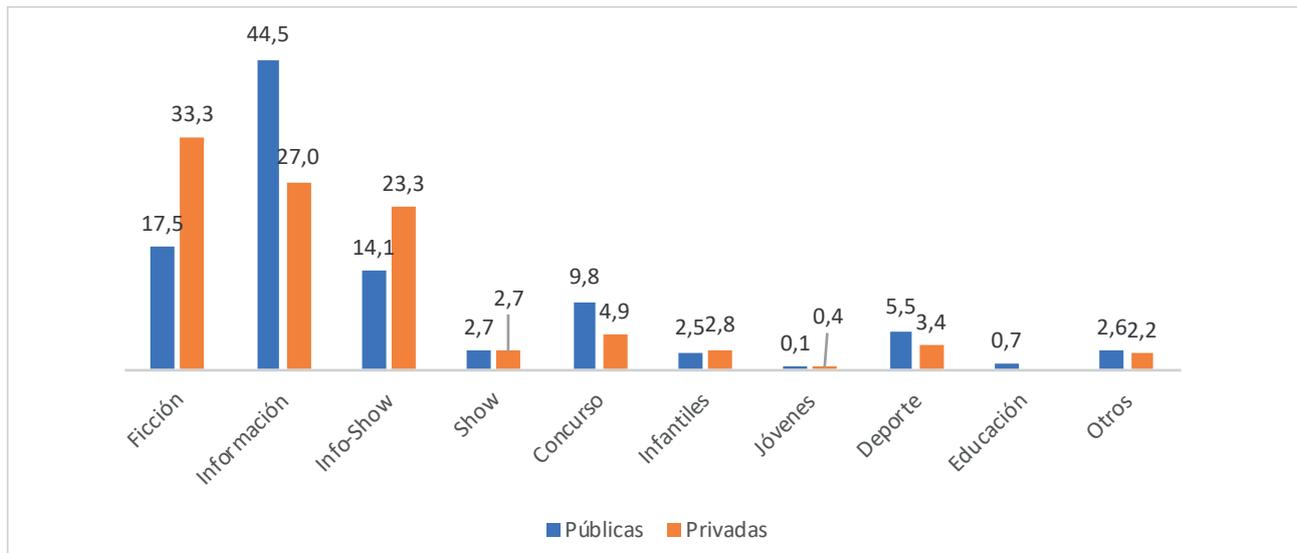


Gráfico 1. Estructura de la oferta por titularidad (UES), 2018-2019 (%).
Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

El comportamiento entre públicas y privadas en el escenario de cada uno de los cinco países revela un claro posicionamiento respecto a los tres pilares de la programación. Las públicas optan por la información como contenido líder de las parrillas en todos los países.

La ficción ocupa un segundo puesto en las públicas de Alemania, Francia y, aunque con porcentajes inferiores, en España. Italia y el Reino Unido en cambio optan por el *info-show* como segundo macrogénero. El *game-show*, los deportes y el infantil tienen un valor cualitativo y en algunos territorios también cuantitativo. Las públicas en el Reino Unido y Francia programan entorno al 16% de *game-shows* en la estructura general de la oferta.

Tabla 3. Estructura de la oferta por países y titularidad, 2018-2019 (%).

	Reino Unido		Alemania		Francia		Italia		España	
	Públicas	Privadas	Públicas	Privadas	Públicas	Privadas	Públicas	Privadas	Públicas	Privadas
Ficción	9,0	21,3	26,7	44,6	16,4	38,8	14,3	42,8	21,9	20,9
Información	41,3	21,8	40,9	21,9	38,0	15,8	47,7	24,7	54,0	41,1
Info-show	22,1	30,3	6,5	25,1	11,2	18,8	18,6	18,5	10,3	24,4
Show	1,3	0,4	1,1	3,0	1,3	1,1	6,5	4,0	1,8	3,4
Concurso	15,7	12,4	6,8	1,8	15,9	2,8	7,3	2,4	4,4	6,5
Infantiles	0,9	2,6	5,0		6,7	11,4	0,6	2,8		0,8
Jóvenes			0,3			2,3	0,3	0,5		
Deportes	5,5	7,0	10,7	3,5	7,7	2,0	3,6	3,3		1,8
Educación									4,0	
Otros	4,2	4,2	2,0	0,1	2,8	7,0	1,1	1,0	3,6	1,1

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

Tabla 4. Distribución por géneros de la ficción por titularidad y país, 2018-2019 (%)*.

		Cine	Sitcom	Miniseries	Serial	Serie	TV movie	Serie animación	Microserie	Cortometraje	Cine animación	Total ficción
Públicas	Reino Unido	3,8	0,6	0,9	2,7	1,0						9,0
	Alemania	4,8			4,9	14,1	2,9					26,7
	Francia	1,0			2,9	10,5	0,7		0,3	0,1	0,9	16,4
	Italia	1,5	0,1		5,6	7,1						14,3
	España	11,1		0,6	6,4	1,5	2,3					21,9
Privadas	Reino Unido	4,9	8,0		3,6	2,1		2,7				21,3
	Alemania	3,7	15,8		8,8	10,6	0,5	3,4			1,8	44,6
	Francia	2,2	2,3	1,5	9,8	7,9	15,1					38,8
	Italia	11,3	4,9		5,0	19,3		1,5			0,9	42,9
	España	7,8	1,1		2,9	6,9	2,2					20,9

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

* Porcentajes sobre el total de minutos de emisión por cadenas de la misma titularidad.

Independientemente del tamaño general del macrogénero, en los resultados sobre la distribución genérica de la ficción destaca en primer lugar la importancia que la ficción seriada (serie, serial, *sitcom* y serie de animación) tiene tanto para los canales públicos como privados en Europa, con presencia de serie y serial en todos los canales sin excepción. Un resultado interesante se desprende de los datos de la ficción seriada en los canales públicos de Francia e Italia, con unas proporciones de este tipo de contenidos que alcanzan el 85% del total de su emisión de ficción. En el contexto de las privadas, son Reino Unido y Alemania quienes ofertan mayor proporción de ficción seriada, con porcentajes superiores al 75%. En relación con la emisión, los canales públicos españoles son los que emiten menores cuotas de ficción seriada.

El cine continúa siendo un contenido obligado para todos los países y canales y con excepción de los canales italianos y franceses, son los públicos los que emiten mayor porcentaje. Es destacable también como peculiaridad nacional que existen algunos géneros minoritarios como microseries o cortometrajes que sólo tienen una tímida presencia en las públicas francesas.

La información en profundidad (documental, reportaje o entrevista) se da sobre todo en los canales públicos, que además emiten en general mayor diversidad de géneros

Tabla 5. Distribución de géneros de la información por titularidad y país, 2018-2019 (%)*.

		Magacín	Telediario	Current affairs	News magacín	Documental	Reportaje	Mini magacín	Entrevista	Contenedor	Debate	Evento	Total información
Públicas	Reino Unido	19,6	8,3	0,6	1,9	8,7	2,2						41,3
	Alemania	8,6	12,1	2,3	13,3	1,8	0,8	0,5	0,2		1,0	0,3	40,9
	Francia	16,7	12,2		1,9	2,3		3,6	1,2		0,1		38,0
	Italia	23,4	12,5	0,6	1,1	0,4	1,9	2,4	1,1	3,3	0,7	0,4	47,8
	España	11,3	12,5	0,2	3,7	18,8	1,1	1,1	0,4	4,9			54,0
Privadas	Reino Unido	10,8	6,2	0,4	1,6	1,5	1,3						21,8
	Alemania	8,8	4,6	0,1	1,9	0,4	1,0			5,0			21,8
	Francia	1,5	5,9	1,3	0,6	0,9	2,2	3,4					15,8
	Italia	7,7	10,2		2,0	0,3	0,3	0,8		1,7	1,6		24,6
	España	20,9	10,4				4,2	2,2	0,2	3,3			41,2

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

* Porcentajes sobre el total de minutos de emisión por cadenas de la misma titularidad.

Los géneros mayoritarios de la información son magacín y telediario, y esto se produce en general al margen de otras variables como son la titularidad o el país y a pesar de las diferencias de tamaño entre la oferta de información en públicas y privadas. En todos los casos sin excepción se ofertan programas magacín de información general en el *day-time* y telediarios como ancla de cada una de las franjas horarias.

Respecto a la información en profundidad (documental, reportaje o entrevista), ésta se da sobre todo en los canales públicos, que además emiten en general mayor diversidad genérica. Destaca en este sentido la oferta de documental en los canales de titularidad pública en España y el Reino Unido, con una oferta de este género muy superior al resto de países y canales.

Tabla 6. Distribución genérica del *info-show* por titularidad y país, 2018-2019 (%)*

		Talk show	Reality game	Reality show	Docuserie	Docusoap	Actualidad humor	Tribunal catódico	Debate	Entrevista	Docudrama	Total info-show
Públicas	Reino Unido	0,3	5,9	0,0	14,9		0,4		0,6			22,1
	Alemania	2,1			4,1		0,3					6,5
	Francia	5,2	0,8	1,7	3,0					0,5		11,2
	Italia	13,1	2,4	1,8		0,5	0,3			0,5		18,6
	España	0,9	4,8		3,9	0,7						
Privadas	Reino Unido	1,4	3,2		3,7	0,5	1,0					9,8
	Alemania	0,6	9,4	1,2	11,6						2,3	25,1
	Francia		13,4		4,2	0,8	0,4					18,8
	Italia	1,6	5,1	2,8	0,5		3,0	5,5				18,5
	España	10,5	5,6	1,7	4,9		0,8			0,9		

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

* Porcentajes sobre el total de minutos de emisión por cadenas de la misma titularidad.

En el caso del *info-show*, los géneros mayoritarios son docuserie, *talk show* y *reality game*, éste último sobre todo emitido por los canales privados. Uno de los fenómenos de la oferta del *info-show* es la emisión de formatos de matriz documental, con especial énfasis en los programas de tramas autoconclusivas. La docuserie es el género más importante de la oferta de *info-show* en las públicas británicas y en las privadas alemanas, mientras Italia es el país de la muestra que destaca por su escasa fe en este género.

Una de las diferencias entre países es el comportamiento respecto al *talk-show* entre España, país en el que su presencia se da principalmente en los canales privados, e Italia, donde son las cadenas públicas quienes lo ofertan muy por encima de las privadas.

Un género que ha quedado prácticamente desaparecido de las parrillas europeas es el tribunal catódico, que curiosamente es predominante en las privadas italianas. Por último, la actualidad humorística está presente en todos los países y no se observan diferencias en titularidad.

Los contenidos competitivos por excelencia en la franja de mayor audiencia durante los días laborables pertenecen a los tres macros líderes de la oferta televisiva europea. Aquí, de nuevo, la diferencia proviene de las distintas estrategias que siguen los canales públicos respecto de los privados. La excepción a esta lógica la encontramos en la temporada analizada en Alemania, país que opta por la ficción como contenido mayoritario tanto en canales públicos como privados.

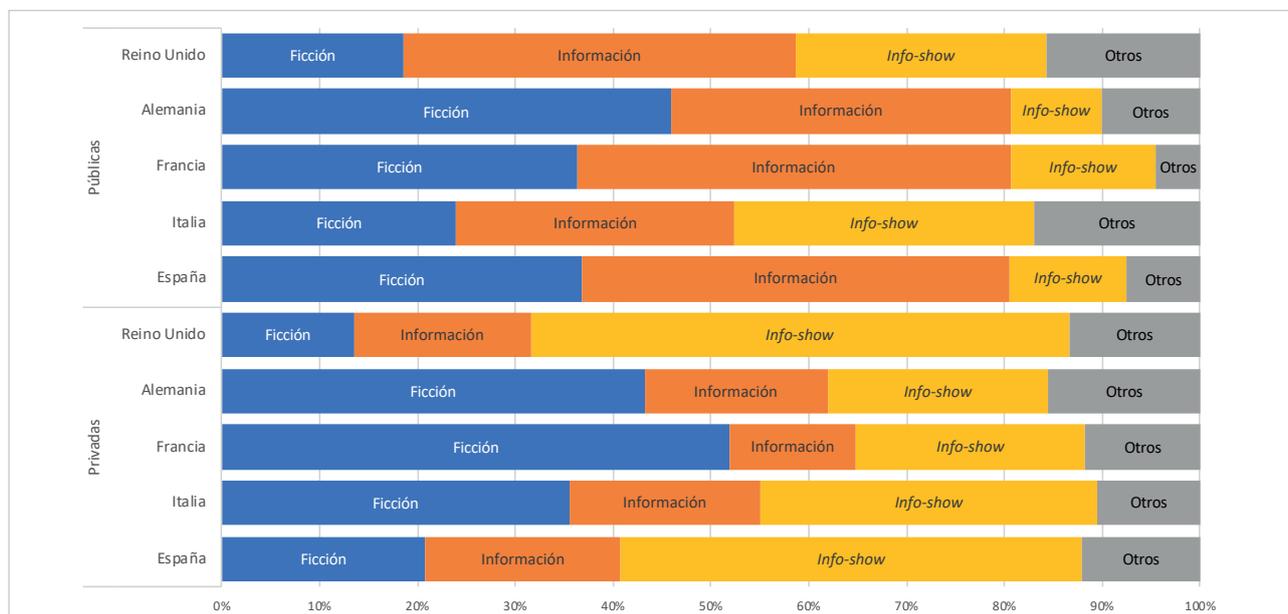


Gráfico 2. Estructura de la oferta en *prime-time* y noche por países y titularidad, 2018-2019 (%).

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder)

La opción de que sea la información el macrogénero dominante en las cadenas públicas en esta franja la han seguido el Reino Unido, Francia y España. En el caso británico y español, los canales privados, por el contrario, apuestan en primer lugar por el *info-show*, mientras que los canales privados franceses emiten de forma muy significativa programas de ficción. En Italia, y es un caso peculiar respecto al resto de países en los que siempre hay un macrogénero dominante, los canales públicos emiten cuotas muy similares de información, ficción e *info-show*, mientras que los privados emiten mayoritariamente ficción.

En cuanto a los macros minoritarios, podemos observar presencia de *show* y de *game-show*, aunque este último es sobre todo un contenido competitivo en el *acces prime-time* y aquí sólo se encuentra de forma residual.

Tabla 7. Distribución de los géneros de ficción, *prime-time* y noche, 2018-2019 (%).

		Cinema	Sítcom	Mimiserie	Serial	Serie	TV movie	Serie de animación	Microserie	Cortometraje	Cine animación
Reino Unido	Públicas	34,1	10,8	16,8	19,7	18,6					
	Privadas	60,0			21,2	18,8					
Alemania	Públicas	34,4			5,3	55,9	4,4				
	Privadas	20,3	13,2		21,2	25,0	3,9	9,8			6,6
Francia	Públicas	9,5			22,1	57,0	7,4		3,1	0,9	
	Privadas	18,3	9,2	12,0	6,8	53,4	0,0		0,3		
Italia	Públicas	27,2			22,4	50,4					
	Privadas	67,2			10,7	15,2					6,9
España	Públicas	78,5		4,6	16,9						
	Privadas	65,7			11,0	6,5	16,8				

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

En la distribución genérica de la ficción en esta franja, se observa claramente que el cine tiene una presencia muy importante en todos los países. Este género de ficción sigue siendo un contenido muy competitivo, sobre todo cuando nos referimos a la presencia obligada de al menos un *blockbuster* a la semana. También es una buena herramienta en términos de ofrecer una programación alternativa, con películas menos comerciales como cine de autor, en otras lenguas, de origen europeo, etc. Por países, el comportamiento es muy desigual: tanto en Reino Unido como en Italia el cine se emite sobre todo en las privadas, mientras las públicas emiten mayoritariamente ficción seriada; en Alemania pasa justamente lo contrario, y los canales franceses de ambas titularidades apuestan principalmente por la ficción seriada. En España destaca la importancia del cine para canales de ambas titularidades.

Los contenidos competitivos por excelencia en la franja de mayor audiencia durante los días laborables pertenecen a los tres macros líderes de la oferta televisiva europea

Tabla 8. Distribución de los géneros de información, *prime-time* y noche, 2018-2019 (%).

		Magacín	Telediarío	Current affairs	News magacín	Documental	Reportaje	Mini magacín	Entrevista	Contenedor	Debate	Evento
Reino Unido	Públicas	21,8	25,2	5,7		29,0	18,3					
	Privadas	12,2	28,5	4,7	8,0	31,1	15,5					
Alemania	Públicas	5,8	34,9	21,1	5,4	8,3	7,7	4,9	1,8		7,3	2,8
	Privadas	42,9	25,7	2,7	13,4	6,5	8,8					
Francia	Públicas	36,5	23,1			18,0		17,6	3,7		1,1	
	Privadas	26,9	37,1			8,4	13,2	14,4				
Italia	Públicas	9,4	17,9	7,7	2,4		15,9	0,7	8,2	28,1	9,7	
	Privadas	7,4	6,4				6,1			40,8	39,3	
España	Públicas	25,6	30,6	2,0	5,3	27,5	5,9		3,1			
	Privadas	9,9	49,9				26,3	10,4	3,5			

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

En la información que se emite en la franja de *prime-time* y noche destaca la importancia del *evening news*, que es el ancla de la franja de mayor audiencia. La excepción son los canales italianos que emiten su informativo más temprano, y donde destaca la importancia de los géneros más dialógicos como el debate en las privadas.

El *current affairs* es un género propio de las públicas, excepto en el Reino Unido, país donde es un género clásico para ambas titularidades. El documental tiene peso y se usa como un elemento competitivo en algún mercado como el británico y, con datos inferiores, en Francia y Alemania.

Tabla 9. Distribución de los géneros de *info-show*, *prime-time* y noche, 2018-2019 (%).

		Talk show	Reality game	Reality show	Docuserie	Docusoap	Actualidad humor	Debate	Entrevista
Reino Unido	Públicas	4,8	42,2		35,8		7,0	10,2	
	Privadas	5,6	32,6	19,2	33,6	5,8	3,2		
Alemania	Públicas	88,5					11,5		
	Privadas	6,9	85,5		7,6				
Francia	Públicas	54,0	28,8						17,2
	Privadas		82,5		11,8		5,7		
Italia	Públicas	32,9	35,4	18,6		3,5	4,8		4,8
	Privadas	18,9	33,0	11,8			36,3		
España	Públicas	32,0	68,0						
	Privadas	15,8	45,1	7,2	17,5		8,2		6,2

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

En esta franja de *prime-time* más noche es donde el *reality-game* se convierte en un contenido de competencia claro. En Reino Unido, Italia y, sobre todo, en España las públicas presentan las cifras más altas de *reality-game* en esta franja.

Mientras en Italia se dan menos diferencias en términos cuantitativos entre la oferta de contenidos en esta franja, en Alemania y Francia se observa claramente que la estrategia de los canales públicos se basa prioritariamente en el *talk-show*, mientras que en los canales privados se oferta principalmente *reality-game*. En España, las altas cuotas de *reality-game* en *La 1* obedecen a la emisión de los formatos de éxito *Operación triunfo* y *Masterchef celebrity* en el horario de máxima audiencia.

En los resultados sobre el origen de la ficción diferenciamos:

- ficciones que se han producido en el país de origen (doméstica);
- ficciones que se han comprado a otros países (importada);
- productos de ficción en el que existe coproducción entre el país de emisión y otros países.

En este caso, los datos sobre el origen de la ficción emitida por los canales de la muestra son inapelables: la producción propia es más importante para los canales públicos en todos los países sin excepción. Incluso en los países cuyos canales públicos emiten más ficción de compra que de producción propia (Italia y España) son los canales públicos los que lideran en ficción doméstica frente a los privados.

En términos generales, la ficción que emiten los canales privados europeos es mayoritariamente de compra, con índices que alcanzan casi el 85% en el caso de las privadas italianas, siendo el país de la muestra que mayor índice de ficción de compra emite.

En todos los países la coproducción de ficción es minoritaria respecto a los otros orígenes de la ficción. En el Reino Unido, Alemania e Italia son los canales públicos los que más coproducen con respecto a sus canales privados, mientras que en Francia y España, son los canales privados los que emiten más ficción coproducida.

Tabla 11. Origen de la ficción de compra por países y titularidad, 2018-2019 (%).

		Europa	EUA	EUA + Europa	EUA + otros	Europa + otros	Otros
Reino Unido	Públicas		79,9	20,1			
	Privadas	1,8	91,9	6,3			
Alemania	Públicas	86,8	13,2				
	Privadas		98,7	1,3			
Francia	Públicas	77,1	22,9				
	Privadas	6,4	84,0		3,1		6,5
Italia	Públicas	21,1	65,2	0,6	3,3	9,8	
	Privadas	19,4	74,7	5,9			
España	Públicas	43,1	47,2				9,7
	Privadas	23,8	68,8	4,3			3,1

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

Uno de los resultados más interesantes se deriva de los datos sobre el origen de la ficción de compra. Aquí, de nuevo, las diferencias entre los canales públicos y privados son incontestables. Los canales privados de la muestra emiten principalmente y con porcentajes muy elevados productos de ficción comprados a Estados Unidos.

En los canales públicos españoles, franceses y británicos todavía la proporción de ficción emitida de origen estadounidense es más elevada que procedente de otros territorios, aunque en todos los casos en porcentajes inferiores a los de

Tabla 10. Origen de la ficción por países y titularidad, 2018-2019 (%).

		Local	Importada	Coproducida
Reino Unido	Públicas	55,4	35,6	9,0
	Privadas	18,0	76,8	5,2
Alemania	Públicas	78,1	19,3	2,6
	Privadas	30,7	68,4	0,9
Francia	Públicas	58,6	41,4	
	Privadas	21,5	75,9	2,6
Italia	Públicas	33,7	59,4	6,9
	Privadas	10,3	84,5	5,2
España	Públicas	40,9	59,1	
	Privadas	19,8	77,2	3,0

Fuente: Proyecto PGC2018-094863-B-100 (MCIU-Feder).

los canales privados. Claramente, los canales públicos alemanes y franceses son los que apuestan por emitir más ficción de origen europeo, con porcentajes muy significativos. Cabe añadir la peculiaridad de los canales públicos británicos, que emiten porcentajes considerables de ficción de compra y coproducciones entre países europeos y Estados Unidos. Finalmente cabe remarcar que el país en el que se produce una diferencia más grande entre públicas y privadas respecto al origen de su ficción de compra es Alemania. Los canales públicos alemanes optan por comprar ficción mayoritariamente de origen europeo, mientras que los canales privados compran casi el 100% de su ficción a los Estados Unidos.

“ En *prime-time* + noche es donde el *reality-game* se convierte en un contenido de competencia claro, sobre todo en los canales privados ”

4. Conclusiones

El modelo generalista de televisión en abierto, a pesar de que aún es el hegemónico, opera en un contexto de concurrencia altísimo, compitiendo no sólo con una multiplicidad de formas de distribución y consumo sino, además, con productos pensados, producidos y distribuidos en clave internacional, con la fuerza aplastante de unas estrategias de marketing inalcanzables para las televisiones nacionales. Este contexto industrial ha ido redefiniendo las estrategias programáticas y productivas de las cadenas generalistas en general, y del modelo de televisión pública en particular, que ha de ir repensando y redefiniendo su rol en el sistema.

Nuestros resultados apuntan a una televisión pública europea (UE5) que compite con la televisión privada con una estrategia muy parecida, pero con rasgos distintivos claros.

A pesar de que cadenas de ambas titularidades apuestan por una oferta de contenidos muy concentrada en tres macrogéneros principales (ficción, información e *info-show*), el contenido mayoritario de las cadenas públicas es la información (44,5%) mientras que las cadenas privadas emiten dosis más elevadas de ficción (33,3%). Otro rasgo distintivo es la oferta de *info-show* (23,3%), muy superior en los canales privados.

Además del tamaño, algunos rasgos diferenciales en la oferta de los canales públicos se deriva del análisis de los géneros de los programas emitidos. Así, en el caso de la información, son los canales públicos los que apuestan por ofertar más información en profundidad, como reportajes o documentales. En el caso del *info-show*, los géneros *talk-show* y los de matriz documental, como la docuserie o la *docusoap*, tienen presencia en canales de ambas titularidades, pero los programas de raíz *reality* (*reality-game*, *reality-show*) tienen más presencia en los canales privados, exceptuando Reino Unido. No obstante, en las franjas más competitivas este género se convierte en un arma estratégica tanto en las privadas como en las públicas consiguiendo cuotas significativamente más altas en las cadenas públicas españolas.

“ El contenido mayoritario de las cadenas públicas es la información, mientras que las cadenas privadas emiten dosis más elevadas de ficción ”

Por último, la ficción seriada y el cine son los géneros que se dan en proporciones similares en todos los canales, independientemente de su titularidad; pero dentro de la ficción seriada, la *sitcom* se emite en porcentajes más altos en los canales privados. También existe una diferencia, aunque de tamaño muy residual, que afecta a la emisión de géneros de ficción más minoritarios como el cortometraje o las *micro-series*, que se dan únicamente en canales públicos.

En el segmento horario más competitivo (*prime-time* y noche) también encontramos diferencias entre las estrategias de los canales públicos y los privados. Los canales privados europeos apuestan mayoritariamente por la ficción y el *info-show*, mientras que los canales públicos ofertan mayoritariamente información. Cabe mencionar el caso de los canales públicos alemanes, que ofertan mayoritariamente ficción, y el de los canales públicos italianos que configuran el *prime-time* y la noche con dosis muy similares de los tres macrogéneros pilares.

Finalmente, uno de los elementos programáticos que más distingue la estrategia de canales públicos y privados en Europa es su política de producción de la ficción. Los datos de producción doméstica en los canales públicos supera al de los canales privados en todos los países sin excepción. Además, en el caso de los canales públicos británicos, alemanes y franceses, la ficción de producción doméstica emitida es muy superior a la de compra. Estos resultados refuerzan la función dinamizadora que ejercen las televisiones públicas europeas para la industria local de producción de ficción, aunque en diferente medida según los países.

Además, el origen de la ficción de compra también marca divergencias claras entre canales de distinta titularidad. Los canales privados compran mayoritariamente en Estados Unidos y con porcentajes más altos que los canales públicos. La adquisición de productos de ficción intraeuropea es baja con la excepción muy notable de los canales públicos de Alemania y, aunque con cifras inferiores, de los canales públicos franceses.

En definitiva, sin entrar en elementos cualitativos que nos darían aún más argumentos de diferenciación, los resultados cuantitativos sobre la oferta programática de los países de la muestra ofrecen un escenario en el que, sin renunciar a la competencia, los canales públicos europeos construyen sus programaciones atendiendo más a la información, a la

información de profundidad, a la producción doméstica de ficción y al flujo intraeuropeo de adquisición de ficción y menos que las privadas a ciertos formatos del *info-show*. Pese al relato construido en determinados contextos sobre la homogeneidad de políticas de programación entre públicas y privadas, los hallazgos de este estudio delatan diferencias substanciales en función de la titularidad.

Uno de los elementos programáticos que más distingue a la estrategia de canales públicos y privados en Europa es su política de producción

5. Notas

1. *Euromonitor* es un observatorio permanente de la televisión en Europa creado por un grupo de investigadores europeos (Paolo Baldi, Ian Connell, Claus Dieter Rath y Emili Prado) con el apoyo del servicio VQPT de la RAI y operativo desde 1989. Hasta 1995 tuvo su base de coordinación en Ginebra y a partir de esa fecha se trasladó a la *Universitat Autònoma de Barcelona* donde opera bajo la dirección de Emili Prado, *Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis* (GRISS-UAB), Ref. 2017SGR1674.

6. Referencias

Altman, Rick (1986). "Television/sound". In: Modleski, Tania. *Studies in entertainment: Critical approaches to mass culture*. Bloomington: Indiana University Press, pp. 39-53. ISBN: 0 253 35566 4

Bechelloni, Giovanni; Buonanno, Milly (1997). *Television, fiction and identities: America, Europe, nations*. Napoli: Ipermedium Libri. ISBN: 8886908113

Beck, Daniel; Hellmueller, Lea C.; Aeschbacher, Nina (2012). "Factual entertainment and reality TV". *Communication research trends*, v. 31, n. 2, pp. 4-27.

http://csc.scu.edu/trends/v31/CRT_v31_n2_June_2012.pdf

Biessi, Anita; Nunn, Heather (2005). *Reality TV: Realism and revelation*. London: Wallflower Press. ISBN: 978 1 904764045

Bourdon, Jérôme (2012). "From discrete adaptation to hard copies: The rise of formats in European television". In: Oren, Tasha; Shahaf, Sharon. *Global television formats: Understanding television across borders*. New York, Oxon: Routledge, pp. 111-127. ISBN: 978 0 415965446

Brants, Kees (1998). "Who's afraid of infotainment?". *European journal of communication*, v. 13, n. 3, pp. 315-335.

<https://doi.org/10.1177/0267323198013003002>

Brown, Allan; Picard, Robert G. (2005). *Digital terrestrial television in Europe*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. ISBN: 978 0 805853872

Buonanno, Milly (2002). *Eurofiction. Television fiction in Europe. Report 2001*. Strasbourg: Hypercampo. ISBN: 9287150281

Buonanno, Milly (2008). *The age of television: Experiences and theories*. Bristol: Intellect. ISBN: 978 1 841501819

Bustamante, Enrique (2010). "Digital television scenarios. Quality contents in the new audiovisual structure". *Infoamérica: Iberoamerican communication review*, n. 3-4, pp. 137-154.

https://www.infoamerica.org/icr/n03_04/bustamante.pdf

Bustamante, Enrique; Álvarez-Monzoncillo, José-María (1999). *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo. ISBN: 84 88365 08 X

Bustamante, Enrique; Zallo, Ramón (1988). *Las industrias culturales en España (grupos multimedia y transnacionales): prensa, radio, TV, libro, cine, disco, publicidad*. Madrid: Akal. ISBN: 84 76003390

https://www.infoamerica.org/icr/n03_04/bustamante.pdf

Cebrián-Herreros, Mariano (2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet*. Barcelona: Paidós. ISBN: 84 493 1537 9

Chalaby, Jean K. (2009). *Transnational television in Europe: Reconfiguring global communications networks*. New York: I. B. Tauris. ISBN: 978 1 845119539

Contreras, José-Miguel; Palacio, Manuel (2001). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis. ISBN: 847738858X

Creeber, Glen (2001). *Television genre book*. London: British Film Institute. ISBN: 0851708498

Creeber, Glen; Hills, Matt (2007). "TvIII: Into, or towards, a new television age?". *New review of film and television studies*, v. 5, n. 1, pp. 1-4.

<https://doi.org/10.1080/17400300601140118>

- De-Bens, Els; De-Smaele, Hedwig** (2001). "The inflow of American television fiction on European channels revisited". *European journal of communication*, v. 16, n. 6, pp. 51-76.
<https://doi.org/10.1177/0267323101016001003>
- Degn, Hans-Peter; Krogager, Stinne-Gunder-Strøm** (2017). "Danish television drama series: A Sunday evening phenomenon". *Critical studies in television*, v. 12, n. 1, pp. 362-379.
<https://doi.org/10.1177/1749602017730261>
- Delgado, Matilde; Prado, Emili; Navarro, Celina** (2017). "Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación y puesta en parrilla". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 132-140.
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.14>
- De-Moragas, Miquel; Garitaonandía, Carmelo; López, Bernat** (1999). *Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- De-Moragas, Miquel; Prado, Emili** (2000). *La televisió pública a l'era digital*. Barcelona: Pòrtic. ISBN: 978 84 73066174
- Dhoest, Alexander; Simons, Nele** (2016). "Still 'watching' TV? The consumption of TV fiction by engaged audiences". *Media and communication*, v. 4, n. 3, pp. 176-184.
<https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.427>
- Eastman, Susan; Ferguson, Douglas** (2006). *Media programming: strategies and practices*. Belmont, California: Thomson/Wadsworth. ISBN: 978 1 111344474
- Edgerton, Gary; Rose, Brian-Geoffrey** (2008). *Thinking outside the box. A contemporary television genre reader*. Kentucky: University Press. ISBN: 978 0 813191942
- Esser, Andrea; Jensen, Pia-Majbritt** (2015). "The use of international television formats by public service broadcasters in Australia, Denmark and Germany". *International communication gazette*, v. 77, n. 4, pp. 359-383.
<https://doi.org/10.1177/1748048514568766>
- Faus-Belau, Ángel** (1995). *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias. ISBN: 8487155367
- Frau-Meigs, Divina** (2006). "Big brother and reality TV in Europe. Towards a theory of situated acculturation by the media". *European journal of communication*, v. 21, n. 1, pp. 33-56.
<https://doi.org/10.1177/0267323106060988>
- García-Muñoz, Núria; Larrègola, Gemma** (2010). "La TDT en Europa: modelos de programación". *Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, v. 84, pp. 65-72.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero084/modelos-de-programacion>
- Kevin, Deirdre; Ene, Laura** (2015). *European fiction works on TV channels*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
<https://rm.coe.int/16807835c7>
- Kilborn, Richard** (1994). "How real can you get?: Recent developments in 'reality' television". *European journal of communication*, v. 9, n. 4, pp. 421-439.
<https://doi.org/10.1177/0267323194009004003>
- Lacalle, Charo; Gómez, Beatriz; Sánchez, Mariluz; Pujol, Cristina; Ferrer, Rosa** (2018). "España: innovación e hibridación de géneros y formatos". En: Vasallo-de-Lopes, Maria-Immacolata; Orozco, Guillermo. *Obitel 2018. Ficción televisiva iberoamericana en plataformas de video on demand*. Porto Alegre: Globo-Sulina, pp. 197-228. ISBN: 978 85 205 0794 0
<https://bit.ly/2lyOOa9>
- Lange, André** (2015). *Fiction on European TV channels (2006-2013)*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. ISBN: 978 9287180797
- Meikle, Graham; Young, Sherman** (2008). "Beyond broadcasting? TV for the twenty-first century". *Media international Australia*, v. 126, n. 1, pp. 67-70.
<https://doi.org/10.1177/1329878x0812600108>
- Mittell, Jason** (2001). "A cultural approach to television genre theory". *Cinema journal*, v. 40, n. 3, pp. 3-24.
<https://doi.org/10.1353/cj.2001.0009>
- Mittell, Jason** (2004). *Genre and television. From cop shows to cartoons in American culture*. New York: Routledge. ISBN: 978 0 415969031
- Montero, Julio** (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra. ISBN: 978 8437638409

Moran, Albert; Malbon, Justin (2006). *Understanding the global TV format*. Bristol, Portland: Intellect. ISBN: 1841501328

Nabi, Robin L. (2007). "Determining dimensions of reality: A concept mapping of reality TV landscape". *Journal of broadcasting & electronic media*, v. 51, n. 2, pp. 371-390.
<https://doi.org/10.1080/08838150701307111>

Navarro, Celina; Prado, Emili (2019). "Television buyers in the digital era: A comparative study of the UK and Spain". *International communication gazette*, v. 81, n. 6-8, pp. 727-747.
<https://doi.org/10.1177/1748048518822612>

Newcomb, Horace (2005). "Studying television: Same questions, different contexts". *Cinema journal*, v. 45, n. 1, pp. 107-111.
<https://doi.org/10.1353/cj.2006.0010>

Prado, Emili; Delgado, Matilde (2010). "La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación". *Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, v. 84, pp. 52-64.

Prado, Emili; Delgado, Matilde; García-Muñoz, Nuria; Huertas, Amparo; Larrègola, Gemma; Perona, Juan-José (1999). "El fenómeno infoshow: la realidad está ahí fuera". *Área 5, Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, v. 6, pp. 197-210.

Prado, Emili; Fernández-Quijada, David (2006). "The role of public service broadcasters in the era of convergence - A case study of Televisió de Catalunya". *Communication & strategies*, v. 62, pp. 49-69.

Richeri, Giuseppe (1983). *La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*. Barcelona: Gustavo Gili. ISBN: 9686085726

Rodríguez-Pastoriza, Francisco (1997). *Perversiones televisivas: una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española. ISBN: 84 88788274

Williams, Raymond (2004). *Television: Technology and cultural form*. London: Routledge. ISBN: 0415314569

Wittebols, James (2004). *The soap opera paradigm: television programming and corporate priorities*. New York: Rowman and Littlefield. ISBN: 0742520021

Wolf, Mauro (1984). "Géneros y televisión". *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, n. 9, pp. 189-198.



Te esperamos en

www.sedic.es

c/Rodríguez San Pedro 2,
oficina 606. 28015 Madrid

Tfno: +34 915 934 059
secretaria@sedic.es

Sociedad Española de Documentación e Información Científica



 <https://twitter.com/SEDIC20>

 <https://www.facebook.com/AsociacionSEDIC>

 <https://www.linkedin.com/groups?home=&gid=5060038>