

CONSTRUCCIO D'UN PROTOCOL D'ANÀLISI DE LA DIVERSITAT DE LA PROGRAMACIÓ TELEVISIVA

Treball de recerca desenvolupat en el marc del Grup UNICA (Unitat d'Investigació en Comunicació Audiovisual) de la Universitat Pompeu Fabra

Direcció: Dra. Eva Pujadas (UPF)

Investigadores: Eva Pujadas i Mercè Oliva (UPF)

Suport tècnic: Roberto Suarez (UPF)

Presentació

Aquest treball de recerca es desenvolupa dins el Grup d'Investigació en Comunicació Audiovisual (UNICA) de la Universitat Pompeu Fabra, dirigit pel Dr. J. Gifreu. La recerca sobre la qualitat a la televisió és una recerca que compta amb uns anys en la tradició de recerca del Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de la nostra Universitat.

Aquest treball de recerca i la seva vinculació amb la directora es produeix arrel de la recerca duta a terme al voltant de la qualitat a la televisió. Efectivament, en la recerca duta a terme al voltant de la tesi titulada *“Els discursos sobre la qualitat a la televisió. Àmbits de referència i perspectives d'anàlisi”* (UPF; 2001) es van recollir i sistematitzar les definicions, pressupòsits i teories que, en diferents àmbits se sostenen sobre la qualitat en televisió: acadèmic, polític, legislador, la crítica televisiva, els espectadors, els professionals del mitjà, etc. A partir d'aquests discursos es van identificar les seves principals dimensions, variables i indicadors.

Els quatre grans àmbits de referència de la qualitat en televisió són: la qualitat del sistema televisiu; la qualitat de la programació; la qualitat de les cadenes i la qualitat dels programes. El concepte de “diversitat” apareix no només de manera recurrent als quatre àmbits diferenciats de la qualitat a la televisió sinó que sovint apareix utilitzada com a sinònim de la qualitat.

En aquesta recerca sobre els indicadors de la qualitat a la televisió es va acordar amb el CAC el desenvolupament d'indicadors de la diversitat de la programació, com una de les dimensions protagonistes de la qualitat a la televisió. Com es veurà al llarg d'aquest informe, la recerca sobre la diversitat de la programació desplega una quantitat nombrosa de dimensions i sobretot d'indicadors de mesura.

En aquest informe es recullen les dimensions desenvolupades i consolidades en la recerca internacional per tal de construir un protocol d'anàlisi de la diversitat de la programació a l'Estat espanyol. Sense cap mena de dubte i tal com es desprèn de la bibliografia que s'adjunta a aquest informe, la recerca sobre la diversitat de la programació es revela com un dels àmbits més dinàmics de la recerca en comunicació a nivell internacional donat l'increment progressiu en el nombre de canals a l'abast de l'espectador dels darrers i també dels propers anys. En aquest sentit, esdevé urgent des de les institucions públiques, la recerca a l'entorn de la diversitat de la programació, especialment de la relació entre l'increment en el nombre de canals i la diversitat real oferta al telespectador.

Introducció

El concepte de la diversitat ha estat un concepte tradicionalment lligat als objectius de la televisió, especialment a la televisió de servei públic. Davant la discussió sobre els valors últims de la radiotelevisió, el valor de la diversitat ha estat tradicionalment un dels valors més citats en els diversos ordenaments que han estructurat la TV pública, especialment a Europa, però no de manera exclusiva (han estat també tradicionals els debats entorn la diversitat als EUA, al Canadà, al Japó, Austràlia i recentment a països asiàtics com Corea i Hong Kong, tot i que resseguint majoritàriament els debats i les referències endegades en el context europeu).

En el cas espanyol i donada la indefinició i ambigüitats amb les que es va establir en el seu moment la noció de servei públic en l'ordenament televisiu, **la diversitat esdevé, com tants altres conceptes un donat-per-descomptat, una mena de calaix de sastre** que serveix als diferents operadors per programar pràcticament allò que els ha d'aportar major benefici i/o notorietat, escudant-se en la cobertura de la diversitat de gustos, opinions, etc. de l'audiència. **La diversitat però és un valor molt més complex** del que els programadors i directius de les cadenes interpreten en la defensa de determinats tipus de programació i de producció de programes.

De manera específica, la diversitat ha estat un valor present en les discussions parlamentàries i governamentals en els contextos històrics en els quals, per raons diverses, s'ha discutit i aprovat l'entrada de nous operadors en els mercats televisius.

Un dels documents que condensen de forma més clara el desig del legislador **d'incrementar la diversitat** (ampliant el nombre de canals) utilitzant l'argument de la **millora de la qualitat de la programació** resultant i, per tant, de la qualitat en el servei ofert al telespectador, és l'informe elaborat sota el govern de M. Thatcher (*Competition, Choice and Quality*). En un context neoliberal que va impregnar també el mercat televisiu, aquest informe plantejava una argumentació estructural basada en la "natural" conseqüència que es desprendria de l'increment en el nombre de canals; així, **l'entrada de nous operadors en el mercat** havia de traduir-se en un **increment de la diversitat** de la programació oferta als teleespectadors, fet que **incrementaria al seu torn, la seva llibertat d'elecció i tot plegat repercutiria pràcticament de forma "natural" en un increment de la qualitat televisiva**.

Així, **qualitat i diversitat** han anat sovint de la mà i s'han convertit en un **binomi recurrent i simplista sobre el funcionament del mercat televisiu**. L'enunciació de la qualitat televisiva, entesa com una derivació espontània de l'increment de la diversitat de la oferta no ha estat cap novetat en el funcionament dels mercats sinó que, de fet,

ressegueix els principis bàsics de la teoria econòmica clàssica.

Malgrat fonamentar-se en els principis d'aquesta teoria, el binomi diversitat-qualitat s'ha demostrat no només clarament simplificador i insuficient per explicar el funcionament del mercat dels media, com es veurà en aquest informe, sinó que ha estat un argument sovint contradit pel propi funcionament dels mercats televisius ja que **en determinades condicions de competència i nombre d'operadors, a mesura que s'incrementa el nombre de canals disminueix la diversitat de la programació televisiva o, com a mínim, no es tradueix en un increment proporcional d'aquesta.**

Cal afegir que l'argument de la diversitat, incontestable des del punt de vista de la salut democràtica de les societats i clarament vinculat al pluralisme polític i a la llibertat d'expressió, **ha emparat l'obertura i l'ampliació dels mercats televisius no només quan aquesta ampliació s'ha fet seguint polítiques liberals i neoliberals dels media** (privatització del sector). La Diversitat ha estat un valor fonamental en aquells casos –com l'espanyol- en els que s'ha volgut donar **atenció a la cobertura de la diversitat territorial, lingüística, nacional, ètnica, grupal, etc. de les societats modernes** i que ha donat lloc al reconeixement generalitzat i a l'existència, arreu d'Europa i del món, de les televisions d'àmbit diferencial de l'estatal (televisions autonòmiques i locals).

En el cas de l'Estat espanyol, no cal dir que després de cinquanta anys de l'arribada i implantació de la TV, **l'estructura i el mercat televisiu han canviat de manera extraordinària**; també esta clar que des de l'oferta d'una sola cadena de televisió en els temps de la dictadura franquista a l'actualitat s'ha produït un **increment notable de la diversitat en la programació, en qualsevol de les dimensions del concepte**. En canvi, una de les qüestions per aclarir és **l'impacte que cadascuna de les cadenes de televisió** que de forma paulatina s'han anat introduint al territori, ha tingut en **l'oferta de la diversitat total del sistema**.

L'objectiu d'aquest treball de recerca és el d'identificar i sistematitzar una mesura o un conjunt de mesures per a l'avaluació de la diversitat de la programació televisiva, tant en el seu conjunt com de la contribució que cadascuna de les cadenes té en el global de la programació. L'avaluació de la diversitat ha de ser prou àgil com per permetre avaluar tant la **contribució individual** de les cadenes com les **contribucions agrupades** en funció de diferents objectius de recerca; per exemple, comparar la contribució de canals públics i privats, o cadenes estatals i autonòmiques, distingir els primers i segons canals de la televisió pública,

etc.

Aquest treball de recerca coincideix en el temps amb la introducció de dues noves cadenes de televisió d'àmbit estatal, Cuatro i LaSexta; en la mesura en que el sistema de televisió del nostre país només ha començat a canviar però que s'han d'implantar de manera progressiva nous canals de televisió, **esdevé especialment pertinent i urgent la recerca sobre els mecanismes d'avaluació de l'impacte de les noves cadenes en el conjunt de la programació i la contribució que tenen a la diversitat global del sistema.**

És per aquesta raó que s'ha aprofitat l'objectiu inicial d'avaluar la diversitat existent en la programació televisiva de l'Estat espanyol i la contribució de cadascuna de les cadenes que hi operen, per **testar la contribució específica de les dues noves cadenes a la diversitat global de la programació i les variacions que s'hagin pogut produir en la diversitat global de la programació.**

Donat que es tracta d'un treball pioner a l'Estat espanyol i que el nostre país ha de veure encara un increment significatiu de cadenes i operadors de televisió en múltiples formats, aquest informe té un gran **valor de diagnòstic i de prospectiva** per les següents raons:

- Sintetitza i clarifica **la recerca** duta a terme arreu del món sobre la diversitat a la televisió
- Descriu les principals **dimensions i indicadors** de la diversitat televisiva
- Estableix **les variables** que intervenen en l'oferta de la diversitat
- Descriu les **dinàmiques del mercat televisiu** i les interrelacions entre les variables de la diversitat
- Estableix unes **hipòtesis de treball** específiques per a l'anàlisi de la diversitat en el context de l'estat espanyol
- Proposa una **classificació dels gèneres televisius**, base fonamental de l'avaluació de la diversitat en funció de les classificacions operatives en el conjunt del territori
- Proposa uns determinats **índexs de mesura de la diversitat**, en funció de les recerques realitzades arreu, els resultats obtinguts i l'especificitat de l'estat espanyol.
- Proposa en definitiva, un **protocol d'anàlisi de la diversitat** per a ser aplicat en els propers anys quan de manera generalitzada, el nostre entorn

ha de passar per un increment significatiu del nombre de cadenes de TV - per cable i per satèl·lit)¹.

A més a més, en aquest informe i més enllà de la recerca teòrica sobre el concepte de diversitat, el seu desglossament en dimensions i les diferents modalitats de la seva mesura es fa una **aplicació pràctica per al cas espanyol**. En aquest sentit, aquest informe té, al nostre parer una gran rellevància per les raons següents:

- Avalua **la diversitat global de la programació televisiva** a l'Estat Espanyol
- Avalua **la diversitat global de la programació** de cadascuna de les cadenes que hi operen;
- Compara **l'aportació de cadascuna de les cadenes** al conjunt de la diversitat;
- Avalua la **contribució de les noves cadenes**, Cuatro i LaSexta en la diversitat del conjunt de la programació;
- Compara la **contribució de la TV pública i la TV privada** en l'oferta de la diversitat i
- Distingeix i analitza les diferències existents en la diversitat en horaris de **prime-time** i durant la resta de la programació

¹ En aquest punt i, especialment de cara a la TV pública, l'avaluació de l'impacte de la diversitat derivada de l'entrada de nous operadors en el mercat esdevé fonamental, en el sentit de que sovint s'ha argumentat la retirada de fons públics a la TV de titularitat pública argumentant que les seves funcions serien assumides per la TV per cable (canals especialitzats en cultura, educació, formació, ciutadania, etc.).

ESTRUCTURA DE L'INFORME:

L'informe que es desplega en aquestes pàgines planteja es planteja a partir de la descripció i sistematització d'un marc teòric que compren les diferents dimensions que la recerca consolidada internacional identifica sobre la diversitat televisiva i els indicadors més utilitzats per a la seva mesura. **L'objectiu d'aquest marc teòric es el de mostrar l'enorme complexitat i matisos que pot adoptar la recerca sobre la diversitat a la televisió;** és a dir de **desplegar una àmplia possibilitat de recerca i aplicació de conceptes i dimensions als diferents casos particulars**, fet que esdevé interessant i pertinent en moments de canvis estructurals en el sistema televisiu com és el que esta succeint a l'Estat espanyol.

De tot aquest desplegament, l'aplicació pràctica se centrarà en les dimensions de l'anàlisi de la diversitat que es poden assolir en un treball pioner d'aquestes característiques.

Desglós:

1. Marc teòric: El desglós de la diversitat. Indicadors i mesures més freqüents (p.11)

1.1. Introducció: Diversitat, mitjans de comunicació i democràcia (p.11)

1.2. Els models i teories que contextualitzen la recerca sobre la diversitat. Breu caracterització del mercat mediàtic (p.18)

- Mercat oligopòlic
- Llei de Hotelling de "similitud excessiva" entre productes
- Estratègies competitives en el mercat dels media. El model de Porter.
- Teoria de l'elecció de programes

1.3. Les principals interpretacions de la diversitat. Glossari de conceptes y mesures. (p.26)

1.3.1. Introducció: investigacions tipus i elements recurrents de l' anàlisi de la diversitat. (p.26)

1.3.2. Les dimensions de la diversitat (p.28)

- La diversitat com reflex, la diversitat com accés i la diversitat en funció del nombre de canals

- La diversitat de fonts, diversitat de continguts i diversitat consum
- Diversitat reflectida i diversitat oberta
- La diversitat interna o diversitat vertical i la diversitat externa o diversitat horitzontal

2. L'anàlisi de la diversitat a l'Estat espanyol (p.39)

2.1. Objectius específics i hipòtesis associades (p.40)

2.2. Dimensions de l'anàlisi de la diversitat (p.41)

2.3. La mostra (p.42)

2.4. El mètode d'anàlisi: dimensions escollides i índexs de mesura (p.43)

3. Explotació de la mostra i resultats (p.57)

3.1. Anàlisi de la diversitat global (p.59)

3.1.1. L'anàlisi de la **diversitat global** de la programació i l'anàlisi de la **concentració** (p.60)

3.1.2. La **contribució** de cadascuna de les cadenes a la diversitat global del sistema (p.63)

3.1.3. La **contribució** de cadascuna de les cadenes a la diversitat global per **gèneres** (p.65)

3.1.4. L'anàlisi de la **dissimilaritat** (p.73)

3.2. Informe sobre la diversitat de les cadenes (p.77)

3.2.1. **TVE i La2** (p.79)

3.2.2. **TV3 i el C33** (p.99)

3.2.3. **Telecinco** (p.116)

3.2.4. **Antena 3** (p.126)

3.2.5. **Cuatro** (p.135)

3.2.6. **La Sexta** (p.142)

3.3. Informe comparatiu sobre l'oferta de diversitat respecte l'eix de la titularitat pública o privada de les cadenes (p.149)

3.3.1. Dades generals de la **diversitat vertical**: diversitat i concentració (p.151)

3.3.2. **Contribució** dels canals a la diversitat del sistema (p.152)

3.3.3. La **distribució dels gèneres** en els canals públics i privats (p.154)

3.3.4. L'anàlisi de la **dissimilaritat** (p.161)

3.3.5. Resum i **conclusions** (p.163)

3.4. Anàlisi de la diversitat en la franja de *prime-time* (p.167)

3.4.1. Anàlisi de la diversitat i de la concentració (p.168)

3.4.2. Contribució de les cadenes a la diversitat de la programació en la franja de *prime-time* (p.170)

3.4.3. Anàlisi de la dissimilaritat (p.176)

3.4.4. Contribució a la diversitat global de cada canal (p.178)

3.4.5. Índex d'Opció d'elecció (p.180)

3.5. Validació/refutació de les hipòtesis a partir de l'explotació de la mostra (p.183)

4. Conclusions (p.191)

5. Discussió (p.197)

6. Bibliografia (p.201)

7. Annexos (p.209)

1. Marc teòric:

El desgloss de la diversitat. Indicadors i mesures
més freqüents

Marc teòric: El desglossament de la diversitat. Indicadors i mesures més freqüents

En aquest apartat i tal com s'ha esmentat en la presentació s'introdueixen algunes de les particularitats de l'anàlisi sobre la diversitat. Cal senyalar en aquest sentit que de cara a l'elaboració d'un protocol d'anàlisi de la diversitat cal saber quines són les dimensions i variables que assumeix el concepte en la recerca consolidada per poder decidir les que resulten més pertinents per a l'anàlisi del cas concret –la diversitat de la programació a l'Estat espanyol- i de forma conseqüent, escollir també els índexs de mesura més adients.

1.1. Introducció: Diversitat, mitjans de comunicació i democràcia: interaccions històriques i especificitat contemporània

La reivindicació de la diversitat com a eix estructurador de la TV pública o de servei públic no ha tingut sempre ni el mateix valor ni les mateixes connotacions polítiques. De la gran quantitat d'estudis i recerques analitzades, mai no s'ha trobat una referència negativa a la diversitat com a valor a preservar en els mitjans de comunicació i sempre s'ha lligat d'una o altra manera al pluralisme i a les societats democràtiques.

En aquest sentit, McQuail, en el text més citat des del punt de vista teòric sobre la diversitat als mitjans (no analític) afirma que **la diversitat no és només una finalitat en si mateixa sinó un instrument per garantir valors democràtics importants**, com els clàssics de la Llibertat, la Igualtat i la Fraternitat i que, en general la diversitat mediàtica contribueix a l'ordre social, perquè promou la lliure expressió del desacord i el malestar oferint camins diferents per al compromís²

Avui en dia no s'entén l'actual desenvolupament democràtic sense fer referència al paper cabdal que hi han jugat els mitjans de comunicació de masses i, de manera específica, al paper que hi ha jugat el valor de la diversitat en les seves diferents articulacions.

Malgrat la vinculació unànime entre diversitat, pluralisme i democràcia, la diversitat s'ha interpretat de manera ben diferent en funció dels diversos contextos històrics i de les tendències que caracteritzen el desenvolupament del mitjà. Els termes de “diversitat” i “pluralisme” aplicats als mitjans oculten diferències d'èmfasi i d'implementació entre diferents sistemes de mitjans, fet que es demostra en les

² McQuail, D. (1992): La acción de los medios, los medios de comunicación y el interés público. Buenos Aires, Amorrortu editores, p. 198.

diverses interpretacions i implementacions que ha tingut l'ideal pluralista als diferents països (són paradigmàtics els casos de la Gran Bretanya, el Canadà, els EUA³ o Holanda).

Des d'aquesta perspectiva, el concepte de diversitat ha anat fortament lligat en la regulació d'alguns països europeus a la noció de servei públic. Allà on l'ordenament ha considerat que la societat és heterogènia de partida, el valor de la diversitat ha estat present en el debat amb la finalitat de permetre reflectir les diferents opinions i gustos existents.

En l'actualitat però, les diferències que en alguns casos i de forma significativa els ordenaments jurídics havien obligat a distingir entre la programació de les televisions públiques – obligades a respectar el valor de la diversitat- i la programació de les televisions privades, tendeix a desaparèixer. En efecte, no són pocs els autors que parlen de la **convergència entre la programació de la TV pública i privada**, especialment en els horaris de *prime-time*.

Més enllà de les diverses interpretacions del pluralisme i la diversitat en relació a les seves possibles dimensions polítiques i socioculturals (lingüístiques, socials, religioses, etc.), **l'èmfasi contemporani en la diversitat s'entén en un context d'increment relatiu en el nombre de canals i la tendència político-econòmica cap a la liberalització i la desregulació televisives⁴.**

Mitjans de comunicació, promotors o destructors de la diversitat democràtica?

Històricament és possible detectar unes **diferències d'èmfasi significatives en el valor de la diversitat i la seva relació amb la implantació de la democràcia**. Així, per una banda, en contextos socials de forta centralització del poder i existència de lligams comunitaris forts (siguin familiars, tribals, grupals, religiosos, etc.), els mitjans de comunicació s'han considerat com agents afavoridors del canvi, del desenvolupament de la llibertat i en definitiva, de la transformació social (els mitjans han difós innovacions culturals i formes culturals alternatives). A més a més, es

³ En el cas nord-americà i tal com senyala Napoli, l'èmfasi en la diversitat ve de la tradició a la primera emenda que parla de disseminació més ampla d'informació des de fonts diverses i antagonistes" i situa el valor de la diversitat com a recolzament del "mercat de les idees". Aquest autor vincula estretament el valor de la diversitat a la democràcia en la que els ciutadans poden escollir entre un ventall ampli d'idees (diversitat de continguts), transmesos a través de diferents mitjans (diversitat de fonts) per incrementar el seu coneixement i esdevenir ciutadans ben informats i prendre les decisions adequades per assumir les seves responsabilitats adequades.

⁴ Pujadas, E. (2004): "The research on quality television. Establishing the context for an academic analysis of INPUT discourse about quality television" a Research on INPUT at Pompeu Fabra University. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.

considera que una organització pluralista dels mitjans de comunicació massiva constitueix una arma essencial per resistir la tendència al control centralitzat i la uniformitat. En aquest tipus de context, **els mitjans de comunicació i la seva diversitat contribueixen de forma positiva a la difusió d'una diversitat d'opinions i de punts de vista.**

Per una altra banda i des de la teoria crítica dels mitjans de comunicació de masses (Benjamin, Escola de Frankfurt i neomarxistes posteriors) es palesa la **contribució que han tingut els mitjans a l'estandardització massificada de la producció cultural**, la repetició de formats, la reducció de l'autonomia del creador i l'adaptació de les obres i productes als condicionants del mercat, reduint així la diversitat existent. Si a més a més, se li afegeix el context de globalització en el que ens trobem, es consideren els mitjans de comunicació com els instruments de difusió d'un ventall de valors i models uniformes ("globals", és a dir, nordamericans), que responen a una ideologia mercantil. Des d'aquesta perspectiva es considera **als mitjans com agents homogeneïtzadors i reductors de la diversitat social.**

A més, la promoció de l'increment de la diversitat es pot fer seguint una **inspiració empresarial** consistent en oferir o adaptar la diversitat de la oferta televisiva a allò que els espectadors volen consumir, o es pot fer seguint una **inspiració més propera a la filosofia del servei públic de televisió** i intervenint de manera més decisiva en la regulació del mercat dels mitjans. Així, es poden identificar **dos camins diferents que van de la diversitat a la democràcia en funció del punt d'equilibri en el que se situen les forces del mercat i la intervenció pública** i que permeten distingir dues dimensions d'aquest valor que es desenvoluparan en profunditat al proper apartat.

- Per una banda, una **interpretació "proporcional" de la diversitat** en la mesura en que la diversitat que ofereixen els mitjans correspon de manera proporcional a la diversitat social (com es veurà, aquesta és una concepció de la diversitat com a reflex *-reflective diversity* en la terminologia anglesa).
- Per una altra banda, una **interpretació més radical de la diversitat, la diversitat oberta (*open diversity*)** més propera als postulats que defensen la intervenció pública en la definició dels continguts de "servei públic" i que fa una **interpretació de la diversitat en termes igualitaris**, és a dir, que dona el mateix pes i representació a totes les postures i opinions existents socialment, malgrat que no es corresponguin proporcionalment a la seva existència real.

Paradoxes del context contemporani entorn la Diversitat

Per acabar de caracteritzar de manera sintètica el context social d'interpretació del valor de la Diversitat a la televisió, cal especificar la particularitat del **context contemporani i l'impacte que tenen tant la convergència tecnològica com les noves formes de consum televisiu**.

Un projecte de recerca que es planteja l'avaluació de la diversitat ha de considerar de manera forçosa les noves condicions que defineixen **l'estructura de mitjans contemporània**. En aquest sentit, cal esmentar no només la multiplicació de canals, suports i formats de la transmissió de continguts, sinó també la creixent diversificació tant dels continguts, de les audiències com de les formes de consum amb un paper fonamental protagonitzat per Internet.

Breument s'enumeren els **factors que caracteritzen l'entorn contemporani que tenen un impacte directe en la Diversitat** i de retruc, en la seva anàlisi:

1. **La creixent informatització de la societat** (increment espectacular de la quantitat d'informació);
2. **La creixent convergència** entre les tecnologies de la informació i el món de les xarxes de la comunicació.
3. La diversificació de continguts, contenidors i canals. La diversificació incrementa **la llibertat d'elecció pels consumidors** però té una contrapartida negativa que és que com més tecnologies de la comunicació diferents hi ha, davalla la comunicació comunitària i l'intercanvi social
4. Increment de la **segmentació i fragmentació** d'audiències.
5. La **digitalització**, que s'apunta sovint com el gran canvi que afecta el consum dels mitjans. En l'era digital centenars de canals s'adrecen a audiències cada vegada més petites i fragmentades. Mentre que la tecnologia permetrà oferir centenars de nous canals, en essència no canvia res en termes de procés de producció: el temps i les despeses implicades per fer un bon programa no han canviat; la creativitat necessària és la mateixa per fer en digital que en analògic; de manera que per molts autors allò que realment representarà la televisió digital serà una gran quantitat de reposicions de programes vells i, per tant, una davallada de la diversitat real oferta per les cadenes i/o els contenidors.
6. Les **noves formes de consum**. El consum televisiu ha passat del consum

de canals al consum de programes, a l'anomenat *narrowcasting*. Gilder⁵ introdueix el terme del *bitcasting* com un pas més enllà del *narrowcasting*, en el que l'espectador només veurà bits d'informació, és a dir, alguns programes i compondran la seva pròpia programació i cadascú farà el seu "paquet" de programes.

Van Cuilenburg⁶ ajunta tres grans paradoxes del context contemporani:

1. **La paradoxa de la diversitat:** com "més diversitat, menys diversitat". Aquesta primera paradoxa recull l'observació de que el mercat dels mitjans de comunicació és molt millor a l'hora de generar una "diversitat reflectida", és a dir, a adaptar-se als interessos civils i preferències del consumidor majoritàries que a oferir un ventall ampli i exhaustiu de les innovacions polítiques i culturals que sorgeixen de les minories; és a dir, a oferir una "diversitat oberta". Aquesta paradoxa sovint se l'anomena "més del mateix".
2. **La paradoxa de la informació:** com "més informació, menys informació". En la Societat de la Informació esdevé necessari distingir entre la informació i el coneixement (Naisbitt, 1984); la qüestió avui en política comunicativa no és tant la manca d'informació sinó la davallada en l'accés de les audiències a continguts realment novedosos i a les idees i opinions de grups minoritaris.
3. **La paradoxa de la comunicació:** "més comunicació, menys comunicació". Aquesta tercera paradoxa fa referència al fet de que malgrat que avui en dia la tecnologia de la comunicació és abundant (se cita sovint en aquest sentit la triple A de les grans operadores: *Anything, anytime, anywhere*⁷), l'accés constant i ubiqu (temps i espai) a tecnologies i canals diferents disminueix la informació comunitària i l'intercanvi social. Van Cuilenburg apunta en aquest sentit que la democràcia només es sostenible amb un continu intercanvi d'informació, punts de vista i opinions; la comunicació és crucial pel debat públic i el diàleg socials. En darrera instància diu, aquesta paradoxa fa de la diversitat en la informació i l'opinió un concepte completament fictici, un concepte gairebé mític sense cap sentit pràctic.

⁵ Gilder, C.: (1992): "Life after television". Nova York, W.W: Norton & Co.

⁶ Van Cuilenburg, J.: (1997): "Diversity revisited: Towards a critical rational model of media diversity" a V.V.A.A. (eds.): The media inquestion: popular cultures and public interests. Londres, Sage, p.38-39".

⁷ Negroponte, 1995.

És paradoxal també el fet de que aquest propi autor, un dels investigadors més rellevants en l'anàlisi de la diversitat de continguts, com es veurà al proper capítol, acaba posicionant-se per una política de la diversitat d'accés⁸.

⁸ Van Cuilenburg, 1998; 47.

1. 2. Els models i teories que contextualitzen la recerca sobre la diversitat. Breu caracterització del mercat mediàtic

La diversitat de la programació televisiva no és una variable independent dels contextos socials en els que s'avalua; en aquest sentit, la diversitat apareix com el resultat d'algunes qüestions fonamentals com el nombre de canals, la legislació existent, la obligatorietat de programar cert tipus de continguts, les estratègies de programació de les diferents cadenes, les cultures televisives (hàbits de consum dels espectadors, etc.).

La diversitat pot considerar-se com el resultat de tres àmbits diferencials d'acció i decisió:

- **Les condicions estructurals del context de referència:** legislació, nombre d'operadors, mercat, establiment de quotes de programació, etc. En el context contemporani cal avaluar també la introducció de nous canals, els nous formats de consum de TV (Internet), etc.
- **Les decisions estratègiques** que prenen els directius de les cadenes que emeten en un determinat mercat (introducció en el mercat, programació i contraprogramació, rentabilitat de la producció, introducció de nous formats, etc.) i, per descomptat, les relatives a les polítiques de producció i de programació;
- **Les decisions més o menys conscients o inconscients que realitzen els espectadors** amb el seu comandament a distància, donats una sèrie d'hàbits, preferències, interessos o gustos. El resultat d'aquestes decisions conforma un cert tipus de diversitat determinada (*diversity as received* en la terminologia anglosaxona).

Tal com s'ha esmentat en la introducció, la comprensió de la diversitat, les seves diverses dimensions i indicadors precisa d'un marc més ampli d'interpretació que se situa en l'anàlisi del funcionament del "mercat mediàtic". A primer cop d'ull, sembla evident per exemple, que el **nombre d'operadors (cadenes o distribuïdors) és una variable que influeix en la diversitat**; quantes més cadenes de TV sembla que ha d'haver més diversitat, (tot i que aquesta no és una relació il·limitada sinó que hi ha uns límits per sobre dels quals l'increment en el nombre de canals no es tradueix en un increment de la diversitat, com es veurà més endavant). **Altres variables** que tenen un impacte en la diversitat són per exemple el **tipus de propietat dels canals**

(pública o privada), el **sistema de quotes** que els ordenaments estableixen, el **comportament dels espectadors** o les **estratègies de programació televisives**.

Malgrat l'existència de diverses variables que incideixen en la diversitat, el mercat mediàtic presenta alguns **trets estructurals**, algunes caracteritzacions específiques que són extrapolables als diversos països o contextos d'anàlisi. En aquest sentit, és possible identificar algunes característiques del funcionament del mercat mediàtic que el fan diferent per exemple del mercat de les galetes, dels cotxes o dels mòbils i que juguen un paper protagonista en la configuració de la "diversitat" del sistema.

Breu caracterització del "mercat mediàtic"

A continuació es presenten a tall d'introducció els trets diferencials del mercat dels media i algunes especificitats del seu comportament que influencien la diversitat televisiva i que tenen un impacte clar en l'avaluació de les seves principals dimensions.

Mercat oligopòlic

El funcionament del mercat dels media no és equiparable a altres mercats, per la qual cosa no hi són de directa aplicació alguns dels principis de l'economia clàssica, com per exemple la relació directament proporcional que s'estableix, (generalment per part dels programadors de les televisions privades, del sector empresarial de la televisió o dels governs neolliberals), entre l'increment de la diversitat i l'increment de la qualitat de la programació.

Un dels primers estudis realitzat sobre la diversitat del mercats mediatics (Levin, 1971)⁹ ja va assenyalar que aquest mercat és essencialment **un mercat oligopòlic**. Ja aleshores Levin va caracteritzar-lo com un tipus de mercat amb empreses mútuament dependents, amb una tendència a mantenir l'status quo, amb una oferta de productes força homogenis i una dinàmica d'entrada difícil i d'eliminació dels competidors més dèbils.

Posteriorment, diversos autors han aprofundit en aquesta característica oligopòlica del mercat dels media entre els que destaca l'estudi de Van Cuilenburg per la síntesi que fa d'estudis anteriors que mostren les principals raons per les quals **el mercat dels**

⁹ Levin, H.J. (1971): "Program Duplication, Diversity, and Effective Viewer Choices: Some Empirical Findings". The American Economic Review. Vol. 61(2): 81-88.

media mai no pot ser un mercat de competència perfecta¹⁰.

La primera raó és que la competència perfecta implica **l'absència de diferenciació significativa entre productes** mentre que la diversitat reflectida només pot existir entre productes no diferenciats només en el cas excepcional en el que les preferències dels usuaris siguin homogènies. Si no és el cas i aquestes preferències són heterogènies, aleshores la diversitat dels media automàticament implica diferenciació entre productes mentre que la competència perfecta en el sentit clàssic de la teoria econòmica no.

La segona raó per la qual la competència perfecta en el mercat dels media rarament es dona esta basada en **l'estructura específica del cost dels productes mediàtics**. La producció, organització i distribució de contingut mediàtic comporta **elevats costos de creació i/o compra de la primera copia però costos molt baixos, fins i tot negligibles de duplicació i distribució**. Els productes i serveis dels media tenen beneficis exponencialment creixents. Això fa que el rendiment de les indústries dels media s'incrementa amb el *share*. A més a més, els continguts dels media com altres productes culturals tenen *per se*, un elevat risc de fallida. Les grans empreses que poden produir o comprar diversos productes i finançar els fracassos amb productes rentables tenen un fort avantatge competitiu. En resum, la mida de l'empresa és crucial en les indústries dels media; teòricament aleshores el mercat dels media tendeixen cap a la formació d'oligopolis heterogenis.

Llei de Hotelling de “similitud excessiva” entre productes

De la característica anterior es podria desprendre que els mercats monopolístics i oligopolístics comportarien riscos seriosos de cara a la diversitat. La llei de Hotelling, formulada al 1929 i encara vàlida avui fa trontollar aquesta influència i aporta un matís rellevant de cara a la diversitat.

Aquest economista va demostrar matemàticament que **en els mercats competitius l'actuació més racional per als productors de mercaderies és fer els seus productes el més semblants possible**; és a dir, **en mercats competitius, la diversitat disminueix**. Segons es desprèn de la seva anàlisi, la competència condueix als productors cap a polítiques conservadores que tendeixen a evitar el risc; en els

¹⁰ Van Cuilenberg, J. (2000): “On measuring media competition and media diversity: concepts, theories and methods” en Picard, G. (Ed.): *Measuring media content, quality and diversity* (pp. 51-80). Turku, Finland: Turku School of Economics and Business Administration.

mercats amb competència ferotge és perillós per als productors diferenciar-se massa dels seus competidors, tant en preu com en característiques dels productes de manera que els compradors es troben amb productes “excessivament iguals”.

Tal com recull Van Cuilenburg, la llei de Hotelling aplicada al mercat dels mitjans prediu que **els mercats competitius tendeixen a la homogeneïtat més que els mercats monopolístics o els que es regeixen segons el model de servei públic**. Malgrat tot, “mes del mateix” no vol dir necessàriament que la diversitat dels productes disminueixi a mesura que s’incrementa la diversitat dels proveïdors (cadena). Aquesta és l’anomenada “paradoxa de la diversitat”: més diversitat = menys diversitat.

Aquesta paradoxa sorgeix de la relació dialèctica establerta entre la *diversitat reflectida* i la *diversitat oberta*. Tot i que aquests dos conceptes es desenvolupen al proper paràgraf, per aclarir aquesta qüestió s’esmentaran els seus trets essencials. **La diversitat reflectida** és aquella que reflecteix de manera proporcional la diversitat social en termes polítics, culturals, religiosos, etc.; **la diversitat oberta** és la diversitat que, en termes absoluts, ofereix un accés perfectament igual als seus canals de tots els grups i col·lectius socials o, en termes de gènere, la que ofereix exactament la mateixa proporció de temps a tots i cadascun dels gèneres.

Doncs bé, retornant a la “paradoxa de la diversitat”, el mercat dels mitjans té més tendència a produir un reflex proporcional dels interessos i preferències dels grups majoritaris (és a dir, a produir una diversitat reflectida) que, en iguals condicions, a generar una diversitat uniforme que inclogui les innovacions polítiques i culturals provinents de les minories i els nous grups socials (diversitat oberta). **La paradoxa de la diversitat és la implicació real de la tendència a oferir “més del mateix” dels mercats mediàtics (Llei de Hotelling)**.

Per una altra banda, cal senyalar que seguint aquesta línia s’han fet alguns estudis que avaluen l’increment de la competència i com aquest increment pot afavorir la qualitat dels mitjans, tot i que el resultat més probable és un increment de la diversitat reflectida¹¹.

Estratègies competitives en el mercat dels mitjans: *El Model de Porter*

Una altra de les característiques específiques del mercat dels mitjans que afecta la diversitat existent ve condicionada pel tipus d’estratègies competitives que dissenyen

¹¹ L’estudi de Lacy i Simona ressegueix la qualitat de les editorials dels diaris i troben que aquesta millora en els mercats més competitius.

les empreses que pugnen per fer-se un lloc en el mercat o mantenir-lo. En aquest sentit cal recordar el que s'ha comentat anteriorment, que malgrat que cada operador, cada cadena o diari en cada mercat estableix unes estratègies concretes per competir amb la resta de les empreses, en el mercat dels media aquestes estratègies són per una banda diferents de les estratègies que s'apliquen en altres mercats i per una altra, presenten trets específics i diferencials. El model de Porter identifica tres estratègies genèriques entre competidors del mercat dels media:

- **L'estratègia de lideratge en despesa** (*cost leadership strategy*, CLS) . Els competidors que segueixen aquesta estratègia intenten obtenir avantatges en el cost dels productes. Per tal d'aconseguir-ho, intenten oferir contingut que agradi el màxim nombre d'espectadors possible, capitalitzant economies d'escala, aprofitant les oportunitats de subvencionar de manera creuada els continguts més cars i a través de la recerca en els processos i les innovacions tecnològiques. Donat l'elevat cost de la primera copia i els baixos costos de reproducció, és lògic en aquesta estratègia que la manera més immediata d'aconseguir avantatges estructurals sigui a través de l'objectiu de satisfer les audiències més grans possibles.

- **La segona estratègia es la de la diferenciació** (*differentiation strategy*) (DS). Els emissors que l'adopten miren també de tenir l'audiència més gran possible també però ho fan amb un tipus diferent de contingut que els permet modelar el seu segment del mercat; busquen obtenir el seu avantatge competitiu oferint un contingut qualitativament diferent.

- Les dues estratègies intenten aconseguir beneficis per sobre de la mitja; quan els emissors no ho aconsegueixen redrecen la seva estratègia competitiva cap a la competència en el preu, minimitzant les despeses a curt termini (reposant continguts ja emesos en el mateix o en altres mercats o, de manera alternativa, copiant formats exitosos a baix preu). Aquesta és una tercera estratègia anomenada **estratègia competitiva en preu**.

L'estratègia de la diferenciació incrementa les diferències entre canals i contribueix a la *diversitat entre canals*; també contribueix a la *diversitat oberta* perquè el contingut especialitzat d'una determinada cadena no es fàcilment imitable per una altre competidora.

L'estratègia de LD (lideratge en despesa) al contrari, permet oferir una combinació més heterogènia de programes que són atractius a audiències molt majoritàries (miren d'agradar al màxim nombre d'espectadors possibles) i contribueix a la diversitat a

l'interior de cada canal (*intrachannel diversity*) i a la diversitat reflectida (*reflective diversity*).

Quan **els competidors en un mercat adopten aquestes diferents estratègies, no hi ha competència directa, agressiva**. Més aviat la combinació dels dos tipus de programació manté una competència moderada i contribueix a l'equilibri entre la diversitat a l'interior dels canals (*intra channel diversity* o diversitat vertical) i la diversitat entre canals (*interchannel diversity* o diversitat horitzontal).

En canvi, i tal i com demostren els treballs duts a terme per Van der Wurff i Van Cuilenburg¹², quan **diferents emissors adopten estratègies similars, la competència esdevé ruïnosa** (ofereixen programes similars a audiències similars); això inicia un cicle de davallada d'ingressos, davallada d'inversió en programes, davallada en la diversitat i finalment, una davallada de la qualitat i de retruc, una disminució de l'audiència.

El seguiment de les diverses recerques que comparen les estratègies adoptades per cadenes competidores mostra la **sensibilitat dels mercats a la relació de complementarietat o imitació entre estratègies**. Així, l'entrada sobtada de nombrosos canals, provoca una davallada significativa de l'audiència, força els emissors a reduir despesa, oferint programes barats i reposant programes de manera freqüent. L'entrada de pocs canals també pot provocar un efecte semblant perquè les cadenes poden entrar al mercat amb les estratègies de despesa mínima (*lowest cost strategies*, LCS) per assegurar-se un mercat quan els ingressos encara son limitats; contribueixen a una davallada de la diversitat i porta a competència ruïnosa (com més canals hi ha en un mercat és més fàcil que això passi).

Un factor que intervé en la diversitat existent relacionat indirectament amb les estratègies de competitivitat és la concentració dels emissors; en aquest sentit, tot apunta a que la concentració permet o estimula als emissors a adoptar una combinació d'estratègies de lideratge en despesa i de diferenciació per reduir el solapament entre cadenes i maximitzar l'audiència total; no te sentit per un emissor replicar els seus programes en diferents canals sinó que mirarà d'usar els diferents canals per atreure audiències diferents per maximitzar el seu share total.

¹² Van der Wurff i Van Cuilenburg, (2001 i 2004)

Teoria de l'elecció de programes (*programme choice theory*),

La Teoria de l'elecció de programes, estretament lligada a les estratègies competitives identificades per Porter però des de la perspectiva de l'audiència. És a dir, les estratègies de competència entre operadors s'estableixen a partir de l'observació i sistematització del comportament de l'audiència.

Aquesta teoria parteix dels models econòmics tradicionals sobre l'elecció de programes que fa l'audiència que **estableix que els espectadors tenen dos tipus de preferències pels programes:**

- una preferència forta per un programa específicament dissenyat especialment per a ell (el target) i
- una preferència més difosa cap a programes més homogenis, més genèrics o de masses.

Segons la lògica d'aquests models, **quan hi ha pocs canals s'aconsegueix més audiència quan s'ofereixen programes generalistes**; en canvi **quan s'incrementa el nombre de canals, la mitjana d'audiència per canal és cada vegada més petita i per tant, és més fàcil per un programador maximitzar l'audiència oferint una programació minoritària**. Aquesta programació minoritària (l'estratègia) es diu *narrowcasting*.

A tall d'exemple, imaginem un mercat hipotètic on el 50% de l'audiència prefereix programes d'entreteniment i 5 grups diferents de sectors de l'audiència que prefereixen altres tipus de programes i que representen cadascun un 10%. En el cas de que operin 3 cadenes de televisió en aquest mercat, la teoria de l'elecció de programes prediu que els tres canals proveiran programes d'entreteniment perquè aquesta opció els hi dona el share possible més gran (un terç del 50%).

En canvi, si en comptes de tres cadenes en aquest mateix mercat hi operen 10 cadenes, 5 encara proveiran programes d'entreteniment però els altres 5 proveiran un dels altres 5 tipus de programes preferits (no és rentable per 10 cadenes lluitar per un 50% de l'audiència, davant el 5% possible de share, n'obtindrien el doble, el 10% adreçant-se a algun dels grups minoritaris). Els pressupòsits subjacents d'aquesta teoria com es pot deduir són per una banda que les audiències es distribueixen de manera relativament equitativa entre les cadenes que ofereixen programació similar i que els emissors volen maximitzar la seva audiència.

Van der Wurff¹³ per la seva banda i també des de l'anàlisi de les eleccions que fan els espectadors ressegueix l'impacte d'aquestes eleccions en la diversitat emesa i la diversitat rebuda. Aquest autor posa en relació dos pressupòsits:

- alguns espectadors **fan eleccions conscients dels programes** que volen veure, especialment quan hi ha un nombre elevat de cadenes, i
- Els emissors desenvolupen **estratègies de programació per tal de fidelitzar els espectadors** a les seves cadenes; com a conseqüència, un elevat nombre d'espectadors mira uns quants programes emesos seqüencialment per un canal en comptes de seleccionar programes de diferents canals.

Aquestes consideracions s'utilitzen per distingir entre **espectadors passius i actius**. Quan els espectadors són passius, la diversitat rebuda (*diversity as received*) dependrà en gran mesura de la diversitat emesa (*diversity as sent*); quan són actius la diversitat rebuda depèn menys de la diversitat emesa i més de les opcions i preferències dels espectadors.

Quan augmenta el nombre de canals i la diferenciació entre canals, s'estimula la recepció activa, la competència pot incrementar la diversitat emesa però alhora reduir la diversitat rebuda, degut a que els espectadors tendeixen a consumir més d'allò que els agrada, no a incrementar la varietat de productes consumits sinó a incrementar la quantitat d'allò que consumeixen.

Aquesta serà com es veurà al llarg de l'estudi una de les grans paradoxes de l'èmfasi en la diversitat de continguts.

¹³ Van der Wurff, R. (2004): "Supplying and Viewing Diversity: The Role of Competition and Viewer Choice in Dutch Broadcasting". European Journal of Communication. Vol. 19(2): 215-237.

1.3. Les principals interpretacions de la diversitat. Glossari de conceptes de la diversitat.

1.3.1. Introducció: Recerques tipus i elements recurrents

Un cop introduïdes algunes pinzellades sobre el funcionament del mercat dels mitjans que afecten la diversitat existent, es presenten a continuació les principals dimensions sobre la diversitat que la recerca consolidada a nivell internacional identifica i mesura.

L'objectiu d'aquest capítol és per tant el de presentar **les principals dimensions** del concepte, **les variables de mesura** identificades i alguns dels **resultats més rellevants de la recerca** sobre aquest valor amb l'objectiu de seleccionar i ajustar els elements d'interès per la seva aplicació a aquest informe; á dir, per **poder desenvolupar un projecte de recerca sobre la diversitat de la programació a l'Estat espanyol**.

D'entrada **la diversitat es defineix com l'heterogeneïtat de contingut mediàtic en una o més dimensions**; a tall d'exemple algunes d'aquestes dimensions són el tipus de propietat dels mitjans, els tipus de programes, l'orientació política dels continguts, la tradició cultural, l'accés de les minories, el tipus de representació que es fa de determinats col·lectius, etc.

En general **el tipus de recerca que es desenvolupa arreu es produeix en contextos de canvis en l'estructura dels mitjans**: liberalització del sector, increment en el nombre de canals –terrestres, per cable i/o per satèl·lit-, implantació/derogació de determinades lleis que es considera que afecten la diversitat dels mitjans (syn-fin en el cas nord-americà), desregulació i re-regulació del sector; establiment de quotes de programació per algunes cadenes, etc.) que tenen un fort impacte en la diversitat dels sistemes de televisió. L'objectiu de cadascun dels estudis és avaluar l'impacte que algun dels elements esmentats tenen en la diversitat de la programació.

A les investigacions realitzades es poden distingir una sèrie d'estudis que són descriptius respecte els canvis produïts al llarg d'uns quants anys, fins i tot dècades, que consisteixen en **realitzar anàlisis longitudinals** del *prime-time* televisiu i altres que, en canvi, intenten **identificar factors causals de la diversitat de la programació**.

En un altre tipus de recerca s'analitza la diversitat de la programació en relació als beneficis de la indústria, les pressions externes i la presència de determinats executius en la gestió de les cadenes. La única correlació realment forta que identifica

aquest tipus de recerca és la dels beneficis de la indústria que suggereix l'actitud de “*don't rock the boat*”, típica dels oligopolis. Aquesta actitud consisteix en mantenir les estratègies que funcionen, sense arriscar davant els nous contextos. Literalment, es tracta de no sacsejar el barco en temps de tempesta.

Cal afegir que sovint la recerca distingeix entre **la diversitat** (referida al nombre i distribució de programes disponibles en un canal o al llarg dels canals) i la **dissimilaritat** (les diferències mostrades pels canals en els seus programes). La diversitat és la probabilitat de veure diferents programes, mentre que la dissimilaritat és un concepte relacional que indica el grau de diferència o falta d'imitació entre els canals¹⁴.

Finalment i abans de començar però es presenten de manera breu algunes consideracions que fan referència als **elements més recurrents** identificats en el procés de revisió i avaluació de les recerques analitzades:

- Es pot afirmar que la **referència teòrica més citada** sobre les variants i els contextos de la diversitat és el treball dut a terme per McQuail i que els conceptes més ben desenvolupats sobre la diversitat en relació al funcionament del mercat dels mitjans són les dels investigadors Van Cuilenburg i Van der Wurff d'origen holandès.
- Pel que fa als **índexs de la diversitat**, els més utilitzats són els que parteixen de la fórmula de Herfindahl- Hirschman i els que es desenvolupen entorn l'entropia relativa, per mesurar la intensitat de la competència.
- Com a principi general, es pot afirmar que **les recerques dutes a terme sobre la diversitat en el context dels EUA i els seus resultats són d'escassa aplicació en el context europeu**. Malgrat que utilitzen les dimensions de la diversitat i els índexs de mesura consensuats per la recerca internacional, es tracta d'un tipus de recerca que cobreix períodes de temps molt llargs i aplicats a un context on coexisteixen sistemes de distribució diferents (cable, pay-tv, satèl·lit- amb una estructura del mercat molt diferent (networks, cadenes independents, etc.) i amb unes lleis de funcionament (*syndication* i *financing rules*) que dificulten l'extrapolació de les seves conclusions fora del context nord-americà.

¹⁴ McDonald, D.G. y Dimmick, J. (2003): “The Conceptualization and Measurement of Diversity”. Communication Research. Vol. 30(part1): 60-79.

1.3.2. Les dimensions de la diversitat

Hi ha una gran quantitat de classificacions sobre les diverses dimensions que assumeix el principi de la diversitat, de la qual dona compte l'extensa bibliografia que acompanya aquest informe.

En aquest capítol no es presenten de manera exhaustiva totes i cadascuna de les classificacions identificades sinó que directament es presenta el resultat de la revisió realitzada; es comenten algunes de les deficiències detectades i s'han agrupat dimensions que, malgrat rebre diferents noms, fan referència al mateix principi classificador.

L'objectiu d'aquest apartat és doncs el de presentar un ampli desplegament que ha tingut la recerca sobre la diversitat per plantejar a continuació les dimensions més pertinents per a la seva aplicació a l'estat espanyol donades les particularitats del nostre context.

i. La diversitat com a reflex, la diversitat com a accés i la diversitat en funció del nombre de canals

A partir d'un primer esbós realitzat per l'investigador alemany Hoffman-Riem (1987) al 1987, McQuail construeix la seva tipologia de dimensions sobre la diversitat. La tipologia de l'alemany, tot i que abasta sobretot dimensions que fan referència al contingut identifica qüestions que el depassen, tant a un nivell superior (estructural) com inferior (el consum).

Hoffman-Riem identifica 4 grans principis de la diversitat:

- Diversitat de formats i de temes, referida a les funcions dels mitjans de comunicació, (entreteniment, informació, educació, etc);
- Diversitat de continguts (en relació a la opinió);
- Diversitat de persones i grups, (en referència a l'accés però també la seva representació), i
- Diversitat de cobertura i rellevància geogràfica.

A partir d'aquí McQuail proposa la seva triada, tot i que reconeix que la seva aplicació exhaustiva no té el mateix sentit ni ofereix el mateix volum d'informació. Per això es presenta de manera breu per presentar una altra classificació que al nostre parer és molt més interessant.

1. La diversitat com a reflex: coincideix amb el que Jacklin proposa com "diversitat

representativa". La diversitat com a reflex existeix quan l'estructura de la diversitat en les comunicacions es correspon amb l'estructura de la diversitat social; aquesta dimensió posa l'accent en la diversitat de la realitat social que s'expressa en el contingut mediàtic, tot i que també es pot considerar l'estructura del sistema mediàtic en la mesura que reflecteix les diferències en l'estructura social.

2 . La diversitat com accés. Aquest tipus de diversitat avalua la mesura en la que els diversos mitjans posen a disposició canals pels quals les diverses veus, grups i interessos que componen la societat poden adreçar-se a la societat global i expressar i mantenir viva la seva identitat cultural.

3. La diversitat entesa com l'existència de mes canals i opcions per a l'audiència: fa referència a la possibilitat d'elecció que es pot entendre com una major disponibilitat d'altres opinions informacions, models culturals i formes de vida que contribueixin al canvi social, la diversió i l'interès per la vida social i cultural.

La classificació proposada per McQuail s'ha reformulat desde perspectives diferents amb matisos específics en cada cas. Bàsicament el que se n'ha extret és per una banda la idea de la propietat dels canals, la diversitat en l'origen o en l'estructura, la diversitat dels continguts (en les seves nombroses sub-dimensions com veurem) i la idea de la diversitat com a "reflex" o representació social. Napoli¹⁵ o fins i tot Aslama¹⁶ (en una aplicació feta per a l'anàlisi del cas finlandès: p.10) mesuren aquestes dimensions a partir de tres nivells diferents:

1. La diversitat de les fonts (estructura dels media);
2. La diversitat de contingut (programes) i
3. La diversitat d'exposició (consum o us que en fa l'audiència).

ii. Diversitat de fonts, diversitat de continguts i diversitat de consum

Malgrat que l'article de Napoli no és tant citat en la bibliografia internacional, recull, amplia i clarifica les dimensions establertes per McQuail. Napoli s'adscriu també a la vinculació democràtica del valor de la diversitat en les seves tres dimensions:

¹⁵ Napoli, P.M. (1997): "Rethinking program diversity assessment: an audience- centered approach" en *Journal of Media Economics*, 10 (4): 59-74.

¹⁶ Aslama, M. (2005): "Digitalizing European public service Television: the case of programme supply in Finland". Ponència presentada en el *First European Communication Conference-Amsterdam-2005*.

estructura, continguts i consum.

Cal remarcar donada la seva importància la novetat i rellevància de la **diversitat de consum**, factor poc analitzat i que dona en canvi una informació fonamental als dissenyadors de les polítiques públiques sobre el comportament de l'audiència. Napoli argumenta en aquest sentit que si els ciutadans poden escollir entre un ventall ampli d'idees (diversitat de continguts), transmesos a través de diferents mitjans (diversitat de fonts) poden incrementar el seu coneixement i esdevenir ciutadans ben informats i prendre les decisions adequades per assumir les seves responsabilitats adequades.

Napoli identifica en el seu estudi les següents dimensions:

1. **Diversitat de fonts.** Aquí identifica alhora tres maneres com s'ha interpretat aquesta diversitat de fonts:
 - 1.1. **Diversitat en la propietat del contingut** o programació (distingeix en aquest apartat entre la propietat de les networks, les cadenes individuals, o els productors dels programes
 - 1.2. **Diversitat en la propietat dels programes** (*media outlets*)
 - 1.3. **Diversitat en la força de treball** dels individus que intervenen en la realització dels programes.

Per avaluar la diversitat de les fonts, es poden comptar el nombre de canals en els mercats o mirar la distribució de les audiències o shares del mercat entre els participants (usant mesures econòmiques com l'índex de concentració com el Herfindahl-Hirschman)¹⁷.

2. Diversitat de continguts

a. Diversitat de formats o tipus de programes. Aquesta és de llarg, la dimensió més emprada en l'estudi de la diversitat, especialment si es tenen en compte els estudis longitudinals de la diversitat. Cal dir en aquest sentit i com es comentarà en el proper apartat, la gran dificultat consisteix en identificar classificacions estables de programes i que una segona dificultat és la de computar els índexs de diversitat¹⁸.

¹⁷ Els índexs de mesura es descriuen breument al següent apartat.

¹⁸ Un dels mètodes més comuns és el "top three index" usat per Dominick i Pearce¹⁸ (p.19); una segona mesura força utilitzada es la de "l'entropia relativa"¹⁸ i el més utilitzat, el de Herfindahl-Hirschman de concentració.

b. Diversitat demogràfica. En aquest cas la preocupació és que el contingut tingui una relació relativament proporcional amb l'existència social de grups minoritaris. Alguns estudis tradicionals realitzats en aquest sentit són els relatius a la representació d'algunes minories com els hispans als EUA, els nens, els immigrants, etc.

c. Diversitat de punts de vista. Aquest és una de les dimensions del concepte mes difícils d'avaluar; fa referència als punts de vista socials, polítics, perspectives culturals, representades als mitjans.

Tot i que Napoli no desenvolupa la diversitat de continguts, és interessant incorporar en aquest apartat alguns dels elements no sistemàtics que introdueix l'investigador J. Blumler en una recerca anterior que inclou criteris relatius a la programació i a l'audiència. Els criteris que fan referència als continguts són:

d. Diversitat de temes;

e. Diversitat d'estils

f. Diversitat de recursos;

3. Diversitat de consum (*Exposure diversity*)

Aquesta és en molts sentits, la **dimensió mes negligida de l'avaluació de la diversitat** i que es desenvolupa en la dicotomia *diversity as sent* i *diversity as received*, (desenvolupada en la propera dicotomia) que remet al contingut emès ponderat segons l'índex d'audiència assolit. Aquesta dimensió identifica **la diversitat que l'audiència realment escull**; pot indicar l'èxit o el fracàs en les decisions editorials sobre la ubicació, la inserció en la graella, la publicitat, etc.; es refereix a la diversitat que l'audiència realment selecciona.

Per a que existeixi la diversitat de consum ha d'haver una diversitat en els continguts que s'emeten; no pot existir aquesta segona sense la primera. **La diversitat emesa és una condició necessària per a la diversitat consumida però no suficient** perquè l'audiència pot decidir escollir entre pocs programes; per a que existeixi la diversitat consumida l'audiència s'ha d'exposar a una diversitat de programes. Des d'aquesta perspectiva Napoli argumenta que els *policy makers*, preocupats per la consecució d'un mercat lliure d'idees han de tenir en compte el grau en que les audiències s'exposen realment a una diversitat de productes i de fonts d'informació; és la seva responsabilitat elaborar polítiques que promoguin la *exposure diversity* o el consum de

continguts i de fonts diferenciades.

S'han dut a terme comparativament escasses recerques sobre aquest tipus de diversitat. **El que aquestes recerques mostren es que els increments en la diversitat de contingut es tradueixen en davallades en la diversitat de consum i en la polarització de les audiències.**

Cal esmentar en aquest sentit l'estudi de Wober que mostra que un increment de determinats programes tradicionalment infrarepresentats (com programes de notícies, programes religiosos o d'informació general), pot fer disminuir el consum que en fa l'audiència. Wober caracteritza aquets programes com programes de demanda inflexible o menys eficients degut a la seva incapacitat d'atraure audiències en la proporció en que s'incrementa la seva oferta.

Això es molt important de cara als dissenyadors de les polítiques relacionades amb l'audiovisual perquè mostra que **l' increment de l'oferta en diferents sistemes pot portar a les audiències a exposar-se cada vegada a una diversitat menor**; és a dir, que facin cada vegada una elecció més restringida de programes o, en altres termes, que se sotmetin a una dieta cada cop menys variada de programació.

En definitiva, **la diversitat de l'oferta (availability) i la diversitat de la demanda (ús o diversity as received) no són sinònims**. En aquest sentit Napoli adverteix del fet que sense fer més recerca pràctica sobre *l'exposure diversity* els polítics poden estar prenent decisions perilloses pel que fa l'acompliment de la metàfora del mercat de les idees, donat que l'increment en la diversitat dels continguts pot no tenir cap sentit des del punt de vista de la política si els continguts addicionals són ignorats per l'audiència.

iii. La diversitat reflectida vs. diversitat oberta

Aquestes són les **dues accepcions sobre la diversitat més utilitzades** en la recerca. La **diversitat reflectida** (*reflective diversity*) avalua **si els continguts reflecteixen les diferents idees o temes en la mateixa mesura que els usuaris dels media els prefereixen** o si reflecteixen les diferències socials existents en política, religió, cultura i condicions socials d'una manera més o menys proporcional. En canvi, **la diversitat oberta** (*open diversity*) és una **mesura que avalua si i en quina mesura els media expressen totes les idees raonables o temes possibles en les mateixes proporcions**, independentment del seu suport públic.

Tal com recullen Van de Wurff i Van Cuilenburg (2001, t4.), la primera norma deriva la seva significació del principi de que **els media haurien de donar una atenció**

proporcional a les necessitats de tots els usuaris; és proper a l'argument econòmic de que l'oferta hauria d'equiparar-se a la demanda. La segona accepció de la diversitat es construeix sobre el principi crític-racional de que **els continguts dels media haurien de provocar la reflexió i la confrontació constructiva;** és propera als arguments polítics i culturals de que totes les idees haurien de tenir un accés uniforme al sistema de comunicació d'una determinada societat.

Són dues aproximacions divergents de la diversitat. Una és empírica i quantitativa (de baix a dalt) i la segona és normativa i qualitativa (de dalt a baix). Les dues són criticables: la concepció del reflex no casa bé amb la idea de l'obertura a una gran varietat de posicions i condicions socials, mentre que la idea de la igualtat total va en detriment de les posicions majoritàries i a favor de les creences, actituds i condicions minoritàries. La crítica que es pot fer a la concepció del reflex és que posa l'accent en la programació massiva i majoritària i la converteix encara en més massiva i majoritària. La concepció de l'obertura corregeix aquest esbiaix. No hi ha escapatòria d'aquest dilema i la política que es faci sobre els media ha de triar.

Van Cuilenburg (2000) sintetitza de forma clara la diferència entre ambdues nocions i els seus pressupòsits subjacents:

Diversitat Reflectida	Diversitat Oberta
Pressupòsit: les preferències dels usuaris influencien els media	Pressupòsit: les preferències dels media influencien la gent
Aproximació empírica a la diversitat	Aproximació normativa a la diversitat
Avaluació quantitativa de la diversitat	Avaluació qualitativa de la diversitat
Focus en les dimensions de contingut expressives	Focus en les dimensions cognitives del contingut
Accés per a la gent (consumidors)	Accés per a les idees (de continguts diferents)

De les dues nocions de diversitat es poden derivar també **dues importants nocions de la relació entre els mitjans i la societat, fins i tot dues nocions diferenciades de democràcia:**

- **com més diversitat reflectida, més es poden titllar els mitjans de democràtics** perquè reflecteixen millor els punts de vista socials; en canvi,

- com més diversitat oberta, més èmfasi en la millora de l'aprenentatge i la formació d'opinions.

La primera posa més l'èmfasi en l'autonomia de l'espectador, la segona en la dels programadors, la primera pot traduir-se en una concepció més populista dels mitjans (adaptació als desitjos del consumidor), la segona assumeix una funció més educativa dels mitjans.

La diversitat reflectida i la diversitat oberta **només poden coincidir en ocasions excepcionals** en que les preferències per les idees i les opinions diferents estiguin uniformement distribuïdes; és a dir, que les cadenes oferissin una diversitat oberta (una diversitat en termes absoluts de totes les posicions possibles, sigui en termes de continguts, tractaments, gèneres, etc.) i **que a nivell de consum o de preferències dels consumidors aquests fessin tries igualment diversificades**, que els interessés tota la diversitat oferta per les cadenes.

La realitat dels mercats mediàtics, tal com s'ha apuntat anteriorment és que malgrat que **des de la teoria política la diversitat oferta per les cadenes és una condició necessària per a la qualitat dels sistema democràtic, no és una condició suficient perquè els espectadors trien veure només allò que els agrada**. Aquesta serà com es veurà al llarg d'aquest informe una de les paradoxes de la diversitat.

Cal afegir que les dues nocions de diversitat es poden aplicar a diferents nivells (Van Cuilenburg, 2000):

- a nivell de les **unitats de contingut de la informació**
- a nivell del global d'un determinat **mitjà o capçalera** (un diari o un canal de televisió)
- a nivell d'un determinat **tipus de mitja** (radio, tv, diaris)
- a nivell d'un **sistema de comunicació** d'una determinada societat en conjunt

Des del punt de vista econòmic i aquest serà un element que no es desenvoluparà en aquest informe sinó que només es dona una breu pinzellada, el treball que porten a terme els investigadors Van der Wurff i Van Cuilenburg consisteix a avaluar el funcionament del mercat holandès i estableixen **l'existència d'uns punts d'equilibri, els òptims del mercat** que es troben en aquelles situacions en les que **la diversitat oberta i la diversitat reflectida s'acosten més**. A més a més, aquests investigadors relacionen les estratègies de programació de les cadenes (explorades anteriorment) i la intensitat de la competència i estableixen l'existència d'uns **llindars de**

competència per sobre dels quals, la competència esdevé ruïnosa i per sota de la qual hi ha uns nivells òptims.

La seva conclusió és que **la diversitat reflectida és més alta quan les condicions afavoreixen una competència moderada que quan la competència és ruïnosa**; que la diversitat oberta també és més alta en condicions de competència moderada i que l'oferta de "més del mateix" és més alta en condicions de competència ruïnosa.

En termes de McQuail¹⁹, es tracta de **dos criteris addicionals de la diversitat: un que valora la igualtat d'accés i representativitat** de totes les diferències significatives i **un altre que es basa en un principi de proporcionalitat**. Segons el principi de la igualtat d'accés l'ideal de diversitat es aquell en el que tots els grups o interessos rellevants tenen les mateixes possibilitats d'accés als canals o reben la mateixa atenció als mitjans; afirma aquest autor que és un criteri extremista i impossible de concretar literalment²⁰.

Les desviacions de proporcionalitat en favor de la igualtat d'accés poden resultar del lliure funcionament del mercat que, paradoxalment, té un efecte igualador perquè comparativament incrementa les possibilitats d'algunes petites minories (la minoria privilegiada des del punt de vista econòmic és la que en la pràctica es beneficia més de la promesa d'igual accés dels sistemes de mercat). El funcionament del mercat també pot tenir un efecte igualador o democratitzador sobre la diversitat del reflex: estimularà la oferta de continguts populars per gustos i interessos que no obriria un sistema de mitjans elitista.

El principi d'igualtat implícit en la diversitat té més potencial per promoure el canvi i la innovació, mentre que el de reflex tendeix a reforçar l'status quo (o l'equilibri del poder social).

iv. La diversitat interna o diversitat vertical (del canal) vs. la diversitat externa (o diversitat horitzontal o multicanal)

La **diversitat vertical** mesura el nombre de programes o tipus diferents de programes que **ofereix un canal (o grup de canals) al llarg de tota la seva programació**. La **diversitat horitzontal** en canvi es refereix al **nombre de programes o tipus de**

¹⁹ *Op.Cit.* p.33

²⁰ Potser segons criteris específics com a Bèlgica i Canada amb dos comunitats lingüístiques diferents en que s'invoca el principi, p.222.

programes diferents disponibles per a l'espectador en un moment determinat. Normalment la diversitat horitzontal pren com a unitat de mesura segments de mitja hora o de quinze minuts (aquesta darrera normalment de forma exclusiva per a l'horari de prime-time).

McQuail afirma que l'existència de la diversitat externa en l'estructura (lligat al concepte d'accés) es refereix a una situació en la que **tot l'espectre de diferències rellevants d'una societat** (polítiques, socioculturals, etc.) **es correspon a un espectre equivalent de mitjans diferents i autònoms** i cadascun d'ells abasteix de forma exclusiva al seu propi grup d'interès. Pressuposa un alt grau d'homogeneïtat o consistència dins de cada canal, un grau equivalent d'homogeneïtat en l'audiència i un grau elevat de diferenciació entre un canal i un altre. En teoria, cada veu en una societat diferenciada tindrà el seu propi canal i s'adreçarà als seus propis seguidors. A mesura que s'incrementa el nombre de canals més es dona el *narrowcasting* però que es difícil que l'expansió produïda per interessos comercials produeixi aquets tipus de diversitat.

La diversitat vertical o diversitat interna denota la situació (d'un sistema, sector o canal) en la que un mateix canal (o varis) ofereixen un ampli espectre de continguts o de punts de vista, en general amb l'a intenció d'abastar una audiència nombrosa i heterogènia. McQuail esmenta que l'existència de canals amb una existència considerable de diversitat interna és característica de societats pluralistes en les que un petit nombre de diaris de gran circulació i de canals de TV competeixen per una audiència massiva, d'àmbit nacional. Les situacions de concentració i monopoli tendeixen a alenar la diversitat interna ja que els mitjans tendeixen a evitar l'exclusivitat per cobrir tots els interessos i les necessitats d'informació possibles.

La diversitat horitzontal en canvi avalua la diversitat existent en el conjunt de les cadenes per franges de programació; és a dir, divideix l'horari de programació per franges de mitja hora (a les anàlisis del prime-time es fa de vegades per franges de quinze minuts) i analitza l'oferta que realitzen de forma conjunta totes les cadenes que operen en un determinat territori. És una anàlisi que dona compte de l'oferta existent en moments puntuals del dia, que és al que l'espectador percep quan veu la televisió.

v. De la diversitat de continguts a la diversitat d'accés

L'existència de la diversitat com una condició necessària no suficient. L'ordenament pot intervenir en la regulació/demanda de més diversitat de continguts però aquesta no es ni serà la lluita, per dues raons: l'audiència no busca la diversitat –paradoxa

fonamental i inevitable de la diversitat- i la segona es que cal lluitar per la diversitat de l'accés.

Conclusions:

En aquest extens capítol del marc teòric s'ha presentat una sistematització de les dimensions que desplega el valor de la diversitat en la recerca consolidada. Cadascuna d'aquestes dimensions desplega tot un utilatge d'índexs de mesura que permeten la sistematització de la recerca així com l'establiment d'estudis comparats.

Com s'ha pogut observar algunes de les dimensions de la recerca sobre la diversitat estan més properes a l'àmbit dels estudis del mercat i de l'establiment dels seus òptims de funcionament; altres estudis i dimensions són més propers a l'àmbit del consum i d'altres als àmbits de la recerca sobre els continguts.

El que es presenta a continuació és per una banda, la concreció d'alguns d'aquests índexs i el seu desenvolupament en indicadors de mesura amb l'objectiu de testar la seva aplicació a l'anàlisi de la diversitat de la programació a l'Estat espanyol. L'Objectiu és doble: per una banda metodològic, és a dir, avaluar les bonances d'algunes de les mesures de la diversitat per donar compte dels canvis que es produeixen en les graelles de programació de cada sistema televisiu. Per una altra banda, l'objectiu és de tipus pràctic: avaluar la diversitat de la programació televisiva a l'Estat espanyol, així com la contribució que hi tenen cadascuna de les cadenes.

2. L'anàlisi de la diversitat a l'Estat espanyol al 2006

Introducció

Un cop presentats els principals elements que caracteritzen i intervenen en la diversitat existent en els diferents contextos/mercats televisius es tracta de plantejar la recerca a partir de la consideració dels elements específics de l'Estat espanyol que poden repercutir en la diversitat oferta a l'espectador. L'atenció al context específic ha de permetre plantejar les hipòtesis que es preveu que siguin significatives, així com l'elecció de les dimensions d'anàlisi i índexs de mesura.

L'anàlisi de la diversitat pot ser un estudi aplicat a un moment determinats, a unes particularitats concretes de la programació o pot ser un estudi de tipus longitudinal per detectar les variacions que s'hagin pogut produir en la diversitat en un determinat mercat i establir algun vincle causal amb un canvi que es consideri significatiu en el sector.

Com s'ha vist en l'apartat anterior, un element que d'entrada pot semblar tenir una influència en la diversitat global d'un mercat és el nombre d'operadors que intervenen (les cadenes). Aquest ha estat el cas de l'Estat espanyol en el darrer any i mig, quan dues noves cadenes privades han començat a emetre obert, Cuatro i La Sexta.

La dimensió de la diversitat escollida per a la seva anàlisi en aquest informe és, de totes les dimensions presentades al marc teòric, la **diversitat de continguts**.

2.1. Objectius específics de la recerca i hipòtesis associades

Així, l'objectiu principal de la recerca queda formulat de la següent manera:

Analitzar la diversitat de la programació televisiva de l'Estat espanyol i la contribució de cadascuna de les cadenes que hi operen, amb especial atenció a les dues noves cadenes.

Establiment de les hipòtesis de treball

Respecte als objectius de la recerca i resseguint les anàlisis realitzades sobre el comportament del mercat en relació a la diversitat **relatives a l'increment del nombre de canals** es plantegen les següents **hipòtesis de treball**:

1. Un increment en les hores de programació es tradueix en un increment de la Diversitat del sistema;
2. L'oferta de diversitat global tendeix a disminuir en el *prime-time* (Llei de

Hotelling).

3. L'increment d'hores de programació es tradueix en un increment superior al proporcional dels gèneres de demanda forta (ficció, concursos, etc.).
4. La contribució de les cadenes públiques a la diversitat global es superior a la de les cadenes privades. Per tant,
 - a. Una disminució del pes relatiu de les cadenes públiques produït per l'entrada de dos nous operadors privats (Cuatro i LaSexta) es veu reflectit en una disminució de la diversitat global.
 - b. La disminució del pes relatiu de les cadenes públiques s'acusa en els programes anomenats de "demanda inflexible".
5. Els primers i segons canals de les televisions públiques tenen una diversitat quantitativament i significativament diferent; aquest fet permet identificar dues sub-hipòtesis:
 - a. La diversitat dels segons canals de les cadenes públiques és superior a la dels primers canals;
 - b. La dissimilaritat entre els primers i segons canals de les cadenes públiques és superior a la dissimilaritat entre els primers canals de les cadenes públiques i les televisions privades. ”.

2.2. Dimensions de l'anàlisi de la diversitat

Per donar compte dels objectius exposats, de les diferents dimensions que assumeix el valor de la diversitat, aquesta recerca aplica l'anàlisi de la **diversitat vertical o diversitat intracanal** amb l'objectiu de veure la contribució de cada cadena televisiva en l'oferta global de la diversitat del sistema.

L'anàlisi de la diversitat vertical permet veure quina és la contribució de cadascuna de les cadenes en l'oferta global de diversitat. **La diversitat vertical permet també fer agrupacions de cadenes**, per exemple, sumar la contribució de les cadenes públiques i sumar la de les cadenes privades per poder comparar la contribució relativa d'unes i altres en la diversitat global del sistema.

Aquesta recerca aplica també **l'estudi de la dissimilaritat**; és a dir, compara la diversitat global de cadascuna de les cadenes, gènere per gènere, per veure quant semblants o diferents són les programacions resultants. Aquesta anàlisi es fa de dos en dos i permet copsar el grau de similitud o de "dissimilitud" entre cadenes. Aquest

anàlisi esdevé extraordinàriament interessant, específicament per als canals públics i el seu desglos entre primers i segons canals.

Per validar/refutar la hipòtesi nº 2, la que distingeix entre la diversitat oferta durant el dia respecte a l'existent en l'horari de *prime-time* esdevé interessant aplicar a més a més **l'índex d'opció d'elecció**; com s'ha comentat anteriorment aquest tipus d'anàlisi es fa segmentat per franges de mitja hora (fins i tot de quinze minuts, com és el cas d'aquest informe) l'oferta que fa cadascuna de les cadenes de televisió.

2.3. La mostra d'anàlisi

Donat que l'objectiu principal de la recerca és el d'establir una mena de protocol per a l'anàlisi de la diversitat que permeti copsar la diversitat global de la programació i la contribució de cadascuna de les cadenes que operen al territori, s'ha escollit una setmana de setembre de 2006 quan les dues noves cadenes estan completament implantades.

Donat l'interès en establir relacions comparatives i per treballar algunes de les hipòtesis concretes s'han aplicat també els índexs esmentats a la mateixa setmana de setembre de l'any anterior, quan les dues noves cadenes encara no havien començat a emetre. Per descomptat que no es tracta de setmanes ni representatives del global de la programació (no podrien ser-ho) ni de cadascuna de les cadenes, donades les variacions que les graelles d'algunes cadenes tenen pel que fa a alguns gèneres específics. Només a tall d'exemple, en la mostra analitzada T5 no te programació esportiva fet que no seria així si s'hagués agafat una setmana de la temporada de l'emissió de la Fórmula 1.

La comparació té l'objectiu de poder exemplificar el tipus de resultats que el protocol dissenyat permet extreure. Un cop testat és perfectament plantejable el disseny d'una mostra més exhaustiva, que cobrés de manera representativa el conjunt de la programació (per temporades, per exemple) al llarg de l'any per anar seguint l'evolució de la diversitat de la programació i el grau de dissimilaritat entre cadenes, dada com es veurà, que esdevé particularment rellevant.

La setmana de setembre de 2006 inclou l'anàlisi de les següents cadenes: TVE1, La 2, TV3, el C33, T5 i A3 i les dues noves cadenes Cuatro i La Sexta. La setmana de la temporada anterior (setembre de 2005), inclou les sis primeres cadenes (lògicament sense Cuatro i La Sexta). L'horari al qual s'ha aplicat l'anàlisi és de 7'00h a 2'00h de la matinada. El *prime-time* s'ha considerat des de les 20'30 a les 00'00h.

2.4. El mètode d'anàlisi: dimensions escollides i índexs de mesura

Per avaluar la diversitat dels continguts en els dos moments de la mostra s'apliquen els mètodes esmentats anteriorment. Una de les primeres qüestions que requereix el còmput de programes és l'establiment d'un sistema de classificació de gèneres estable; aquesta és una de les grans dificultats d'aquest tipus d'aproximació i el motiu pel qual es tant difícil trobar investigacions comparades.

Les classificacions sobre gèneres són extraordinàriament variables; només per posar un exemple en el cas del nostre país coexisteixen diferents classificacions en funció de si es tracta de dades de SOFRES, de dades de les pròpies cadenes o de dades de Centres d'Estudis o de Investigació de Mercats.

En aquest sentit, l'estàndard són les classificacions entre 10 i 20 unitats diferents i evitar categories massa genèriques per poder classificar de forma clara els diferents programes, com per exemple, l'entreteniment.

La segona elecció determinant en relació al mètode és la relativa als índexs de mesura. Alguns d'aquests índexs són molt sensibles al nombre de categories existents i per això s'introdueixen sovint formes de compensar aquesta sensibilitat.

A continuació es descriu per una banda, la classificació genèrica utilitzada i per una altra els índexs de mesura utilitzats.

2.4.1. Construcció de la classificació genèrica.

A l'hora de plantejar una anàlisi de la diversitat televisiva és evident que és necessari establir una classificació genèrica per tal de **codificar** les dades i fer els **càlculs** corresponents.

En general, en les recerques d'aquest tipus es presta poca atenció a la definició de les categories i l'especificació dels criteris a partir dels quals s'han fet i posteriorment classificat els programes. Això fa difícil l'avaluació de les propostes, així com la seva posterior aplicació en altres estudis. És per tots aquests motius que es va decidir elaborar una classificació genèrica pròpia.

Per dur a terme aquesta tasca en primer lloc es planteja el problema de la construcció de les categories, ja que aquestes es poden construir basant-se en diferents criteris. Així, per exemple, trobem categories que es fixen en la forma i estructura del programa

(categories com el concurs, la telerealtat...); els continguts (religió, esports, comèdia, dramàtics...); el tipus d'audiència al que van dirigits (infantils, minories) o fins i tot altres elements com la nacionalitat dels programes (distingint, per exemple, entre ficció nacional i estrangera).

Totes aquestes categories prioritzen un aspecte dels molts que caracteritzen un programa, de manera que no són excloents i poden dificultar la classificació dels programes, precisament per aquest caràcter multidimensional. Un exemple: una sèrie còmica de dibuixos animats dirigida a nens i amb objectius educatius.

Així, per fer aquest informe s'ha decidit utilitzar categories basades en diferents criteris: el format, la temàtica o el públic al que es dirigeix el programa. Això pot dificultar la classificació dels programes, però a la vegada ens permet diferenciar i classificar millor els programes. Per exemple, la presència de programes del cor, infantils o programes destinats a minories no es poden detectar utilitzant només criteris formals.

Tot i que són categories no excloents (en el sentit que un mateix programa podria classificar-se en diferents categories), cada programa s'ha classificat en una única categoria. I per tal d'evitar conflictes entre les diferents categories, s'ha adoptat un criteri que permet classificar cada programa per allò que millor el defineix. Així, s'ha establert una "jerarquia" entre els tres tipus de categories. Si un programa pot anar a tres categories diferents segons si ens fixem en el seu format, el seu contingut o el públic al que es dirigeix, en primer lloc analitzarem si allò que més el defineix és el públic, en segon lloc el contingut i en tercer lloc el format.

Dos exemples: *Shalom* (La2) és un informatiu religiós dedicat a la comunitat jueva. Així, pot classificar-se a la categoria "Informatius" (segons el seu format), a la categoria "religiós" (segons els seus continguts) i també a "minories" (pel públic al que es dirigeix). Donat que la categoria d'audiència és més caracteritzant d'aquest programa que les altres dues, *Shalom* s'ha inclòs dins de "minories".

Futbol int (Canal 33) seria un altre programa que es podria classificar dins de "Informatius" o dins de "Esports" (però en cap categoria construïda a partir del públic al que va dirigit). Per aquest motiu, el situem dins de "Esports", donat que és més caracteritzant que una categoria basada en el format com és "Informatius".

Seguint tots aquests criteris, s'ha construït una classificació formada per 16 categories

que a la vegada tenen un nombre desigual de subcategories. Aquestes no s'utilitzaran en les anàlisis, sinó que serviran per matisar les categories principals.

Així doncs, la classificació genèrica utilitzada en aquest informe és la següent:

CATEGORIES BASADES EN EL FORMAT DELS PROGRAMES

1. Ficció seriada

- 1.1. telenovel·la (p. ex. *Pasión de gavilanes*, *El cor de la ciutat*)
- 1.2. sitcom (p. ex. *Friends*, *Aída*)
- 1.3. sèrie (p.ex. *Hospital Central*, *Aquí no hay quién viva*)
- 1.4. minisèrie (p.ex. *Los 4.400*)
- 1.5. antologia. (p.ex. *Altres Límits*).
- 1.6. teatre (p.ex. *Estudio 1*)

2. Cinema

3. Concurs (p.ex. *Saber y ganar*, *¡Allá tú!...*). NO s'hi inclouen els *reality game-shows*.

4. Late Shows (p.ex. *Buenafuente*, *Noche Hache*).

5. Informatius

- 5.1. noticiaris (p.ex. *Telenotícies Vespre*, *Telediario 1*).
- 5.2. reportatges (p.ex. *30 minuts*, *En directe*, *7 días 7 noches*)
- 5.3. Debats (p.ex. *Àgora*, *59 segundos*).
- 5.4. Entrevistes (p.ex. *De cerca*, *Habitación 623*)
- 5.5. Magazines informatius (p.ex. *Ruedo ibérico*, *Els matins*, *Los desayunos de TVE*).
- 5.6. temàtics: (p.ex. *Agrosfera*, *Parlament*, *En otras palabras*).
- 5.7. infoshow (p.ex. *CQC*, *La Noche... con Fuents y cía*)

6. Documentals

- 6.1. natura (p.ex. *Planeta Blau*)
- 6.2. viatges / altres cultures (p.ex. *Destinació*)

- 6.3. història, temes socials, de creació (p.ex. *Segle XX*, *60 Minuts*, *Taller.doc*)

7. telerealitat

- 7.1. Reality game shows (p.ex. *O.T.*, *Gran Hermano*, *Supermodelo 2006*)
7.2. Docusoaps (p.ex. *Hipódromo*, *Pelopicopata*, *Supernanny*)
7.3. Reality Shows (p.ex. *Juicio de parejas*, *El diario de Patricia*)

8. Magazines (p.ex. *TVíst*, *El Club*, *Señores i senyors*)

CATEGORIES BASADES EN LA TEMÀTICA:

9. Cor (p.ex. *Aquí hay tomate*, *Corazón, corazón*, *¿Dónde estás corazón?*, *A tu lado*, *El programa de Ana Rosa*)

10. Educatiu:

- 10.1. Educació formal (p.ex. *That's english!*, *Gradu's ara en secundària*)
10.2. Educació no formal (p.ex. *La aventura del saber*, *Redes*, *La cuina de l'Isma*, *Bricomania*, *Saber vivir*)

11. Religiós (p.ex. *La missa*, *Últimas preguntas*, *Signes dels temps*).

12. Culturals (*Nit d'Òpera*, *Los conciertos de Radio 3*, *El Piromusical de la Mercè*, *Loops*, *Cinema 3*, *Dia D*, *Silenci*).

13. Esports (p.ex. *Futbol Int*, *Gol a Gol*, *El partit*)

14. Humor (p.ex. *Los irrepetibles de Amstel*, *Camera Café*, *Just for Laugh*).

CATEGORIES BASADES EN EL PÚBLIC AL QUE ES DIRIGEIX EL PROGRAMA:

15. Infantils / Juvenils (p.ex. *Megatrix*, *Club súper 3*, *Info K*)

16. Minories (p.ex. *Con todos los acentos*, *Shalom*, *Islam hoy*)

2.4.2. Índexs per a la mesura de la diversitat

Fent referència a Jungue (1994), McDonald i Dimmick (2003: 63) defineixen la diversitat com un **concepte dual**, consistent en la distribució d'elements d'una població o mostra entre una sèrie de categories ben definides. Segons aquests autors, es tracta d'una mesura de caràcter dual, doncs la diversitat ha de tenir en compte tant el nombre de categories existents com la proporció d'elements de la mostra assignats a cadascuna d'elles. La diversitat depèn d'ambdues dimensions i això ha de quedar reflectit en els índexs utilitzats per al seu càlcul.

En el cas de la programació televisiva, si només paréssim atenció al nombre de **categories o gèneres audiovisuals** que apareixen en la graella de programació d'un canal o d'un conjunt de canals, la nostra percepció sobre la seva diversitat no seria completa. Malgrat que podríem determinar si existeix o no un ampli espectre de gèneres, podria donar-se la situació que alguns d'ells tinguessin un percentatge del temps de programació molt baix. Aleshores, malgrat que es donaria una certa diversitat en la tipologia de gèneres audiovisuals presents a la graella de programació, aquesta estaria esbiaixada pel que fa a la representativitat d'aquests gèneres, essent alguns d'ells marginals.

De manera anàloga, si només consideréssim el **temps d'emissió** destinat a cada gènere, sense tenir en compte el nombre de gèneres existents, la percepció sobre la diversitat de la programació també seria incompleta. No suposa el mateix que un gènere acumuli el 55% del temps de programació en el cas que només n'hi hagi dos, o si el 45% del temps restant es distribueix entre 9 gèneres.

Una altra qüestió prèvia a l'elecció d'un índex per a la mesura de la diversitat de la programació televisiva és com s'aplica aquest concepte a la mostra. Ishikawa (1996) i Hellman (2001) parlen d'una aplicació "vertical", segons la qual es mesura la distribució del temps de programació total d'una cadena o conjunt de cadenes entre els diferents gèneres audiovisuals definits. En aquest cas, és important tenir en compte que es tracta d'una mesura de temps, no de programes. Malgrat això, existeixen diverses recerques (Litman & Hasegawa, 1996:225) que han realitzat càlculs de la diversitat emprant ambdues estratègies. Cal dir però que la mesura de la diversitat mitjançant el nombre de programes ofereix una visió poc realista de la situació de la mostra, doncs, per exemple, atorga la mateixa rellevància a un programa de 15 minuts i a un altre de 90. Per una altra banda, per superar les dificultats que pot suposar la mesura exacta del temps dedicat a cada programa i a cada gènere, hi ha hagut recerques que han optat per calcular el temps corresponent a cadascun d'ells emprant

interval·s de 30 o 15 minuts (Einstein, 2002). Aquest mètode és sense dubte més acurat que l'anterior, però continua presentat certa desviació en el resultat·s. Per això, en aquesta recerca s'ha optat per fer un càlcul exacte (en minuts) del temps de cada programa i del temps total dedicat a cada gènere.

Segons Hellman (2001: 185-6), una altra qüestió que resulta adient quan avaluem la diversitat és la diferència entre la programació dels canals. Es podria donar una situació en la qual el canal·s, de forma individual, presentessin una diversitat molt baixa perquè estan especialitzats en alguns gèneres. Malgrat això, si les programacions d'aquests canals són força diferents, el sistema de canals podria gaudir d'una diversitat considerable. A la inversa, es podria donar la situació a on un conjunt de canals que presentessin una diversitat individual elevada tinguessin, per la similitud de les seves programacions, una diversitat baixa com a sistema. Fins i tot es podria donar la situació que, en determinades franges horàries, tots els canals oferissin el mateix gènere. Això afectaria notablement a la capacitat d'elecció del espectador. Aquesta aplicació del concepte de diversitat es denomina diversitat horitzontal.

Tenint en compte la definició de diversitat aportada i el seu caràcter dual, McDonald i Dimmick (2003) fan una àmplia descripció i comparació de les diferents fórmules matemàtiques existents per a calcular i avaluar la diversitat. Amb l'objectiu de justificar l'elecció dels índexs emprats en aquesta recerca, a continuació es fa una revisió de les particularitats dels emprats amb més freqüència.

Diversitat Vertical

Mitjançant l'aplicació "vertical" del concepte de diversitat determinarem en quina mesura un canal, o un conjunt de canals, distribueix el temps d'emissió analitzat entre els diferents gèneres audiovisuals definits.

El primer índex que comentarem és del l'**Entropia Relativa (H)**. La seva fórmula és:

$$H = H_j / H_{\max}$$

A on **H_j** correspon a l'entropia del canal i **H_{max}** a l'entropia màxima que pot presentar el canal.

Cal dir que l'entropia és una magnitud que mesura el grau de desordre de un sistema.

És a dir, una programació diversa és aquella que presenta un “major desordre” del seu temps d'emissió entre els gèneres audiovisuals. Per contra, una programació poc diversa, amb poca entropia, té distribuït el seu temps d'emissió d'una manera “més endreçada” entre pocs gèneres. L'entropia màxima d'un canal es dona quan el seu temps d'emissió es troba distribuït equitativament entre tots els gèneres existents.

Per calcular H_j utilitzem la següent fórmula:

$i=N$

$$H_j = \sum_{i=1} -p_i \log_2 p_i$$

D'aquesta manera, l'entropia del canal s'obté mitjançant la suma de tots el resultats de multiplicar, per a cada gènere (de $i=1$ per al primer fins a $i=N$ per a l'últim), el valor negatiu corresponent al percentatge de la seva presència en el total del temps d'emissió ($-p_i$) pel logaritme en base dos del mateix percentatge.²¹

Per la seva banda, l'entropia màxima del canal $H_{\max}$ es calcula mitjançant l'expressió:

$$H_{\max} = \log_2 N ,$$

A on N correspon al nombre de gèneres que s'han definit per classificar els continguts de la mostra.

En dividir l'entropia del canal per l'entropia màxima possible, obtenim l'entropia relativa. El seu valor s'expressa entre 0 i 1. Per a la seva interpretació, s'utilitza la taula proposada per Hellman (2001: 191-2):

²¹ Cal considerar que el percentatges s'expressen en valors entre 0 i 1.

Valor entre	Diversitat
0,01 – 0,34	Molt baixa
0,35 – 0,54	Baixa
0,55 – 0,69	Mitjana
0,70 – 0,79	Alta
0,80 – 1,00	Molt alta

El perquè de la mida desigual en els intervals de la taula es troba en el caràcter logarítmic de la funció emprada. A mesura que ens aproximem als valors més elevats, cal major variació de la mostra per augmentar la diversitat (Hellman 2001: 191).

La idoneïtat d'aquest índex resulta del fet que considera el caràcter bidimensional de la diversitat, tenint en compte tant el nombre de categories en les que es segmenta la mostra (gèneres audiovisuals) com l'atribució d'elements de la mostra (minuts) a cadascuna d'elles. Aquest índex ha estat emprat en nombroses recerques portades a terme tant en àmbits nacionals com internacionals.²²

Una altra magnitud per a la mesura de la diversitat de la programació televisiva és l'**índex D de Simpson**. Es calcula amb la següent fórmula:

$$D = 1 - \sum_{i=1}^{i=N} p_i^2$$

De forma similar a l'entropia relativa, aquest índex D suma els quadrats dels percentatges de temps de programació que el canal destina a cada gènere (p_i). El resultat es resta d'u, donant un valor entre 0 i 1.

McDonald & Dimmick (2003: 66) identifiquen aquest índex com un dels primers emprats en la mesura de la diversitat en l'àmbit de la comunicació. Malgrat això, el fet

²² Referenciats a McDonald & Dimmick (2003): Kambara, 1992. A Hellman (2001): Hillve et al., 1997; Ishikawa et al., 1996; Litman and Hasegawa, 1996; Wakshlag and Adams, 1985). També a Aslama, Hellman & Sauri (2004).

que no consideri el nombre de categories en les quals es classifica la mostra i que no existeixi una taula d'interpretació dels seus resultats, comporta que resulti menys idoni que l'índex d'entropia relativa per a la nostra recerca.

Un tercer índex de mesura de la diversitat és el **Herfindehl-Hirschman (HHI)**.²³ Cal dir però, que aquest índex prové de l'àmbit econòmic, on s'ha fet servir per a calcular la concentració dels mercats. La seva aplicació en la recerca sobre la diversitat es basa en l'assumpció que la programació d'un canal o un conjunt de canals que presenta un grau elevat de concentració del seu temps d'emissió en alguns gèneres té una diversitat baixa. Malgrat que aquesta afirmació és correcta, l'índex HHI presenta com a mancança el fet que no considera el caràcter dual de la diversitat anteriorment indicat. De forma similar al índex D de Simpson, el HHI no té en compte el nombre de categories en les quals es poden classificar els elements de la mostra.

Per calcular l'índex HHI s'utilitza la fórmula següent:

$$HHI = \sum_{i=1}^{i=N} p_i^2$$

Funciona de forma idèntica a l'índex D de Simpson. L'única diferència és que en aquest cas, el valor percentual s'expressen entre 0 i 100, no entre 0 i 1. A més, el resultat del sumatori dels quadrats dels percentatges és el resultat final, no s'ha de restar de 1. Així doncs, el resultats de l'índex HHI oscil·la entre 0 i 10.000. Els valors inferiors equivalen a una menor concentració, per tant, una major diversitat. Aquest índex es pot interpretar mitjançant la següent taula²⁴:

²³ Albarran, 2002 i Litman, 1979, citats a McDonald & Dimmick (2003: 67).

²⁴ El intervals de la taula han estat determinats pel Departament de Justícia dels Estats Units de Nordamèrica. Cal recordar l'origen econòmic d'aquest índex.

Valor entre	Concentració
0 – 1000	baixa
1000 – 1800	moderada
> 1800	alta

Segons McDonald & Dimmick (2003: 68), pel funcionament idèntic d'aquest dos índex, però tenint en compte com es presenta el resultat, resulta més idoni escollir la D de Simpson per al seu ús de forma combinada amb l'entropia relativa. El problema amb la D de Simpson és que no s'ha proposat cap taula per a la interpretació dels seus resultats.

Però si considerem la necessitat de tenir en compte el caràcter dual de la diversitat, tal i com hem mencionat repetidament, l'índex més idoni és el de l'entropia relativa (H). La utilització dels altres índex serà complementària a aquest.

L'índex d'entropia relativa es pot calcular per a la programació d'un canal, per a un conjunt de canals o per tot el sistema de canals. A més, també resultarà interessant calcular quina és l'aportació de cada canal o de un conjunt de canals a la diversitat del sistema. Per fer això es torna a calcular l'entropia relativa del sistema sense el canal o canals del quals volem avaluar l'aportació. El càlcul de l'entropia relativa també es pot acotar a determinades franges horàries.

Dissimilaritat

La dissimilaritat mesura en quin grau dues programacions són diferents. Utilitzada de forma complementària amb l'índex d'entropia relativa, pot ajudar-nos a perfilar millor el grau de diversitat d'un conjunt de canals.

Per al seu càlcul utilitzem la fórmula:

$$Dis = \sum_{i=1}^{i=N} |p_{ai} - p_{bi}|$$

Consisteix en realitzar el sumatori dels valors absoluts de les diferències dels percentatges de temps dedicats a cada gènere per cada canal comparat. El valor final oscil·la entre 0 i 2. Per a la seva interpretació, s'utilitza la següent taula, basada en recerques anteriors.²⁵

Valor entre	Desviación
0,00 – 0,19	Molt Baixa
0,20 – 0,49	Baixa
0,50 – 0,79	Mitjana
0,80 – 1,19	Alta
1,20 – 2,00	Molt alta

Diversitat Horitzontal: Índex d'Opció d'Elecció (IOE)

Si apliquem el concepte de diversitat de forma “horitzontal”, es a dir, no al total del temps de programació, sinó al conjunt de canals en una franja de temps acotada, podrem avaluar si, independentment de la diversitat particular del cada canal o del sistema, en un moment determinat l'espectador pot tenir accés a una programació diversa.

Encara que aquest índex ha estat descrit i emprat en les recerques prèvies analitzades, no s'ha trobat una fórmula que el defineixi. Es proposa la següent:

$$IOE = \frac{\sum_{i=1}^{i=N} \sum_{o=1}^{o=X} O}{N}$$

La fórmula realitza el sumatori dels diferents valors de **O** en els intervals de temps (de $i=1$ fins a $i=N$) en les quals s'ha dividit el bloc de programació analitzat (el *prime-time*,

²⁵ Dominick & Pearce, 1976; Hellman & Sauri, 1994; citades per Hellman (2001: 193).

per exemple). La duració d'aquestes franges de temps pot adequar-se a cada recerca. En aquesta s'ha mesurat **O** en franges de 15 minuts. **O** és el nombre de gèneres diferents als quals l'espectador té accés en el conjunt de canals per a cada franja de temps. El valor de **O** pot oscil·lar entre 1, quan tots els canals mostren el mateix gènere, i **X** (igual al nombre de canals), quan tots mostren gèneres diferents. El resultat d'aquest sumatori caldrà dividir-lo entre el nombre de franges temporals (**N**). El valor resultat oscil·la entre 1 i X (el nombre de canals).

L'índex d'entropia relativa aplicat als gèneres

Com a aportació innovadora, aquesta recerca proposa l'aplicació de l'índex d'entropia relativa als gèneres audiovisuals de forma similar a com s'ha aplicat als canals.

Amb l'entropia relativa aplicada a un canal o conjunt de canals, es mesura la diversitat de gèneres que presenta, tant pel que fa al nombre que hi apareixen com al pes de cadascun d'ells.

Si apliquem l'entropia relativa a un gènere el que valorem es com el temps que el conjunt de canals dedica a un gènere està distribuït entre aquestes. A la fórmula

$i=N$

$$H_j = \sum_{i=1} -p_i \log_2 p_i$$

$i=1$

es realitzarà el sumatori de multiplicar, per a cada canal, el valor negatiu del valor percentual de la presència del gènere en el canal pel logaritme en base dos del mateix percentatge. El resultat obtingut s'haurà de dividir pel logaritme en base dos del nombre total de canals del sistema. D'aquesta manera obtenim un valor entre 0 i 1 que ens informa del grau en el qual un gènere es present en els diferents canals.

Aquesta informació potser es podria deduir de l'observació dels percentatges de temps que els canals atorguen a un gènere determinat. L'avantatge d'aplicar l'índex d'entropia relativa en aquest cas és que podem disposar d'un valor discret que mesura aquesta distribució i que a més ens permet comparar la situació entre diversos gèneres.

Utilitzat de forma complementària amb els altres índexs descrits, aquesta aplicació de l'entropia relativa ens pot ajudar a avaluar millor la diversitat de la programació d'un

conjunt de canals.

Un cop preses aquestes decisions –classificació de gèneres i índexs de mesura- s'ha elaborat una taula Excel amb les diferents fòrmules per calcular els diferents índexs en funció del temps que cada cadena dedica a cadascun dels gèneres. Les taules resultants, que s'inclouen en l'annex nº2, permeten analitzar les cadenes individuals i la seva diversitat interna (vertical), la seva contribució a la diversitat global del sistema i distingir el prime-time de la resta de la jornada.

A més a més i com es veurà, aquestes taules inclouen alguns sumatoris entre cadenes (per exemple, per agrupar les públiques i les privades, o els primers i segons canals) i també sumatoris de dies per poder copsar la diversitat entre els dies laborables i els caps de setmana. S'inclouen també les taules corresponents a l'índex d'opció d'elecció.

3. Explotació de la mostra i resultats

3.1. Anàlisi de la diversitat global

Introducció

En aquest apartat es presenten les dades més rellevants que caracteritzen l'oferta de diversitat global del sistema. En aquesta anàlisi es detalla per una banda, l'anàlisi global de la diversitat oferta pel conjunt de les vuit cadenes que operen al 2006 i la seva comparació amb la diversitat que el sistema oferia al 2005. A continuació es mostra la contribució que cadascuna de les cadenes que operen en el sistema té en el global de la diversitat de la programació.

El tercer apartat del capítol ressegueix la contribució que té cadascuna de les cadenes a cadascun dels gèneres. En aquest sentit cal senyalar que la contribució de les cadenes és diferent per cadascun dels gèneres emesos; aquesta dada permet visibilitzar el grau d'especialització de les cadenes d'algunes cadenes en alguns gèneres.

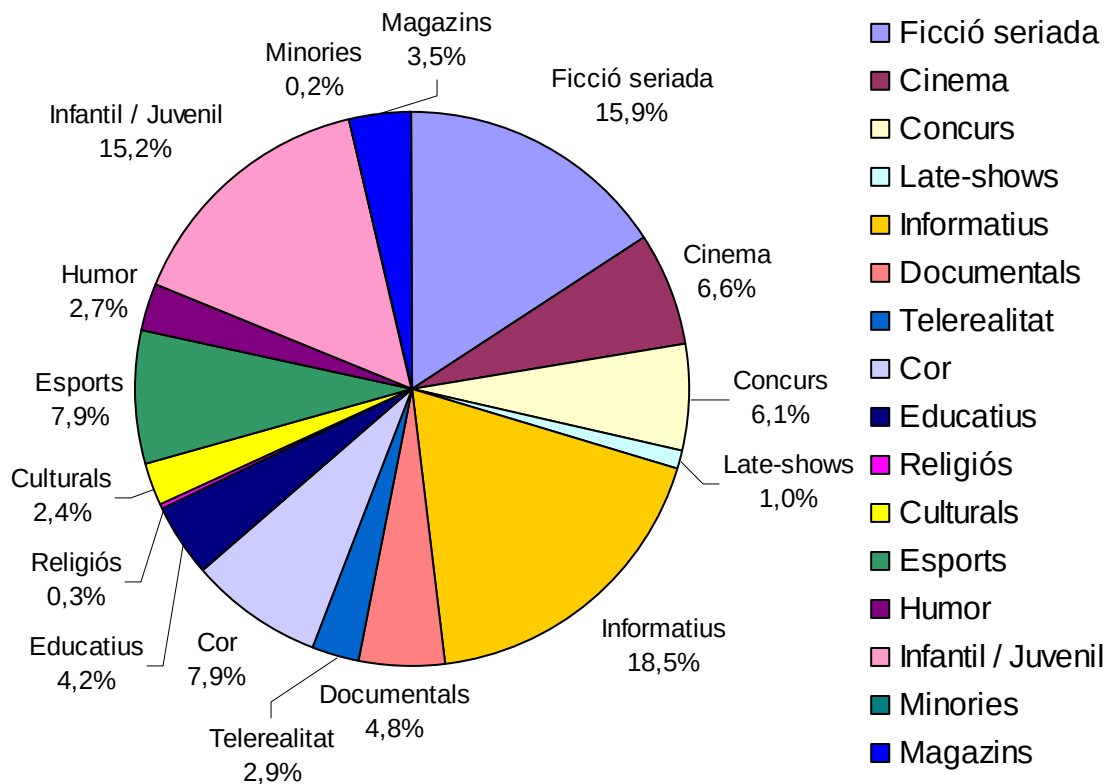
Finalment, en aquest capítol s'inclou l'anàlisi de la dissimilaritat. La dissimilaritat avalua el grau de semblança i/o de diferència de cadascun dels canals amb la resta de cadenes.

3.1.1. L'anàlisi de la diversitat global de la programació i l'anàlisi de la concentració

A l'anàlisi de la programació emesa per les graelles que formen part de la mostra de 2006 –TVE1, La2, TV3 i C33, A3, TE, - se'ls hi ha aplicat per una banda, l'índex d'entropia relativa per mesurar la diversitat global de la programació que ofereix el conjunt del sistema i, per una altra, l'índex HHI (Herfindahl-Hirschman) per avaluar la concentració de la programació.

Al 2006 la diversitat de la programació és molt alta tant en el global de la setmana com desagregada entre dies laborables i cap de setmana; cal afegir com es veurà a continuació que els percentatges de programació emesa pel conjunt de les vuit cadenes s'equipara de forma considerable al de la temporada anterior.

Distribució de gèneres 2006 (total programació)

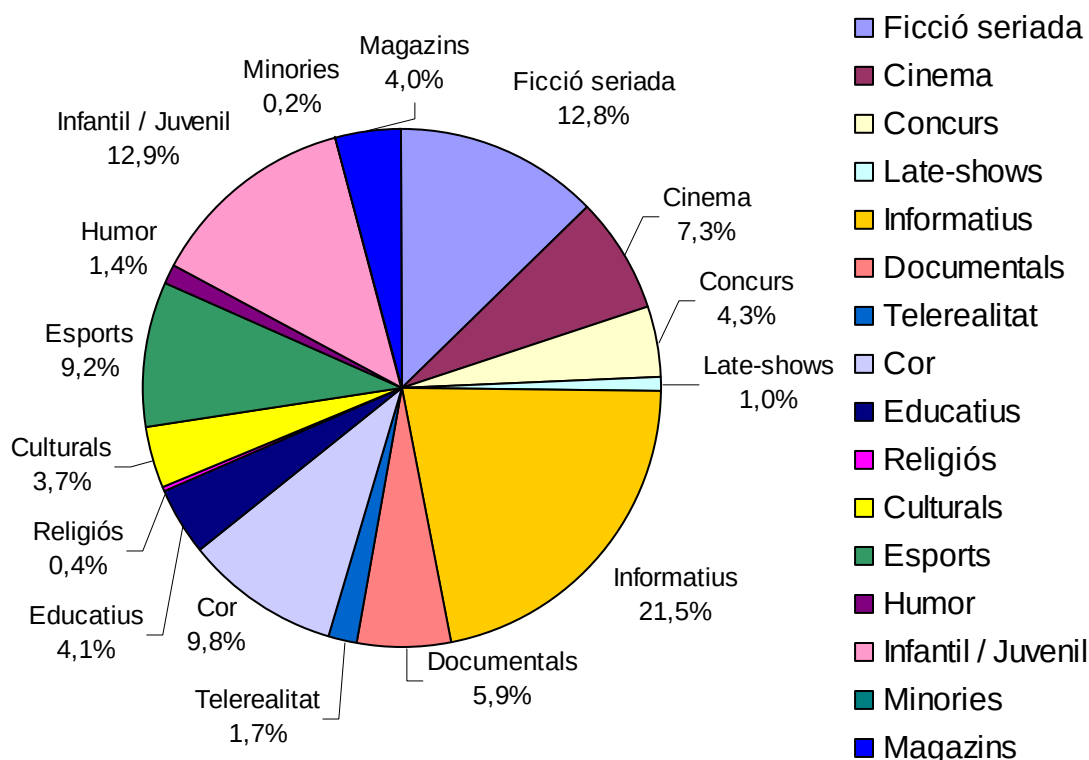


Els informatius són el gènere amb més presència en el conjunt del sistema (18,4%), seguit de la ficció seriada (15,9%) i la programació infantil i juvenil (15,1%), el cor (7,9%), els esports (7,8%), el cinema (6,6%) i els concursos (6,1%).

Pel que fa l'anàlisi de la diversitat durant el 2005 **la diversitat del conjunt del sistema és molt alta**, tant en el promig com desagregat entre dies laborables i cap de setmana, tot i que es manté lleugerament superior els dies laborables.

Entre tot el conjunt de cadenes analitzades que emet al 2005, el repartiment per gèneres és el següent:

Distribució de gèneres 2005 (total programació)



Els informatius continuen sent de llarg el gènere amb més presència en el conjunt del sistema que s'incrementa respecte la temporada anterior (21,4%), seguit de la ficció seriada (12,8%) i la programació infantil i juvenil (12,8%), la programació sobre el cor (9,8%), els esports (9,1%), el cinema (7,2%) i els documentals (5,8%).

Cal afegir que aquestes dades són una ponderació de la diversitat global que ofereix tot el sistema i que és per tant una dada del conjunt de la programació; per exemple, l'elevat percentatge de la programació infantil i juvenil s'explica per la gran concentració que té aquesta programació en el C33 (un 34% de la seva programació), fet que remet a que sense aquesta cadena la programació d'aquest gènere no ocuparia el segon lloc –seria el cas de la resta del territori de l'Estat espanyol que no rep el C33-. El mateix passa amb la programació sobre cor, que no s'emet en tres dels sis canals analitzats (La2, TV3 i el C33) i que en canvi en les altres tres cadenes s'ofereix en un percentatge elevat (28% a T5, 15% a TVE1 i 15% també a A3).

Pel que fa l'anàlisi de la concentració tant al 2005 com al 2006 es manté mitjana, tot i que disminueix també unes dècimes al 2006. Al 2006 els tres primers gèneres representen un 49,4% de la programació; aquestes dades evidencien un **grau de concentració moderat**. Al 2005 els tres gèneres principals (informatius, infantil i juvenil

i la ficció seriada) representen un 47% de la programació; és a dir no són ni la meitat de la programació.

La dada remarcable en les dues temporades és que el grau de concentració de gèneres és superior quan es desagrega, és a dir, la concentració de gèneres en els dies laborables i en els caps de setmana és força superior a la de l'índex global. Això indica que hi ha una concentració de gèneres tant en els dies laborables com en els caps de setmana, que aquesta concentració pivota sobre gèneres diferents i que només en el seu conjunt es compensa i es redueix.

3.1.2. La contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global del sistema

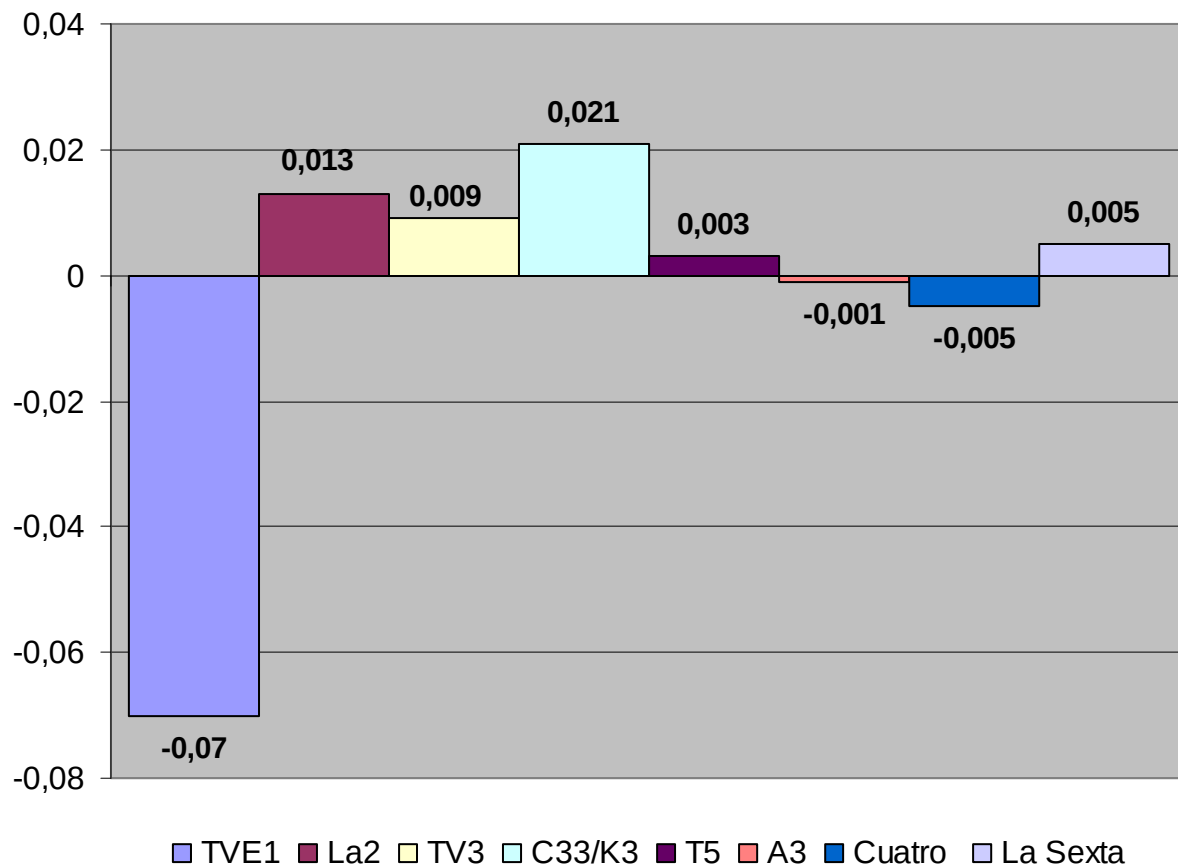
Tal com s'ha esmentat en el marc teòric i en l'apartat dels índexs la contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global del sistema s'obté de calcular la diversitat global del sistema amb totes les cadenes i després calculant la diversitat del total sense una cadena determinada; la diferència entre els dos càlculs dona la mesura de la contribució de la cadena que s'ha tret.

Per a aquesta recerca s'ha calculat la contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global de la programació, tant al 2006 com al 2005 i ens seus respectius períodes de *prime-time*. L'índex oscil·la entre 0,00 i 1,00.

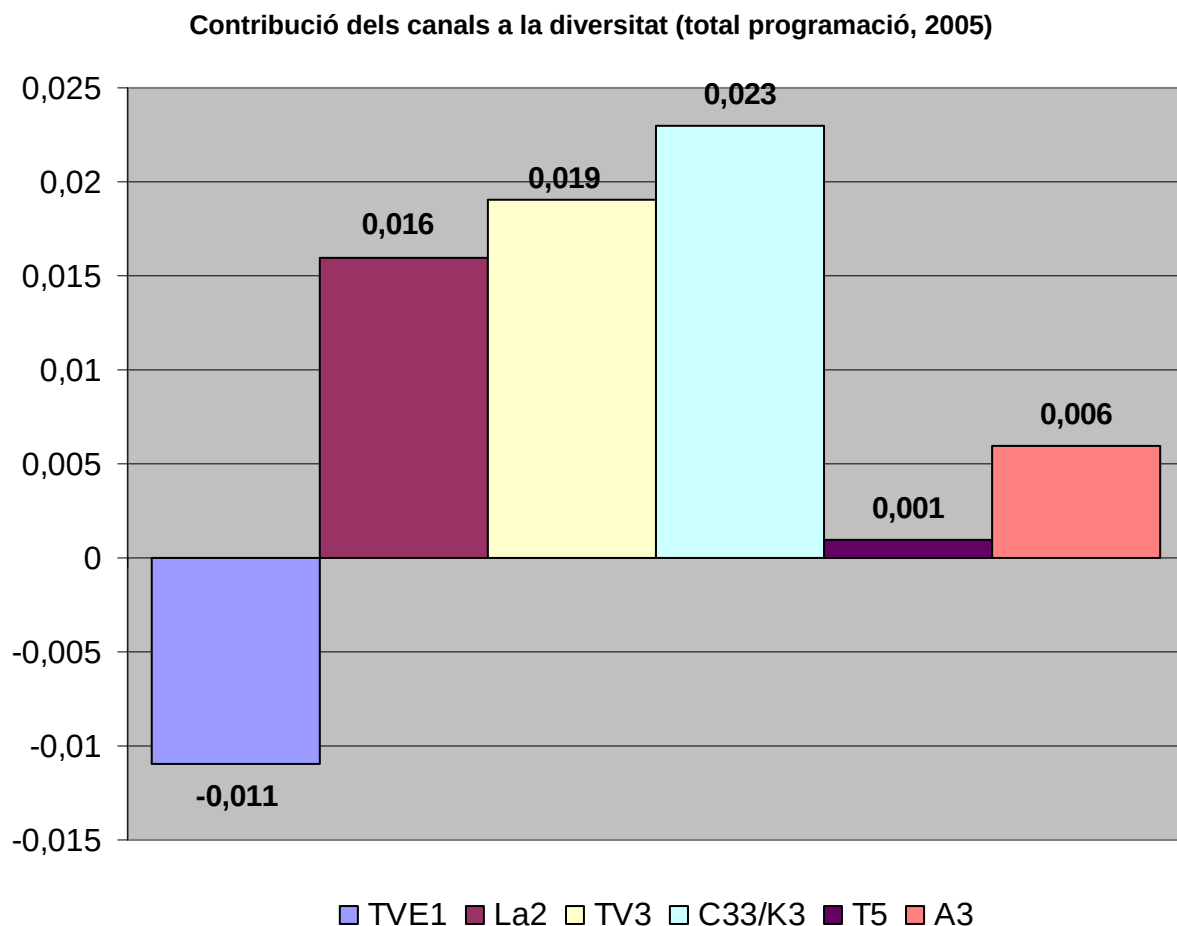
Tant al 2005 com al 2006 la diversitat global del sistema és molt alta i la contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat és en la majoria dels casos imperceptible.

Al 2006, la cadena que aporta més diversitat al conjunt de la programació torna a ser el C33 (0,021), seguit de La2 (0,013), TV3 (0,009), La Sexta (0,005), T5 (0,003) i en aquesta temporada de 2006 són tres les cadenes que tenen una contribució negativa a la diversitat global de la programació. Aquestes cadenes són A3, que és gairebé imperceptible (-0,001), Cuatro (-0,005) i TVE1 (-0,007).

Contribució dels canals a la diversitat (total programació, 2006)



En el cas de 2005, la cadena que contribueix en major mesura a la diversitat del sistema és el C33 (0,023), seguit de TV3 (0,019), La2 (0,016), A3 (0,006) i T5 (0,001) és a dir, no contribueix pràcticament res; la única cadena que contribueix negativament a la diversitat global de la programació és TVE1 (-0,011). Aquesta dada mostra confirma que el global de la programació tindria una major diversitat sense la primera cadena de la televisió pública espanyola.



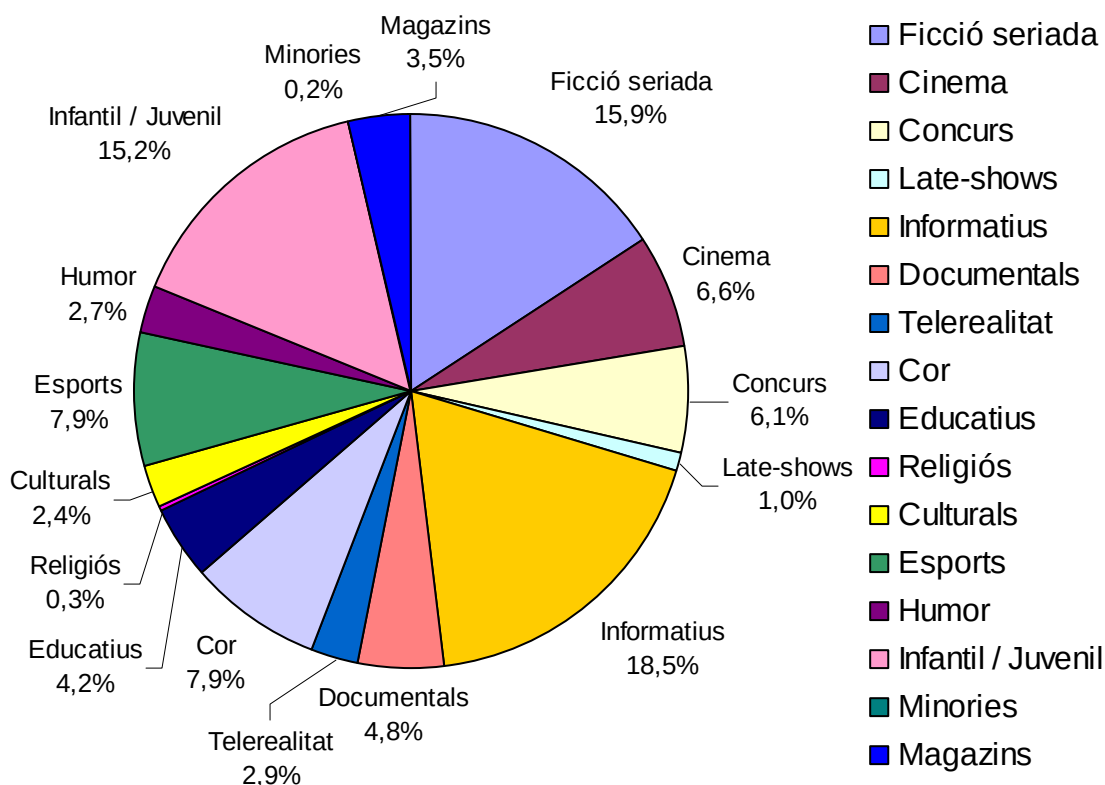
Resseguint una de les hipòtesis formulades en aquest treball de recerca, la de la diferència entre les programacions dels primers i segons canals de les cadenes públiques s'ha fet la mateixa operació traient els dos primers canals (TVE1 i TV3) –per veure la contribució d'aquests dos al total del sistema- i també traient els dos segons canals (La2 i e C33). En els dos casos, al 2005 i al 2006, la diferència més gran en la diversitat global de la programació es produeix quan desapareixen les segones cadenes. Al 2005, les segones cadenes tenen una contribució de 0,08 al global de la diversitat de la programació i al 2006 de 0,06.

3.1.3 La contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global per gèneres

Tal com s'ha esmentat el gènere que compta amb més presència a la programació del llarg del dia són els programes informatius (18,4%), seguit de prop per al ficció seriada (15,9%) i la programació infantil i juvenil (15,1). A més distància es troben els programes del cor (7,9%) i els esports (7,8%). La programació en el seu conjunt es

distribueix de la següent manera:

Distribució de gèneres 2006 (total programació)

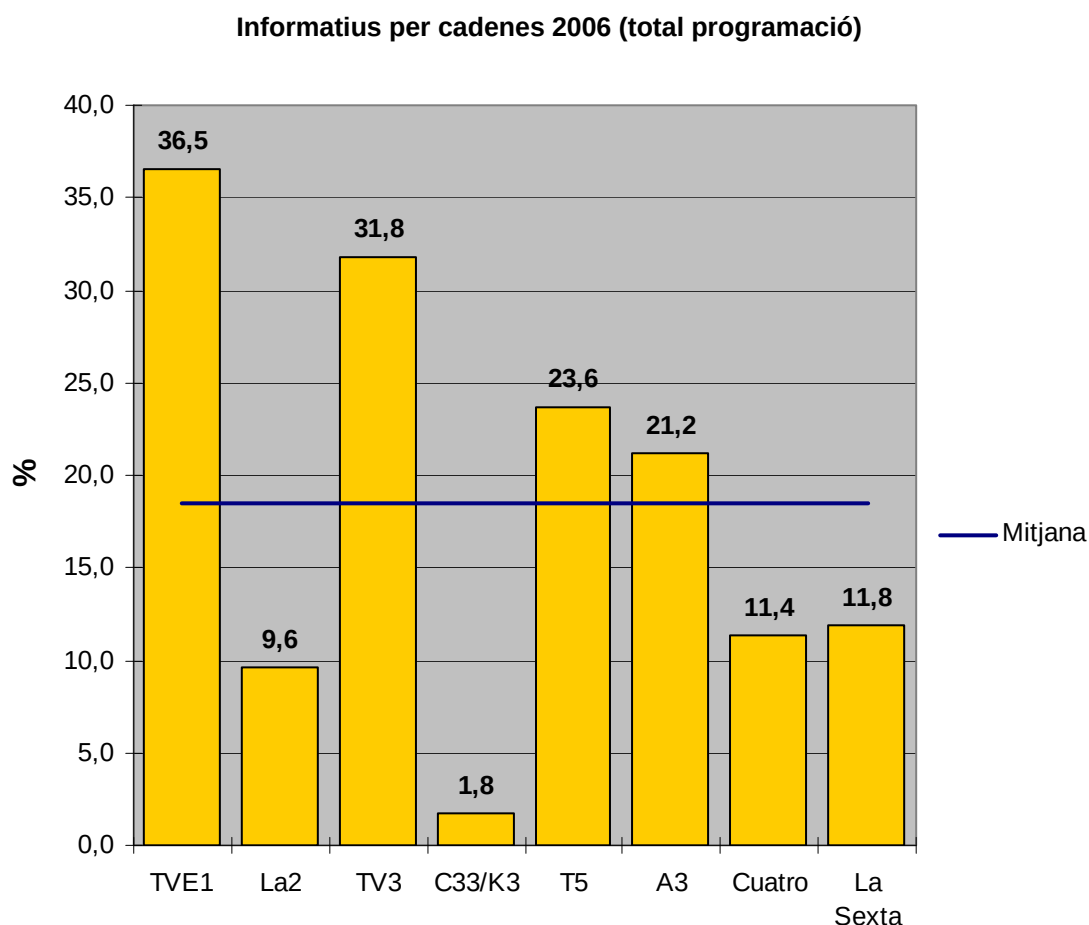


Ara bé, la contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global de cadascun dels gèneres és força diferenciada. L'anàlisi d'aquesta contribució permet a la diversitat global per gèneres permet identificar "l'especialització" de les cadenes en alguns gèneres determinats.

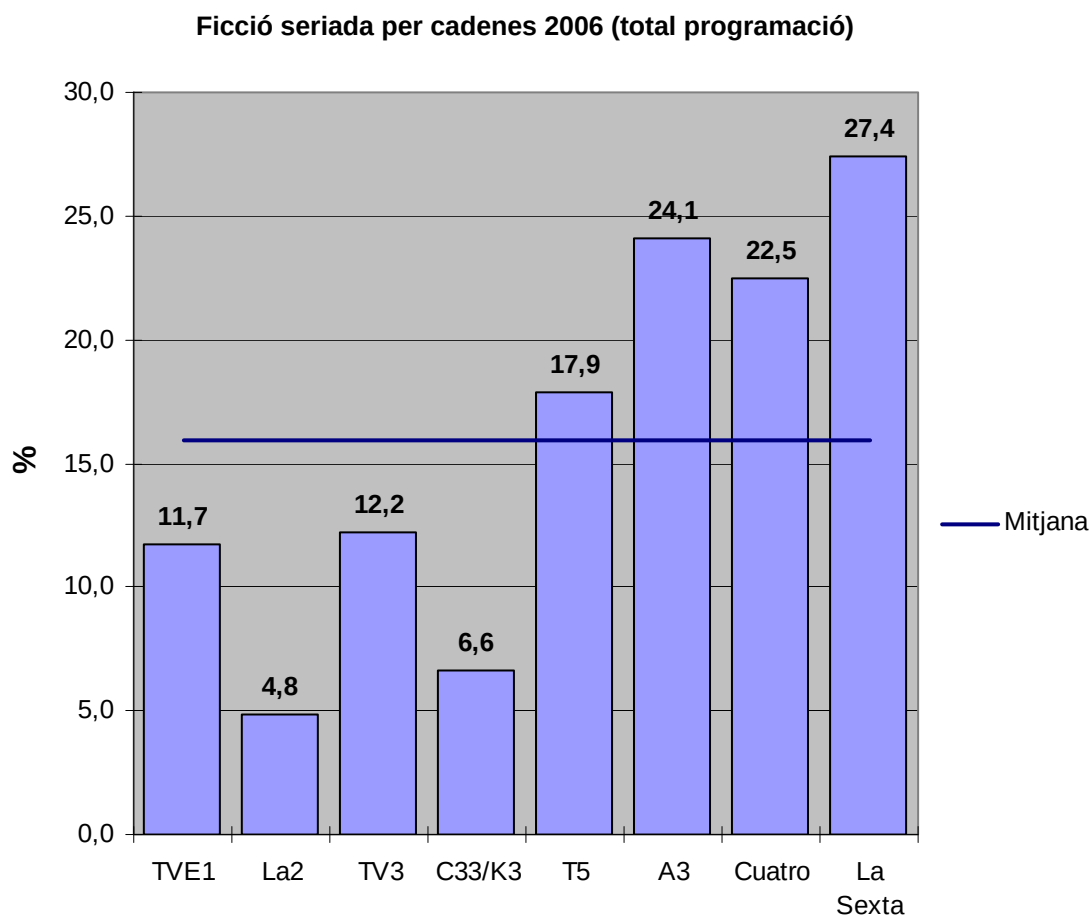
Així i començant pels gèneres amb més presència, es desglossen a continuació les contribucions que fan les cadenes a cadascun dels gèneres. Lògicament aquesta contribució és diferent en les franges de programació del llarg del dia que en la franja de prime-time, on com s'ha vist, la diversitat baixa i l'especialització de les cadenes també; és a dir, en el prime-time les cadenes accentuen generalment la seva oferta programàtica (veure apartat 3.4.).

A continuació es desglossa la contribució que les diferents cadenes de televisió tenen en l'oferta dels principals gèneres de la graella.

Els informatius

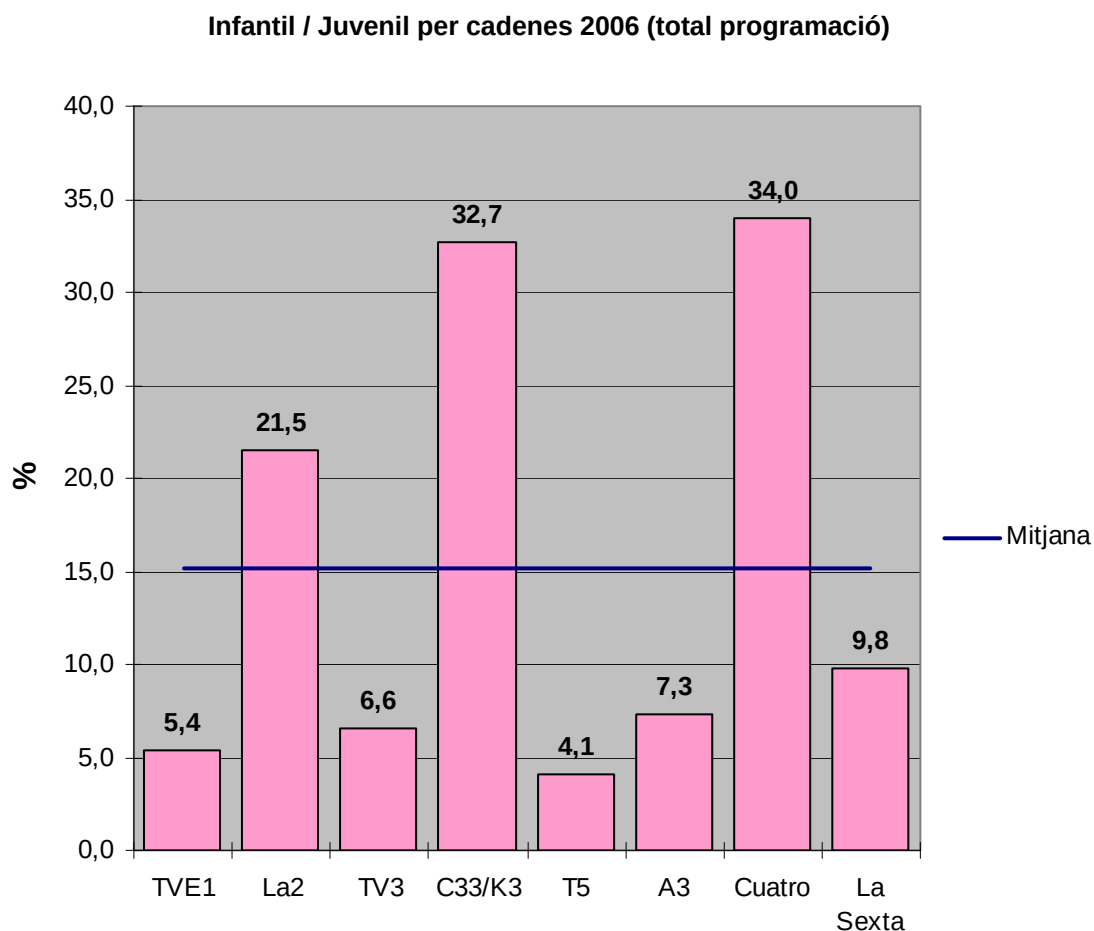


Del 18,4% de mitjana que el sistema global dedica a la programació d'informatius, la cadena que hi contribueix en major mesura és TVE1 (36,5%), és a dir el doble de la mitjana; seguit de TV3 (31,7%), T5 (23,6%), A3 (21,2%), La Sexta (11,8%), Cuatro (11,4%), La2 (9,5%) i el C33 amb la menor contribució (1,7%).



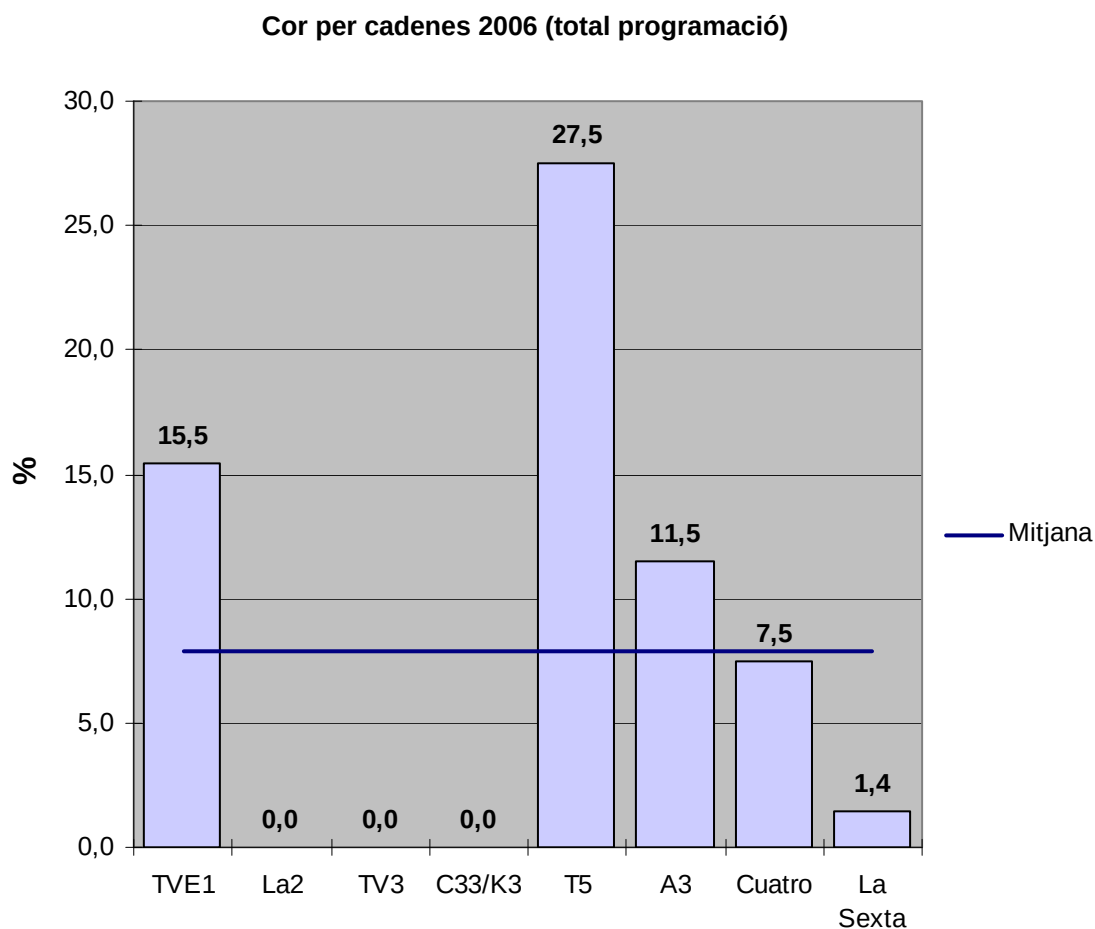
En el cas de la ficció seriada són també els segons canals de les televisions públiques les cadenes que hi dediquen menys temps i les cadenes generalistes les que privilegien aquest gènere en les seves graelles. Així, La Sexta és la cadena que hi dedica un temps superior (27,4%), seguit de prop per A3 (24%), Cuatro (22,4%), T5 (17,8%), TV3 (12,2%), TVE (11,7%), el C33 (6,4%) i La 2 (4,8%).

És a dir, en la distribució de la ficció seriada apareix de forma clara com el gènere a través del qual les noves cadenes La Sexta i Cuatro es comencen a distingir de la resta de cadenes, seguit de les televisions privades i pel qual opten en tercer lloc les primeres cadenes de la televisió pública, quedant relegat dels segons canals. És clar que es tracta d'un gènere de demanda forta i que es distribueix de forma gradual entre privades de nova creació-privades-primers canals de les televisions públiques (més propers a les cadenes privades com veurem que als seus segons canals) i segons canals.



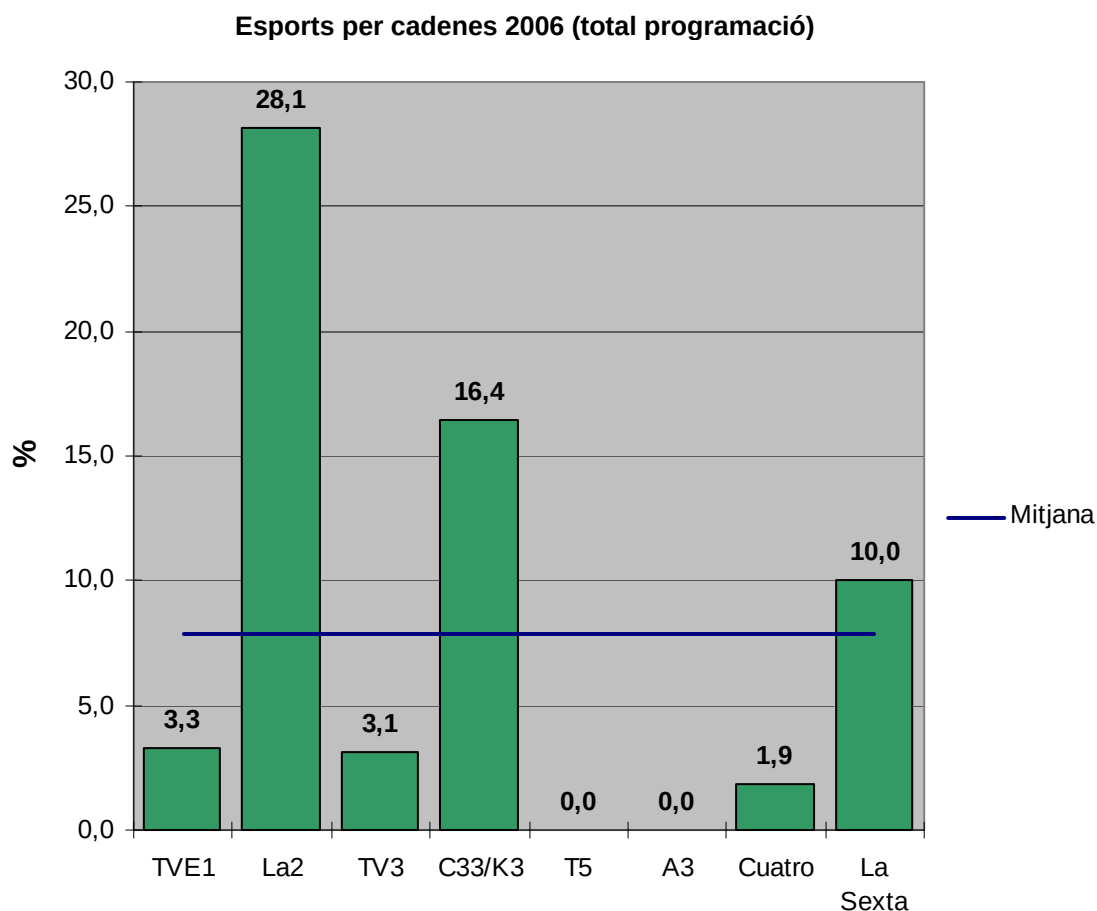
Aquest gènere es troba desigualment distribuït entre totes les cadenes perquè és un gènere força caracteritzant de les graelles de programació. Així, apareix de forma aclaparadora a Cuatro (33,9%) i al C33 (32,7%), tot i que amb perfils força diferenciats. En aquest sentit esdevindria rellevant poder sobrepassar la categoria del gènere per entrar en l'especificat diferencial del contingut de cadascun dels programes.

A continuació i a 10 punts percentuals, és La 2 (21,5%) i després a gran distància i amb una dedicació inferior al 10% de la programació es troben la resta de les cadenes. La Sexta (9,7%), A3 (7,3%), TV3 (6,5%), TVE (5,3%) i finalment, T5 (4,1%).



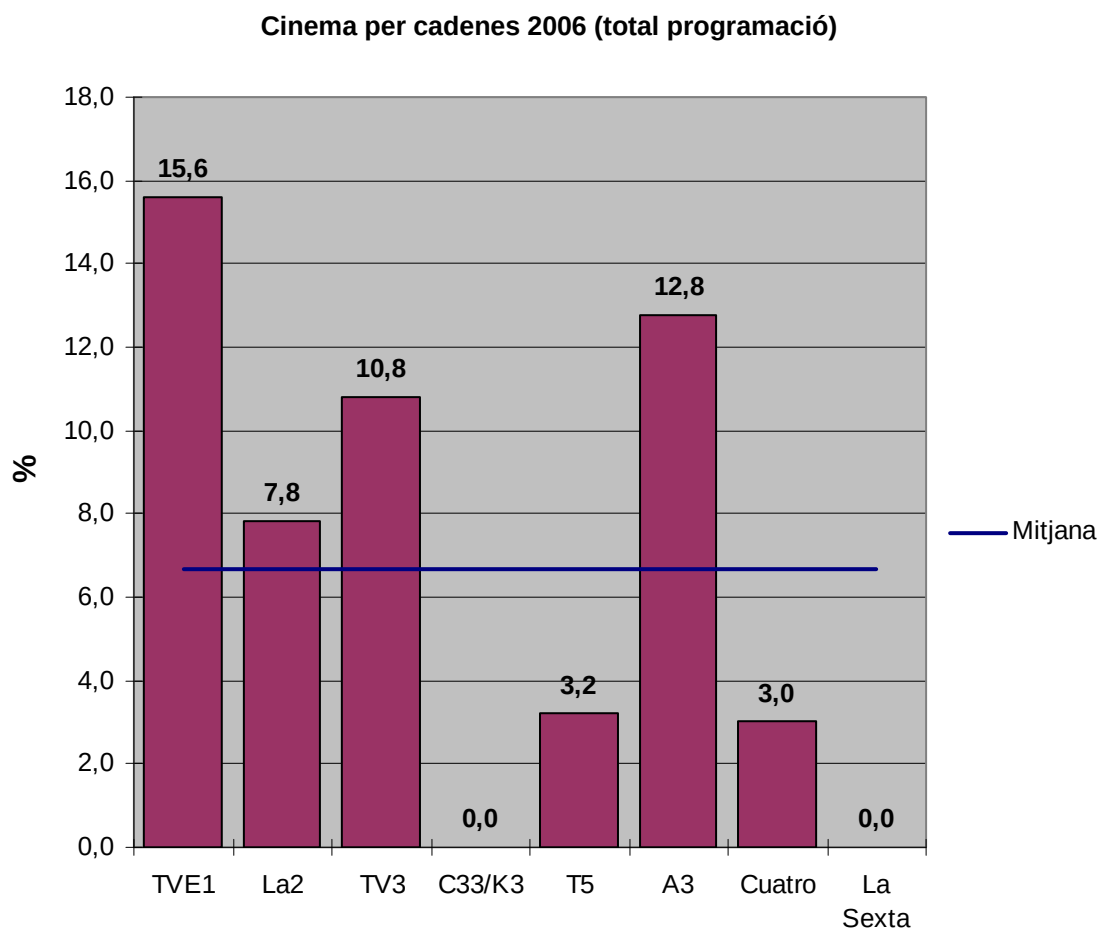
Del 7,9% del temps que es dedica en el conjunt del sistema a la programació del cor al llarg del dia i tenint en compte l'absència de programació del cor en tres cadenes, es tracta d'un gènere concentrat en les cadenes privades tot i que de forma desigual. Com veurem, serà al prime-time on hi ha la més desigual concentració de programació del cor.

Al llarg del dia, la cadena que més temps dedica al cor és T5 amb un considerable 27,5% de la seva programació, seguit de TVE1 (15,4%), A3 (11,4%), Cuatro (7,4%) i La Sexta (1,4%).



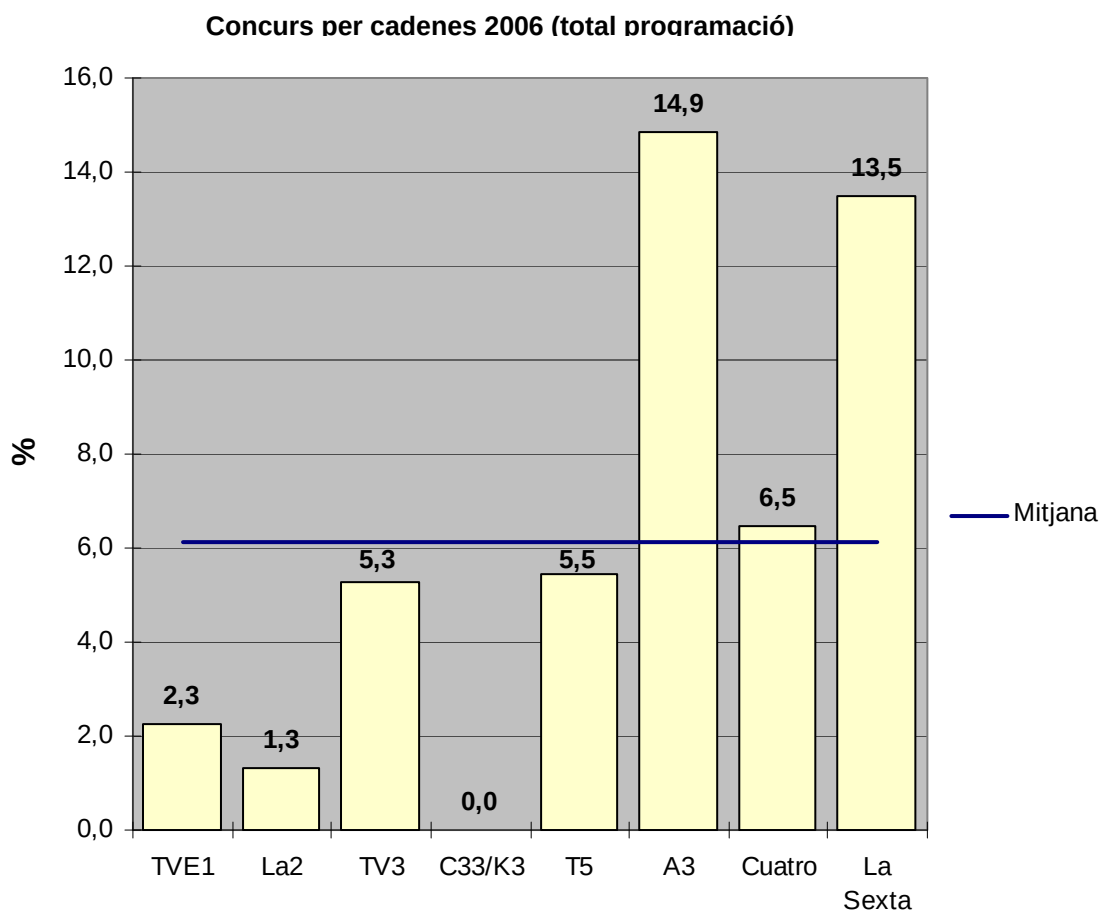
En la programació sobre esports també hi ha una desigual contribució de les cadenes – tot i que cal afegir que la distribució analitzada s'explica en funció de ser una setmana de setembre quan per exemple, encara no ha començat al temporada de F1 i que T5 per tant té un percentatge nul·l.

Del 7,8% del temps que el sistema dedica a la programació sobre esports, és de llarg la segona cadena de la televisió pública espanyola, La2 la que hi dedica un percentatge superior ((28%), seguit del C33 (16,4%), La Sexta (10,%) i a continuació els primers canals de la televisió pública, TVE1 (3,2%), TV3 (3,1%) i Cuatro (1,8%). Ni T5 ni A3 dediquen cap esforç a la programació sobre esports.



El 6,6% del temps que el global de les vuit cadenes de televisió analitzades dediquen al cinema es distribueix de forma desigual entre les cadenes. Així, TVE1 és la cadena que dedica un major proporció del seu temps d'emissió al cinema (15,6%), seguit d'A3 (12,7%) i TV3 (10,7%), La2 (7,8%) i a molta més distància T5 (3,1%) i Cuatro amb un 3% de la seva programació. Cal senyalar finalment que al 2006 ni La Sexta ni el C33 dediquen cap percentatge de temps al cinema; tot i que cal afegir respecte al C33 que tota la seva programació de cinema de la temporada anterior passa al primer canal.

D'aquestes dades es dedueix fàcilment que el cinema no és un gènere que gaudeixi de gaire popularitat i respecte la comparació amb temporades anteriors cal senyalar el protagonisme guanyat per la ficció seriada a la que el global del sistema li dedica més del doble del temps del cinema.



Pel que fa els concursos cal dir que es tracta d'un gènere que sembla situar-se en una tendència a l'alça. Del 6,1% del temps global que el conjunt de les vuit cadenes li dedica, la seva distribució es concentra a A3 i La Sexta que li dediquen un 14,8% i un 13,4% de les seves respectives programacions.

A molta més distància es troben els percentatges que Cuatro, T5 i TV3 li dediquen al gènere (al voltant del 5%), finalment les cadenes que menys temps dediquen als concursos són el primer i el segon canals de la televisió pública espanyola. El C33 no inclou aquest gènere en la seva programació de 2006.

3.1.4. L'anàlisi de la dissimilaritat

Tal com ha quedat recollit en l'apartat XX del marc teòric, l'anàlisi de la dissimilaritat és una anàlisi que permet identificar també a nivell global quant diferents són les cadenes en termes de la seva programació. La particularitat de l'anàlisi de la dissimilaritat és

que permet comparar la programació emesa per les cadenes al llarg de la seva graella de dos en dos i donar resposta a la pregunta: quan diferents són entre sí, per exemple, la programació emesa per TV3 i el C33? O la programació emesa pels primers canals de les televisions públiques, TVE1 i TV3? O quan diferent és la programació emesa pels segons canals, C33 i La2? O comparar la programació emesa per les cadenes públiques i privades d'una en una, entre canals privats, etc.

Els índexs més elevats de dissimilaritat mostren que la programació de dues cadenes és molt diferenciada i en canvi, un índex baix de dissimilaritat mostra que la programació de dues cadenes en el seu conjunt és semblant. L'índex de dissimilaritat oscil·la entre 0,00 i 2,00).

Al 2005 la dissimilaritat més elevada és la que es mostra entre les programacions del C33 i d'A3 (1,53 que és molt alta); seguida de la mostrada entre el C33 i TVE1 (1,50 molt alta), el C33 i T5 (1,49 també molt alta). A continuació, la dissimilaritat més elevada és la mostrada entre A3 i La2 (1,33), T5 i La2 (1,29) i, en sisè lloc (entre les 15 comparacions) la dissimilaritat mostrada entre el C33 i TV3 (1,29), seguit immediatament per la dissimilaritat entre La2 i TVE1 (1,21). Aquests resultats són palesen el paper fonamental que juguen els segons canals de la televisió pública catalana i espanyola en l'oferta de diversitat.

Les grans diferències entre cadenes són les que s'observen entre els segons canals i les televisions privades (la més gran és entre el segon canal de la televisió pública catalana i les privades i després entre el segon canal de la televisió pública espanyola i les privades) i a continuació, entre els segons canals de les televisions públiques i els primers canals. Cal senyalar la gran similitud entre la diferència del primer i segon canal de la televisió pública catalana i l'espanyola (1,296 i 1,216 respectivament).

Els índexs de dissimilaritat més baixos de la programació analitzada de 2005, és a dir, les cadenes que ofereixen una programació més semblant, són els que es mostren entre T5 i A3 (0,48), T5 i TVE (0,52) i A3 i TVE (0,57). És a dir, al 2005 les cadenes que ofereixen una programació més semblant és la que ofereixen les dues cadenes privades i, a continuació i de forma significativa la que ofereix la primera cadena de la televisió pública espanyola i les cadenes privades.

Al 2006 amb dues noves cadenes de titularitat privada que operen al territori, els índexs de dissimilaritat més elevats continua sent el mostrat entre el C33 i T5 (1,7 molt alt), el C33 i A3 (1,68), el C33 i TVE (1,6) i el C33 i TV3 (1,58).

Els índexs més baixos de dissimilaritat – és a dir, les cadenes que ofereixen una programació més semblant - es mostren de manera significativa entre les dues

cadenes públiques TVE1 i TV3 (0,56), entre A3 i Cuatro (0,67), entre A3 i T5 (0,62), entre A3 i TVE (0,69), entre la Sexta i Cuatro (0,73), La Sexta i A3 (0,74) i entre Cuatro i T5.

Pel que fa a l'anàlisi específic de la dissimilaritat de les dues noves cadenes que operen al territori i sense entrar en tot el detall que queda palès en l'anàlisi pormenoritzat de la diversitat de les cadenes, es pot afirmar que de les dues cadenes privades que comencen a emetre al territori, la cadena que ofereix una programació més diferent respecte les cadenes existents és La Sexta en relació al C33 i que a continuació els resultats son molt semblants: La Sexta i TVE (1,16), La Sexta i La2 (1,15) o entre Cuatro i el C33 (1,14).

Pel que fa els índexs més baixos de dissimilaritat que ofereix l'anàlisi de les dues noves cadenes –és a dir, a quines cadenes se sembla més la programació que emeten- cal citar en primer lloc el cas de Cuatro i A3 (0,67), La Sexta amb A3 (0,74) i La Sexta amb Cuatro (0,73) i La Sexta amb T5 (0,88) seguida de Cuatro amb T5 (0,84).

3.2. Informe sobre la diversitat de les cadenes

Introducció

A continuació, s'analitzen els diferents **canals** que formen la mostra: TVE1, La2, TV3, Canal 33, Telecinco, Antena 3, Cuatro i La Sexta. Així, es tindrà en compte les dades globals (on s'engloba la programació dels set dies de la setmana de 7'00h a 2'00h) i les específiques del *prime-time* (de 20'30 a 00'00h). Al mateix temps, es distingirà entre la programació dels dies laborables i la dels caps de setmana.

L'objectiu final és analitzar la **diversitat i concentració genèriques**,²⁶ la **presència i distribució dels gèneres** en la graella, la **contribució** de cadascun dels canals a la diversitat del sistema i la **dissimilaritat** de cada canal respecte la resta.²⁷

Finalment, es farà una breu referència als canvis més significatius que s'hagin pogut detectar en comparar les dades del 2006 amb les de l'any anterior.

²⁶ A partir d'ara, distingirem entre **diversitat**, amb la que ens referirem a les dades obtingudes a través de l'índex d'entropia relativa, i **concentració**, amb la que fem referència a l'índex HHI.

²⁷ Recordem que la dissimilaritat ens permet mesurar les diferències existents entre els programes oferts per dos canals. És a dir, és un concepte relacional que indica en quin grau la programació de dos canals és diferent, en relació a la presència i distribució temporal dels gèneres

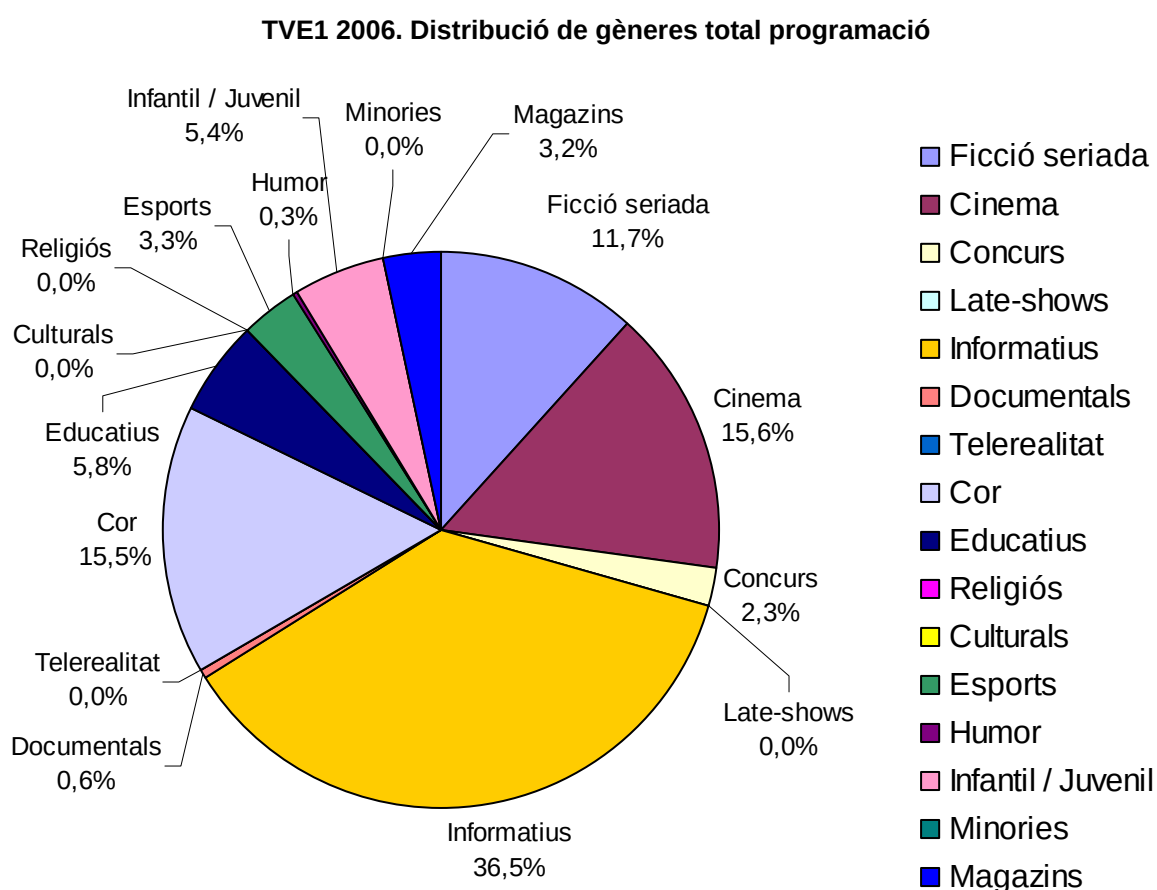
3.4.1. TVE

A) TVE1

1. Diversitat de la cadena i concentració de gèneres

A nivell global,²⁸ TVE1 té una diversitat mitjana i un nivell de concentració alt. En comparar la diversitat i concentració genèriques de TVE1 amb els altres canals analitzats, tant públics com privats, s'observa com és un dels canals amb una diversitat menor (només supera al Canal 33) i una major concentració genèrica (altra vegada només és superat per Canal 33).

Pel que fa als gèneres que es poden trobar en la graella de TVE1, aquesta està formada per 11 gèneres dels 16 de què consta la nostra classificació. Per tant, hi ha 5 gèneres que no estan presents: els late-shows, la telerealtat, els programes religiosos, culturals i els programes per a minories. A més a més, també cal tenir en compte que dos dels onze gèneres no arriben al 1%: els documentals i l'humor.



²⁸ Tenint en compte la programació de 7'00 a 2'00 dels set dies de la setmana.

Com es veurà més endavant, l'absència d'alguns d'aquests gèneres s'explica per una certa complementarietat entre el primer i segon canal de TVE. És a dir, l'emissió de documentals, programes culturals, els religiosos i dirigits a minories sembla ser "exclusiva" de La2.

L'anàlisi de la distribució dels gèneres en la graella de TVE1 mostra una certa concentració de la major part del temps d'emissió en pocs gèneres. Així, la suma dels tres gèneres principals representa més de la meitat del temps total d'emissió (67,6%), mentre que els 7 gèneres restants, cada un dels quals representa menys del 10% del temps total d'emissió, es reparteixen el 45% del temps.

Els gèneres principals són els informatius (36,5%), el cinema (15,6%), el cor (15,5%) i la ficció seriada. És força significatiu que aquests gèneres coincideixen en bona part amb els gèneres principals dels canals privats, de manera que podem començar a veure com la proposta de TVE1 és molt propera a la d'aquests canals.

Si sumem els tants per cent que representen els quatre primers gèneres, aquests aconseguixen quasi un 80%. 7 gèneres, amb una presència força testimonial, es reparteixen el 20% del temps restant: educatius (5,8%), infantil/juvenil (5,4%), esports (3,3%), varietats (3,2%), concursos (que experimenta un descens considerable, passant de la quarta a la novena posició i perdent 7 punts: 2,3%), documentals (0,6%, exclusivament de natura) i l'humor (0,2%).

En termes generals, es detecta un domini dels gèneres de demanda inflexible²⁹ (42,9%) per sobre dels gèneres de demanda forta³⁰ (33,6%). Ara bé, els gèneres de demanda inflexible estan representats, quasi exclusivament, pels informatius, potser el gènere que és capaç captar més audiències de tots aquests. Tota la resta (documentals, culturals, religiosos...) els trobarem a La2, tal com es veurà més endavant, un canal "especialitzat" en aquells gèneres que si s'emetessin per TVE1 podrien limitar-ne la competitivitat.

Seguint amb la idea abans plantejada de la semblança de la proposta genèrica de TVE1 amb les dels canals privats, es pot aprofundir en aquest tema si s'analitza la contribució del canal a la diversitat del sistema, així com la dissimilaritat entre TVE1 i

²⁹ Ens referim a aquells gèneres sense la capacitat d'atreure audiències en la proporció en que s'incrementen els programes. Ens referim als informatius, documentals, religiosos, culturals, minories i educatius.

³⁰ Ens referim a aquells gèneres que són capaços d'atreure l'atenció de l'audiència en la mateixa proporció en què augmenta la seva presència en la graella, és a dir, ficció seriada, cinema, concursos, telerealtà, cor i humor.

cadascun dels canals, que permetrà detectar amb quins canals és més pròxima la proposta de TVE1.

Si es calcula la diversitat del sistema sense TVE1 per tal de veure la contribució que aquest canal fa en la diversitat del sistema, es veu com TVE1 no aporta diversitat al sistema, sinó que la fa disminuir. És a dir, la diversitat del sistema és superior sense aquest canal. Ara bé, val a dir que la diferència és de l'ordre de les mil·lèsimes (0,007), de manera que és gaire bé imperceptible.³¹ De fet, és el canal que menys contribueix a la diversitat del sistema, per darrere de les privades.

Pel que fa a la dissimilaritat, els canals amb una programació més diferent a TVE1 és el Canal 33 (dissimilaritat molt alta), seguit de La 2 (alta). És a dir, TVE1 té una proposta ben allunyada de la que podem trobar en els segons canals públics. Això pot respondre a una certa lògica de complementaritat entre primers i segons canals, segons la que cadascun s'especialitza en uns determinats gèneres (sobre això es tornarà en l'anàlisi de La2). Seguidament trobem els dos nous canals privats, La Sexta i Cuatro (alta), dos canals amb estratègies de programació més pròxima a l'especialització (adreçades a un target concret) i que no lluiten (de moment) per ser líders d'audiència. Per últim, s'arriba als canals més similars (dissimilaritat mitjana): Antena 3, Telecinco i TV3, és a dir, canals que com TVE1 lluiten per una audiència massiva. Això confirmaria d'alguna manera les semblances detectades entre els gèneres principals de TVE1 i els canals privats.

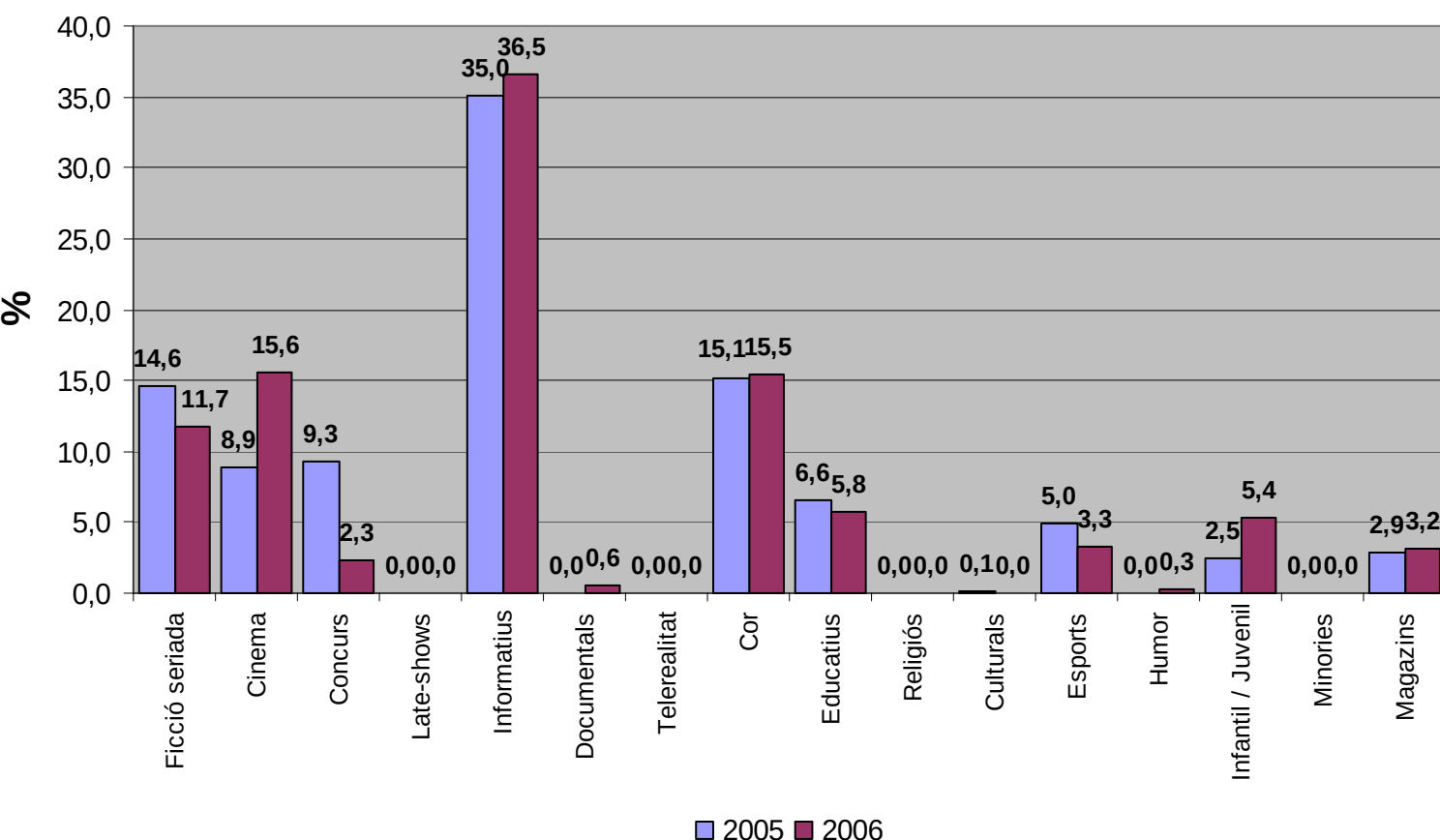
Per tant, podríem dir que TVE1 tendeix a "imitar" la programació dels canals que, com ell, busquen ser líders, mentre que es diferencia fortament d'aquells canals que s'aparten d'aquesta "batalla" (els nous privats i els segons canals públics).

Evolució respecte l'any 2005

Si es compara aquestes dades amb les de l'any anterior, es veu com no hi ha hagut gaires canvis a nivell de diversitat i concentració, simplement es detecta una lleugera tendència cap a una menor diversitat i una major concentració.

³¹ Tal com s'anirà veient en aquest informe, en pràcticament tots els casos l'aportació al sistema és imperceptible, cosa que demostra la homogeneïtat que en general hi ha entre l'oferta genèrica dels diferents canals.

TVE1 2005-2006. Distribució de gèneres del total de la programació.



Al mateix temps, TVE1 ha fet en el darrer any una sèrie de moviments en la configuració de la seva graella que s'han traduït en una major dissimilaritat amb els canals privats respecte l'any anterior. Així, per exemple, l'any 2005 els tres gèneres principals eren exactament els mateixos que Telecinco i Antena 3: informatius, ficció seriada i cor. En canvi, l'any següent, TVE1 avança en sentit contrari a allò que fan els canals privats i disminueix la presència de la ficció seriada (que cau al quart lloc) mentre que augmenta la dels informatius i, sobretot, el cinema, que es converteix en el segon gènere en ordre d'importància.

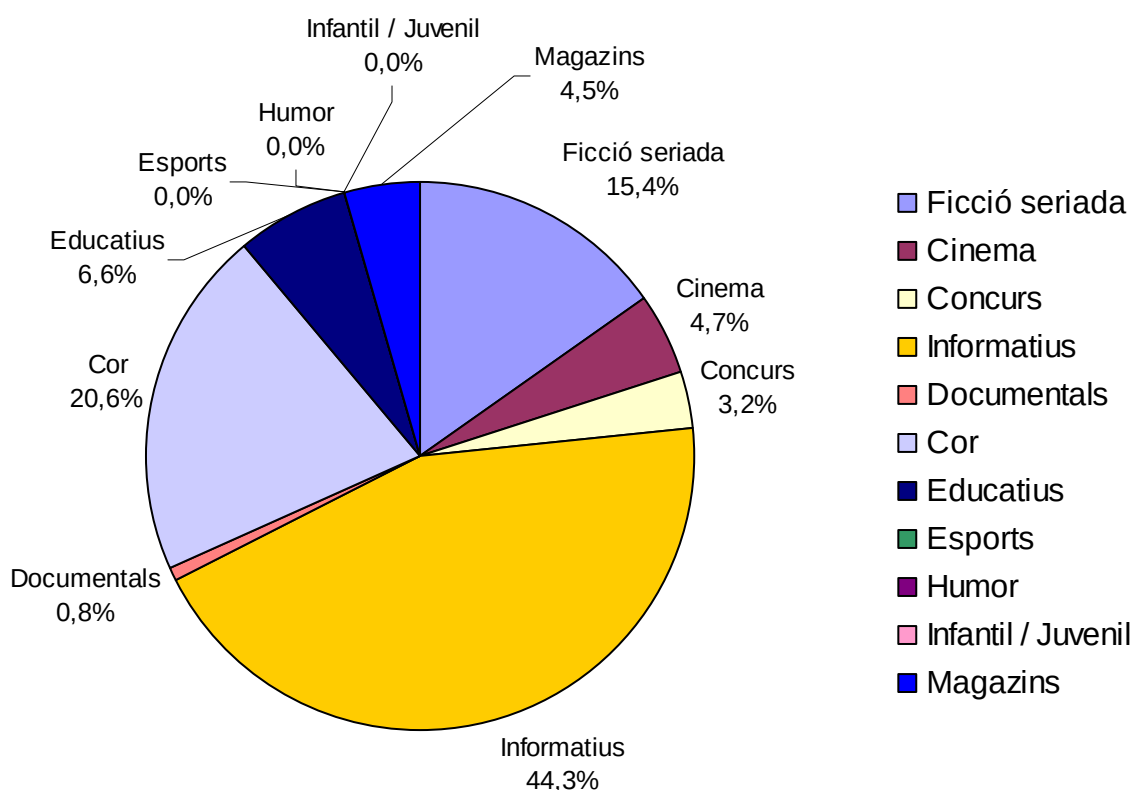
Tot això es reflecteix en les dades de dissimilaritat, segons les quals TVE1 amplia (lleugerament) l'any 2006 les seves diferències respecte els altres canals amb els que comparteix la batalla pel lideratge.

2. Distribució al llarg de la setmana

Si distingim entre dies laborables i caps de setmana, veurem com la diversitat és menor respecte la global, tot i mantenir-se mitjana. Això és degut a què existeix una certa "complementarietat" entre la programació dels dies laborables i la dels caps

de setmana, és a dir, els gèneres predominants uns i altres dies són diferents, de manera que la diversitat de tota la setmana és major que la dels dies laborables i del cap de setmana per separat.

TVE1 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)

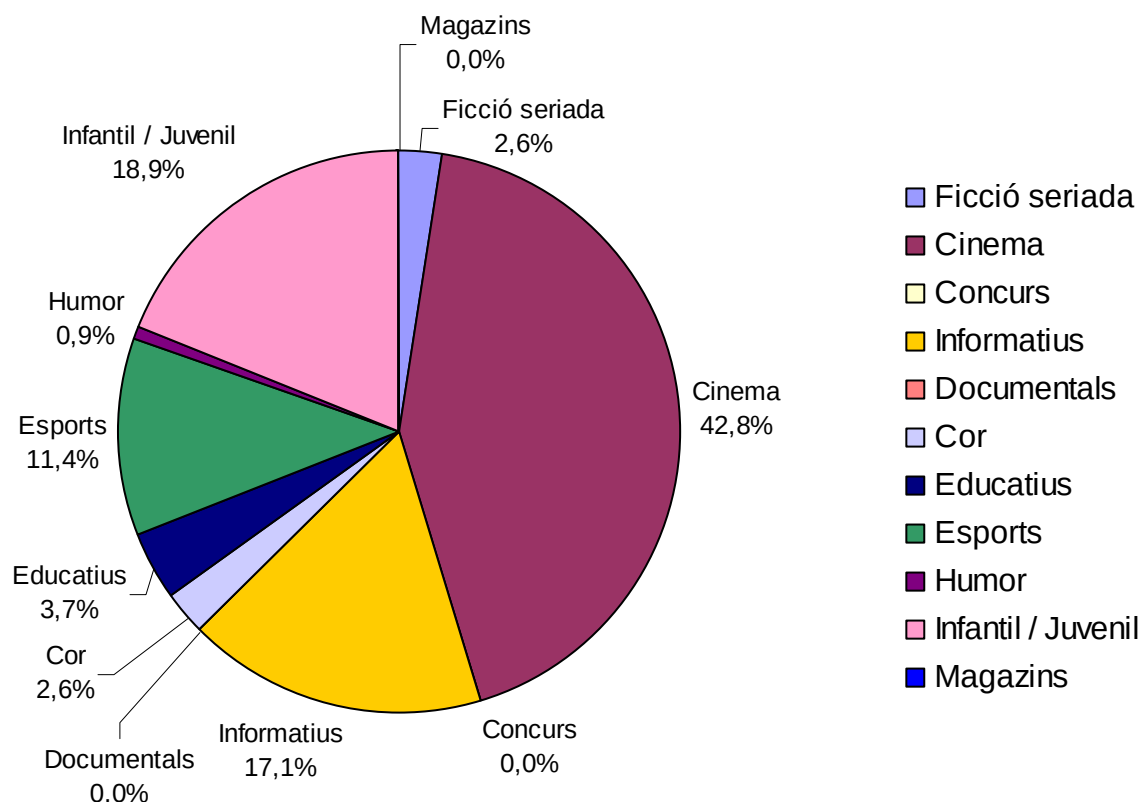


També la concentració genèrica augmenta sensiblement si agafem només els dies **laborables**: per exemple, els tres gèneres principals –els **informatius** (44,3%), el **cor** (20,6%) i la **ficció seriada** (15,3%)- **acaparen el 80,2% dels temps d'emissió**. Tots tres gèneres es concentren en els dies laborables, tot i que també tenen certa presència en la programació del cap de setmana. És interessant veure que aquests tres gèneres coincideixen amb els gèneres principals de les cadenes privades, especialment Antena 3 i Telecinco, amb les que TVE1 competeix pel lideratge de l'audiència. Així, es podria afirmar que la configuració de la graella dels dies laborables segueix, d'alguna manera, les pautes marcades per les privades.

A aquests tres gèneres els segueixen els educatius (6,6%), el cinema (4,7%), les varietats (4,5%) i els concursos (3,2%), dos gèneres que només apareixen en la

programació d'entre setmana, i els documentals (amb una presència mínima: 0,8%). Així doncs, el cinema, els esports, els infantils/juvenils i els programes culturals, que no estan concentrats en el cap de setmana.

TVE1 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)



Pel que fa al cap de setmana, la distribució entre gèneres és força diferent respecte la dels dies laborables. Així, els tres primers gèneres són: el cinema (42,8%), els infantils/juvenils (18,9%), dos gèneres concentrats en els caps de setmana, i els informatius (17,1%, amb un pes molt menor que els dies d'entre setmana). Aquí s'observen, un altre cop, punts en comú entre la proposta genèrica de TVE1 i les graelles dels canals privats, on aquests gèneres també estan entre els quatre principals.

L'altre gènere que es concentra en els caps de setmana són els esports, que se situa en la quarta posició (11,4%). En canvi, la ficció seriada i el cor, dos gèneres molt presents en la programació d'entre setmana, passen a la sisena i setena posició (2,6% cadascun). Finalment, la llista de gèneres es tanca amb els educatius (3,7%) i l'humor (que tot i concentrar-se en el cap de setmana només representa un 0,9% del temps

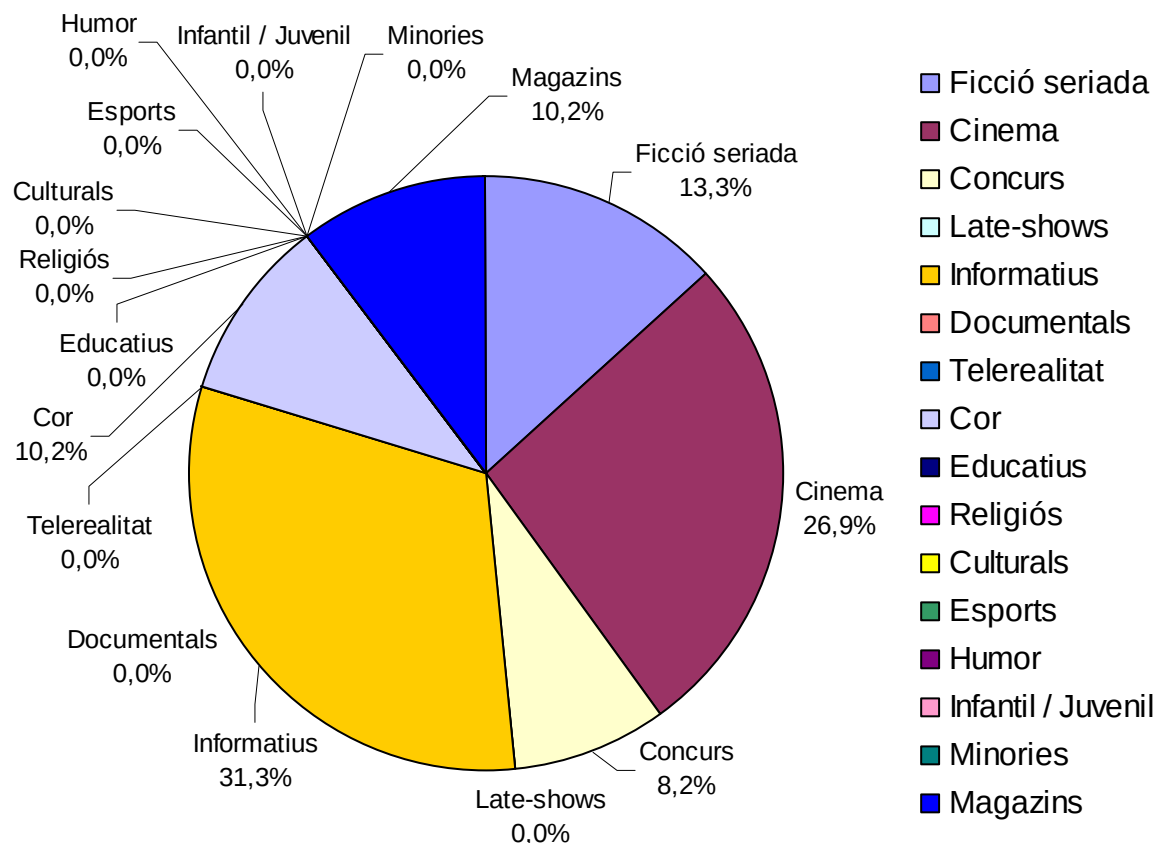
total d'emissió). Pel que fa a la concentració, continua sent molt alta, tot i que lleugerament menor que els dies laborables: els tres primers gèneres representen un 78,8%.

3. La pranja de *prime-time*

Pel que fa al *prime-time* (de 20'30h a 0'00h), la diversitat disminueix lleugerament (es manté mitjana) i la concentració augmenta (segueix sent alta) respecte el global del dia. També si sumem els tres gèneres principals, la concentració és una mica superior a la del global del dia: 71,5%.

A nivell global, els tres gèneres principals són els informatius (31,3%), el cinema (26,9%) i la ficció seriada (13,3%). A grans trets es troba aquí també una certa semblança entre els gèneres principals de TVE1 i els de les televisions privades estatals, especialment pel que fa a la informació i la ficció seriada. Els segueixen el cor i les varietats (10,2% cadascun) i els concursos (8,2%). Així doncs, en aquesta franja hi ha un domini dels gèneres de demanda forta, amb l'excepció dels informatius, l'únic gènere de demanda inflexible que hi trobem (i tal com passa en els canals privats).

TVE1 2006. Distribució de gèneres *prime-time*



Tal com es veu, només 6 gèneres apareixen en aquesta franja (5 menys que en total del dia), ja que els documentals, els educatius, els esports, l'humor i els infantils/juvenils es concentren exclusivament en altres franges. Si ens concentrem en la franja de 22'00 a 0'00, només ens trobem amb quatre gèneres: cinema, ficció seriada, concurs i varietats.

Si es distingeix entre dies laborables i caps de setmana es detecten importants diferències, tant en les dades de la diversitat com en la distribució dels gèneres. Així, mentre que en els dies laborables la diversitat és manté mitjana, en els caps de setmana la diversitat cau fins a ser molt baixa. El mateix passa amb la concentració: disminueix en els dies laborables i augmenta de forma important en el cap de setmana. Això és degut a què en el *prime-time* dels caps de setmana només hi ha dos gèneres: el cinema (65,5%), concentrat majoritàriament en aquestes dies de la setmana i franja horària, i els informatius (34,5%).

El *prime-time* dels laborables, en canvi, bàsicament es fonamenta en els informatius (30%) i la ficció seriada (18,6%), als que se sumen el cor i els magazines (14,3% cadascun) i el cinema i el concurs (11,4% cadascun).

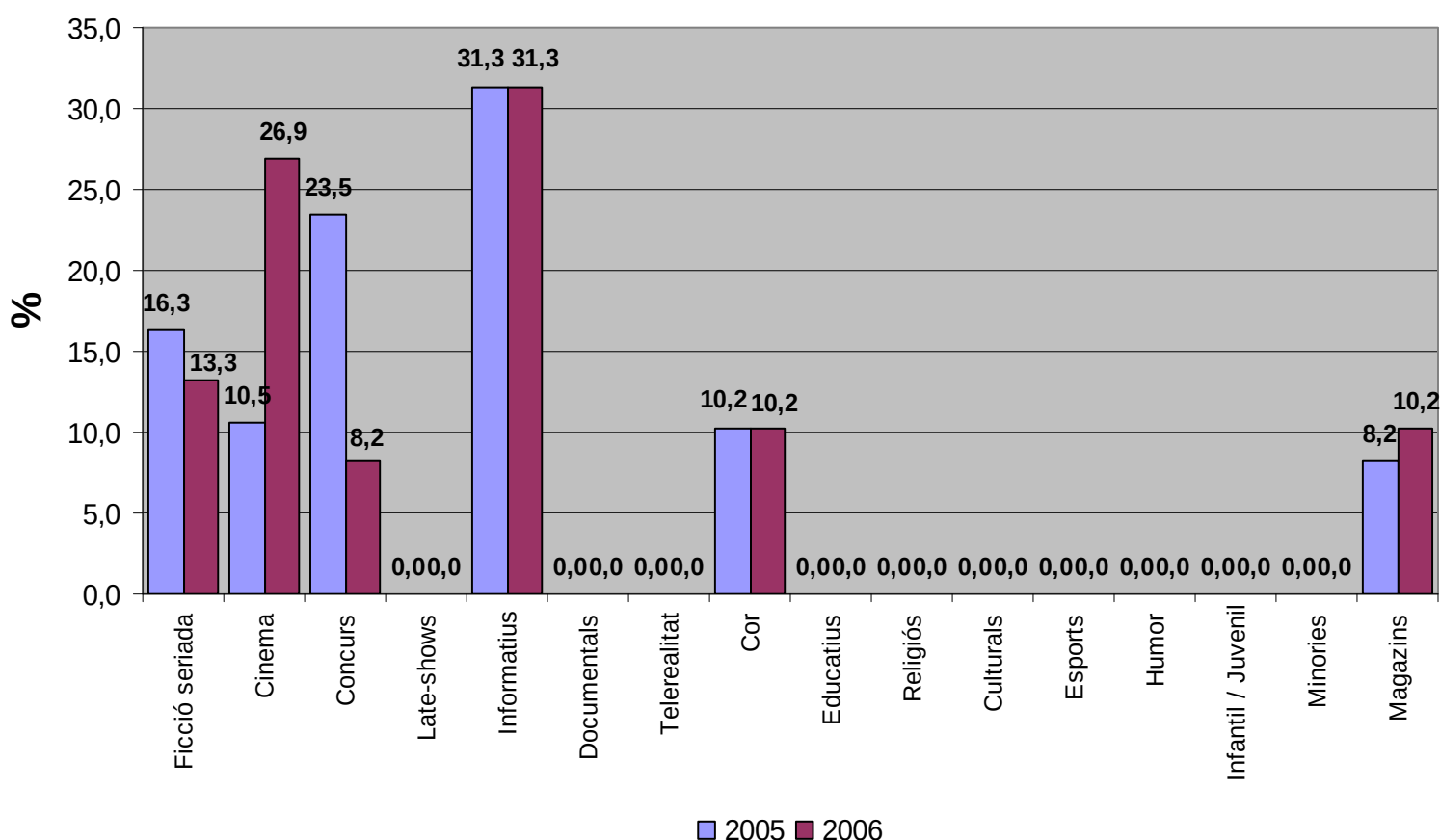
En pel que fa a la contribució que fa el canal a la diversitat del sistema en *prime-time*, la contribució de TVE1 torna a ser negativa, de manera que el sistema és més divers sense aquest canal, pràcticament en la mateixa proporció que en el global del dia (+0,006).

Per últim, pel que fa a la dissimilaritat entre el *prime-time* de TVE1 i el de la resta de canals, no es produeix una evolució homogènia. Els canals amb els que té una dissimilaritat més alta són el Canal 33, La Sexta i Cuatro (molt alta), seguits de Telecinco i La2 (alta). Per últim, és més similar amb TV3 (mitjana) i, especialment, amb Antena 3 (baixa). Aquí, doncs, se segueix d'alguna manera la lògica assenyalada abans segons la qual TVE1 es diferenciava més dels canals que, a diferència d'ell, buscaven audiències específiques i, en alguns casos, minoritàries. On es detecta, doncs, un canvi major respecte les dades referents al total del dia és en la dissimilaritat entre TVE1 i els canals que competeixen amb ella per l'audiència majoritària. Així, amb algun d'ells les diferències s'acusen (Telecinco) i amb altres es minimitzen (Antena 3).

Evolució respecte 2005

A l'hora de comparar les dades del *prime-time* amb les de l'any anterior, a nivell de la diversitat altre cop es detecta una lleugera tendència a disminuir la diversitat i augmentar la concentració. Ara bé, allò més rellevant és com es reflecteixen en aquesta franja els canvis en la distribució dels gèneres en la graella als que ens referíem anteriorment. Així, mentre que els informatius i el cor es mantenen estables, la ficció i els concursos disminueixen de forma important (3 i 15 punts percentuals, respectivament), mentre que el cinema augmenta amb força (16 punts percentuals).

TVE1 2005-2006. Distribució de gèneres, prime time



El resum i les conclusions d'aquest canal es farà de forma conjunta amb La2 i es presentarà al final de l'anàlisi d'aquest segon canal.

B) La2

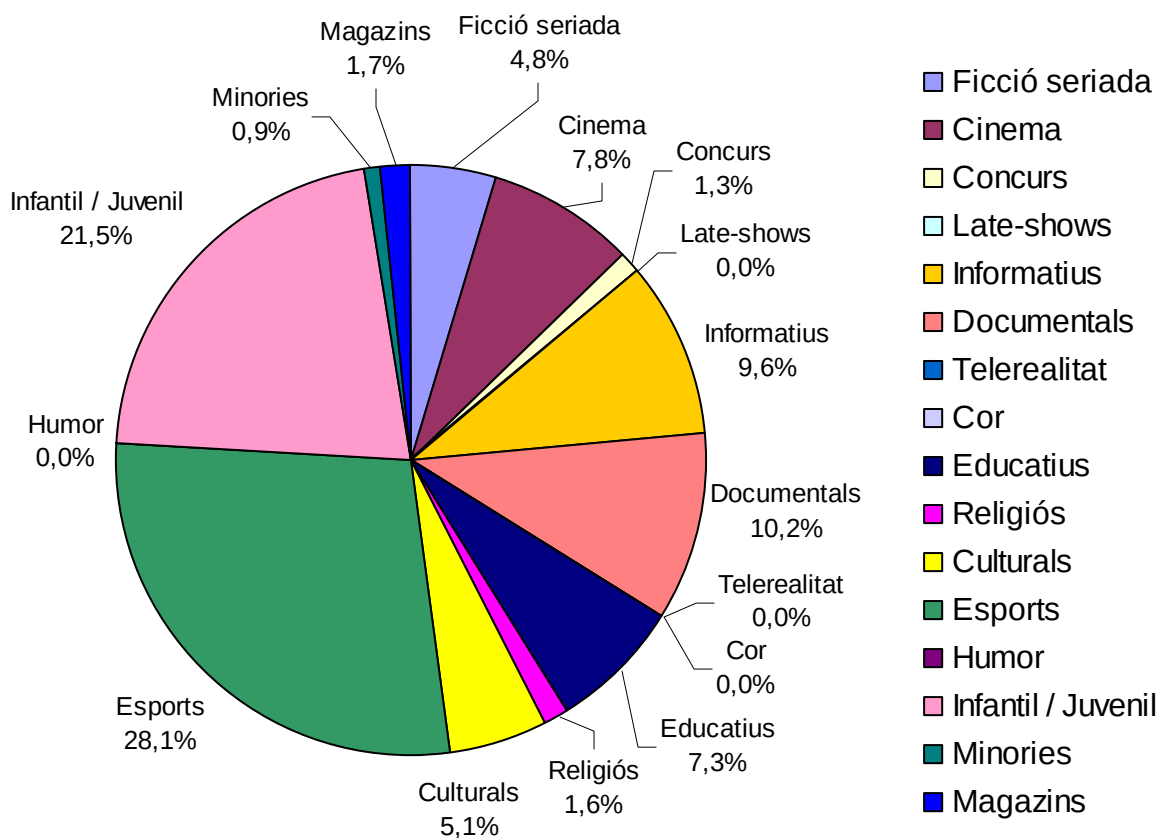
1. Diversitat de la cadena i concentració de gèneres:

La2 té unes característiques força diferent respecte TVE1. En certa manera, aquest canal s'ha especialitzat en gèneres que no apareixen, o apareixen molt poc, en la graella de TVE1, tenint un perfil complementari amb el primer canal.

Si observem la diversitat global del canal, veurem com aquesta és alta, molt superior a la de TVE1. De fet, La2 és el canal amb una diversitat més alta de tots els canals analitzats. Això es corrobora, per exemple, quan mirem el número de gèneres presents en la graella: només quatre gèneres no estan presents (late-shows, telerealitat, cor i humor).

Al mateix temps, el nivell de concentració és mitjà, menor que TVE1 i també el menor de tota la resta de canals. Així, si observem la distribució del temps d'emissió per gèneres, la suma dels tres primers representa un 59,8%, un tant per cent menor al de la suma dels tres primers gèneres del primer canal, tot i que segueix estant per sobre del 50% del temps total.

LA2 2006. Distribució de gèneres total programació



esports (28,1%) i els infantils/juvenils (21,5%). De fet, podríem dir que La2 està lleugerament “especialitzada” en esports i infantils/juvenils, dos gèneres que representen quasi la meitat del temps total d'emissió (49,6%) i que, en canvi, són poc presents en la graella de TVE1. La resta de gèneres que trobem en aquest canal són: els documentals (10,2%), informatius (9,6%), cinema (7,8%), educatius (7,3%), culturals (5,1%), ficció seriada (4,8%), varietats (1,7%), religiosos (1,6%), concursos (1,3%) i programes destinats a minories (0,9%).

Així doncs, per una banda veiem com gèneres que tenien un pes important en la programació de TVE1 aquí tenen poca o cap presència: el cor, el cinema, la ficció seriada i els concursos. Al mateix temps, La2 emet gèneres que tenen cap o molt poca presència en la graella del primer canal: culturals, documentals, religiosos i programes destinats a minories, a més dels esports i els programes infantils/juvenils, als que ja ens hem referit anteriorment. També en els informatius detectem aquest perfil diferent. En primer lloc destaca el poc temps que s'hi dedica, amb un tant per cent molt por sota de la major part de canals analitzats. En segon lloc, tot i que majoritàriament són noticiaris, també tenen un pes important els informatius temàtics, un subgènere pràcticament absent en el primer canal.

Així, sembla que es confirma la voluntat de complementaritat entre els dos canals a la que ens referíem anteriorment.

També si comparem la distribució dels gèneres de La2 amb els altres canals analitzats (amb l'excepció del Canal 33, que té un perfil similar) veiem la gran diferència que existeix entre els gèneres emesos per aquesta i els emesos per les altres cadenes, especialment les privades. Tal com passa amb TVE1, els gèneres principals en la seva programació aquí tenen poca presència i a la inversa. A més de la major diversitat i menor concentració genèriques a les que ja ens hem referit anteriorment.

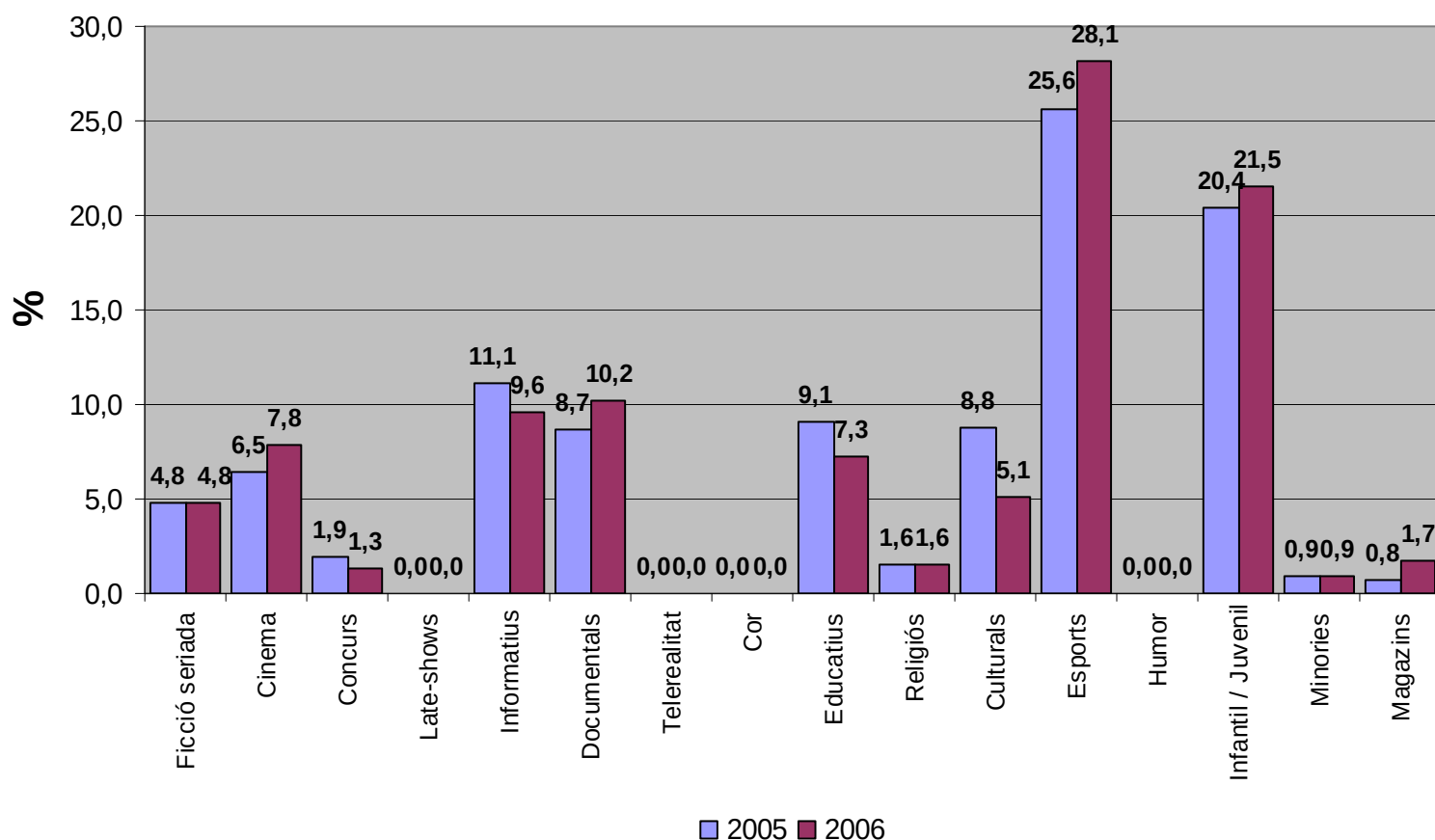
Totes aquestes afirmacions es confirmen quan s'observen les dades de dissimilaritat i contribució al sistema. La2 és un dels canals que més contribueixen a la diversitat del sistema (només per darrere del Canal 33), aproximadament el doble que els canals privats i els primers públics de la resta de canals (-0,013). Tot i això, igual com passa amb la resta de canals analitzats, l'aportació tot i ser una de les majors es força imperceptible, ja que calculant la diversitat del sistema sense La2 aquesta es manté molt alta. Això pot ser degut a la semblança existent entre les programacions dels dos segons canals públic, de manera que si traiem La2 el buit el cobreix el Canal 33.

Pel que fa a la dissimilaritat de La2 amb la resta de canals de la mostra, s'observa que els canals amb els que és més diferent són els canals que lluiten pel lidetage de l'audiència: Telecinco, Antena3, TV3 (molt alta amb els tres) i TVE1 (alta). Els segueixen els dos nous canals privats, l'estratègia de programació dels quals els diferencia dels canals majoritaris i els acosta als segons canals públics. Per últim, el canal amb el que La2 té més en comú és el Canal 33, l'altre segon canal públic. Es confirma, d'aquesta manera la diferència i complementarietat dels perfils dels primers i segons canals públics.

Evolució respecte el 2005

Per últim, en observar les dades en relació a l'any anterior, es detecta una lleugera tendència cap a una menor diversitat i una major concentració, tal com passa amb la major part dels canals analitzats.

La2 2005-2006. Distribució de gèneres del total de la programació



Els canvis més rellevants, però, es troben en analitzar els canvis en la distribució dels gèneres. Es podria dir que, en general, La2 en el 2006 tendeix a incrementar els gèneres que són característics de la seva graella, especialment els esports, els infantils i alguns gèneres de demanda inflexible com ara els documentals. Altres, en canvi, baixen lleugerament la seva presència: educatius, culturals i informatius (concentrats a TVE1), mentre que un gènere de demanda forta, el cinema, guanya posicions. Ara bé, cal dir que tots aquests canvis són molt lleugers, ja que no passen dels tres punts percentuals. En observar la dissimilaritat sembla que aquests canvis, sumats als canvis de la resta de canals, han portat a augmentar les diferències entre La2 i la resta de canals majoritaris (tot i que es tracta d'un canvi molt lleu). Ara bé, la contribució del canal a la diversitat del sistema és una mica menor que la de l'any anterior.

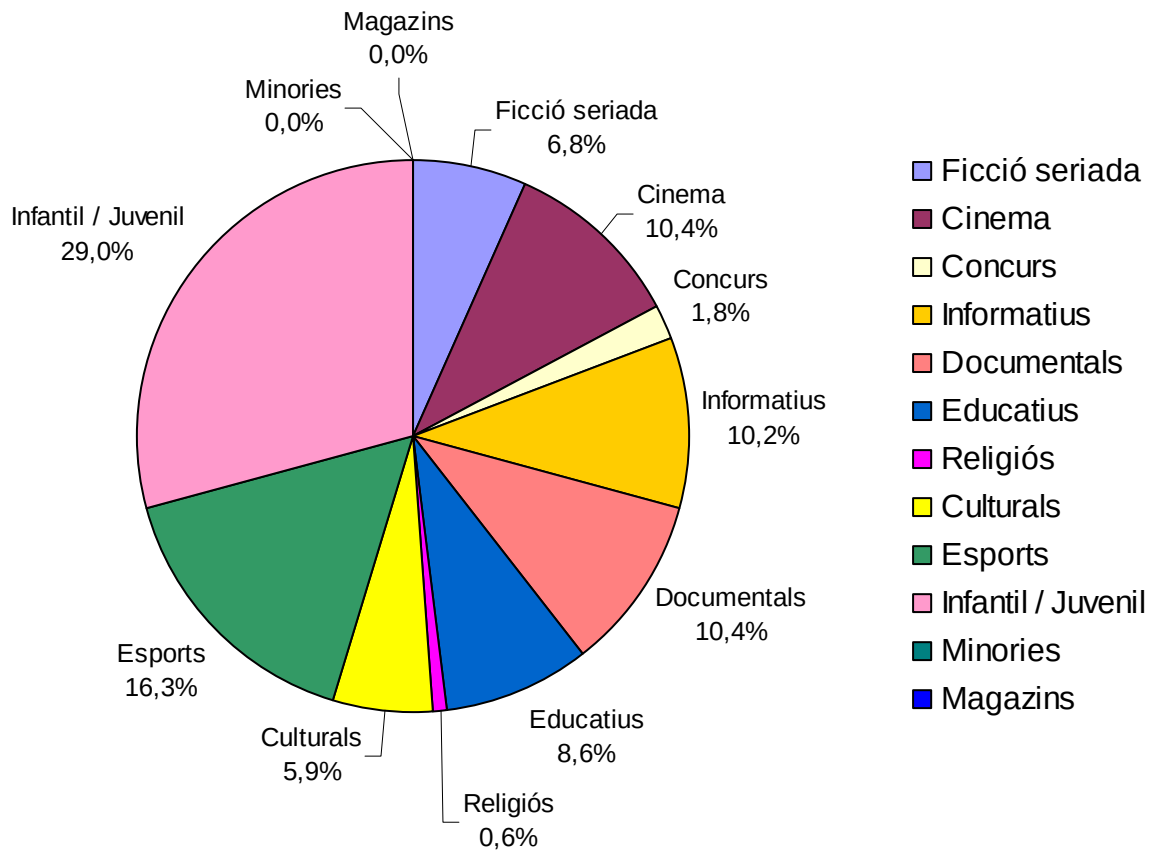
2. Distribució dels continguts al llarg de la setmana

Si observem per separat els dies laborables i els caps de setmana veurem una important diferència tant en la diversitat i concentració dels gèneres, com en el repartiment del temps d'emissió entre aquests. Tal com passava amb TVE1, hi ha una certa complementarietat entre la programació dels dies laborables i dels caps de setmana, que fa que la diversitat global sigui superior (i el grau de concentració menor) que si mesurem la diversitat dels dies laborables i dels caps de setmana per separat.

En els dies laborables la diversitat es manté alta, tot i que disminueix lleugerament respecte la diversitat global del canal, i la concentració mitjana (i una mica major que el global del canal).

Pel que fa a la distribució dels gèneres, els tres principals són els mateixos que els del global del canal, tot i que en un ordre diferent: Els tres gèneres més presents són els infantils/juvenils (29%), els esports (16,3%) i el cinema (10,4%), que junts representen un 55,7% del temps d'emissió. Els segueixen els documentals (10,3%), els informatius (10,2%), els educatius (8,6%), la ficció seriada (6,7%), els culturals (5,9%), els concursos (1,8%) i els religiosos (0,6%).

LA2 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)

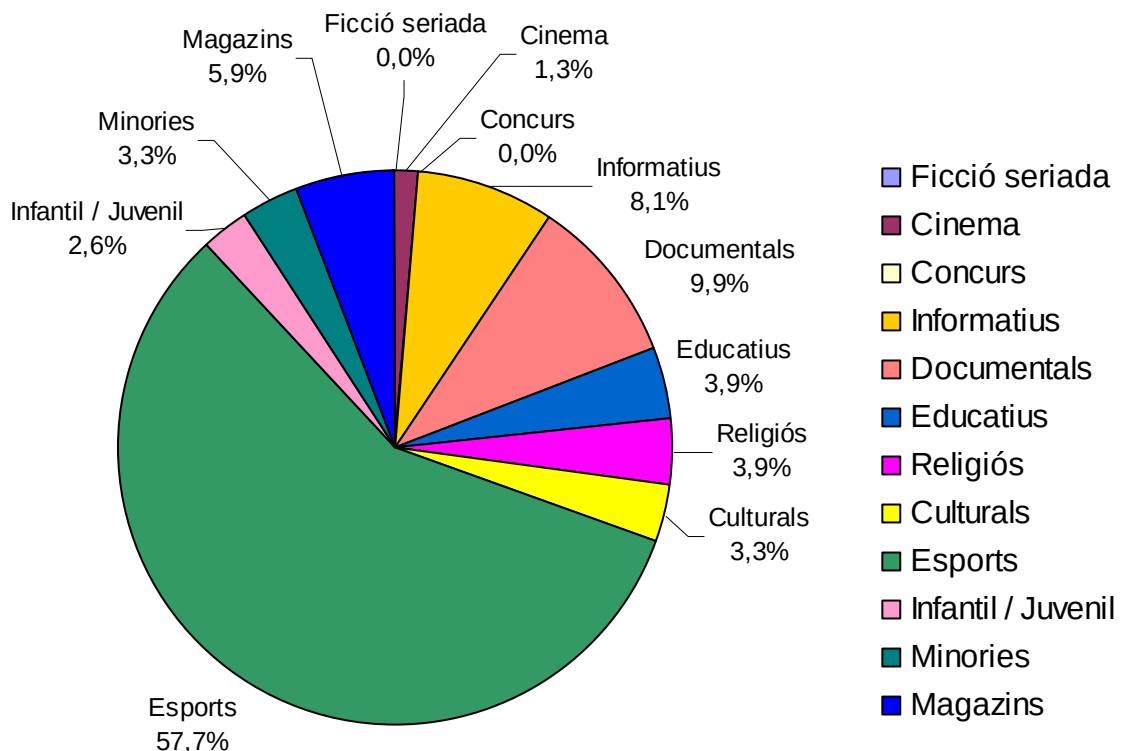


Aquí és interessant observar que TVE1 durant els dies laborals no dedica ni un minut de la seva programació als dos gèneres principals de La2, l'infantil/juvenil i els esports, corroborant el "repartiment" de gèneres que s'estableix entre aquests dos canals. Al mateix temps, tal com passava en el global del canal, gèneres importants en la graella dels dies laborals de TVE1 aquí tenen un pes considerablement menor: els informatius, la ficció seriada, el cinema, els concursos...

Pel que fa al cap de setmana, ens trobem amb una situació força diferent: la diversitat disminueix fins a ser mitjana i la concentració augmenta fins a ser alta (la major de tots els canals analitzats). Això es confirma si analitzem la distribució del temps d'emissió per gèneres: tot i que trobem el mateix nombre de gèneres que en els dies laborals (10), un sol gènere (els esports) acapara més de la meitat del temps d'emissió (57,7%), mentre que els altres 9 gèneres es reparteixen l'altra meitat: documentals

(9,9%), informatius (8,1%), infantil/juvenil (2,6%), varietats (5,9%), educatius i religiosos (3,9% cadascun), culturals i programes per minories (3,3% cadascun) i cinema (1,3%). És important remarcar la mínima presència dels programes infantils/juvenils en la graella del cap de setmana, deguda a què aquests programes es “traslladen” a TVE1, seguint amb la idea de complementarietat entre canals.

LA2 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)



Així doncs, queda clara la lògica de complementarietat entre els laborables i els caps de setmana: varis gèneres s'emeten només de dilluns a divendres (o es concentren fortament en aquests dies), com ara la ficció seriada, el cinema, els concursos i els infantils/juvenils. De la mateixa manera, altres gèneres es concentren el cap de setmana: els esports, els religiosos, els programes de minories i les varietats. Això fa que una altra vegada la diversitat és major i la concentració menor en el global de tot el canal que en el càlcul independent dels dies laborables i els caps de setmana.

3. La franja de *prime-time*

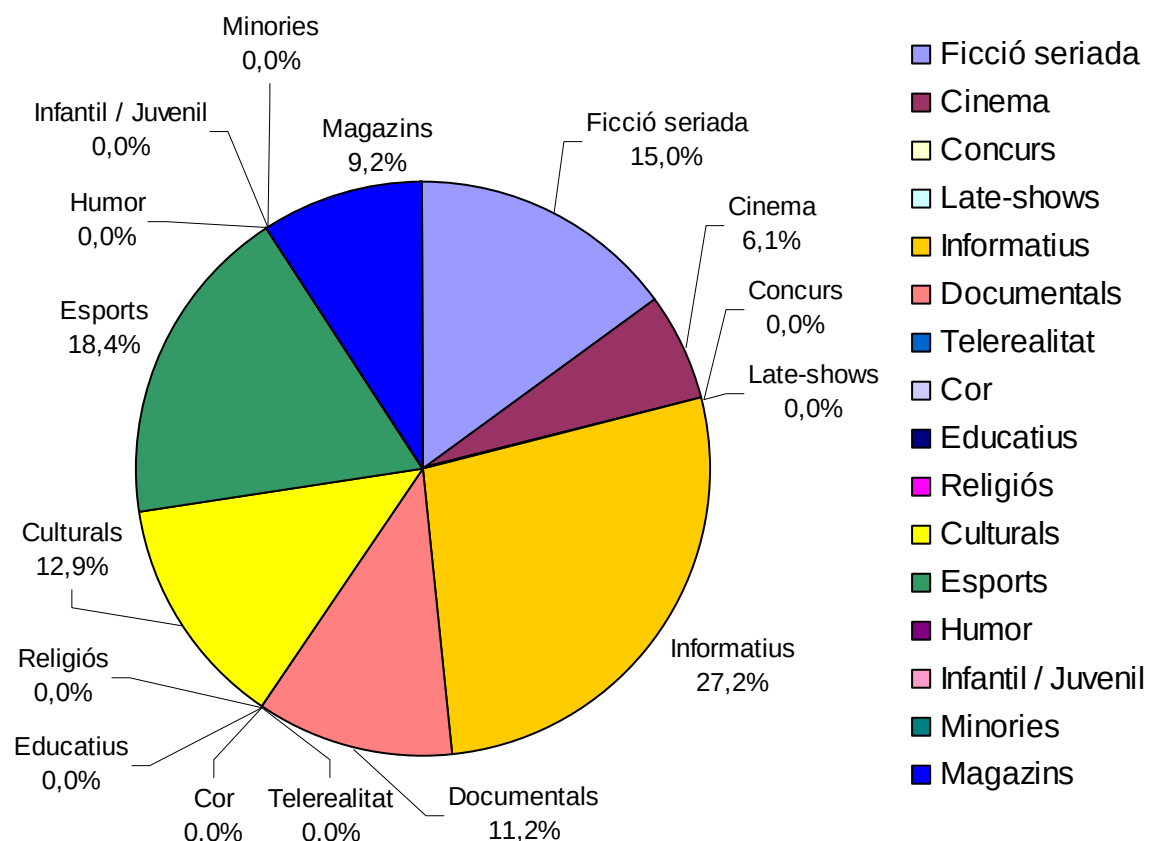
Si ens centrem en l'anàlisi de la franja de *prime-time*, veiem com l'alta diversitat del

total del dia disminueix sensiblement, passant a ser “mitjana”. Al mateix temps, la concentració genèrica augmenta, tot i que es manté en mitjana. Ara bé, tal com veurem, els gèneres que trobem són força diferents als de les altres cadenes (tant TVE1, com Tv3 i les privades), contribuint així de forma important a la diversitat del sistema.

Ara bé, tal com hem enunciat abans, allò més interessant és el fet que els gèneres emesos per La2 en *prime-time* són força diferents dels emesos per la resta de canals generalistes, tot i que en aquesta franja s’hi acosten amb la presència de la ficció seriada, els informatius i el cinema. Al mateix temps, els documentals i els culturals, pràcticament no presents en els altres canals, aquí apareixen (tot i que deforma secundària).

Així, els tres primers gèneres són: informatius (27,2%), esports (18,4%) i ficció seriada (15%). Per tant, veiem com els gèneres principals s’apropen a l’oferta de les altres cadenes, amb una presència destacada dels informatius i la ficció seriada. La resta de gèneres són: culturals (12,9%), documentals (11,2%), varietats (9,2%) –que diferencia la proposat de La2 de la major part dels canals- i cinema (6,1%). Els infantils/juvenils, els concursos, els educatius, els religiosos i els programes per a minories estan concentrats en altres franges horàries.

LA2 2006. Distribució de gèneres *prime-time*



Si analitzem per separat els dies laborables i el cap de setmana veurem algunes diferències. Els dies laborables la diversitat és mitjana i la concentració alta. Els tres gèneres principals, doncs, són els informatius (38,1%, bàsicament reportatges), la ficció seriada (20,9%), que es concentra en bona mesura en el *prime-time* dels dies laborable, i els culturals (15,2%). Aquests tres sumen quasi tres quartes parts del temps del *prime-time* (74,2%), cosa que ens indica l'alt grau de concentració. El quart restant es reparteix entre esports (11,4%), cinema (8,6%) i documentals (5,7%).

Per últim, en el *prime-time* del cap de setmana té una diversitat baixa (tot i això, és el segon canal més divers). Els esports són el gènere principal, amb un 35,7%. El segueixen els magazines (32,1%), els documentals (25%), majoritàriament de natura, i els programes culturals (7,1%). Tot i que els esports són també un gènere molt present en el *prime-time* de cap de setmana d'altres canals (especialment TV3, TVE1 i Canal 33), no passa el mateix amb els documentals i culturals, contribuint així a la diversitat del sistema.

Aquesta major coincidència entre la proposta genèrica en el prime-time de La2 amb els canals majoritaris (ficció seriada, informatius, esports, cinema...) es veu reflectida en les dades de la seva contribució a la diversitat del sistema. Aquesta baixa quasi a la meitat (-0,007), una variació que es manté en l'ordre dels canvis imperceptibles. De fet, la contribució de La2 en aquesta franja està per darrere del Canal 33 (-0,035), Telecinco (-0,012) i La Sexta (-0,013).

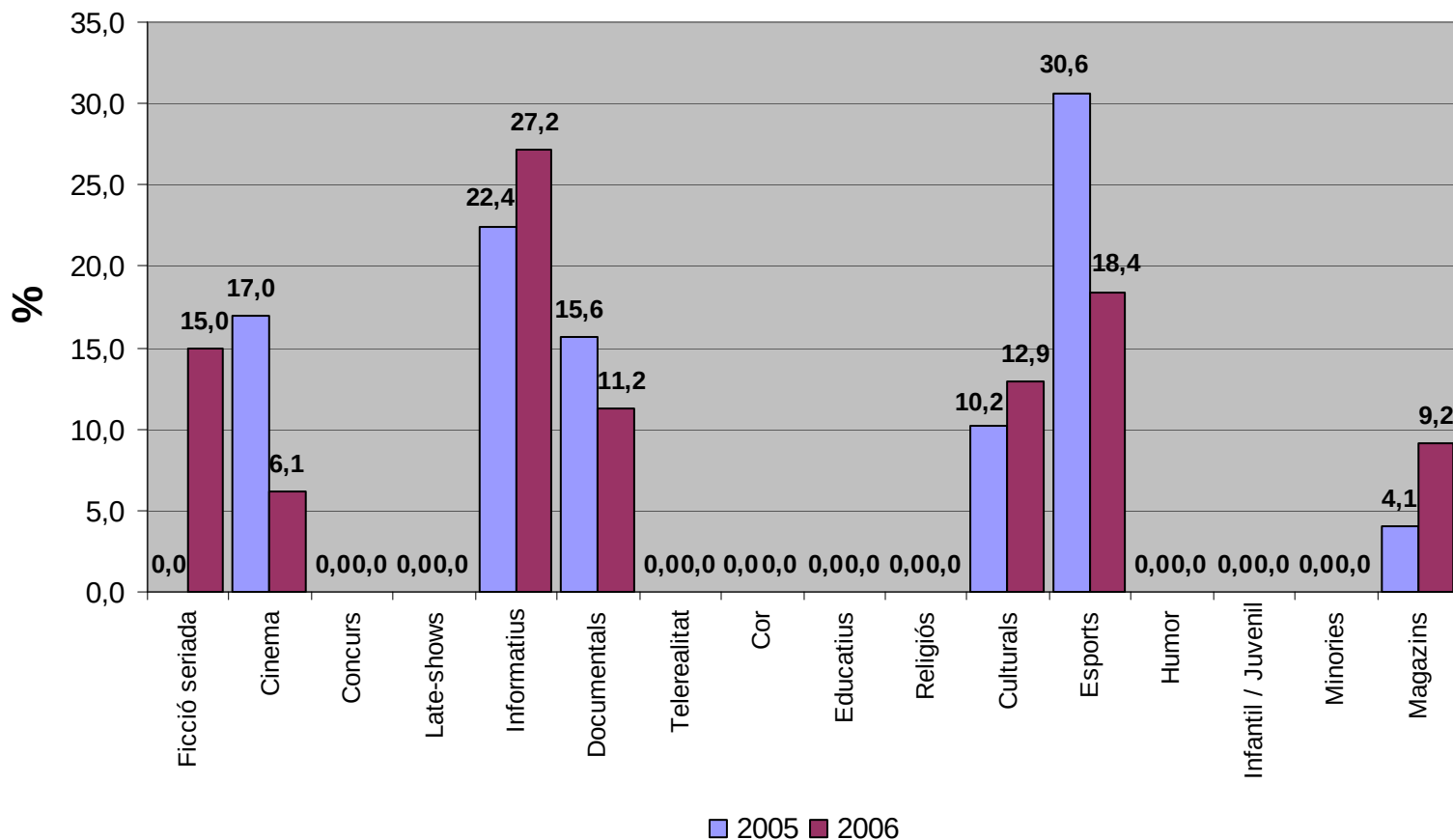
També en analitzar la dissimilaritat en el prime-time de La2 amb els altres canals i comparar-la amb les dades del global del dia, s'observa una augment de la semblança entre aquest i la resta de canals. Així, l'únic canal amb el que manté una dissimilaritat molt alta és Telecinco. Amb la resta de privats (La Sexta, Antena 3 i Cuatro) i TVE1 és alta, mentre que TV3 i el Canal 33 són els que tenen una programació de prime-time més similar a La2, amb la que tenen una dissimilaritat mitjana.

Evolució respecte el 2005

Per últim, en observar l'evolució de la franja de prime-time de La2 respecte l'any 2005, es detecta una tendència a una major semblança entre la graella de La2 i la resta de canals. Per exemple, l'any 2005 La2 mantenia una dissimilaritat molt alta tant amb els canals privats, com amb TVE1. Només amb TV3 la dissimilaritat era mitjana (fins i tot amb el Canal 33 aquesta era alta). De la mateixa manera,

En observar els canvis que ha sofert la graella veiem que s'han fet alguns moviments que l'apropen a les graelles dels canals majoritaris: un augment dels informatius i la ficció seriada (que el 2005 no estava present en aquesta franja, un tret que diferenciava fortament La2 de la resta de canals); així com una disminució dels documentals.

La2 2005-2006. Distribució de gèneres, prime time



4. Resum i conclusions sobre la programació de TVE:

TVE1 i La2 tenen perfils oposats i complementaris, cosa que es reflecteix tant en les dades de diversitat, com en la presència i distribució de gèneres i les relacions de semblances i diferències respecte la resta de canals.

Així, TVE1 és un dels canals amb menys diversitat i amb una concentració genèrica més alta dels canals que configuren la mostra, inclosos els canals privats. La2, en canvi, és un canal que destaca per tenir la major diversitat i menor concentració genèrica de tots els canals de la mostra.

En tots dos casos la programació dels laborables i dels caps de setmana són molt

diferents, establint-se una certa complementarietat que fa que la diversitat global de les cadenes sigui superior a la diversitat dels dies laborables i els caps de setmana agafats de manera independent. Al mateix temps, també en tots dos casos en el *prime-time* la diversitat disminueix i la concentració augmenta.

La proposta de programació de TVE1 és molt similar a la de la resta de canals que, com ell, competeixen per una audiència majoritària, tal com ens mostren els gèneres principals en què es basa la seva graella: els informatius, el cinema, el cor i la ficció seriada. Al mateix temps que TVE1 s'assembla als canals majoritaris, es diferencia fortament dels canals amb graelles més especialitzades, ja siguin els dos nous canals privats (Cuatro i La Sexta) com els segons canals públics (La2 i Canal 33). De tota manera, en el 2006 es detecta una certa tendència a diferenciar-se de la resta de canals privats, pel fet d'augmentar la presència dels informatius i el cinema i disminuir la ficció seriada i els concursos (anat a la inversa de les tendències dels privats).

Pel que fa a La2, el seu perfil és ben diferent al de la resta de canals (excepte el Canal 33, amb el que té un perfil similar). Els dos gèneres principals del canal, que el caracteritzen, són els infantils/juvenils i els esports. Després trobem els documentals, els informatius i la ficció seriada. Aquí s'hi sumen altres gèneres que tenen una presència secundària, però que diferencien fortament el canal de la resta de cadenes (amb l'excepció del canal 33, amb un perfil similar, tal com veurem): educatius, documentals (sobretot de natura i altres cultures), religiosos i programes destinats a minories. També els programes sense presència diferencien La2 dels altres canals. Així, per exemple, és significativa la total absència de programes del cor i telerealtat, dos gèneres molt presents (especialment el primer) en la resta de televisions estatals (siguin públiques o privades).

Ara bé, es detecta en el prime-time una menor diferenciació respecte el perfil de la resta de canals, donat la presència destacada de dos gèneres com són els informatius i la ficció seriada. De fet, en aquesta franja les diferències entre La2 i la resta de canals privats disminueixen sensiblement. Tot i això, la presència de gèneres com els documentals i els culturals fan que la diferència és mantingui força alta.

Per acabar, fent referència a la relació que s'estableix entre La2 i el primer canal de TVE, podríem dir que aquests dos són complementaris. Mentre que a TVE1 es concentren els gèneres que reporten majors índexs d'audiències (gèneres de demanda forta com el cinema, la ficció seriada i el cor, però també els informatius, l'únic gènere de demanda inflexible present en els canals privats i que aconsegueix

importantes dades d'audiència). En canvi, La2 s'especialitza en tots aquells gèneres que podrien limitar la competitivitat de TVE1, especialment infantils/juvenils i gèneres de demanda inflexible com ara els documentals, culturals, religiosos i programes dirigits a minories. Per últim, aquesta relació de complementarietat entre els dos canals es pot exemplificar amb allò que passa amb els infantils/juvenils: de dilluns a divendres aquests s'emeten exclusivament per La2, mentre que el cap de setmana passen a emetre's per TVE1 (precisament els dies en què les privades també dediquen bona part de la seva programació de matí a aquest gènere).

3.2.2. TV3 i el Canal 33

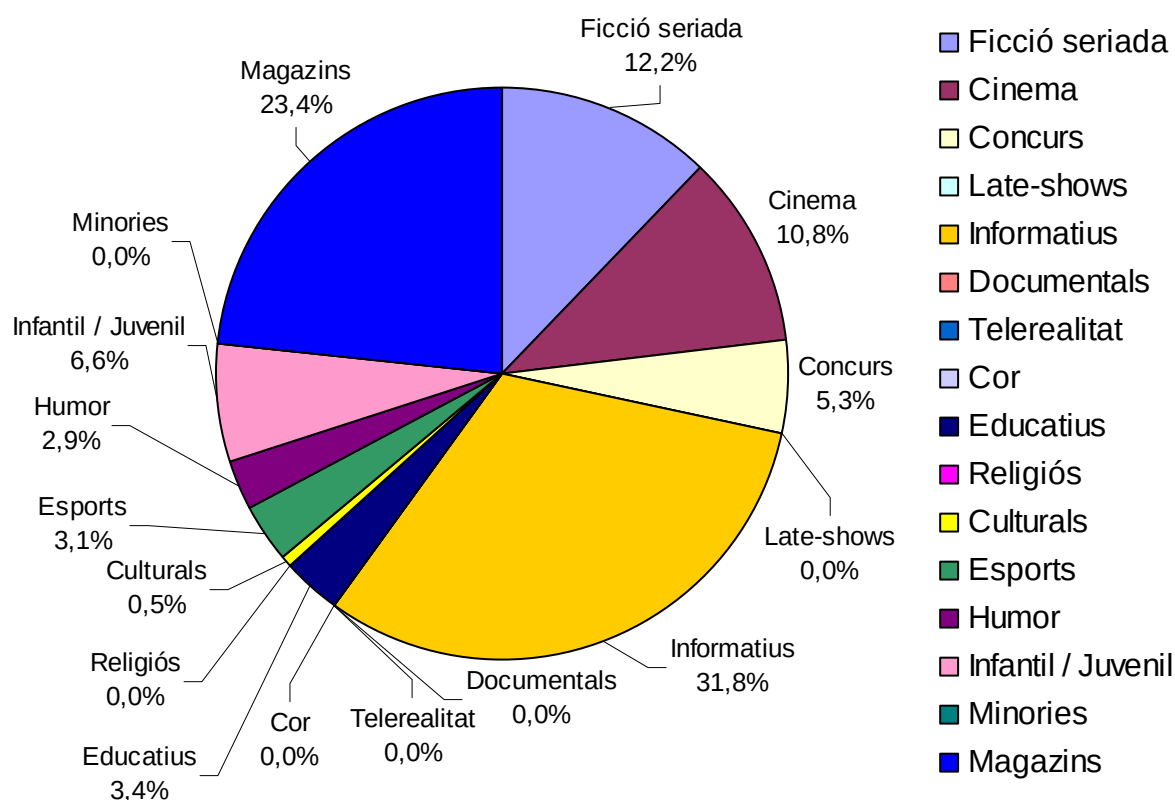
A) TV3

1. La diversitat de la cadena i la concentració de gèneres

Al 2006 TV3 presenta un grau de diversitat vertical mitjà tant en el global de la seva programació com segmentada entre els dies laborables i els caps de setmana. Cal senyalar no obstant que és la cadena que té **el grau de diversitat més baix de les vuit cadenes analitzades**, malgrat que es manté en un nivell mig. Pel que fa la concentració TV3 té un grau de concentració alt tant en la programació dels dies laborables com la dels caps de setmana.

Dels 16 gèneres dels que consta la graella d'anàlisi, TV3 n'emet 10. La programació de TV3 queda distribuïda de la següent manera:

TV3 2006. Distribució de gèneres total programació



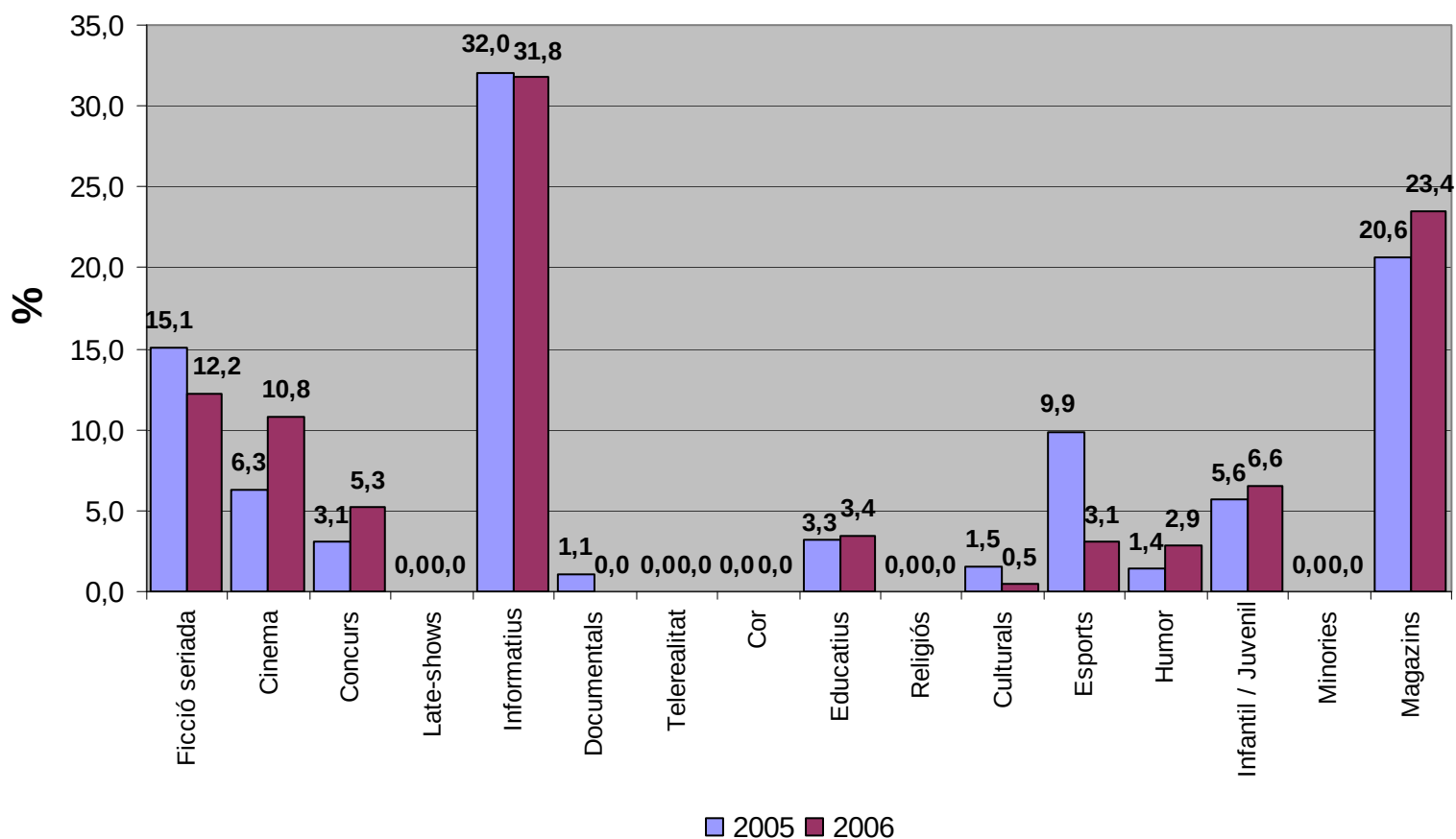
Com es pot observar al 2006 TV3 aposta de manera clara pels informatius (31%), els magazins (23%), la ficció seriada (12%) i el cinema (10,7%).

Pel que fa la **concentració** (índex HHI), que és alta tant entre setmana com el cap de setmana, cal senyalar que els tres principals gèneres que emet TV3 al llarg del dia, els informatius (31,7%), els magazins (23,4%) i la ficció seriada (12,2%) ocupen un 67,3% de la programació. És a dir, el grau de concentració es manté semblant a la dels dies laborables.

Si es comparen les dades amb les del 2005, la diversitat global de la programació era superior –tot i que baixava quan es desagregava entre dies laborables i caps de setmana -. Pel que fa la concentració de la programació al 2005 era alta en el seu conjunt. Els gèneres que TV3 mantenia més ben posicionats al llarg de la seva graella eren també els informatius (32%), seguit dels magazins (20,6%), la ficció seriada (15,1%), els esports (9,9%) i el cinema (6,3%).

El següent diagrama permet veure les diferències entre un any i un altre.

TV3. 2005-2006. Distribució de gèneres en la programació total



Anàlisi de la dissimilaritat i de la contribució de TV3 a la diversitat del sistema

Pel que fa l'anàlisi de la dissimilaritat, esdevé rellevant senyalar que la cadena amb la que TV3 manté unes diferències més grans de programació és amb el C33, per sobre de les diferències mantingudes amb les altres cadenes; a continuació la segona cadena amb la que més es distingeix és amb La2, seguit de Cuatro i La Sexta, T5, A3 i la cadena amb la que manté una programació més semblant (és a dir, un índex de dissimilaritat més baix) és TVE1.

Aquesta dada mostra com el fet de ser un primer o un segon canal de la televisió pública implica ben poca cosa respecte la política de programació mantinguda. Aquesta dada s'anirà resseguint al llarg de l'informe però de moment convé destacar la diferència entre el primer i el segon canal de la T pública catalana i la proximitat superior de TV3 amb les cadenes privades ja existents i després amb les cadenes privades de nova creació.

A nivell global, TV3 com la resta de les cadenes analitzades té una contribució escassa a la diversitat global del sistema; és a dir, si es calcula la diversitat global del sistema sense TV3, aquest índex varia poc. En aquest sentit es troba en el tercer lloc en relació a l'impacte en el global de la diversitat de la programació.

Al 2005 la seva contribució a la diversitat global del sistema se situa en un nivell superior, tot i que a escasses dècimes. És la segona cadena amb impacte a la diversitat global de la programació, seguit del C33.

Pel que fa l'anàlisi de la dissimilaritat, la cadena amb qui TV3 manté més diferències torna a ser el C33, seguit de La 2 i a més distància, es troba la dissimilaritat amb A3, T5 i TVE1. És a dir, TV3 la programació de Tv3 es diferencia sobretot de la dels segons canals de televisió pública i es més semblant a la de la primera cadena de la televisió pública espanyola i les privades (hi ha molt poca diferència entre aquestes tres).

2. L'evolució de la programació al llarg de la setmana

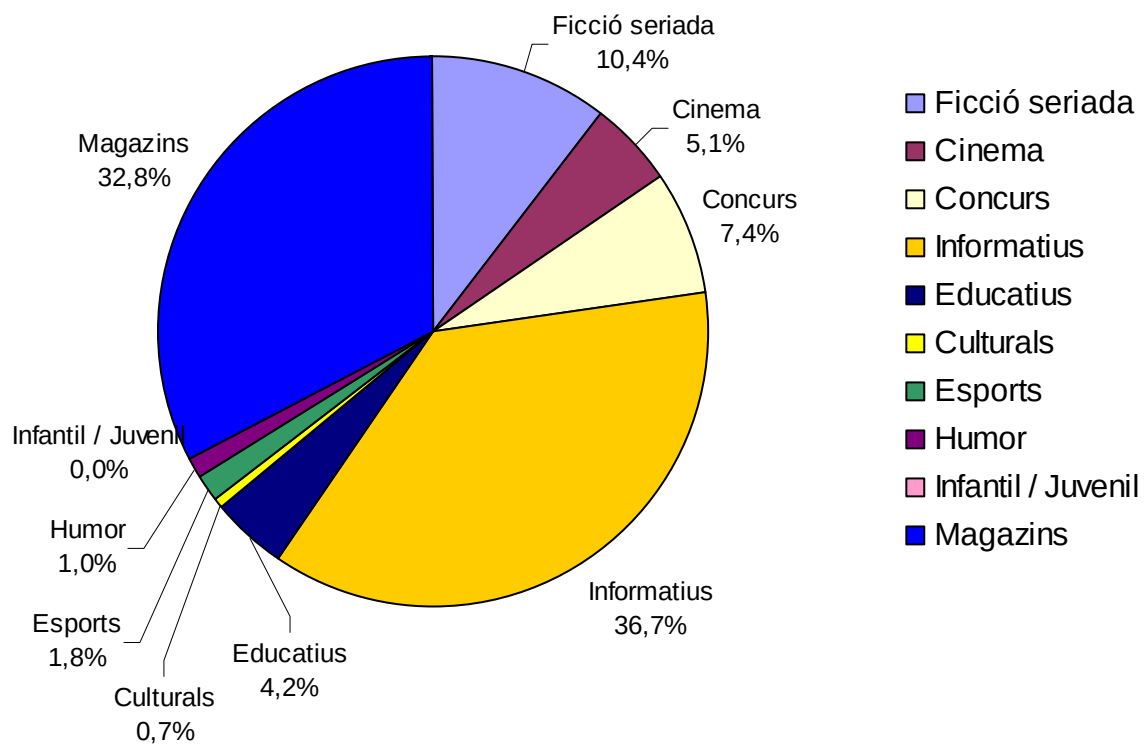
Dels 10 gèneres que emet TV3 al llarg de la seva graella de 2006, es pot observar una distribució desigual si es comparen les dades de dilluns a divendres amb les dades del cap de setmana. Així, entre setmana s'emeten 9 gèneres i el cap de setmana 6.

Els dies laborables, TV3 privilegia els programes informatius (36,6%), seguit de ben a prop pels magazines (32%) i a molta més distància la ficció seriada (10,4%), els concursos (7,3%) i el cinema (5%). El cap de setmana en canvi, desapareixen

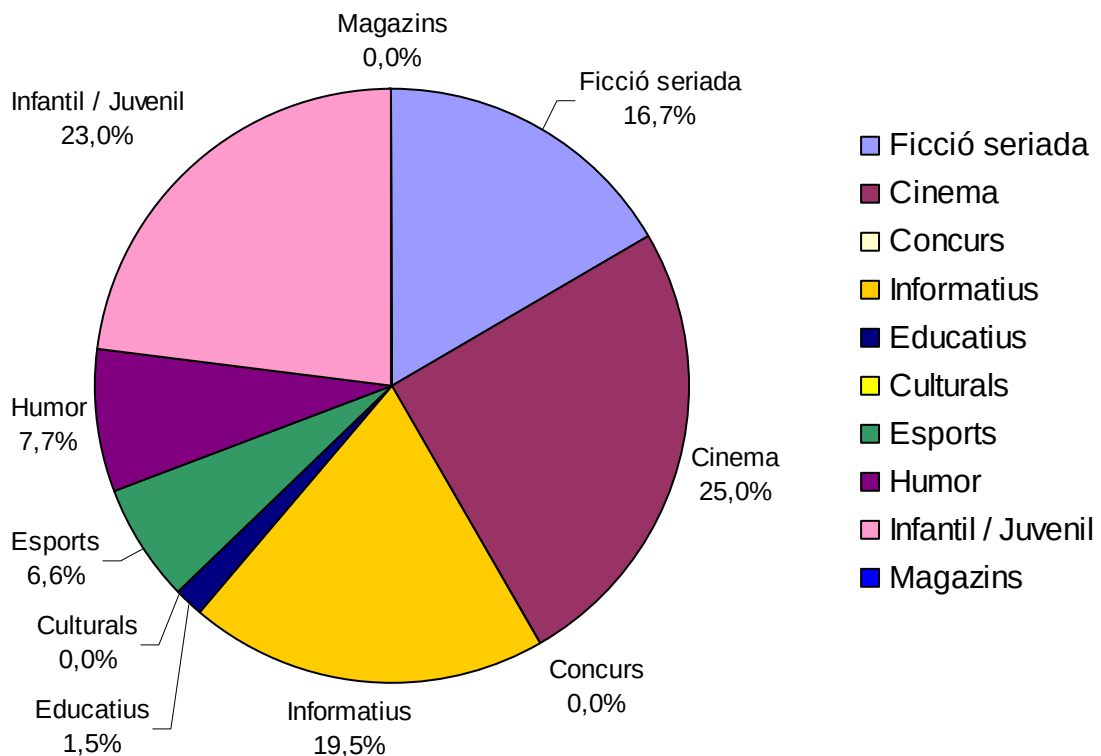
completament de la programació els magazins, els concursos, els programes culturals; en canvi apareixen els programes infantils i juvenils que no existeixen en la programació dels dies laborables, s'incrementa fins a 5 vegades més la programació de cinema i baixa la programació d'informatius.

Com es veurà més endavant aquest fet s'explica per la combinació d'estratègies de programació amb la segona cadena de la televisió públic catalana.

TV3 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)



TV3 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)

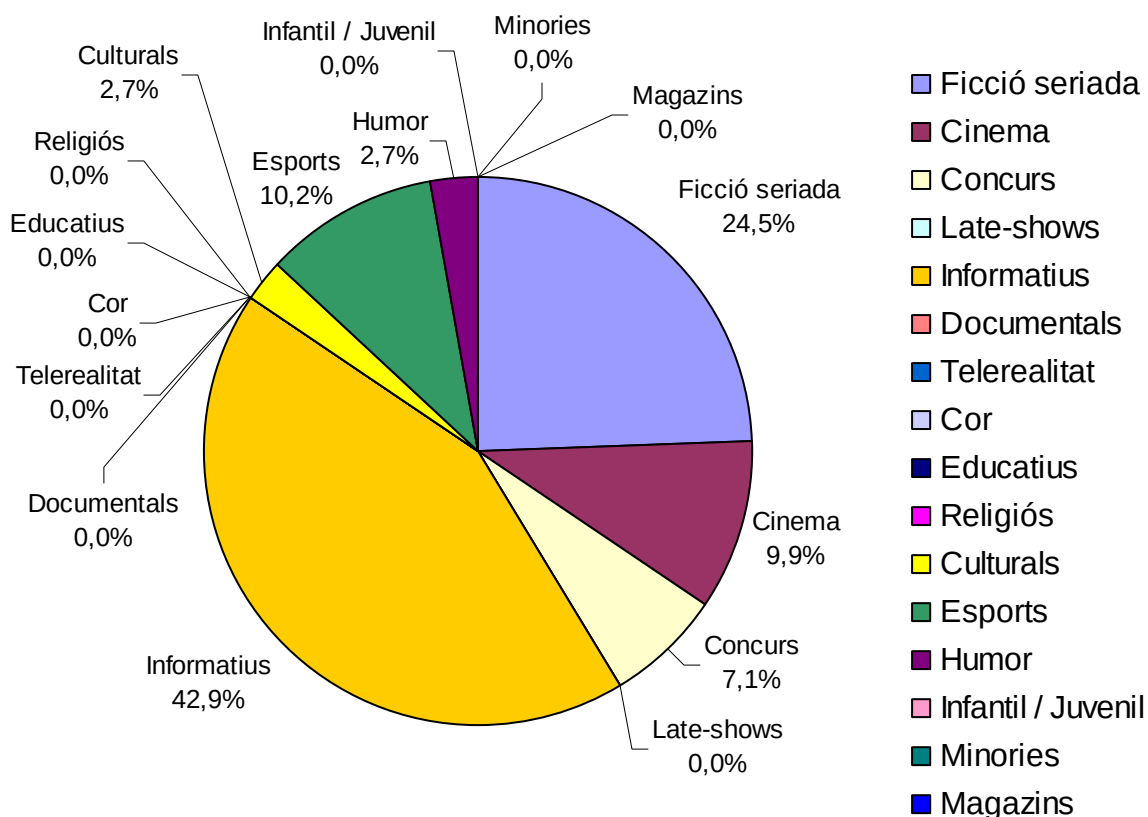


3. La franja de *prime-time*

Pel que fa el *prime-time* de 2006, la programació de TV3 presenta un índex mitjà de diversitat vertical però que, desagregada entre dies laborables i caps de setmana és baixa en tots dos casos. És a dir, **la diversitat de la programació de TV3 en *prime-time* queda compensada entre dies laborables i caps de setmana, però separatament presenta uns índexs de diversitat baixos**. En aquest cas específic, l'evolució de la diversitat de la programació de la cadena en *prime-time* és paral·lela a la de T5 (mitja, baixa, baixa).

Al 2006 i en horari de *prime-time*, TV3 és juntament amb T5 i Cuatro una de les tres cadenes que presenta un **grau de diversitat vertical baix** en la seva programació dels dies laborables; la resta de cadenes presenta uns índexs mitjos de diversitat. TV3 emet en el seu *prime-time* dels dies laborables 6 dels 16 gèneres amb una concentració desigual: 44% d'informatius, 24,3% de ficció seriada, 13,8% de cinema i un empat de 3,8 de programació cultural i d'humor.

TV3 2006. Distribució de gèneres *prime-time*



Al 2005 en el *prime-time* i com la resta de les cadenes TV3 presenta al 2005 un grau de diversitat global mitjà, és a dir, inferior respecte la programació de la resta del dia, que en canvi era **molt baixa durant els caps de setmana**. Cal remarcar que **al 2005 TV3 és la única cadena que presenta en la seva programació de *prime-time* del cap de setmana un índex molt baix de diversitat** i que presenta una diferència més gran de diversitat entre la programació oferta en dies laborables i en cap de setmana.

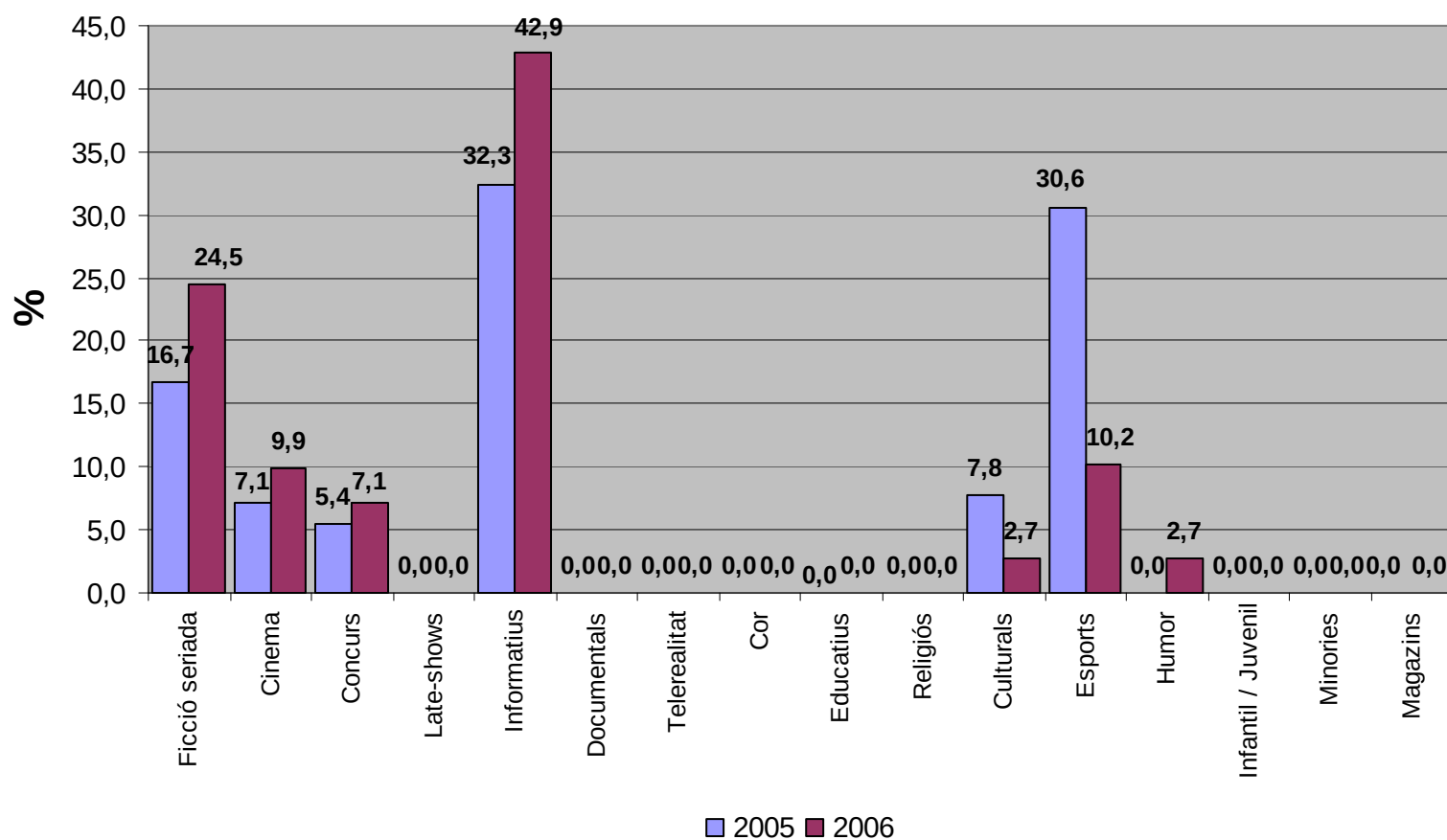
Efectivament en el cap de setmana de 2005, **TV3 emet només tres dels 16 gèneres de la graella**: esports (58,3%), informatius (30,9%) i programació cultural (10,7%). Els tres primers gèneres són el 100% de la graella.

Pel que fa la distribució de la programació al llarg de la setmana en la franja de *prime-time*, la similitud de programació d'informatius entre dies laborables i cap de setmana és superior a la de la resta del dia (32 i 30% respectivament), fet que suggereix que el cap de setmana simplement desapareixen o s'escurcen els informatius de fora del *prime-time*.

Una altra diferència significativa és en la programació sobre esports al *prime-time*, que

passa de gairebé un 20% entre setmana a un 60% el cap de setmana; ressalta també la total desaparició de ficció el cap de setmana –tant ficció seriada com de cinema -, que assoleix un 23 i un 10% respectivament els dies laborables).

TV3 2005-2006. Distribució de gèneres, prime time



El resum i les conclusions d'aquest canal es farà de forma conjunta amb el Canal 33 i es presentarà al final de l'anàlisi d'aquest segon canal.

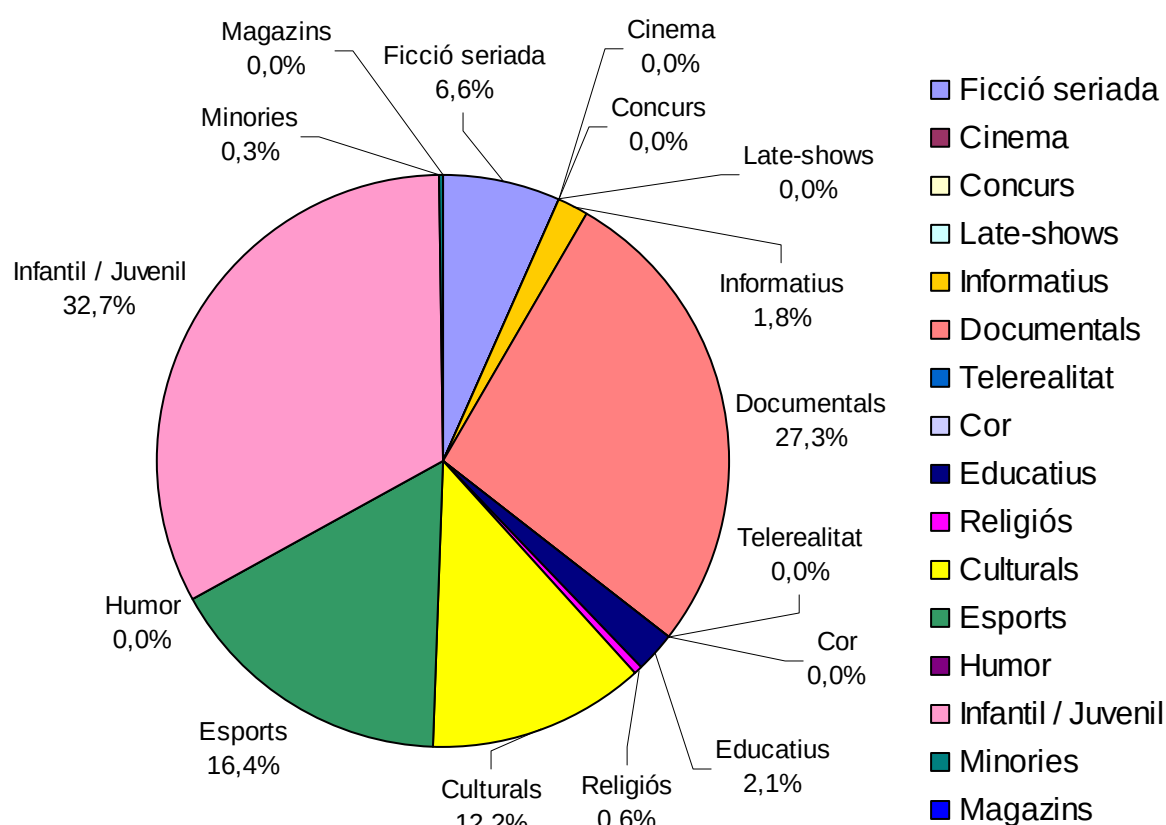
B) El Canal 33

1. Diversitat de la cadena i concentració de gèneres

El C33 és juntament amb TVE1 i TV3 una de les cadenes que presenta en el conjunt de la seva programació un grau de diversitat mitjana. Si es desagrega aquesta dada, la diversitat del C33 és baixa tant en dies laborables com els caps de setmana.

En el conjunt de la seva programació de 2006 el C33 privilegia de forma diferencial la programació infantil i juvenil (32,7%), seguit dels documentals (27,2%) i a molta més distància la programació dels esports (16,4%) i la programació cultural (12,2%).

C33/K3 2006. Distribució de gèneres total programació



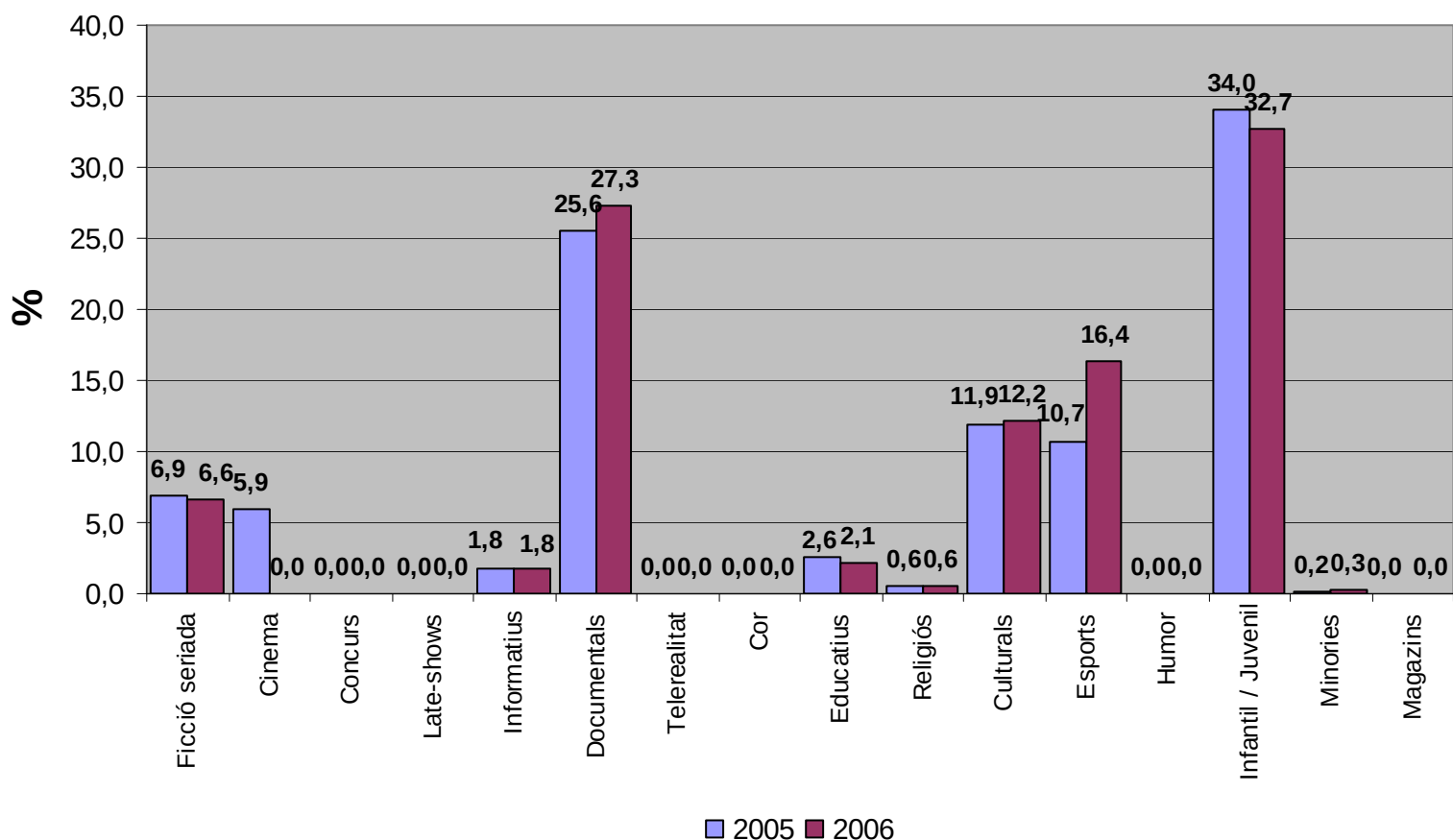
El grau de concentració és alta, tant en el conjunt, els dies laborables i el cap de setmana. En aquest sentit és interessant senyalar que els tres gèneres més ben posicionats ocupen un 76,3% del temps d'emissió de la cadena.

Pel que fa l'anàlisi de la dissimilaritat, el C33 és la cadena que manté un grau de dissimilaritat amb la resta de cadenes més alta. Així, al 2006 la cadena amb la que el C33 té una programació més diferent és T5, seguit d'A3, TVE1, TV3 seguit de La Sexta, La2 i Cuatro. Aquestes dades són rellevants perquè permeten identificar perfils de les cadenes. Així, llegides a l'inrevés, la programació del C33 s'assembla més a la de Cuatro –dada que sorprèn pel fet de tractar-se d'una segona cadena i una cadena privada de nova creació que sembla que construiria la seva estratègia al voltant de gèneres més segurs que no haurien de ser els d'una segona cadena d'una televisió pública -; la segona similitud s'entén millor, amb La 2 es tracta de dos segons canals i segueix en similitud un altra cadena privada de nova creació, el primer canal de la televisió catalana i les privades convencionals.

Pel que fa l'anàlisi de la contribució al sistema, el C33 és el gènere que més contribueix a la diversitat del conjunt de la programació emesa per les vuit cadenes analitzades; és a dir la cadena que fa trontollar més la diversitat del sistema si no emetés. Cal senyalar malgrat tot que els percentatges de diferència en la contribució són mínims però cal destacar-los.

Pel que fa al 2005, la diversitat del C33 es manté mitjana, tant en el conjunt de la seva programació, com desagregada els laborables i el cap de setmana. Al 2005 l'oferta programàtica del C33 privilegia també la programació infantil i juvenil (34%) i els documentals (25,5%), la resta dels gèneres se situen per sota el 10%. El següent diagrama permet visualitzar les diferències en la distribució dels gèneres d'un any a un altre:

C33/K3 2005-2006. Distribució de gèneres en la programació total

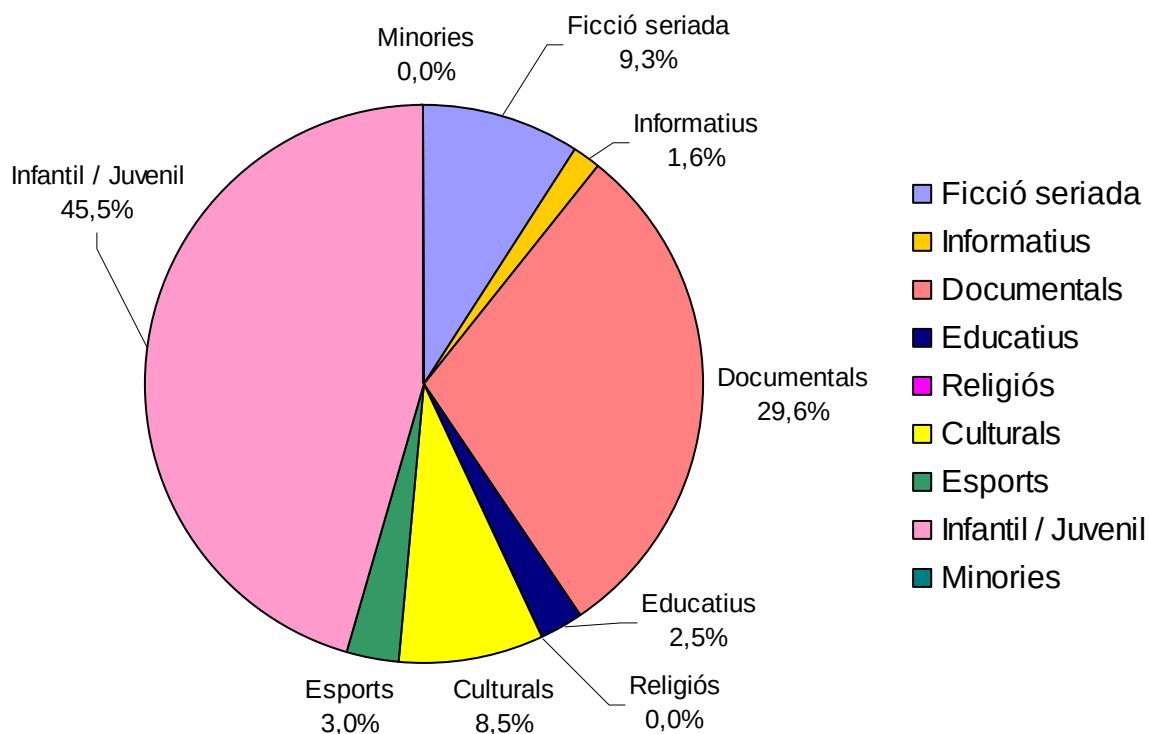


2. Distribució al llarg de la setmana

El C33 manté una oferta força diferenciada els dies laborables dels caps de setmana. Així, al 2006 en dies laborables destaca la presència de programació infantil i juvenil (45,5%), seguit els documentals (29,5%) i a molta distància la ficció seriada (9,2%) i els programes culturals (8,5%). La resta de programes se situa a l'entorn del 2%.

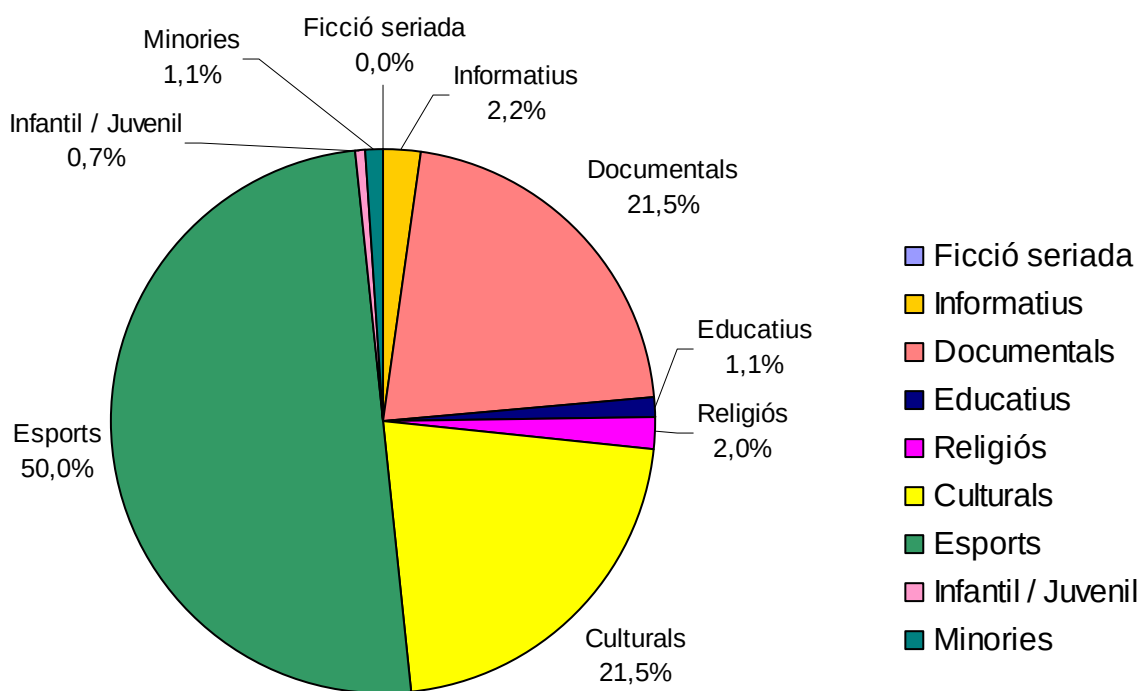
Cal senyalar que els gèneres pels que opta el C33 són gèneres de demanda inflexible.

C33/K3 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)



En canvi, pel que fa la distribució de gèneres el cap de setmana es produeixen canvis força significatius.

C33/K3 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)



El gènere protagonista és de llarg els esports (50%), seguit de la programació cultural (21,4%) i gèneres documentals (21,5%). La resta de gèneres té una presència inferior al 2%.

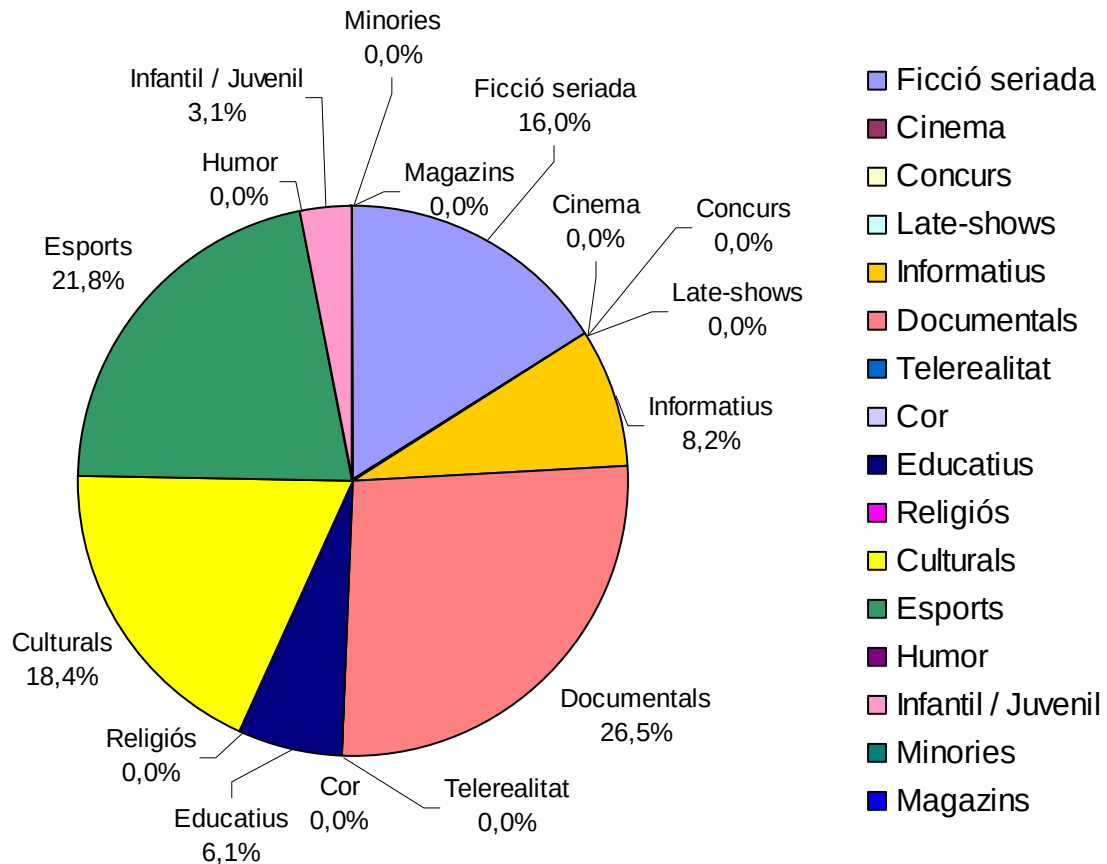
3. La franja de *prime-time*

Pel que fa l'anàlisi de la diversitat de gèneres en el prime-time el C33 mostra com la resta de les cadenes analitzades un grau de diversitat mitjà. Només en la graella del prime-time del cap de setmana la diversitat baixa, tant en el 2006 com al 2005.

Això és degut al 2006 a l'elevada presència de programes sobre esports el cap de setmana (42%), seguit de documentals (22%) i programes culturals (21%). Tota la programació del cap de setmana gira al voltant de 5 gèneres. Al 2005 els gèneres sobre les que s'articula la concentració del C33 són els programes culturals (66,67%), els documentals (19%) i en tercer lloc i empats els informatius i la ficció seriada (7,1%). Es tracta d'una programació de només 4 gèneres del 16 de que consta la classificació.

Al llarg de la setmana en horari de prime-time, el C33 diversifica més la seva oferta de programes i emet 7 del 16 gèneres. El gènere que cobra més protagonisme és el gènere documental (28%) seguit de la programació de ficció seriada (22,3%), els programes culturals (17,1%) i els esports (13,3%), informatius (8,1%) i educatius (6,1%).

C33/K3 2006. Distribució de gèneres *prime-time*



Pel que fa la concentració en el prime-time, tant en la programació del cap de setmana com la dels dies laborables és alta.

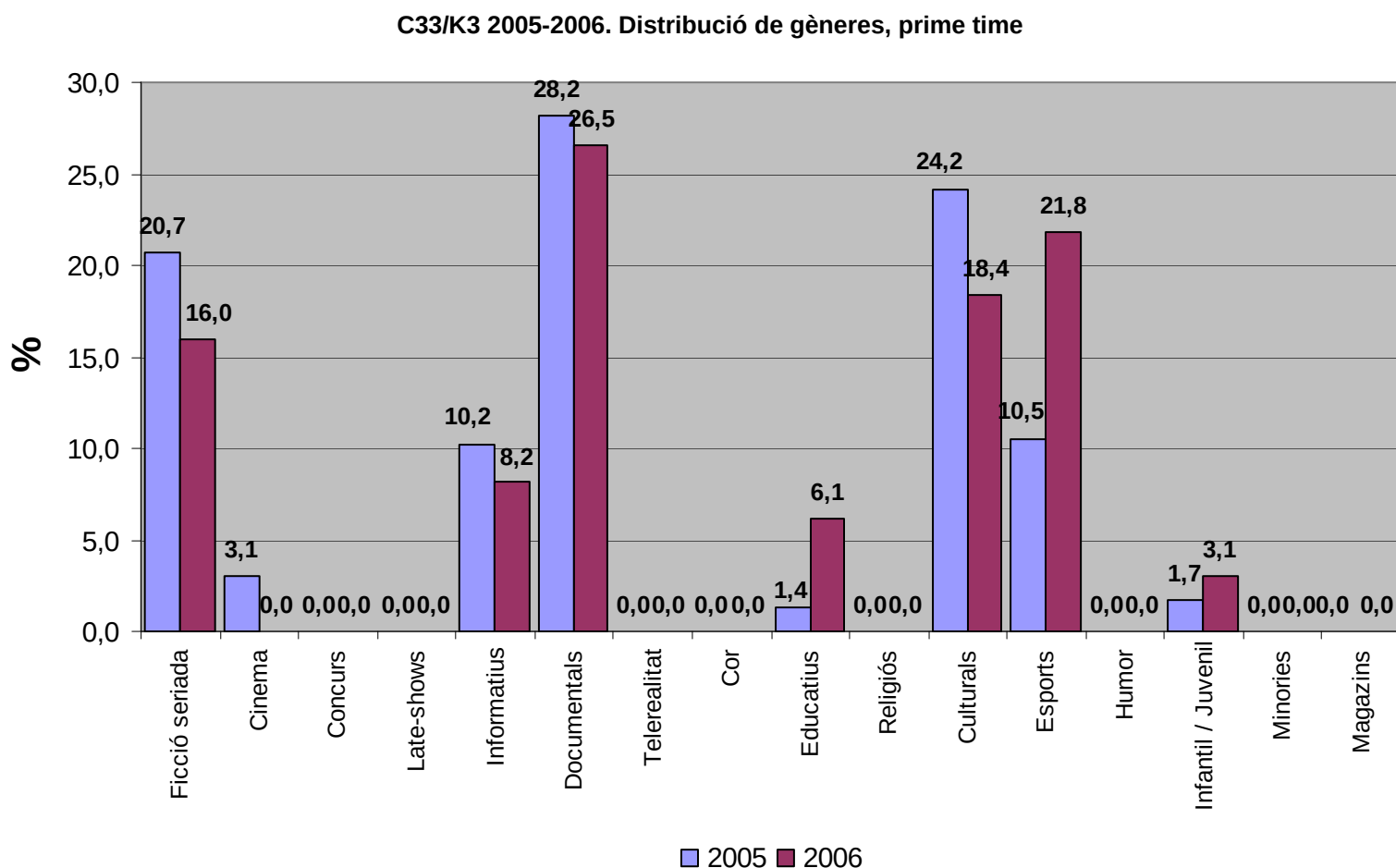
Pel que fa l'anàlisi de la dissimilaritat de la programació del C33 al prime-time del 2006 la cadena amb la que manté una diferència més gran de la programació és TVE1, seguit de T5 i A3 (empatats), TV3, La Sexta, Cuatro i La 2. És a dir, la cadena amb la que el C33 té una programació més semblant al 2006 és La 2 (és lògic, donat que es tracta dels segons canals de les televisions públiques) i a continuació ja segueix Cuatro i La Sexta; és a dir les dues noves cadenes privades.

Pel que fa la contribució global del C33 a la diversitat global del sistema en horari de prime-time, tant a la setmana analitzada d'e2006 com la de 2005 aquesta cadena se situa en el primer lloc en la influència positiva que té en la diversitat global. És a dir, és la cadena que contribueix en major mesura a la diversitat global del sistema. De tota manera, cal afegir que les diferències entre cadenes són escasses i que de les vuit cadenes analitzades 5 tenen una contribució positiva i 3 la tenen negativa. Una

contribució negativa vol dir que sense la cadena en qüestió la diversitat global del sistema s'incrementaria; aquest es el cas de TV3, A3 i Cuatro al 2006.

Al 2005 el C33 te també la contribució més elevada a la diversitat global del sistema.

La comparació en la distribució dels gèneres es visualitza de la forma següent:



4. Resum i conclusions sobre la programació de TVC

Abans de presentar el resultat de l'evolució de la programació de TV3 cal senyalar que l'evolució de la seva programació i els canvis introduïts d'una temporada a una altra s'expliquen en funció de la complementarietat que s'estableix amb el C33. La presa de decisions més o menys dràstiques respecte els canvis en la programació d'una temporada a una altra sobre alguns gèneres específics només s'entén en relació a la migració de programes entre les dues cadenes de televisió públiques. Per aquesta raó es presenta de forma paral·lela la programació emesa per aquestes dues cadenes.

Resseguint les dades, els programes informatius i educatius es mantenen, i les

principals diferències són que incrementa la programació de cinema, que desapareix del C33 i passa a programar-se a la primera cadena de TVC, incrementa la programació de concursos, dobla el percentatge de la programació d'humor i disminueixen a un terç respecte la programació emesa al 2005 tant la programació cultural com els esports, que passen al C33 (en global es mantenen els percentatges). Per un altra banda, cal destacar que desapareixen els documentals completament de TV3 i que migren a C33.

En aquest sentit cal interpretar aquests canvis com una voluntat de la cadena de mantenir un liderat a través de la desaparició de programes de demanda feble o inflexible, com és el cas dels programes culturals i els documentals (que passen al C33) i una aposta més convencional cap a un tipus de programació més segura des del punt de vista de l'audiència: mantenir els informatius, incrementar el cinema, els concursos i els programes d'humor.

Continua com un fet a destacar respecte la programació de TV3 i el C33, a diferència de les cadenes analitzades (llevat de La2), l'absència de programació sobre telerrealitat i programació del cor.

El cas de TV3:

- TV3 té un grau de diversitat mitja i és la cadena amb el grau més baix de diversitat entre les vuit analitzades al 2006. per una altra banda, té un grau de concentració de gèneres alt, tant en dies laborables com en caps de setmana.

- TV3 basa la seva graella global en la programació d'informatius (31%), magazins (23%), ficció seriada (23%) i cinema (10,7%).

S'observa respecte la diversitat del 2005 una davallada en la diversitat global de la programació. La única diferència en els gèneres s'esdevé en el 4art. Gènere (esports en comptes del cinema), de manera que la concentració dels primers gèneres protagonistes de la graella es manté estable.

- L'anàlisi de la dissimilaritat mostra que la cadena amb la que té una dissimilaritat més gran és el C33, per sobre de la dissimilaritat que poguéss tenir amb les televisions privades.

- Pel que fa la contribució a la diversitat global del sistema, la contribució de TV3 és escassa i davalla respecte la contribució que tenia al 2005.

- La distribució de programació entre dies laborables i caps de setmana és desigual amb l'aparició de nous gèneres el cap de setmana (infantils i juvenils),

la desaparició d'altres (magazines) i canvis més radicals en alguns gèneres (per exemple el cas de cinema que multiplica la seva presència per 5).

- Al prime-time, TV3 té un grau de diversitat baix amb una concentració també desigual entre dies laborables i cap de setmana on contrasten les diferències en informatius i esports en primer lloc respectivament de cadascun dels blocs, o la ficció seriada i la programació cultural en el segon lloc. El perfil d'audiència dibuixat és molt diferent.

- Cal destacar l'elevada concentració de programació al prime-time del cap de setmana (només tres gèneres en tota la graella).

El cas del C33

- El C33 té una diversitat mitjana, que baixa quan es desagrega entre dies laborables i caps de setmana. Entre la seva programació destaca en primer lloc la programació infantil i juvenil (32%), els documentals (27%), els esports (16%) i la programació cultural (12%). Aquesta graella especialment pel que fa la temporada anterior s'equipara.

- La concentració del C33 és elevada. Els tres primers gèneres ocupen el 76% de la programació.

- La dissimilaritat més elevada que el C33 manté amb la resta de les cadenes permet identificar T5 com la cadena que té una programació més diferenciada del segon canal de la televisió pública catalana, seguida de A3, TVE1 i TV3.

- La contribució al sistema del C33 és elevada.

- Les diferències entre dies laborables en la programació del C33, a l'igual que la resta de les cadenes també és remarcable. Així entre setmana el C33 privilegia la programació infantil i juvenil (45%) i els documentals, mentre que al cap de setmana els gèneres estrella són els esports (50%) i la programació cultural (21%).

- La diversitat al prime-time del C33 és baixa i té una elevada concentració. Entre setmana al prime-time el C33 emet només 7 dels 16 gèneres i al cap de setmana aquesta concentració en el nombre de gèneres s'incrementa i n'emet només 4.

- La dissimilaritat més gran que mostra el C33 és amb TVE1, T5 i A3, seguida de TV3, La Sexta, Cuatro i La 2.

- Finalment, cal destacar que el C33 té la contribució més elevada a la diversitat de la programació del sistema, tant al 2006 com al 2005.

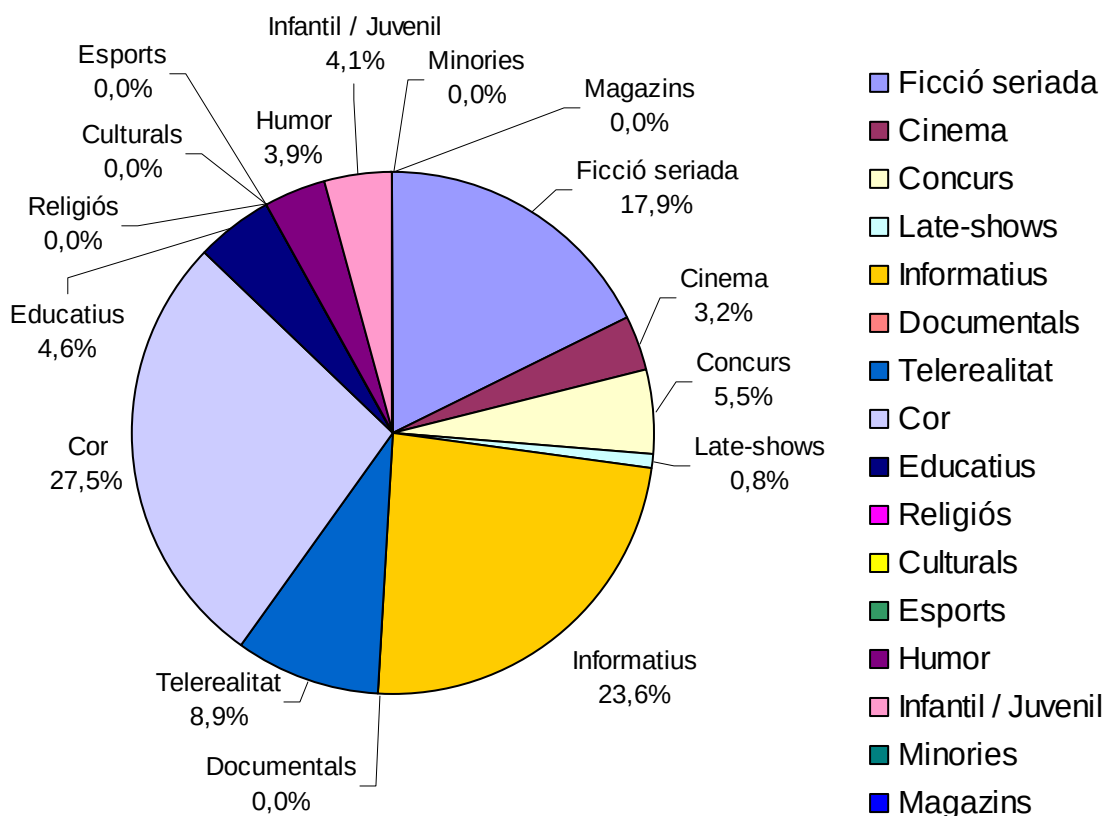
3.2.3. Telecinco

1. Evolució de la diversitat vertical de la cadena i de la concentració de gèneres

Telecinco presenta al 2006 un **grau de diversitat vertical alt**, tant en la seva programació global com en la del cap de setmana; en canvi **els dies laborables mostra un grau de diversitat mitja**. Com a cadena privada que és contrasta el fet de que mostra un **grau de diversitat superior a la de les públiques C33 i TVE1**.

Llevat dels segons canals de televisió, T5 és la única cadena en la que **els informatius no ocupen el primer lloc en els gèneres emesos**. El gènere que T5 emet en major proporció són els programes del cor (27,5%%), seguit dels programes informatius (23,6%) i la ficció seriada (17,8%); a més distància T5 situa els programes sobre telerealtat (8,8%), concursos (5,4%) i a la resta dels gèneres els hi dedica un percentatge inferior al 5% de la programació. El conjunt de la programació de T5 es distribueix al 2006 de la següent manera:

TELECINCO 2006. Distribució de gèneres total programació



Com es pot observar, al 2006 dels 16 gèneres de que consta la classificació, T5 negligeix completament al llarg de la jornada la programació de documentals, programes culturals, esports, programes religiosos, programes per minories i magazines; cal senyalar que tots aquests programes són els anomenats de “demanda inflexible”. En el *prime-time* a més a més dels gèneres anteriors, T5 negligeix la programació de cinema, late-shows, programes infantils i juvenils, i els programes educatius.

Pel que fa el grau de concentració és alt; els primers tres primers gèneres ocupen el 68,9% del temps.

Anàlisi de la dissimilaritat i la contribució de Telecinco a la diversitat del sistema

A continuació es presenta l'anàlisi de la dissimilaritat de la programació de T5. La dissimilaritat avalua quan diversa és la programació d'una cadena de la programació d'una altra cadena; és un tipus d'anàlisi que es fa per parells i els seus índexs de variació oscil·len entre 0 i 2,00.

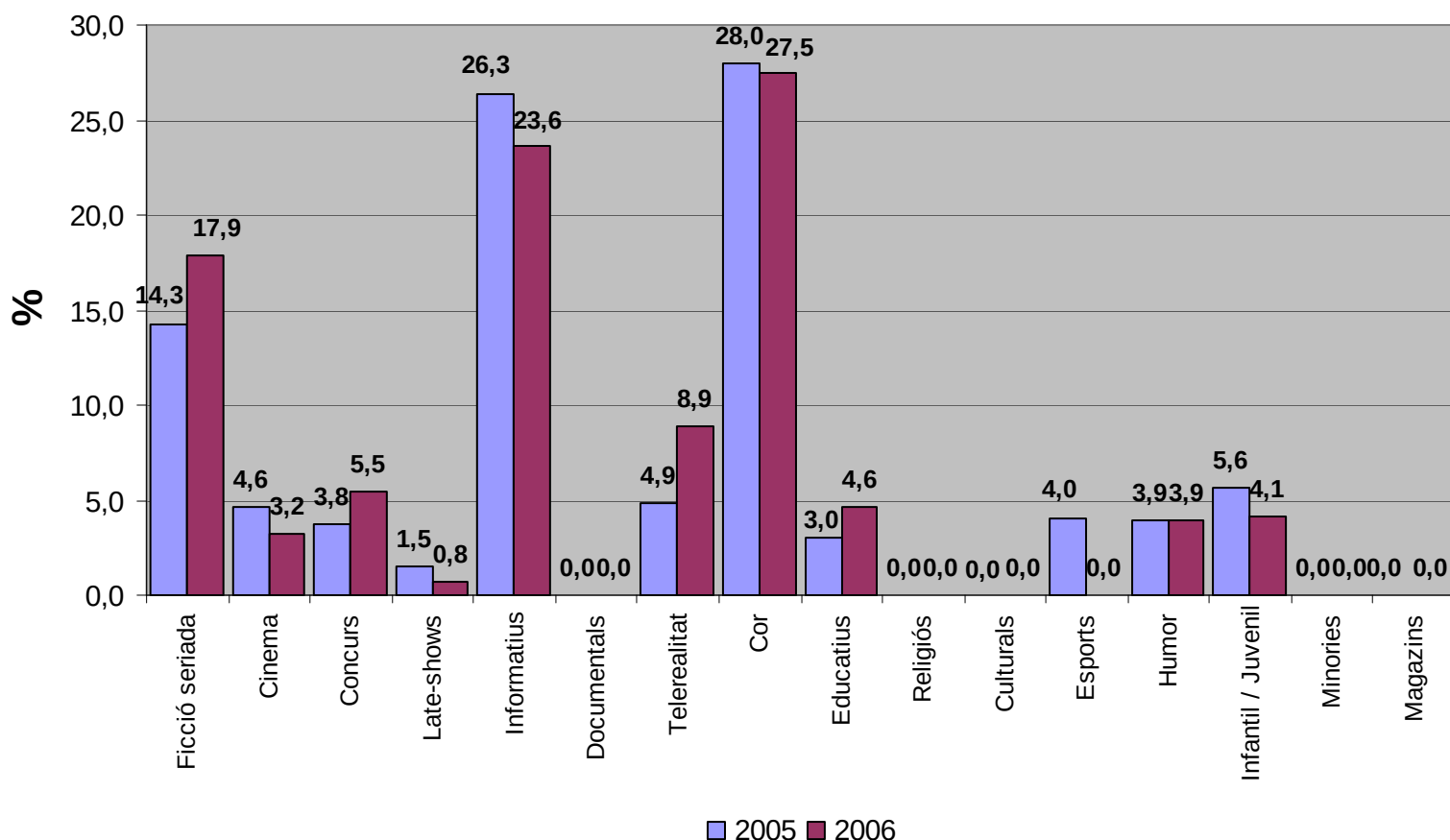
Al 2006 i en horari de fora de *prime-time*, T5 presenta la dissimilaritat més baixa amb A3 (0,624), és a dir, emet una programació que en el seu conjunt és més semblant a la d'A3 (grau mitjà). A continuació se situa TVE1 (0,694); amb Cuatro, TV3 i La Sexta manté un grau de dissimilaritat alta, (en el cas de Cuatro de 0,840, TV3 de 0,863 i amb LaSexta de 0,887). Amb La2 i el C33, T5 manté el grau més alt de dissimilaritat i assolix els nivells de “molt alta” (amb La2 de 1,382 i amb el C33 de 1,685). En resum, la programació de T5 és més semblant a la d'Antena3, seguit de TVE1, Cuatro, TV3, La Sexta i a la cua, es diferencia més de la programació dels segons canals.

Pel que fa la contribució a la diversitat del sistema, com la resta de les cadenes, la contribució de T5 a la diversitat és pràcticament inapreciable. Si es calcula la diversitat de la programació sense aquesta cadena, la diversitat baixa només 3 mil·lèsimes i és la cadena que ocupa el lloc nº 5 en l'impacte sobre la diversitat global de la programació (de 8 cadenes).

Comparació amb el 2005

Si es compara amb les mateixes dades del 2005 el grau de diversitat de T5 era també alt en global i el cap de setmana, però mitjà entre setmana. Les principals diferències en la programació d'aquesta cadena d'un any a un altre es visualitzen al següent diagrama

Telecinco 2005-2006. Distribució de gèneres en la programació total



En definitiva, T5 no introdueix al 2006 grans canvis en la seva programació sinó que es manté força estable, emfatitzant potser una mica els seus trets distintius; és a dir, incrementa lleugerament els programes dedicats al cor (27,5%), la ficció seriada (17,8%), incrementa de forma considerable els programes de telerealitat (8,9%), i segueixen els concursos (5,4%), els programes educatius (4,6%), l'humor (3,9%) i el cinema (3,1%).

Pel que fa l'anàlisi de la dissimilaritat al 2005, T5 i el C33 tenen la dissimilaritat més elevada de la mostra, seguit de la dissimilaritat mostrada amb La2 i a més distància, la mostrada amb TV3 i finalment amb TVE; és a dir, és amb la primera cadena de la televisió pública espanyola amb qui T5 té una programació més semblant.

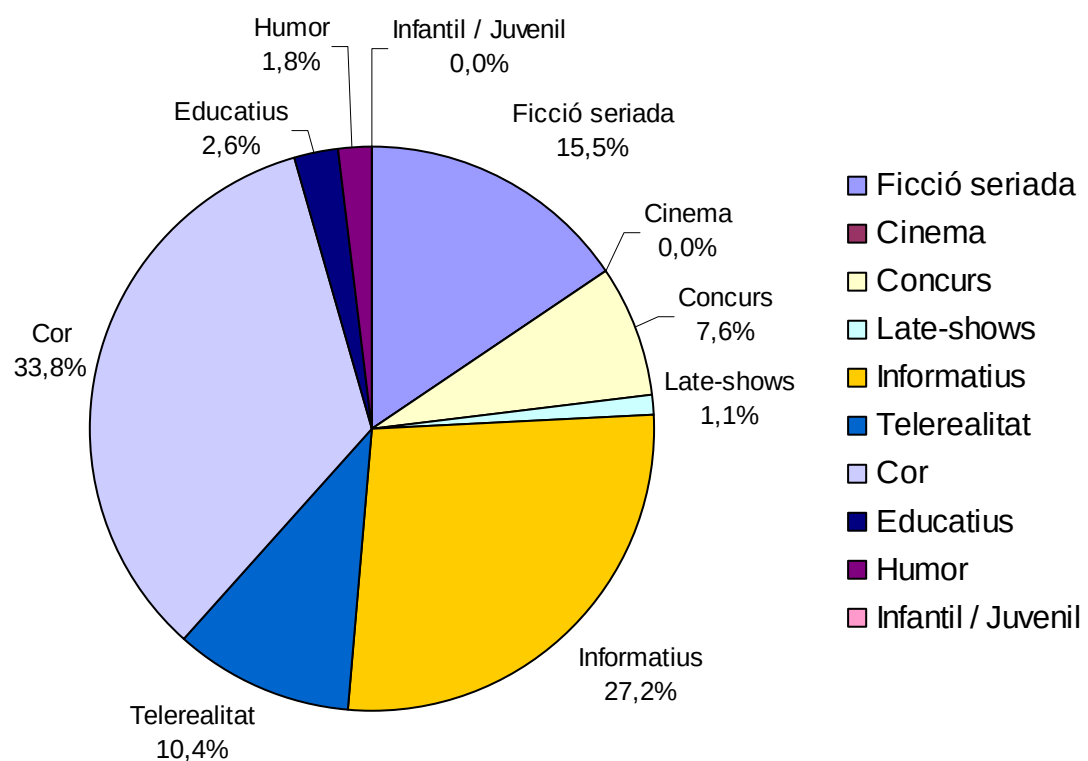
2. Distribució de la programació al llarg de la setmana

Tal com s'ha comentat a l'apartat anterior T5 dona prioritat en el global de la seva programació als programes del cor (27,5%), als informatius (23,6%) i la ficció seriada

(17,8%). La distribució dels gèneres és desigual si es desagreguen aquestes dades entre dies laborables i els caps de setmana.

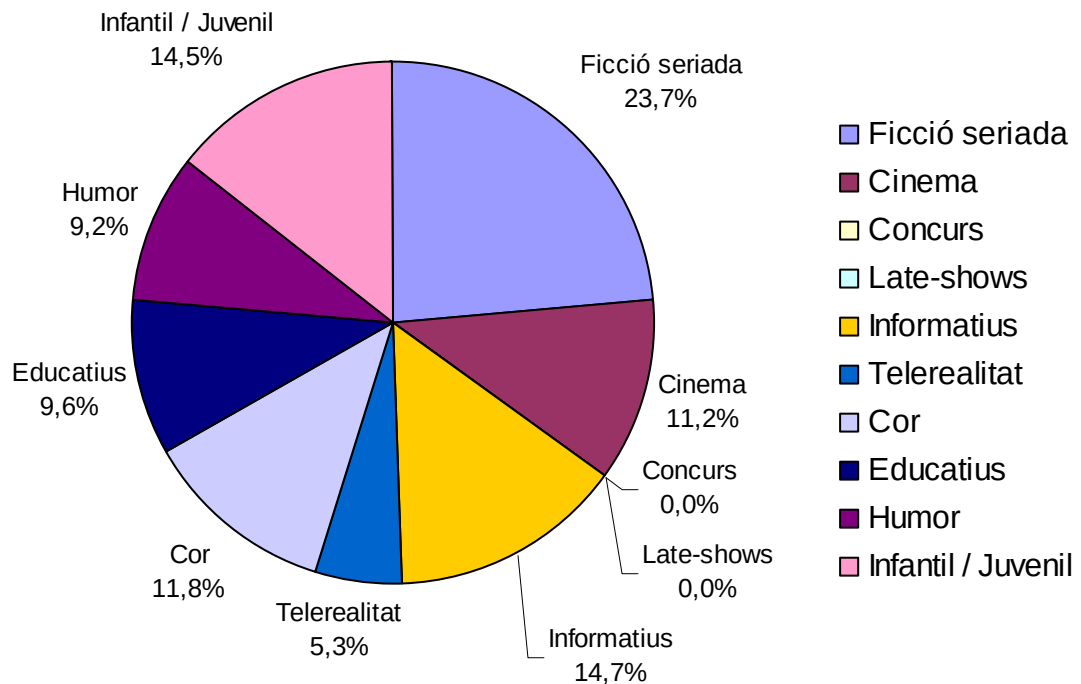
Així, en la mostra analitzada de 2006 T5 dona un clar protagonisme en els dies laborables als programes del cor (33,7%) per sobre de la seva mitjana, seguit dels informatius (27,1%), la ficció seriada (15,5%) i la telerealtat (10,3%). És a dir, T5 manté al llarg del dia la seva oferta de programació amb alguna alteració com la disminució del temps dels noticiaris i l'increment de la ficció seriada.

TELECINCO 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)



El cap de setmana en canvi, és la ficció seriada el gènere que pren el protagonisme de la programació de T5 (23,6%), seguit dels programes informatius (14,6%), la programació infantil i juvenil (14,4%) i el cinema (11,1%).

TELECINCO 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)



A la setmana analitzada al 2005 T5 dóna protagonisme els dies laborables i de manera clara als programes del cor (34,4%), els informatius (31,0%) i a la ficció seriada (11,5%).

Els tres primers gèneres concentren un 66,9% de la programació, dada que com es veurà al proper apartat es multiplica en horari de *prime-time*.

El cap de setmana canvia la distribució de gèneres de forma significativa i és la ficció seriada la que se situa en primer lloc (21%), seguit de prop per la programació infantil i juvenil (19,7%), els informatius (14,4%) i els esports (14,0%).

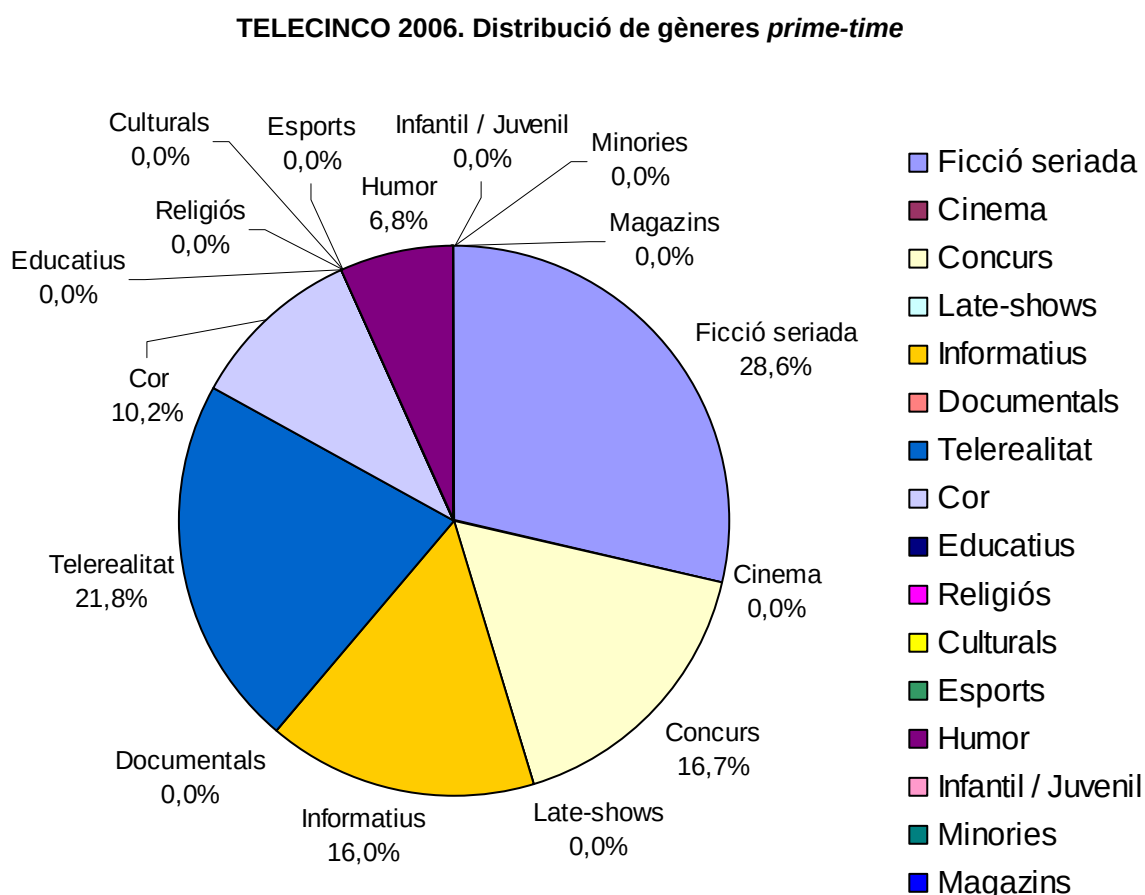
3. La franja de *prime-time*

Al *prime-time*, i a l'igual que passa amb altres cadenes, el grau de diversitat que mostra T5 baixa respecte la diversitat oferta la resta de la jornada i se situa en la franja de diversitat mitja. Si es desagrega la diversitat de gèneres entre dies laborables i caps de setmana, es constata que el nivell mig de diversitat es deu a que hi ha un canvi significatiu en els gèneres emesos els dies laborables i els del cap de setmana, donat

que en ambdós casos, la diversitat mostrada és baixa (hi ha pocs gèneres) però si en el seu conjunt té una diversitat mitja vol dir que els gèneres són diferents i es compensen en el còmput global.

En global, T5 aposta en la franja de *prime-time* en primer lloc per la programació de ficció seriada, (28,5%) i per davant dels programes informatius, T5 situa en segon lloc els programes de telerealtat que multipliquen gairebé per quatre la presència que havien tingut la temporada anterior (21,7%); a continuació apareixen els concursos (16,6%), els informatius (15,9) que davallen considerablement la seva presència en la graella de T5 respecte la resta de les cadenes; i a la franja més baixa els programes del cor (10,2%) i els programes d'humor (6,8%).

La programació de T5 en prime-time al 2006 es visualitza de la següent manera:



Si es desagreguen les dades entre dies laborables i caps de setmana, es constata la diferent aposta que aquesta cadena realitza al llarg de la setmana. En la programació dels dies laborables, **T5 només emet 6 dels 16 gèneres** de què consta la graella utilitzada. Així, en dies laborables T5 destaca en la seva franja de prime-time la ficció

seriada (34,2%), seguit dels programes de telerrealitat (30,5%), els concursos (23,3%) i en quart lloc, els informatius (11,91%). És a dir, **els sis gèneres que emet T5 són precisament gèneres de demanda forta.**

Els tres primers gèneres, que no inclouen informatius, concentren en 87,9% de la seva graella.

El cap de setmana sorprèn una altra vegada **l'elevada concentració de la programació** en *prime-time*. T5 emet només 4 gèneres dels 16 de que consta la classificació i, de fet, de forma molt desigual. Els quatre gèneres que emet no són coincidents amb els gèneres que emet de dilluns a divendres. Al 2006, al *prime-time* de T5 esta distribuït entre programes del cor (35%) i programes d'humor (23,8) inexistents entre setmana però que caracteritzen l'oferta del cap de setmana; en tercer lloc els informatius (26,1%), i finalment, la ficció seriada (14,2%).

Cal destacar l'absència significativa de cinema a la graella del *prime-time* de T5, juntament amb la resta dels gèneres de la graella.

La dissimilaritat i la contribució de T5 a la diversitat del sistema en la franja de prime-time

En l'anàlisi de la dissimilaritat en horari de *prime-time*, les diferències s'accentuen encara més donada la competitivitat de la franja. No hi ha cap cadena de televisió amb la que T5 mostri un grau de dissimilaritat baixa o molt baixa (és a dir, que se semblin molt); només amb A3 mostra un grau de dissimilaritat mitja (0,741), amb TV3 i TVE1 mostra un grau de dissimilaritat alta i amb la resta de les cadenes la dissimilaritat és molt alta; és a dir, emet una programació molt diferent de la resta de les cadenes. En concret i per ordre ascendent, la dissimilaritat que mostra T5 és de 1,381 amb La2, 1,391 amb Cuatro, 1,442 amb La Sexta i de 1,517 amb el C33.

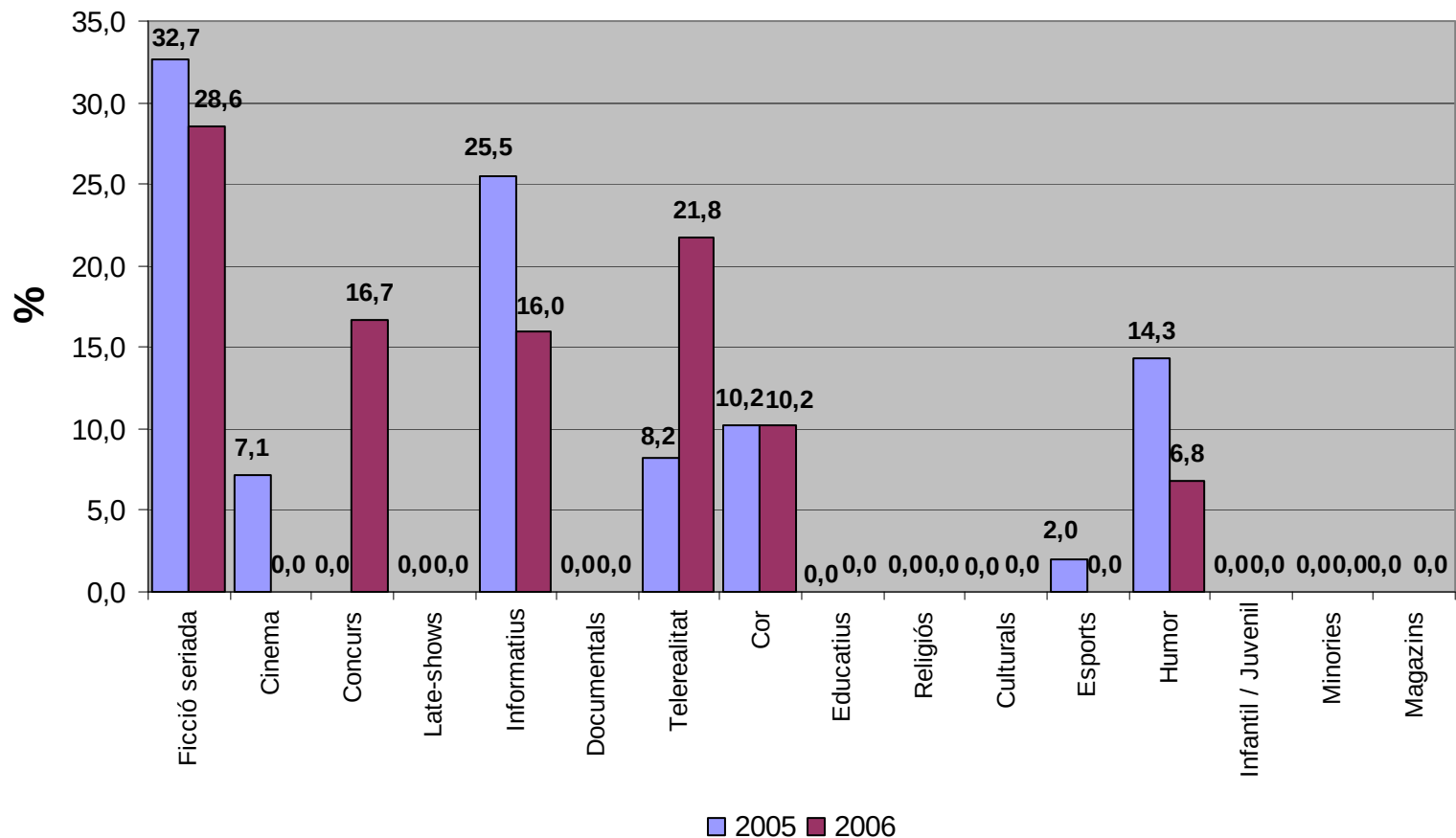
Pel que fa l'anàlisi de la contribució de T5 a la diversitat global del sistema en la franja de *prime-time* la contribució de T5 és superior a la de la resta del dia i se situa en el **tercer lloc a nivell d'impacte en la programació global**, tot i que també amb una contribució realment escassa (0,012).

Comparació amb el 2005

Si es comparen aquestes dades amb les de 2005, s'aprecia un canvi significatiu en la distribució dels gèneres. Al llarg de la setmana el gènere privilegiat en horari de *prime-time* és la ficció seriada (34,2%), seguit dels informatius (27,1%), els programes

d'humor (17,1%), els programes de telerrealitat (11,4%) i el cinema (10%). La programació queda distribuïda de la següent manera:

Telecinco 2005-2006. Distribució de gèneres, prime time



La concentració dels tres primers gèneres és considerable (78,4%). Tot i que assoleix la seva cota màxima de concentració en el cap de setmana.

De fet, els tres gèneres amb més presència concentren un 85,6% de la programació. Aquesta és la concentració de gèneres més elevada de les cadenes analitzades, que només és superada per la mateixa cadena a la temporada 2006 però en dies laborables (87,9%).

Al no disposar de dades d'audiència no podem contrastar aquesta informació però els canvis en la programació del *prime-time* que introdueix T5 d'una temporada a una altra són els canvis típics de les estratègies properes a la competència en cost; és a dir, canvis que responen a una voluntat de buscar la màxima audiència possible, - encara generalista –però optant per programes de baix cost i perfils d'audiència més massius

però menys selectius. En aquest sentit es pot afirmar que T5 –degut a la pressió de la presència de les noves cadenes, sigui com a acció preventiva o reactiva davant el nou panorama, caldria tenir més dades corresponents als períodes i l'audiència obtinguda anteriorment- mou fitxa i la mou donant protagonisme a programes més segurs i de baix cost.

4. Resum i conclusions

- Te té un grau de diversitat alt, tant en la programació del cap de setmana com en la dels dies laborables, fins i tot superior a la diversitat mostrada pel C33 i TVE1.
- T5 és la única cadena generalista en la que els informatius no són els primers gèneres de la programació. Aquesta cadena dona protagonisme als gèneres del cor (27%), la informació (23%), la ficció seriada (17%) la telerrealitat (8,8%) i els concursos (5,5%). Té un grau de concentració dels tres primers canals del 68,9%
- Cal destacar l'absència de programació de demanda inflexible de la graella de T5 (llevat dels programes informatius).
- La dissimilaritat de T5 més baixa –és a dir, les cadenes amb les que té una programació més semblant, són A3, TVE, Cuatro i TV3; té una dissimilaritat alta amb La 2 i el C33.
- La contribució de T5 a la diversitat global del sistema és pràcticament inapreciable.
- Respecte la programació de 2005 no hi ha gaires canvis però es confirma l'aposta pels seus trets més distintius; increment dels gèneres de demanda forta com el cor, la ficció seriada, la telerrealitat i els concursos.
- Pel que fa la diferència entre la programació emesa els dies laborables i la programació emesa els caps de setmana, cal destacar com a la resta de les cadenes unes proporcions diferenciades. Així en els dies laborables T5 dona protagonisme a la ficció seriada i els informatius i els caps de setmana a la telerrealitat i els concursos.
- La concentració de programació dels tres primers gèneres s'incrementa en horari de prime-time (87,9%).
- La dissimilaritat en prime-time és mitja amb A3 però alta amb TV3 i TVE1 i

molt alta amb la resta de les cadenes. T5 no ofereix cap índex de dissimilaritat baixa amb cap cadena, fet que remet a que no hi ha cap cadena amb la que tingui una programació semblant. En aquest T5 apareix com una cadena amb un perfil força diferenciat de la resta de les cadenes.

- La contribució de T5 al a diversitat del sistema en horari de prime-time és superior a la de la resta del dia.

3.2.4. Antena 3

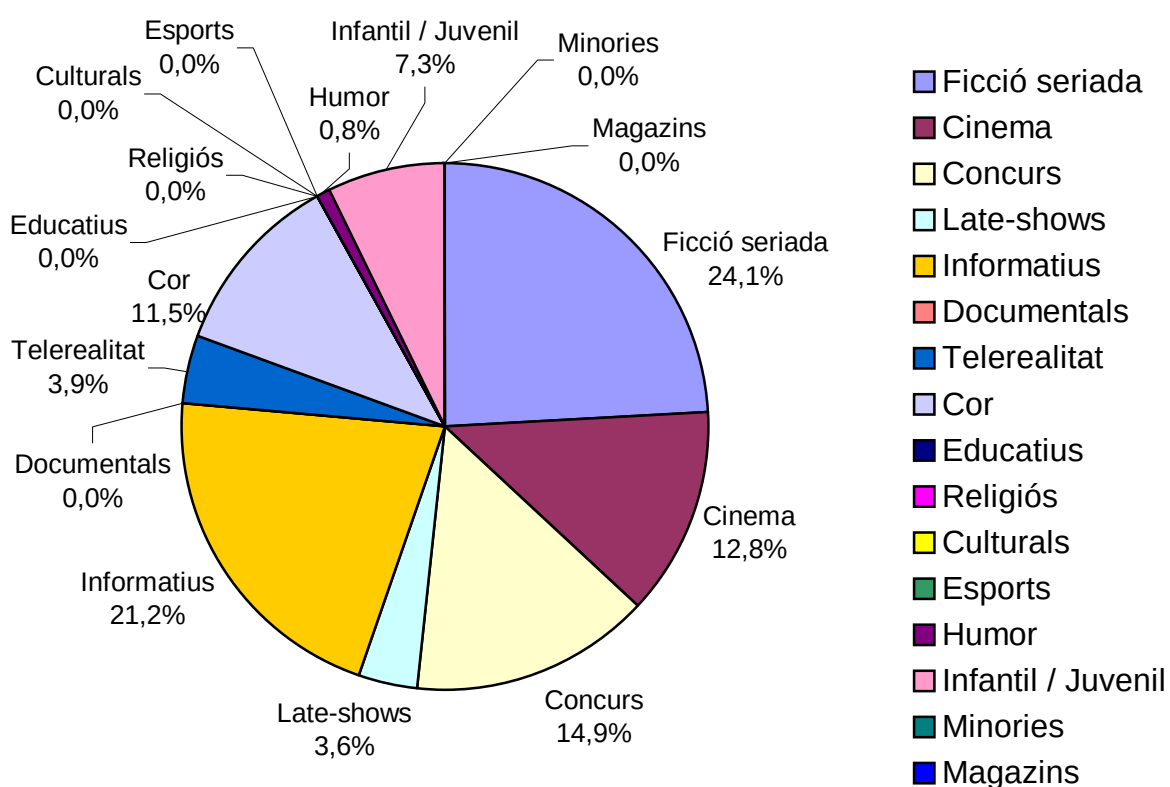
1. Diversitat de la cadena i concentració de gèneres

Antena 3 té una diversitat global alta i una concentració mitjana. En comparar la diversitat i concentració genèriques d'Antena 3 amb els altres canals analitzats, tant públics com privats, s'observa com se situa a mig camí entre els canals amb una diversitat més baixa i més alta.

Pel que fa als gèneres que trobem en el canal, la graella d'Antena 3 està formada quasi exclusivament per gèneres de demanda forta, és a dir, ficció seriada, cinema, cor, etc. L'única excepció la constitueixen els informatius (l'únic gènere de demanda inflexible que trobem a Antena 3), els infantils/juvenils i els late-shows. Així doncs, queden fora de la graella documentals, culturals, religiosos, minories (tots ells gèneres de demanda inflexible), els esportius i els *magazines*.

Per tant, podem dir que el perfil d'Antena 3 és molt similar al de la resta de cadenes que lluiten per ser líders d'audiència i que, per tant, s'adrecen a una audiència majoritària (especialment Telecinco i TVE1). Allò que els diferenciarà és la distribució que cada canal fa d'aquests gèneres.

ANTENA 3 2006. Distribució de gèneres total programació



En el cas d'Antena 3, els tres gèneres principals són la ficció seriada (24,06%), els informatius (21,24%) i els concursos (14,85%). Tots tres representen més de la meitat del temps total d'emissió (60,15%), una dada que matisa les dades sobre el grau de concentració de la cadena. La resta de gèneres que conformen la graella són, per ordre, el cinema (12,78%), el cor (11,47%), els infantils/juvenils (7,33%), la telerealtat (3,95%), els late-shows (3,57%) i l'humor (0,75%).

L'homogeneïtat entre l'oferta genèrica d'Antena 3 i la resta de canals que s'ha assenyalat anteriorment, queda palesa quan s'analitza la contribució del canal a la diversitat del sistema. Així, és força significatiu que la contribució d'Antena 3 sigui negativa (és a dir, el sistema és més divers sense Antena 3), tot i que pràcticament imperceptible (-0,001).

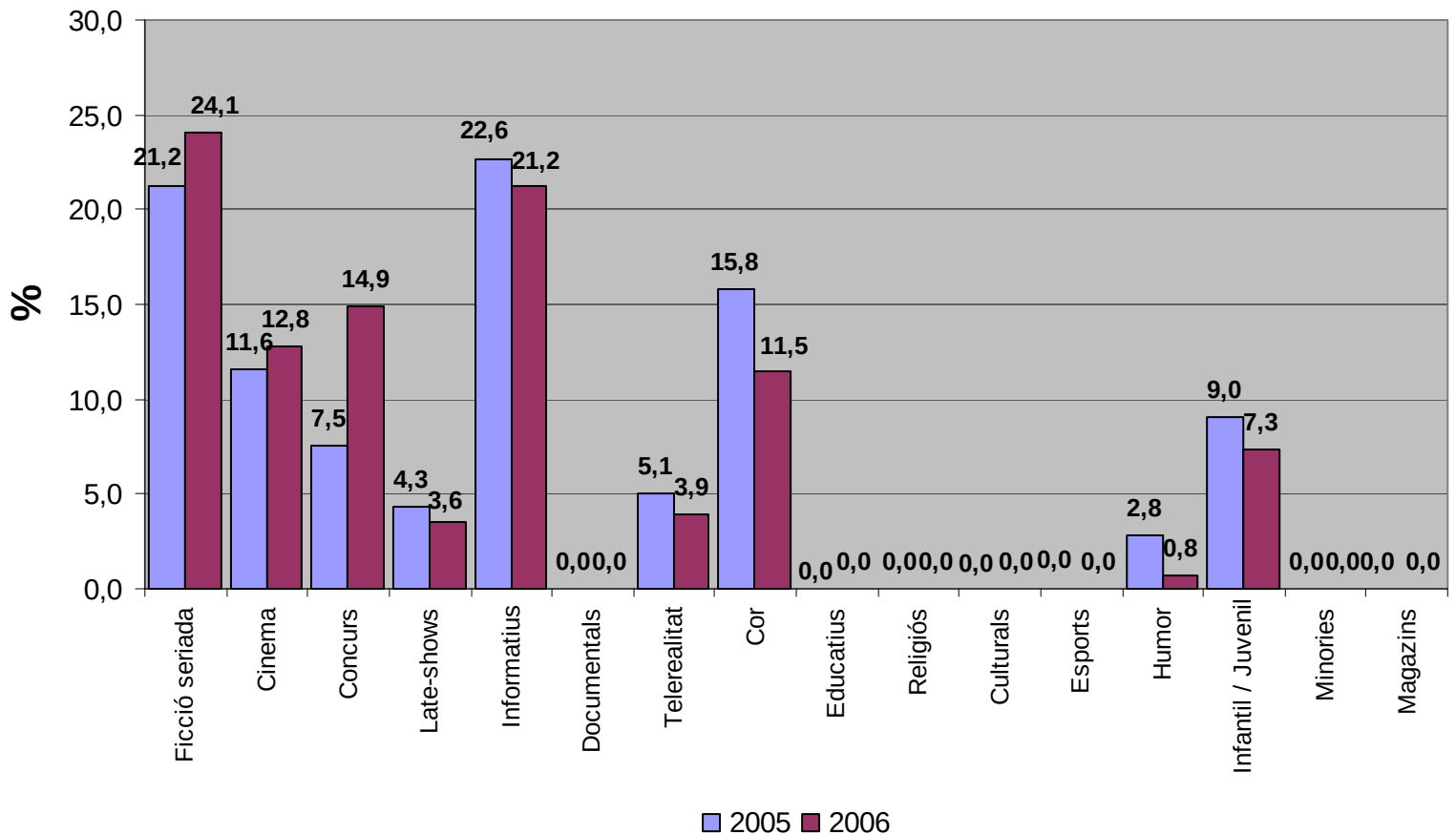
Però si es tracta de detectar les semblances i diferències en relació a la presència i distribució dels gèneres entre la programació d'Antena 3 i la dels altres canals, serà més interessant observar la **dissimilaritat**. Així, els canals més similars a Antena 3 són els privats i TVE1, amb els que té una dissimilaritat mitjana (de més a menys similar): Telecinco, Cuatro, TVE1 i La Sexta. En canvi, és amb els segons canals de les televisions públiques (Canal 33 i La2) amb els que Antena 3 es diferencia més, arribant a un grau de dissimilaritat molt alta. Això no ens ha de sorprendre si recordem que aquests canals basen la seva programació en gèneres de demanda inflexible (documentals, culturals, educatius...) i altres com els esports que no tenen cap presència en la graella de Antena 3. En una situació intermèdia se situa TV3, que té una dissimilaritat alta respecte Antena 3.

Evolució respecte el 2005

En comparar aquestes dades amb les de l'any anterior, veiem que l'any 2006 la diversitat ha disminuït mentre que la concentració ha augmentat lleugerament, una tendència que ja s'ha anat assenyalant en els altres canals analitzats.

Però són els canvis en la distribució dels gèneres en la graella i les seves conseqüències en la dissimilaritat allò que resulta més interessant d'aquesta breu anàlisi comparativa.

Antena 3 2005-2006. Distribució de gèneres en la programació total



Així, es detecta en Antena 3 una tendència cap a una major diferenciació de les propostes de la resta de canals majoritaris, és a dir, Telecinco i TVE1. L'any 2005 els tres gèneres sobre els que es construïa la graella d'Antena 3 eren exactament els mateixos que els d'aquests dos canals: la ficció seriada, els informatius i el cor. Això es traduïa en una dissimilaritat baixa amb Telecinco i mitjana amb TVE1.

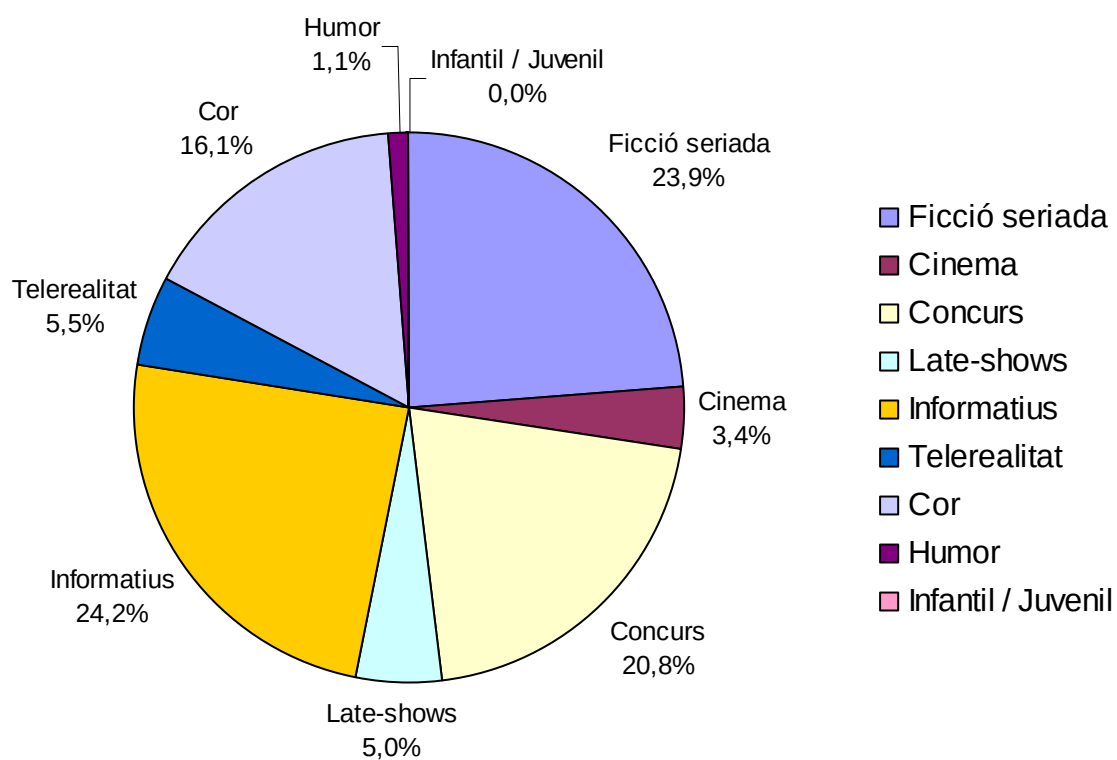
Però l'any 2006 Antena 3 introdueix alguns canvis en la seva graella. Per una banda, augmenta la ficció seriada, tal com fan la major part de canals, però també disminueix la proporció de cor, mentre que augmenta els informatius, el cinema i el concurs. És en aquests moviments on augmenta la seva diferència respecte la resta de canals, especialment Telecinco.

2. Distribució al llarg de la setmana

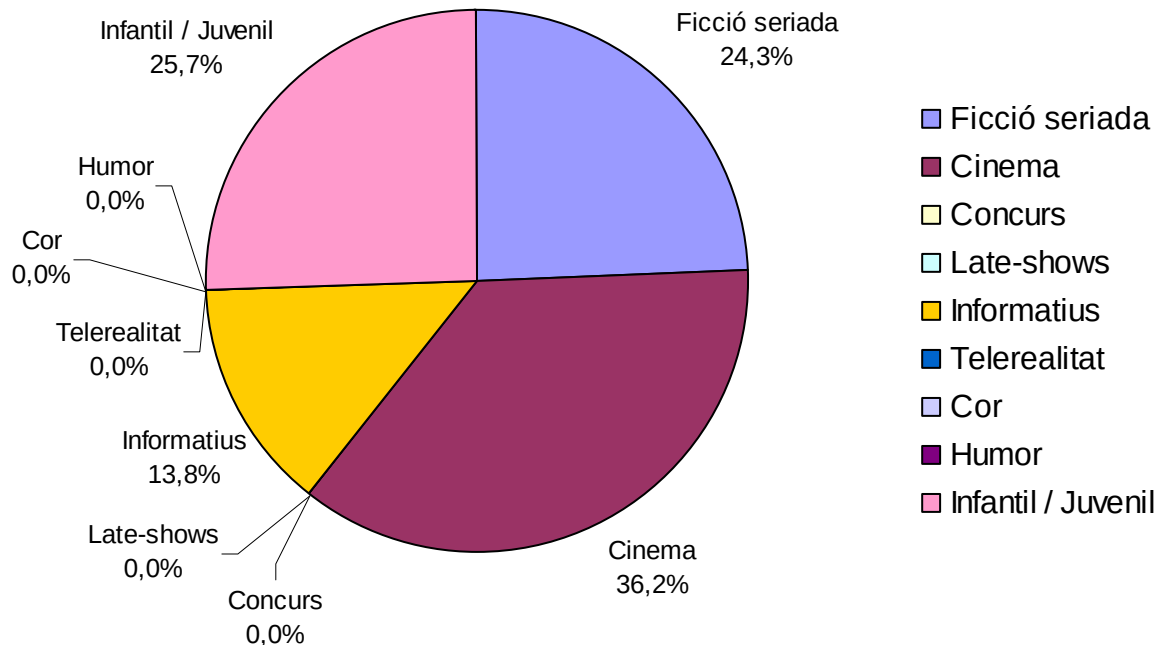
Si observem per separat els dies laborables i els caps de setmana veurem que la diversitat disminueix respecte el global, especialment en els caps de setmana, on

arriba a ser baixa. També la concentració genèrica és major en els laborables i caps de setmana que en el global (arribant a ser alta). El fet que la diversitat global de la cadena sigui major (i la concentració menor) que la dels dies laborable i els caps de setmana agafats de forma independent indica que existeix una certa complementarietat entre les graelles d'aquests dies, concentrant determinats gèneres en un o altre bloc. Això és confirma quan observem la presència i distribució dels gèneres en la graella.

ANTENA 3 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)



ANTENA 3 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)



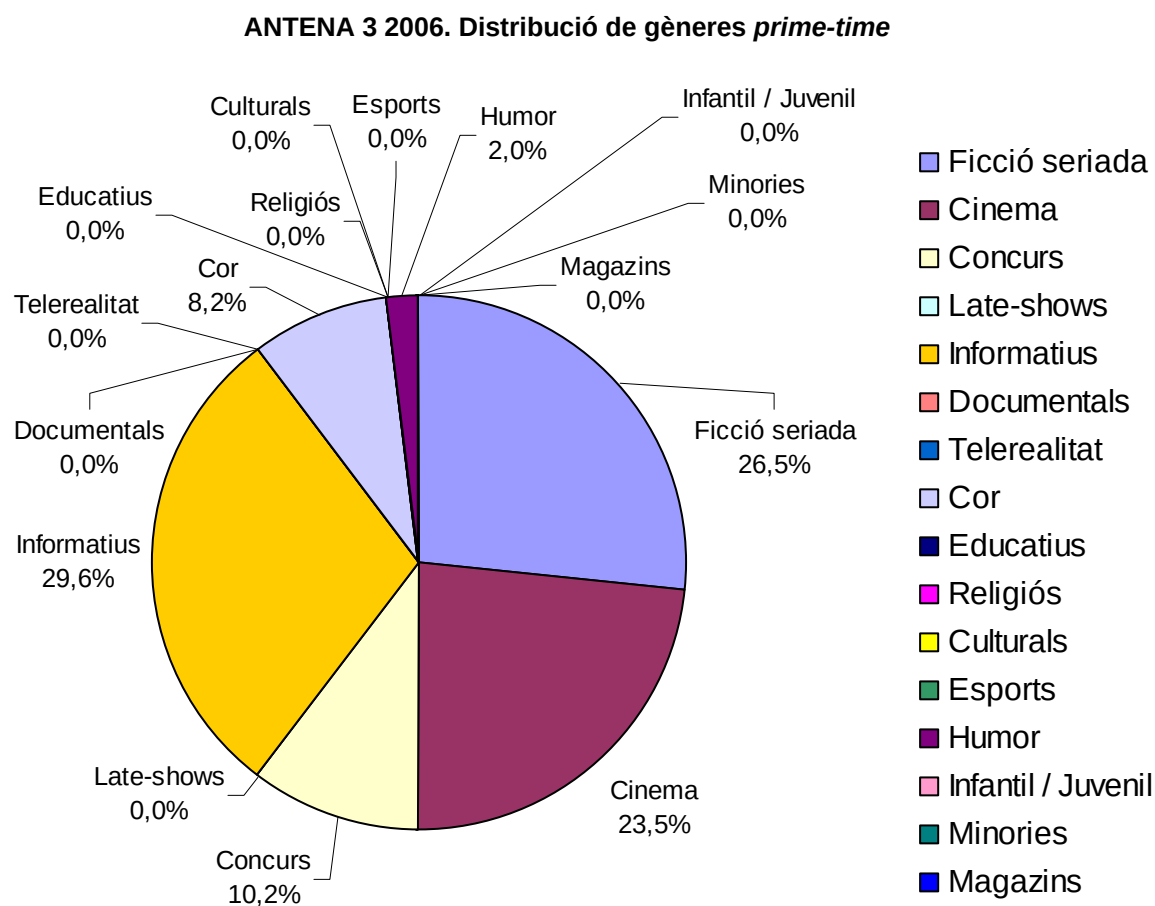
Així, veiem com l'emissió dels informatius, concursos, cor, telerealitat i late-shows es concentra de dilluns a divendres, mentre que en el cap de setmana tenen un pes molt menor. En canvi, el cap de setmana "s'especialitza" en gèneres sense gaire pes de dilluns a divendres. Així, dos dels tres gèneres principals pràcticament només s'emeten aquests dies: el cinema i els infantils/juvenils. La ficció seriada és el tercer gènere en ordre d'importància i és l'únic que manté una proporció similar els laborables i els caps de setmana. Aquests tres gèneres concentren el 86,18%, cosa que il·lustra l'alt grau de concentració del canal aquests dies. Per últim, els informatius disminueixen a menys de la meitat respecte la seva presència els dies laborables.

Aquest tipus de distribució dels gèneres és força habitual i coincideix en molts trets amb la que trobem en altres canals, especialment pel que fa a la concentració del cinema i els infantils/juvenils.

3. La franja de *prime-time*

Pel que fa a la franja de *prime-time* (de 20'30h a 00'00h), la diversitat vertical global disminueix (fins a ser mitjana) i la concentració augmenta.

El *prime-time* d'Antena 3 s'organitza, bàsicament, a partir de tres gèneres: els informatius (29,59%), la ficció seriada (26,53%), el cinema (23,47%), la suma dels quals se situa lleugerament per sobre del 50% (56,59%). També trobem programes del cor (8,16%) i humor (2,04%). A més a més, o "residual", és a dir, programes que són propis d'una altra franja (anterior o posterior) i que agafen alguns minuts del *prime-time* (de manera que no es pot considera, estrictament, que formin part d'aquesta franja), com ara els concursos i els late-shows.



Si distingim entre laborables i caps de setmana, trobem que dos dels gèneres principals són els mateixos, tot i que amb una distribució diferent: els informatius, la ficció seriada i el cinema, de manera que no s'estableix la complementarietat que es troba en el global del dia. De dilluns a divendres el prime-time es basa en la ficció seriada (32,5%) i els informatius (27,1%), tot i que també trobem altres gèneres com els concursos (14,3%), el cor (11,4%) i l'humor (2,8%). En canvi, els caps de setmana en el prime-time només trobem tres gèneres: el cinema (57,1%), que ell sol concentra més de la meitat del temps; els informatius (35,71%) i la ficció seriada (10,71%), amb una presència molt menor que en els dies laborables.

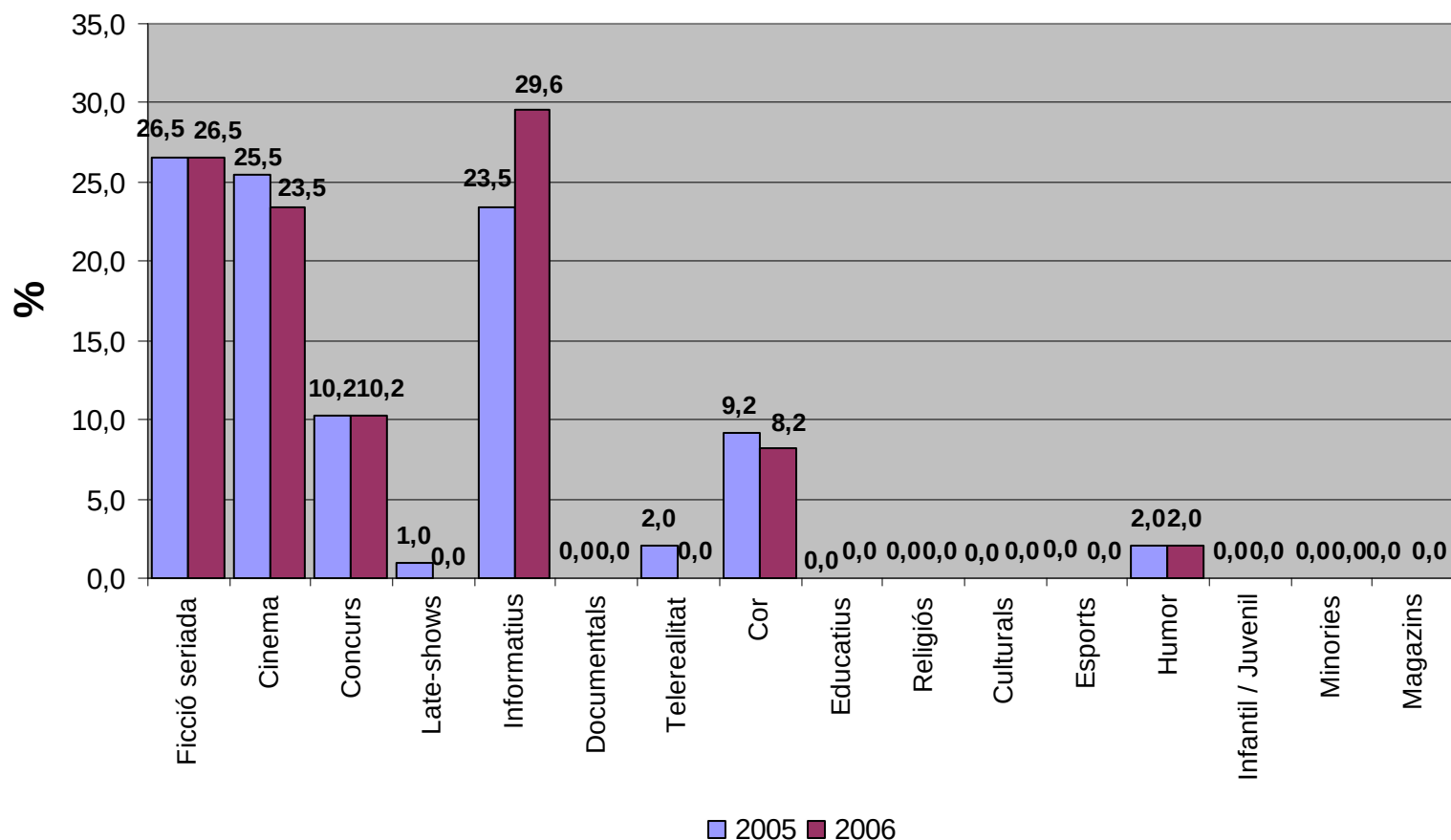
Pel que fa a la contribució d'Antena 3 a la diversitat del sistema, aquesta és menor a la del global del dia (-0,008). És a dir, que altre cop no contribueix sinó que fa disminuir la diversitat del sistema.

Per últim, pel que fa a la dissimilaritat, no es produeix una evolució homogènia. Així, el canal amb el que manté una dissimilaritat més alta són el canal 33, però també La Sexta i Cuatro (molt alta). Després trobem La 2 (alta) i Telecinco i TV3 (mitjana). Per últim, als *prime-times* de TVE1 i Antena 3 són molt similars, de manera que tenen una dissimilaritat baixa. És curiós com en el prime tiem, la dissimilaritat d'Antena 3 és menor amb els primers canals públics que amb els privats, cosa que pot tenir a veure amb el fort pes dels informatius, un tret característic del *prime-time* de TVE1 i TV3.

Evolució respecte 2005

Respecte l'any anterior, l'únic canvi remarcable és l'augment dels informatius set punts percentuals, que contrasta amb el descens que aquest gènere experimenta en el total del dia. Com a conseqüència a aquest augment, la resta de gèneres (excepte la ficció seriada) perden una mica de pes. D'aquest manera, la ficció i els informatius es confirmen com els principals gèneres del *prime-time* d'Antena 3.

Antena 3 2005-2006. Distribució de gèneres, prime time



4. Resum i Conclusions

Antena 3 té una diversitat alta, que disminueix els laborables i els caps de setmana. Se situaria en una posició intermèdia pel que fa a la resta de cadenes.

La programació d'Antena 3 es fonamenta en els gèneres de demanda forta, especialment la ficció seriada, el cinema, el cor i els concursos. L'únic gènere de demanda inflexible que trobem són els informatius, que està entre els tres gèneres principals. En els caps de setmana els infantils/juvenils també tenen una presència important en la graella. La resta de gèneres tenen un pes molt menor.

Això fa que el 2006, curiosament, la dissimilaritat del *prime-time* d'Antena 3 augmenti respecte els canals privats, mentre que disminueix respecte els primers canals públics.

Existeix una certa complementarietat entre la programació dels dies laborables i dels caps de setmana, de manera que hi ha gèneres que es concentren en un o altre bloc. Així, els dies laborables es concentra la ficció seriada, els informatius, els concursos i

el cor, mentre que el cap de setmana està dominat pel cinema i els infantils/juvenils.

Antena 3 manté un grau de semblança mitjà amb els canals privats i TVE1 i es diferencia molt dels segons canals públics (TV3 se situaria en un punt intermedi). Tot i això, l'any 2006 es detecta en Antena 3 una tendència a augmentar la seva diferència respecte les programacions de les altres cadenes, especialment de les cadenes amb què entra en competència directa (Telecinco i TVE1).

Pel que fa al prime-time, trobem una gran concentració en pocs canals. Així aquesta franja està dominada per la ficció seriada i els informatius els dies laborables, i el cinema i els informatius els caps de setmana.

En general, doncs, sembla que Antena 3 es basa en una proposta genèrica molt similar a altres cadenes, especialment privades, basada en pocs gèneres que “funcionen” i que aconsegueixen altes audiències. En aquest sentit, no es proven nous gèneres de manera que se'n desprèn una certa actitud conservadora, sense voluntat d'arriscar-se i oferir gèneres que ningú més emet.

3.2.5. Cuatro

1. Diversitat de la cadena i concentració de gèneres

Cuatro té una diversitat alta, que disminueix a mitjana si prenem per separat els dies laborables i els caps de setmana. La concentració genèrica és alta, tant en el global com en els dies laborables i caps de setmana.

Si sumem els tres primers gèneres, veurem que aquests superen de llarg el 50% del temps total d'emissió (67,85%). Si distingim entre dies laborables i els caps de setmana, veurem que aquest percentatge es manté bastant estable (67,10% i 69,74%, respectivament).

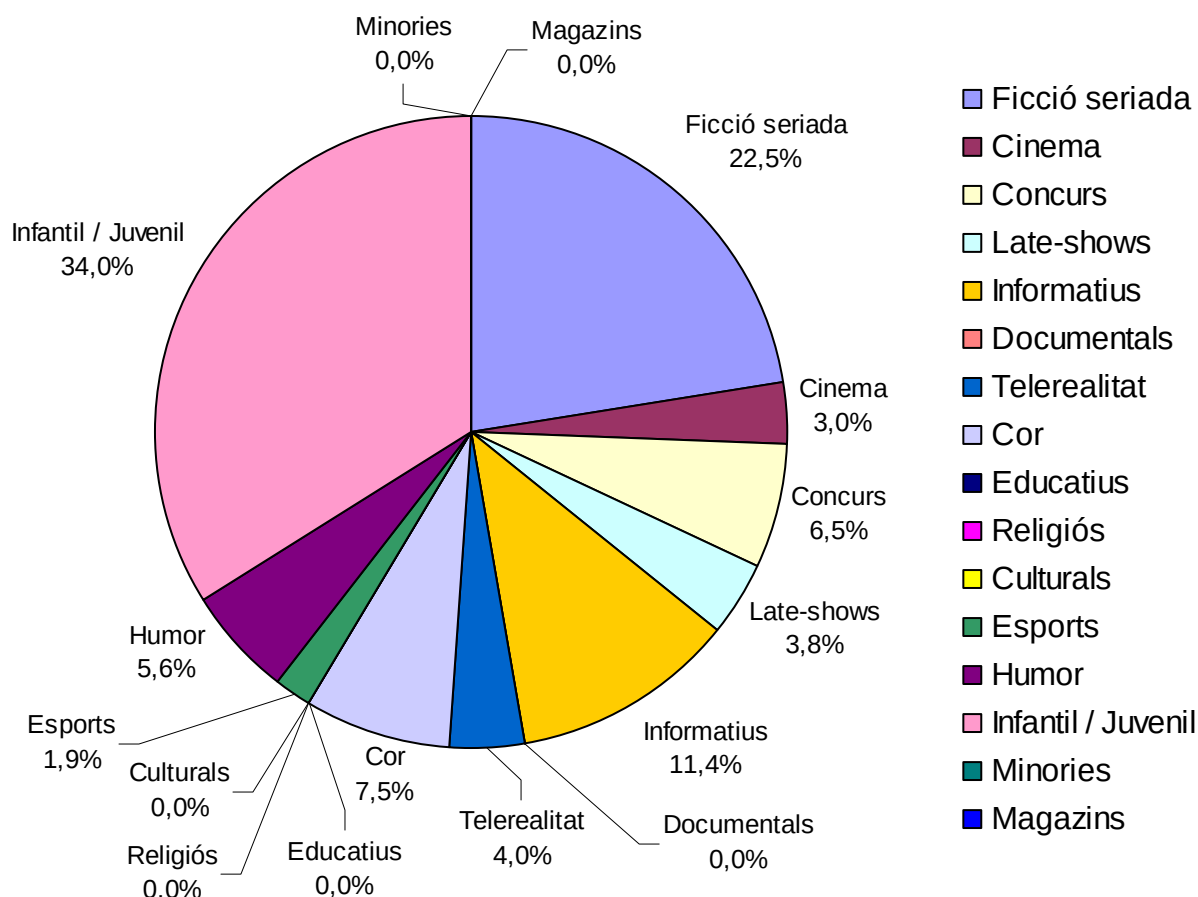
En el prime-time la diversitat disminueix fins a baixa, tant en el global com en els dies laborables i caps de setmana. De fet, és el canal analitzat amb una diversitat global més baixa. La concentració global del prime-time, en canvi, és mitjana (tot i que es manté alta i prenem els dies laborables i els caps de setmana de forma independent).

Aquí si agrupem els tres gèneres principals, veurem com la concentració augmenta molt respecte el global de tot el dia, arribant al 87,42%. Si distingim entre dies laborables i caps de setmana aquest percentatge encara augmenta, arribant a 88,1% i 95,24%.

Cuatro basa la seva graella en tres gèneres: els infantils/juvenils (33,96%), la ficció seriada (22,5%) i els informatius (11,40%). Els segueixen el cor (7,46%), concurs (6,45%), humor (5,58%), telerealtat (4,01), late-shows (3,76%), cinema (3,01%) i esports (1,88%).

Així doncs, la graella de Cuatro està composta, bàsicament, per gèneres de demanda forta, mentre que l'únic gènere de demanda inflexible que trobem són els informatius, tal com ja hem observat en Antena 3 i Telecinco. Queden fora, per tant, els documentals, educatius, religiosos, etc.

CUATRO 2006. Distribució de gèneres total programació



Aquí trobem importants diferències respecte les estratègies dels canals privats existents fins ara en el sistema televisiu espanyol. En primer lloc, destaquem la importància dels programes infantils/juvenils en la graella, que esdevé el gènere principal. Aquest és un gènere que és més propi dels segons canals de les televisions públiques que dels canals privats (que només emeten programació infantil/juvenil els caps de setmana). Cuatro, en canvi, dedica molt temps als contenidors destinats a nens i a joves tant els dies laborables com els caps de setmana.

Destaca també el poc pes dels informatius, que tot i que sigui el tercer gènere en ordre d'importància té un tant per cent molt inferior al dels canals privats (i als primers públics), que està al voltant del 20-30%. També tenen una presència minsa els programes de cor i el cinema, fins ara dos puntals de les graelles dels canals privats.

Per tant, sembla que Cuatro planteja una proposta que té molts punts en comú amb les propostes dels canals privats pel que fa a quins gèneres trobem en la seva graella,

però que a la vegada se'n distingeix a l'hora de distribuir el temps entre aquests gèneres, introduint trets que la diferencien de la competència.

Podem aprofundir entre aquestes semblances i diferències entre Cuatro i la resta de cadenes si prestem atenció a les dades de la contribució que la cadena fa a la diversitat del sistema, per una banda, i a la dissimilaritat, per l'altra.

Tal com hem observat amb els altres canals analitzats, la contribució individual de Cuatro a la diversitat del sistema és imperceptible. De fet, si calculem la diversitat vertical del sistema sense aquest canal el resultat és un nivell de diversitat lleugerament més alt. Així, doncs, podríem dir que Cuatro no aporta diversitat al sistema.

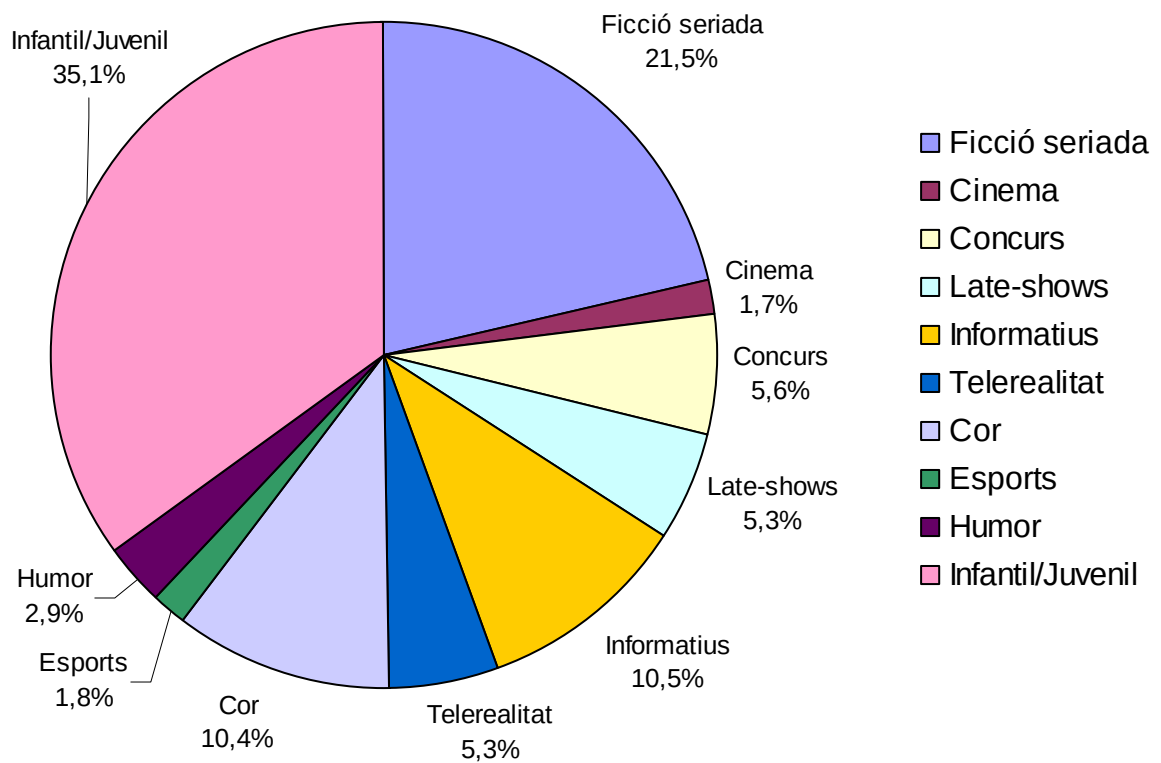
Pel que fa a la dissimilaritat, és a dir, les diferències entre la programació de Cuatro i els altres canals en relació a la presència i distribució temporal dels gèneres, és curiós veure com aquesta és alta amb tots els canals, excepte amb Antena 3 i La Sexta que és mitjana. Veiem, doncs, com la proposta de Cuatro és més diferent de la resta de canals del que ho és Antena 3 o Telecinco. També destaca que no hi ha gaire diferència entre la dissimilaritat de Cuatro amb els primers i segons canals de les televisions públiques, mentre que en Telecinco i Antena 3 hem detectat un gran salt. Es confirma d'aquesta manera la voluntat de Cuatro de diferenciar-se de la resta de l'oferta televisiva, creant-se un perfil diferenciat i fent algunes apostes que s'aparten de la "norma" marcada per les televisions privades i els primers canals públics (tots ells canals que busquen una audiència majoritària). Podríem dir que Cuatro ha elegit una estratègia que no busca una audiència majoritària sinó un target més específic, deixat de banda per les opcions majoritàries.

3. La programació al llarg de la setmana

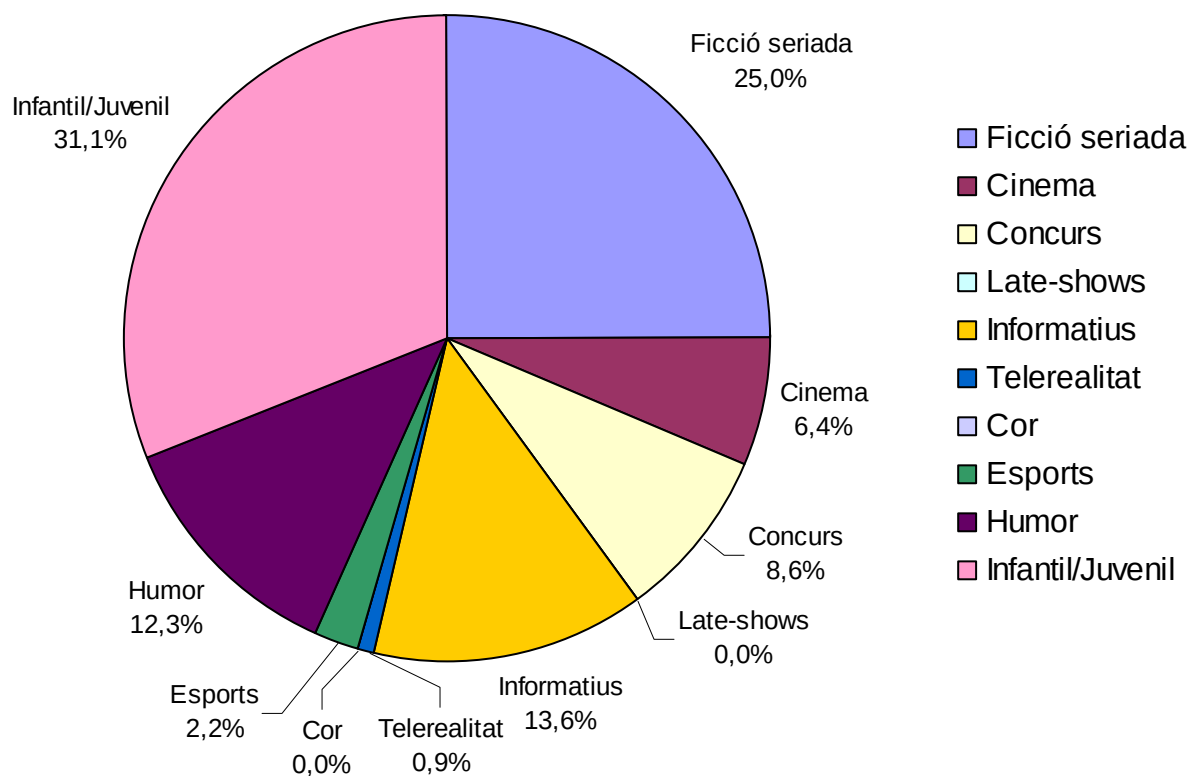
la lògica de complementarietat entre la programació dels dies laborables i els caps de setmana que hem anat trobant al llarg de la resta de canals analitzats aquí no es compleix de la mateixa manera.

De fet, la distribució de gèneres entre laborables i caps de setmana és bastant similar. Les úniques diferències les trobem en els late-shows, el cor i la telerealtat, concentrats en els dies laborables, i l'humor i el cinema, concentrat el cap de setmana. La resta de gèneres tenen una distribució bastant similar: la ficció seriada, els concursos, els informatius, els esports i els infantils/juvenils.

CUATRO 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)



CUATRO 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)

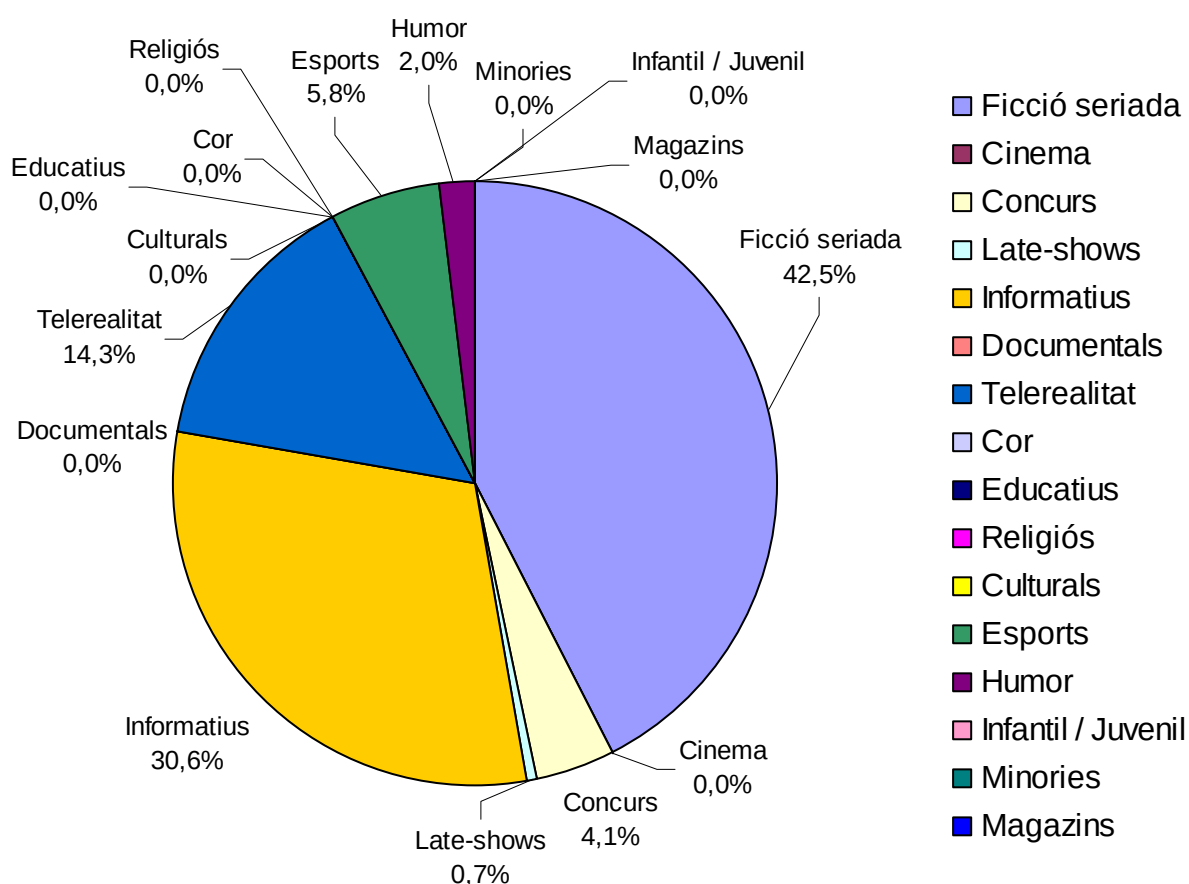


4. La franja de prime-time

Ja hem vist que en la franja de prime-time, tal com passa en la resta de canals analitzats, la diversitat disminueix i la concentració augmenta.

Aquí, veiem com alguns gèneres es concentren en aquesta franja com ara la ficció seriada (42,52%), els informatius (30,61%) i la telerealitat (14,29%), tots ells amb un percentatge molt superior al que trobem en el global del dia. Aquests són els gèneres en els que es basa aquesta franja. La resta tenen una posició força secundària: esports (5,78%), concurs (4,08%) i humor (2,04%). En canvi, el cinema, el cor, els late-shows i els infantils/juvenils no apareixen en el prime-time, de manera que es concentren al llarg de la resta de franges.

CUATRO 2006. Distribució de gèneres prime time.



Veiem, doncs, com els dos gèneres principals del prime-time coincideixen amb els de la resta de canals "majoritaris". Però tot i això la dissimilaritat de Cuatro amb la resta de canals augmenta en aquesta franja, degut segurament a la presència de gèneres com la telerealtat.

Si ens fixem en les diferències entre laborable i cap de setmana, veiem que no hi ha masses diferències. En tots dos casos els gèneres principals són la ficció seriada i els informatius, que tenen un percentatge similar. Les diferències les trobem en la telerealtat, concentrada en els laborables (on augmenta el seu pes fins arribar a un 18,09%). Els esports i l'humor també s'emeten exclusivament de dilluns a divendres (8,09% i 2,86%, respectivament). En canvi, els concursos els trobem només en el cap de setmana (14,29%), baixant la telerealtat a un quart lloc (4,75%).

5. Resum i Conclusions

Cuatro té una diversitat vertical i una concentració similar a la de la resta de televisions privades. Com ja és habitual, en el prime-time la diversitat disminueix de forma important i la concentració augmenta.

La programació de Cuatro es basa en els mateixos gèneres que trobem en les graelles de les televisions privades "tradicionals" (Antena 3 i Telecinco), és a dir, bàsicament trobem gèneres de demanda forta, deixant de banda tots els gèneres de demanda inflexible excepte els informatius.

Ara bé, Cuatro es diferencia de la resta de televisions privades degut a la distribució que fa d'aquests gèneres. Així, destaca la presència d'infantils/juvenils, així com el poc pes dels informatius, el cinema i el cor (gèneres tradicionalment molt presents en les graella dels canals privats). En allò que es coincideix és en el pes de la ficció seriada, un dels puntals de la seva programació.

Aquests diferències es reflecteixen en el càlcul de la dissimilaritat amb els altres canals: en tots els casos és alta, exceptuant el cas d'Antena 3 i La Sexta, que és mitjana. Per tant, veiem com l'estratègia de Cuatro per entrar al mercat televisiu ha estat proposar una programació diferenciada de la resta de canals que lluiten per una audiència majoritària, amb graelles molt similars entre elles.

Per tant, la proposta de Cuatro es basa en tres gèneres: els infantils/juvenils, la ficció seriada i els informatius. Pe que fa al prime-time, els infantils/juvenils desapareixen, mentre que la importància de la ficció seriada i els informatius augmenta. Així doncs, veiem com la proposta del prime-time de Cuatro tendeix a una major homogeneïtat

amb la resta de cadenes majoritàries (també basades en els informatius i la ficció seriada). Tot i això, la dissimilaritat de Cuatro amb la resta de Canals augmenta en aquesta franja, segurament degut a la presència destacada d'altres gèneres com ara la telerealtat en els dies laborables i els concursos el cap de setmana.

3.2.6. La Sexta

1. Diversitat de la cadena i concentració de gèneres

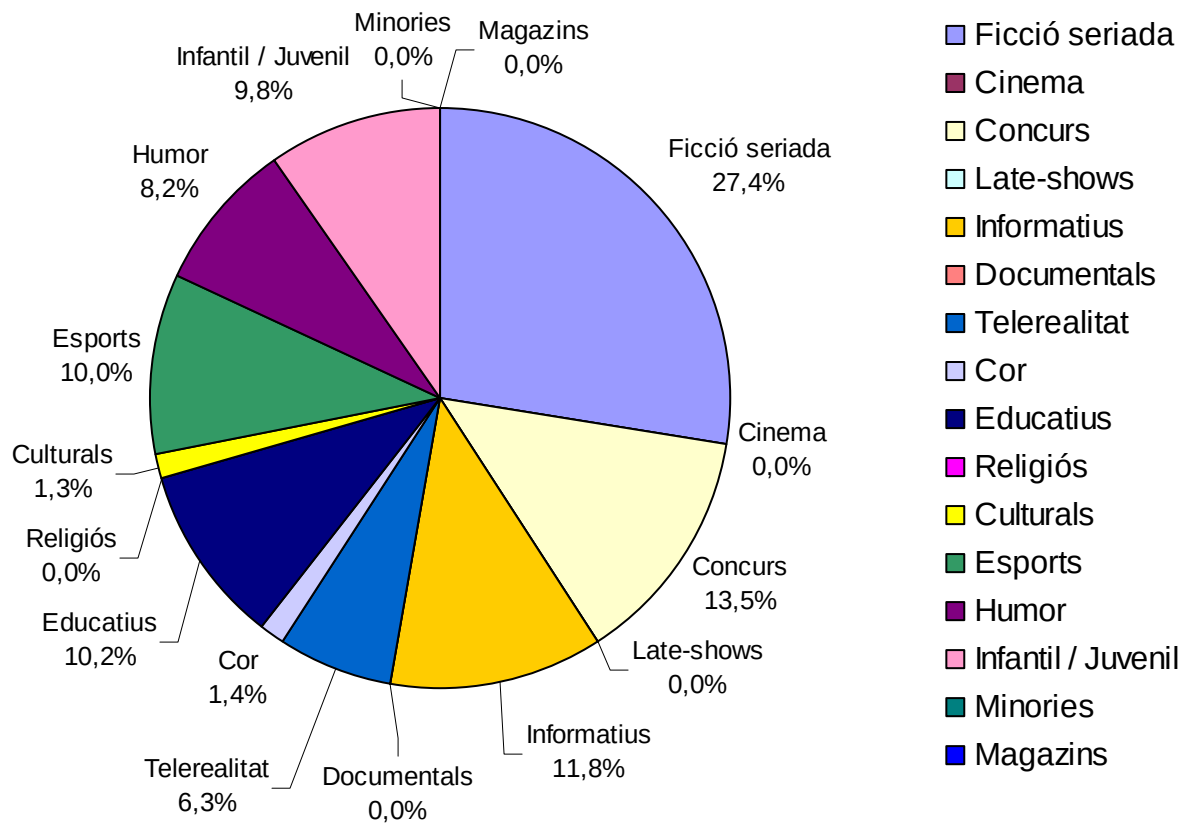
La sexta té un grau de diversitat mitja, com totes les altres cadenes llevat de Cuatro (que té una diversitat baixa), tot i que de totes les cadenes analitzades és la que mostra un grau de diversitat superior (a només tres dècimes d'assolir una diversitat alta).

Aquesta dada, desagregada entre dies laborables i cap de setmana, mostra que la diversitat de La sexta és superior de dilluns a divendres (mitja) i en canvi el cap de setmana és molt baixa.

Pel que fa l'índex de concentració, presenta un nivell mig, tot que desagregat entre dies laborals i cap de setmana és alt en tots dos casos. Aquest fet indica que La sexta fa apostes per uns gèneres determinats (pocs) al llarg de la setmana, diferents dels que emet en cap de setmana, que entre els dos es compensen però que separatament estan força concentrats com es veurà als següents apartats.

Al llarg de la jornada La Sexta aposta de forma clara per la ficció seriada com el gènere protagonista (27,4%), seguit dels concursos (13,5%), els informatius (11,8%), programes educatius (10,1%) i esports (10,0%). La distribució de programació al llarg de la graella és la següent:

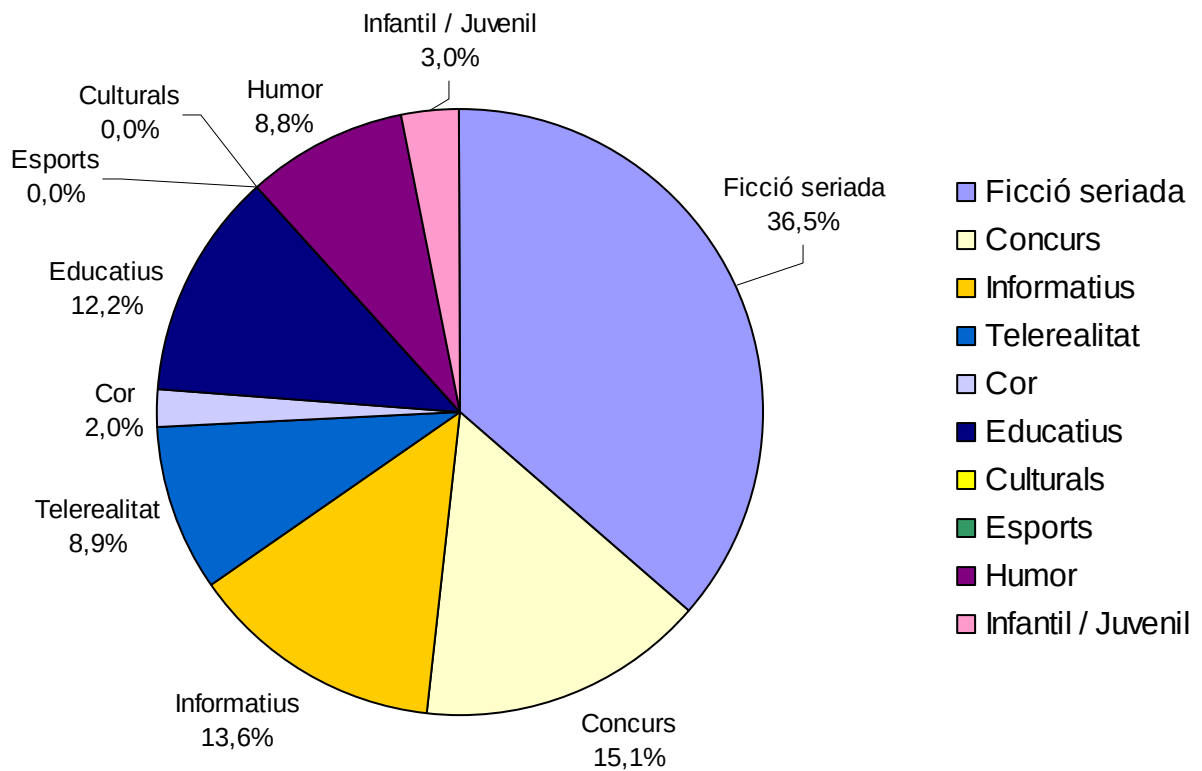
LA SEXTA 2006. Distribució de gèneres total programació



2. Distribució al llarg de la setmana

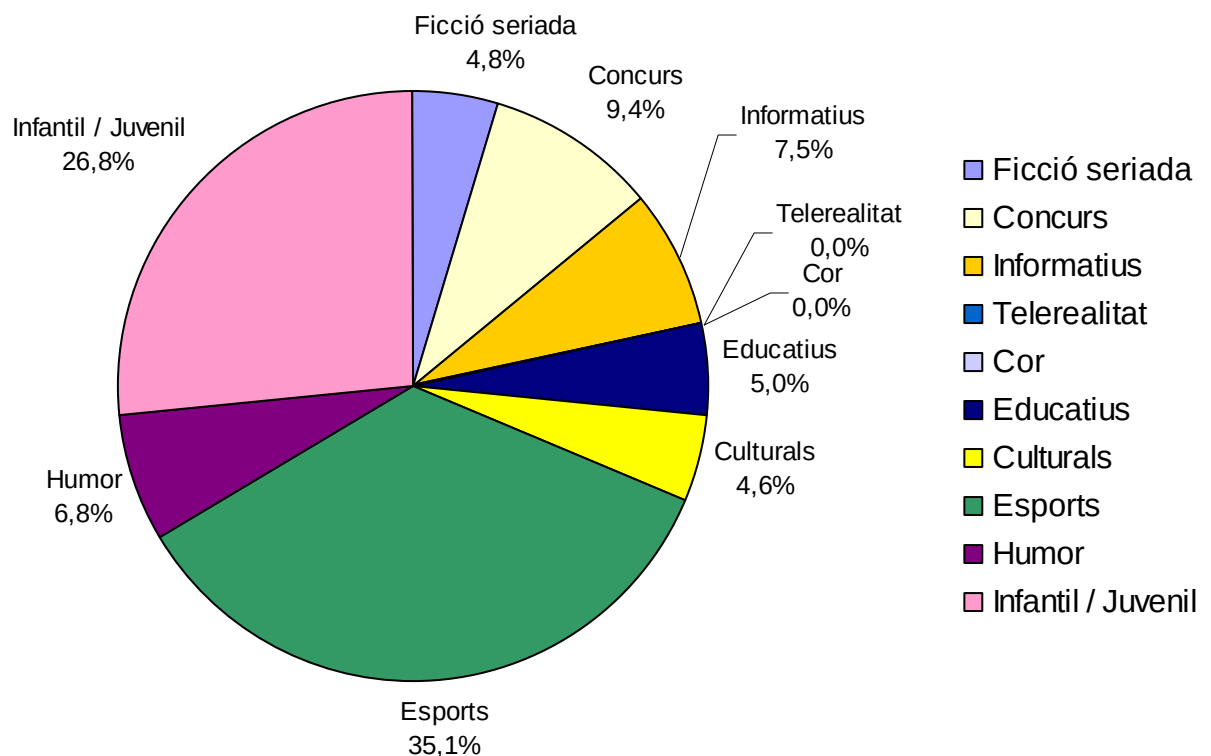
La Sexta fa unes alteracions força dràstiques en la distribució de la seva programació els dies laborables i els caps de setmana. En dies laborables, aquesta cadena opta per la ficció seriada com el gènere protagonista (36,4%), seguit a una distància considerable pels concursos (15%), els informatius (13,5%) i els programes educatius (12,1%). Els tres gèneres protagonistes assoleixen el 64,9% de la programació. La programació de La Sexta es distribueix de la següent manera:

LA SEXTA 2006. Distribució de gèneres per dies laborals (total programació)



En canvi, els caps de setmana la graella d'aquesta cadena s'altera de forma considerable. El gènere amb més presència són els esports (35%), seguit de la programació infantil i juvenil (26,7%) i amb una gran diferència, els concursos (9,4%) i els programes d'humor (6,7%). La programació queda distribuïda en les següents proporcions:

LA SEXTA 2006. Distribució de gèneres caps de setmana (total programació)



Sobta d'aquesta cadena la disminució dràstica de la programació de ficció seriada (que davalla a una novena part), d'informatius (davalla a la meitat), els concursos i la desaparició de la telerealitat. En canvi, l'opció clara que fa el cap de setmana és pels esports, i per la programació infantil i juvenil.

L'anàlisi de la dissimilaritat i la contribució al sistema

En el moment de la implantació d'una nova cadena de televisió esdevé interessant analitzar la seva estratègia de programació amb l'objectiu de veure si adopta estratègies de programació diferenciades, si imita algunes estratègies de programació que funcionen, o respecte quins models de programació presenta similituds i/o diferències significatives.

En el cas de La Sexta, i al llarg de l'horari de fora de *prime-time*, La Sexta mostra un grau de dissimilaritat mitjana respecte A3 i Cuatro; és a dir, és més semblant a aquestes cadenes. Té un grau de dissimilaritat alta respecte la programació de T5, TV3, TVE i La2 respectivament, i molt alta respecte la programació del C33 (és la cadena amb la que més es diferencia).

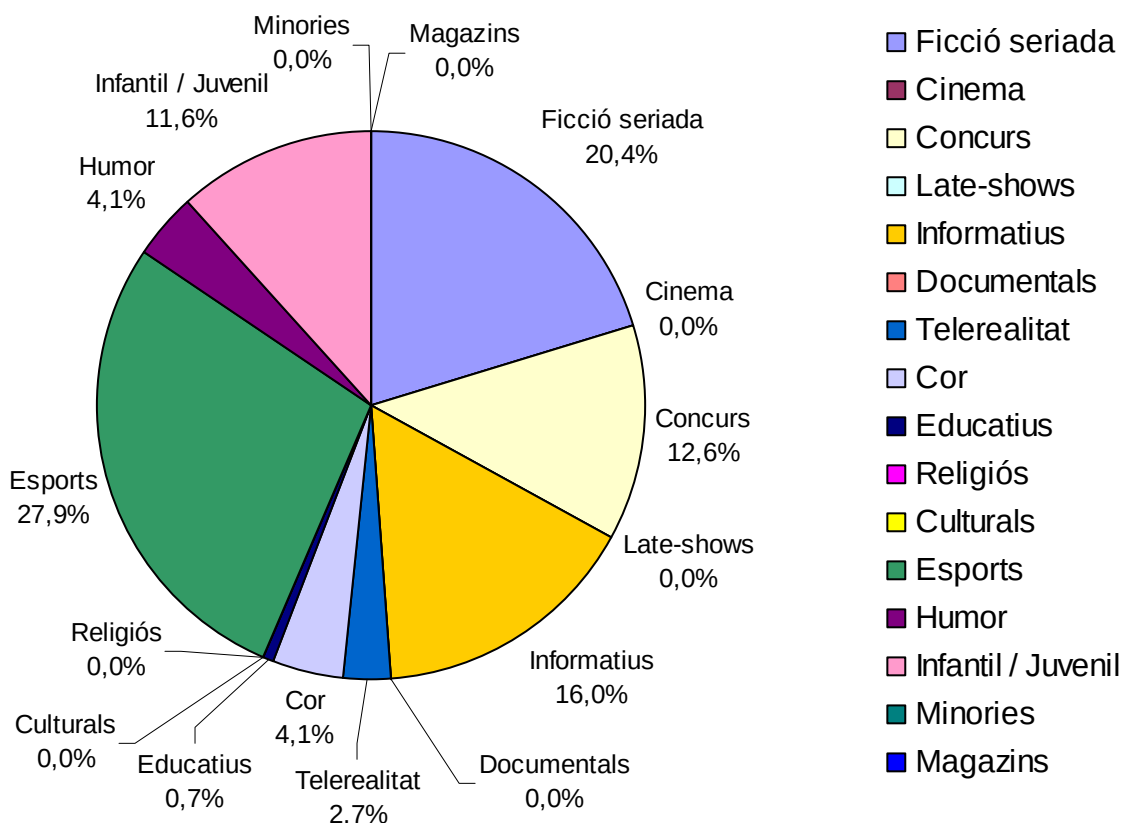
En l'horari de *prime-time*, La sexta té un grau de dissimilaritat mitjana amb Cuatro (és la cadena amb la que més se sembla), alta amb La 2 i , curiosament, molt alta amb la resta de cadenes. És a dir La Sexta en horari de *prime-time* aconsegueix diferenciar-se de forma significativa de la gran majoria de cadenes. Així mostra un grau de dissimilaritat alta amb La 2 (1,197) el C33 (1,211), TV3 (1,272), A3 (1,367), TVE (1,408) i finalment, amb la cadena que té una programació més diferent és amb T5 (1,442).

Pel que fa la contribució de La Sexta a la diversitat del conjunt de la programació, de les vuit cadenes analitzades La Sexta se situa en la posició nº4 pel que fa la seva contribució a la diversitat global; és a dir, sense La sexta la diversitat global de la programació seria inferior (tot i que lleugerament inferior, estem parlant de decimals). En canvi en l'horari de *prime-time* la contribució de La Sexta, a la diversitat del conjunt de la programació és superior (és la segona cadena amb impacte, darrera el C33).

3. La franja de *prime-time*

En el *prime-time* en canvi La Sexta aposta de forma clara pels esports (27,8%), seguit de la ficció seriada (20,4%), els informatius (15,9%) i els concursos (12,5%). En horari de *prime-time* la programació de La Sexta es distribueix de la següent manera:

LA SEXTA 2006. Distribució de gèneres *prime-time*



La distribució de programació que fa La Sexta entre els dies laborables i els caps de setmana també es modifica substancialment com ja passava a la programació de la resta de la jornada (veure apartat 3).

En horari de *prime-time*, l'opció clara de La Sexta els dies laborables és per la ficció seriada (28,5%), els informatius (21,4%), els concursos (17,6%) i la programació infantil i juvenil (16,1%). En canvi, en horari de *prime-time* del cap de setmana, desapareix completament la ficció seriada, els concursos, la telerealtat, els programes del cor, la programació infantil i juvenil i l'humor; és a dir La Sexta renova el 77,58% de la seva programació dels dies laborables. A més a més, redueix de forma dràstica la presència de programes informatius (d'un 21,4% a un 2,3%). El gènere estrella, com cap altre cadena opta per un sol gènere, són els esports, que ocupen el 97,6% de la programació.

Al cap de setmana La Sexta mostra el grau (més baix de diversitat i més alt de concentració amb només dos gèneres: els esports amb més d'un 97% i els informatius amb un 2,3%).

4. Resum i conclusions de La Sexta

- La Sexta té un Grau de diversitat mitja, com la resta de les cadenes. Malgrat tot, és la cadena que mostra uns índexs més elevats de diversitat, que arriba gairebé al llindar de la diversitat "alta". Té un grau de concentració mitjana que desagregada entre dies laborables i caps de setmana és baixa però que queda compensada en el còmput global.
- A la graella global, La Sexta privilegia el gènere de la ficció seriada (27%), els concursos (13,5%), els informatius (11,8%), seguits dels programes educatius (10%) i els esports (10%).
- Respecte la programació en horari de *prime-time*, els gèneres protagonistes de la graella de La Sexta són els esports (27,8%), la ficció seriada (20,4%), els informatius (15,9%) i els concursos (12,5%).
- Com la resta de les cadenes, les opcions de programació de La Sexta entre dies laborables i caps de setmana són força diferenciades. Així en dies laborables, La Sexta privilegia la ficció seriada (36,4%) i els concursos (15%) i el cap de setmana els esports (35%), els programes infantils i juvenils (26,7%), els concursos (9,4%) i l'humor (6%).

- La dissimilaritat de la cadena és mitja amb la programació de A3 i Cuatro; alta amb la de T5, TV3, TVE i La 2 i molt alta amb la programació del C33.
- Al prime-time, la dissimilaritat és mitja amb Cuatro (la cadena amb la que té una programació més semblant); alta amb La 2 i molt alta amb la resta d'elles cadenes. És a dir, en el prime-time La Sexta té una programació força diferenciada amb 7 de les vuit cadenes que componen la mostra d'aquesta recerca.
- La contribució a la diversitat global de la programació de La Sexta és positiva; és a dir, sense La Sexta la diversitat global del sistema se'n ressentiria. EN prime-time la contribució de La Sexta a la diversitat és superior a la de la resta del dia.

3.3. Informe comparatiu sobre l'oferta de diversitat respecte l'eix de la titularitat pública o privada de les cadenes

Introducció

En aquest apartat, farem una **anàlisi comparativa** entre les principals dades dels **canals públics i els canals privats** l'any 2006. així, ens fixarem amb les semblances i diferències referents a les dades generals de la diversitat vertical, veient si els canals públics són, en general, més o menys diversos i concentrats que els canals privats. Després veurem com es construeixen les graelles de programació d'uns i altres, analitzant els gèneres i al seva distribució i centrant especialment la nostra atenció en la distinció entre gèneres de demanda forta i gèneres de demanda inflexible. Per últim, ens concentrarem en l'anàlisi de la dissimilaritat entre els canals. És a dir, l'anàlisi de les diferències existents entre la programació dels canals públics i privats, per veure fins a quin punt les propostes d'uns i altres són diferents en relació a la presència i distribució temporal dels gèneres.

A l'hora d'elaborar aquest informe, no només tindrem en compte la distinció canals públics / canals privats, sinó que també **distingirem entre primers i segons canals de les cadenes públiques** ja que, tal com s'ha revelat en l'anàlisi de cada canal, tenen perfils ben diferenciats. La voluntat dels primers canals d'aconseguir ser líders d'audiència es tradueix en una programació força similar a les televisions privades, basada en bona mesura en els gèneres de demanda forta (ficció seriada, cinema, etc.), mentre que es deixen de banda els programes de demanda inflexible (culturals, documentals, religiosos, etc.). Tots aquests gèneres que aconsegueix baixes audiències acostumen concentrar-se en els segons canals. Això fa que el perfil dels primers i segons canals sigui molt diferent i que els primers canals de TVE i TVC tinguin més punts en comú entre ells (i amb els canals privats) que els que s'estableixen, per exemple, entre TVE1 i La2.

Per aquest motiu creiem que és especialment interessant analitzar de forma desagregada els primers i segons canals de les televisions públiques, ja que aquesta anàlisi ens pot revelar moltes dades que d'una altra manera ens queden amagades darrere les mitjanes (desvirtuant així la comparació entre els canals públics i els privats).

Per últim, afegirem en aquesta anàlisi alguns apunts sobre **l'evolució** d'aquestes dades respecte l'any 2005. Això ens permetrà detectar algunes dinàmiques interessants que enriqueixen l'anàlisi d'allò que passa l'any 2006.

3.3.1. Dades generals diversitat vertical: diversitat i concentració

Els canals públics tenen, de mitjana, una **diversitat** menor que els canals privats (mitjana i alta, respectivament) i una **concentració** major (alta i moderada, respectivament).

Ara bé, si es calcula la diversitat del conjunt de canals públics, veiem com aquesta és superior a la del conjunt dels privats (molt alta i alta, respectivament). Això mostra que la complementarietat que s'estableix entre els diferents canals públics és major a la que s'estableix entre els privats.

De fet, la complementarietat entre els canals públics (especialment entre els primers i segons canals, tal com veurem més endavant) queda ben palesa quan comparem aquesta diversitat del conjunt amb la diversitat de cada canal agafat individualment: La2 té una diversitat alta i TVE1, TV3 i Canal 33, mitjana³², mentre que la seva diversitat conjunta és molt alta (0,827).³³

En els canals privats, en canvi, la diversitat del conjunt (alta) és només lleugerament superior a la diversitat dels canals individuals, tots amb una diversitat alta.

Si distingim entre els primers i segons canals públics, veiem que no hi ha diferències importants entre la diversitat mitjana dels primers canals amb la dels segons, en tots dos casos mitjana. Tampoc les dades de concentració varien gaire, ja que en tots dos casos és alta. Això és degut a què no trobem constants que diferenciïn TVE1 i TV3 de La2 i el Canal 33 en termes de diversitat i concentració. Així, per exemple, el primer canal de TVE té una diversitat menor al segon (mitjana i alta, respectivament); mentre que amb els canals de TVC passa a l'inrevés (i el mateix passa amb la concentració).

Això ens indica que, a l'hora de caracteritzar els primers i segons canals públics, la diversitat i la concentració no són criteris rellevants. Aquests criteris els haurem de buscar en els perfils de la programació, basats en la complementarietat entre primers i segons canals, a tal com veurem més endavant.

³² TVE1 (0,675), TV3 (0,681), Canal 33 (0,596), La2 (0,746).

³³ Això mateix passa amb la concentració: la concentració del conjunt de canals públics, menor a la concentració dels canals individuals (mitjana i alta, respectivament).

Evolució de la diversitat vertical

Si comparem aquestes dades amb l'any anterior, veiem com s'ha produït una disminució la diversitat i un augment de la concentració mitjanes, tant dels canals públics com privats. Ara bé, són els públics els canals que acusen una disminució més important de la diversitat (ja que l'any 2005 la seva diversitat mitjana era alta, amb un 0,695), mentre que la concentració augmenta en la mateixa proporció en uns i altres.

Pel que fa a la diversitat del conjunt de canals públics i privats, en el primer cas la veiem com la diversitat ha disminuït lleugerament respecte el 2005 (0,831), tot i mantenir-se molt alta. En canvi, la diversitat del conjunt format pels canals privats és una mica superior a la del 2005 (tot i que també era alta), segurament degut a l'entrada de Cuatro i La sexta, dos canals que tenen una programació amb alguns trets que les diferencien de la resta de privades, tal com hem vist en l'anàlisi dels canals.

3.3.2. Contribució dels canals a la diversitat del sistema

Aquí analitzarem la diversitat que els canals públics aporten al conjunt del sistema, en comparació amb els privats. És a dir, en quina mesura uns i altres contribueixen a què hi hagi una distribució més homogènia del temps dedicat als diferents gèneres en el total de la programació. Això ho hem analitzat calculant la diversitat del sistema sense els canals públics o sense els canals privats i comparant el resultat amb la diversitat global del sistema.

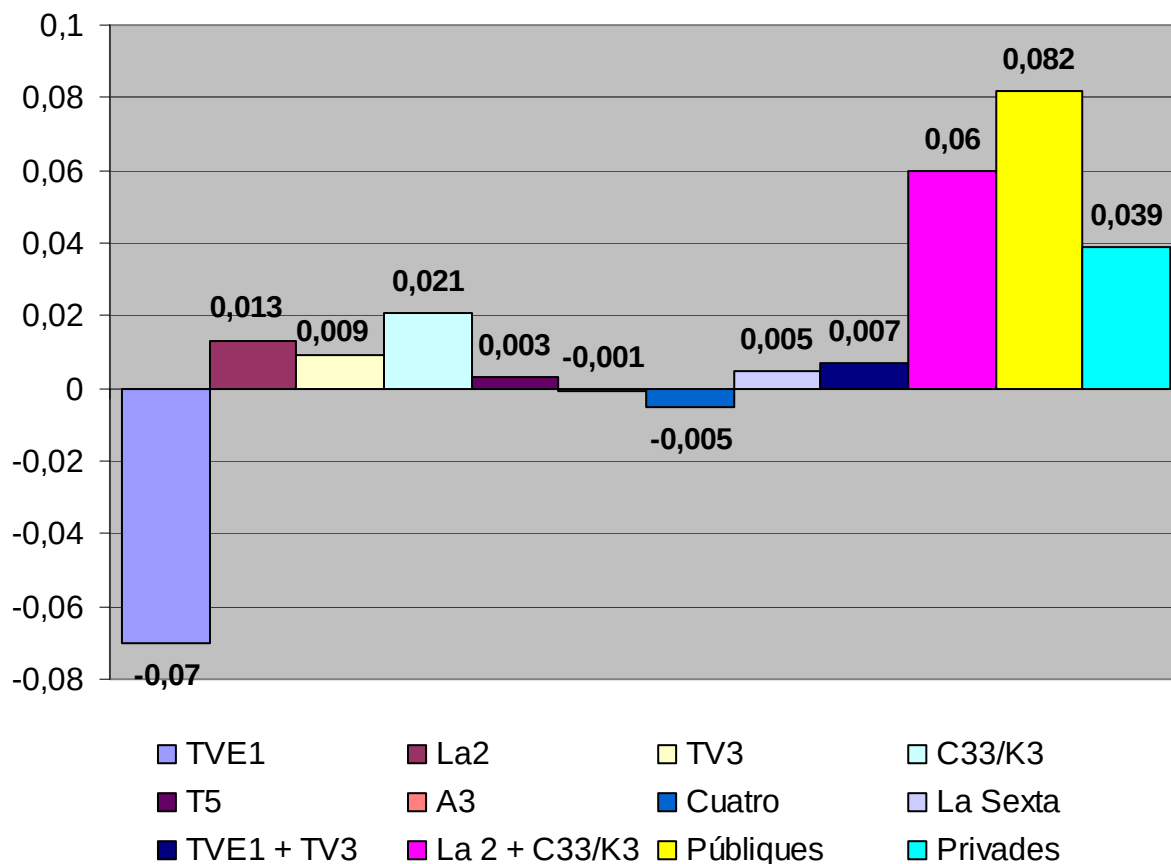
L'aportació del conjunt de canals públics a la diversitat del sistema és major que l'aportació dels privats. Així, si traiem tots els canals públics, la diversitat del sistema baixa de "molt alta" a "alta" (amb una diferència de -0,082), mentre que si traiem tots els privats es manté es manté molt alta (-0,039).

Ara bé, si analitzem la contribució a la diversitat del sistema de cada canal, agafat de forma individual, és mínima. És a dir, si calculem la diversitat del sistema traient un canal cada vegada les variacions són pràcticament imperceptibles, ja siguin canals públics o privats. En tots els casos la diversitat del sistema es manté molt alta i els canvis són de l'ordre de les mil·lèsimes.

Situant-nos en aquest ordre de canvis "imperceptibles", la contribució individual dels diferents canals públics a la diversitat del sistema és major que la dels canals privats – sense TV3: -0,009; sense La2: - 0,013; sense el Canals 33: -0,021. L'única excepció és TVE1, l'únic canal públic que no contribueix a la diversitat del sistema, sinó tot el

contrari: sense aquest canal la diversitat global augmenta lleugerament (+0,007). De fet, TVE1 és el que menys aporta a la diversitat del sistema, situant-se per darrere dels privats.

Contribució dels canals a la diversitat (total programació, 2006)



Aquí veiem com la contribució a la diversitat del sistema dels segons que és major que la dels primers canals, pràcticament inexistent. Això es veu més clar si calculem la diversitat del sistema sense La2 ni el Canal 33 i comparem el resultat a la diversitat del sistema sense TVE1 i TV3. En tots dos casos la diversitat del sistema es manté “molt alta”, però mentre que sense La2 i el Canal 33 hi ha una variació de -0,06, sense TVE1 i TV3 aquesta és només de -0,007. És a dir, la contribució dels segons canals és quasi 10 vegades major que la dels primers.

Això és degut, tal com hem vist en l'anàlisi de les cadenes, al fet que les graelles d'aquests canals es construeixen, bàsicament, a partir de gèneres que no trobem en cap altre canal (ens referim, sobretot, als gèneres de demanda inflexible, com ara documentals, culturals, educatius...). Els primers canals, en canvi, tenen una aportació

molt menor a la diversitat del sistema, degut a què tenen un perfil més similar als canals privats pel fet de competir pel mateix públic.

Pel que fa a l'aportació dels diferents canals privats, presos de forma independent, és desigual. L'any 2006 només Telecinco i La Sexta contribueixen a la diversitat del sistema (+0,003 i +0'005, respectivament), mentre que la diversitat global augmenta lleugerament sense Antena 3 o Cuatro (-0,001 i -0,005, respectivament).

Evolució de la contribució a la diversitat del sistema dels canals públics i privats

Si comparem aquestes dades amb l'any anterior, veurem que la contribució a la diversitat del sistema dels canals públics ha disminuït lleugerament, tant si calculem la contribució de tots els canals públics a la vegada, com si calculem la contribució individual. L'única excepció és TVE1, que l'any 2006 limita una mica menys la diversitat global. Els canals públics, en canvi, tenen una evolució més desigual.

3.3.3. La distribució dels gèneres en els canals públics i privats

Anem a analitzar ara com es distribueixen els gèneres en el conjunt de canals públics i privats per veure semblances i diferències en els seus perfils. En fer-ho posarem especial atenció en la distinció entre gèneres de demanda forta i gèneres de demanda inflexible.

En el primer cas, ens referim a aquells gèneres que són capaços d'atreure l'atenció de l'audiència en la mateixa proporció en què augmenta la seva presència en la graella, és a dir, ficció seriada, cinema, concursos, telerealtat, cor i humor.

En el segon cas, ens referim a aquells gèneres sense la mateixa capacitat d'atreure audiències en la proporció en que s'incrementen els programes. Ens referim als informatius, documentals, religiosos, culturals, minories i educatius.

Com veurem, podem identificar unes pautes diferents entre els canals públics i privats a l'hora de donar més importància a un o altre tipus de gèneres, al mateix temps que també podem identificar pautes comunes entre els primers canals públics i entre els segons.

Al mateix temps, també centrarem la nostra atenció en l'evolució dels diferents gèneres en els canals públics i privats, per tal de veure quines són les tendències que es detecten.

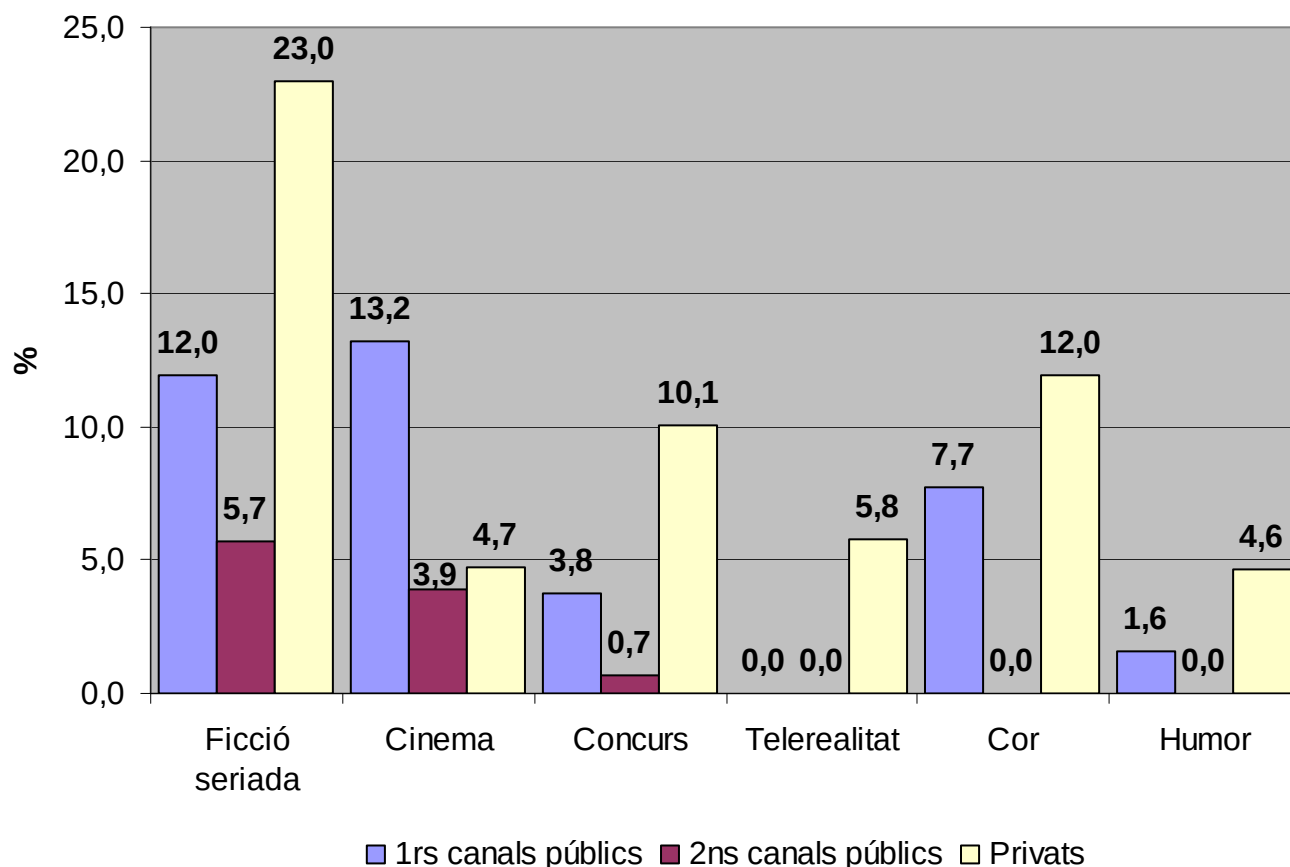
Aquí hem de comentar que els canvis més significatius es produeixen en el conjunt de les privades, mentre que en les públiques només detectem petites fluctuacions que no sobrepassen el 2%. Així, podríem dir que, en general, els canvis més significatius referents a la presència de determinats gèneres en el còmput total dels canals privats és degut, en bona part, a les estratègies de programació dels nous canals, que se sumen als canvis en les graelles de Telecinco i Antena 3 que, tal com hem vist en l'anàlisi de les cadenes, a grans trets també segueixen aquestes tendències generals.

Gèneres de demanda forta

En general, la presència d'aquests gèneres és superior en el conjunt de canals privats que en el conjunt dels públics. Així, aquests gèneres representen més de la meitat del temps total d'emissió dels canals privats (60,15%), mentre que només una quarta part en el cas dels públics (25,26%).

Si distingim entre els primers i segons canals, veiem que aquests gèneres estan més presents en els primers canals, on representen més d'un terç del temps d'emissió (38,22%), que en els segons, amb una presència al voltant del 10% (10,31%).

Distribució dels gèneres de demanda forta en 1rs i 2ns canals públics i en canals privats



Aquí podem veure com en els canals públics, tan els primers com els segons canals, la presència d'aquest tipus de gèneres és molt menor, exceptuant el cinema en els primers canals públics. És també destacable el paper minoritari que dins la graella dels segons canals tenen els gèneres de demanda forta, molt dels quals ni tan sols apareixen.

Evolució dels gèneres de demanda forta en les graelles de programació

Si ens fixem amb els percentatges que aquests gèneres tenien l'any 2005 podrem establir una certa evolució d'un any a l'altre. Així, aquesta evolució en el conjunt de les públiques i privades varia molt depenent de cada gènere (no hi ha una tendència uniforme). En general, però podem observar com en el 2006 s'ha produït un augment de la presència d'aquests gèneres en els canals privats, un augment que pot ser entès, en part, d'acord amb les estratègies dels dos nous canals, que combinen una programació destinada a un target concret amb l'opció de gèneres que aconseguixen una acceptació força general.

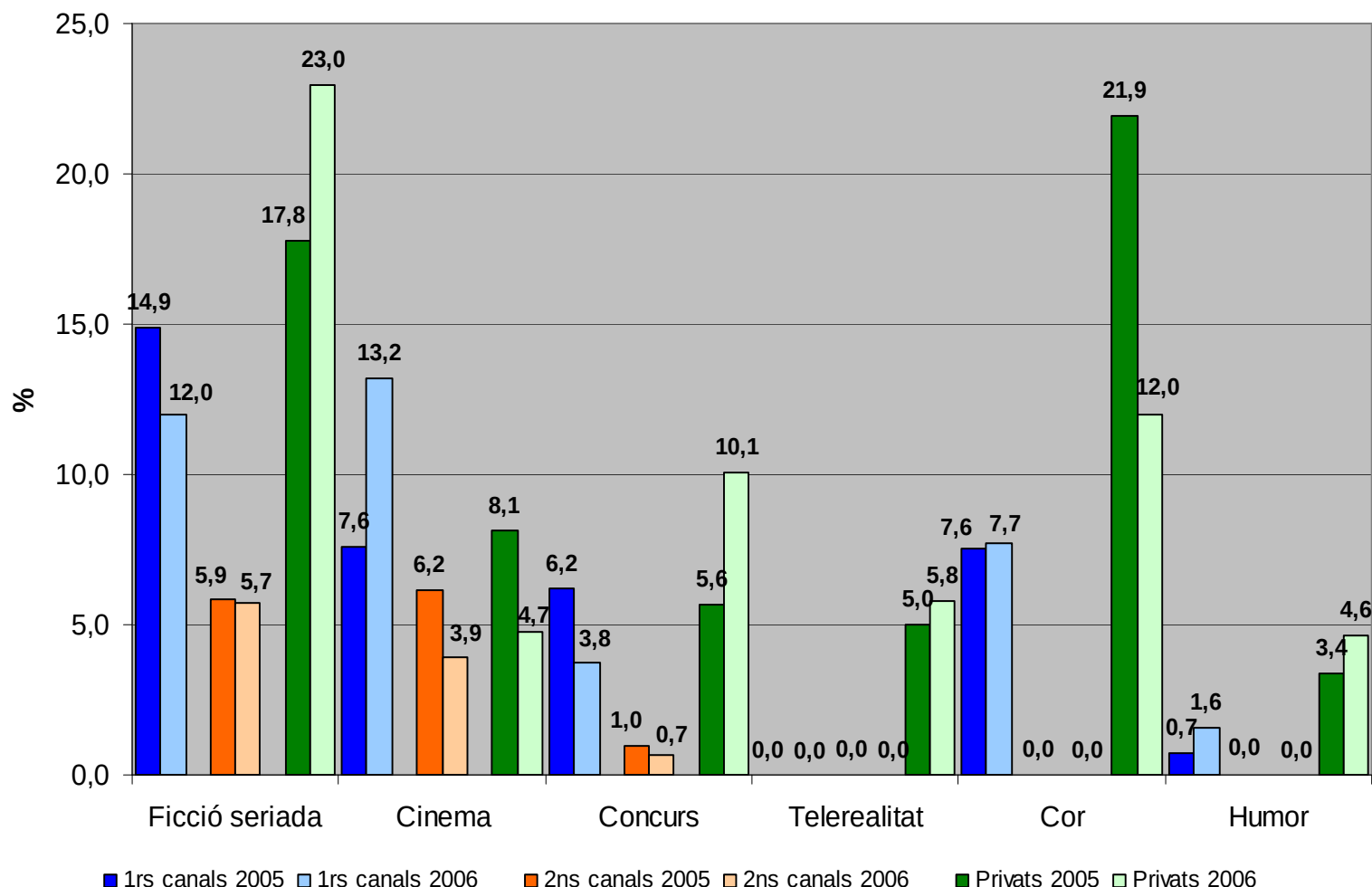
En el cas de les públiques, en canvi, la presència d'aquests gèneres disminueix, tot i que trobem algunes diferències entre els primers i els segons canals. Així, aquests gèneres augmenten lleugerament en les graelles dels primers canals, mentre que disminueixen en les dels segons canals.

Si ens fixem en els canals privats, tots els gèneres de demanda forta augmenten la seva presència, excepte el cor i el cinema, que baixen a la meitat. Els gèneres amb una pujada més forta són la ficció seriada i el concurs (que dobla la seva presència en les graelles). Destaca també que els canvis en la distribució dels gèneres són força més grans que els que trobem en els canals públics. Això pot ser degut a l'impacte de l'entrada de dos nous canals privats (Cuatro i La Sexta).

En canvi, en els primers canals públics trobem una evolució inversa: precisament augmentes aquells gèneres que en les privades cauen (cinema i cor), mentre que disminueixen els gèneres que en les privades experimenten un major creixement (ficció seriada i concurs). Les fluctuacions dels percentatges d'un any a un altre, però, són menors que les que trobem en els canals privats. En general no arriben al 3%, amb l'excepció del cinema que augmenta un 5,58% i pràcticament dobla la seva presència en la graella.

En els segons canals, tots els gèneres de demanda forta disminueixen la seva presència, tot i que de forma força insiugnificant. El canvi més visible és una disminució del 2,26% en el cinema.

Comparació de la distribució dels gèneres de demanda forta en 1rs i 2ns canals públics i en canals privats (total programació, 2005-2006)



Gèneres de demanda inflexible

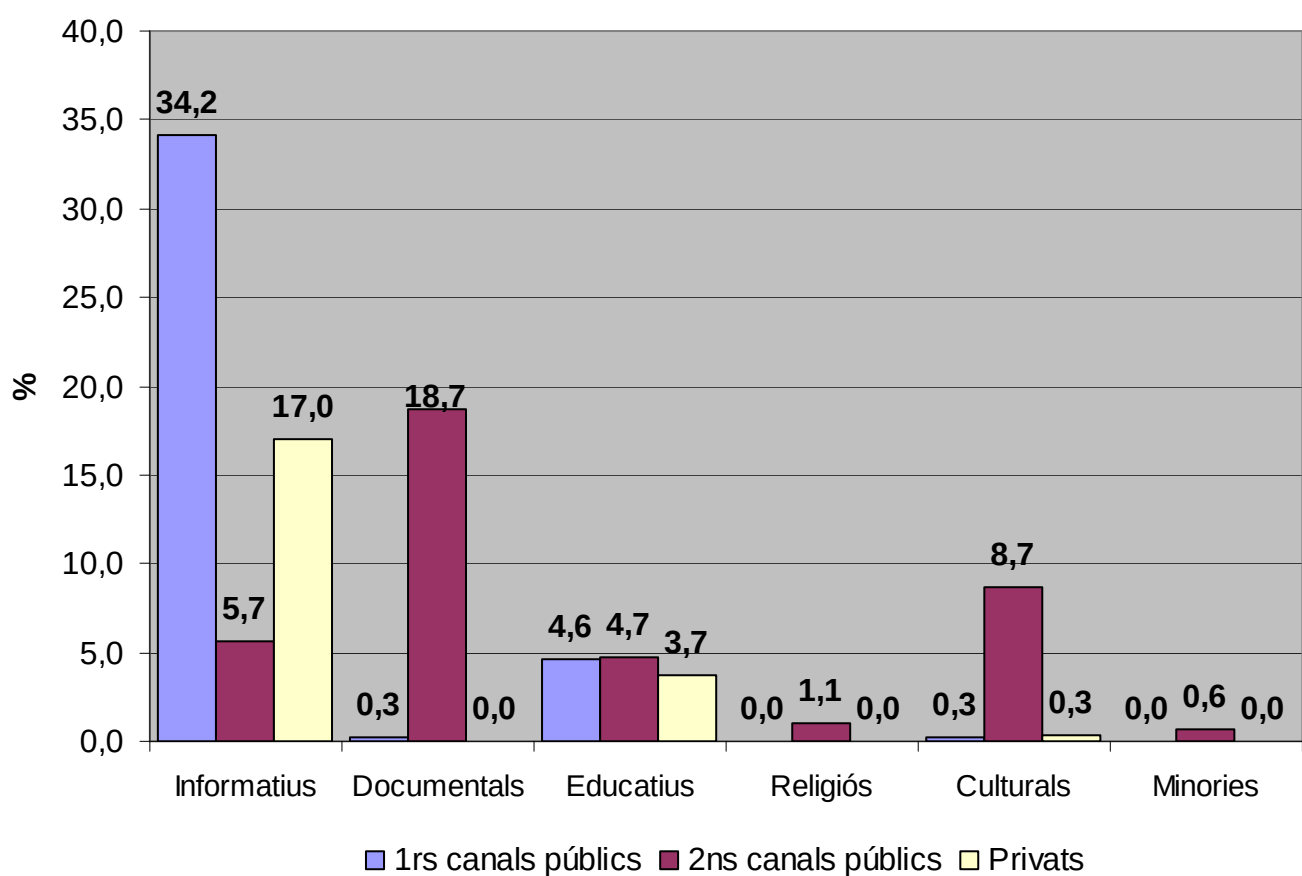
Al contrari d'allò que passava amb els gèneres de demanda forta, en general la presència de cadascun d'aquests gèneres és superior en el conjunt de canals públics (la suma d'aquests gèneres representa aproximadament un 39'38% del temps d'emissió) que en el conjunt dels privats (on només representen un 21,05%).

De fet, la majoria d'aquest gèneres no estan presents en les graelles dels canals privats: només trobem educatius i informatius, i és aquest darrer l'únic gènere de demanda inflexible que té una presència rellevant (representen un 17,03% del temps i és el segon gènere en ordre d'importància).

Si distingim entre primers i segons canals, veiem que la presència global d'aquests gèneres en uns i altres és força similar: al voltant del 40%. Ara bé, la diferència rau en

els gèneres concrets que trobem en uns i altres canals. Així, tal com hem vist amb els canals privats, a TVE1 i TV3 els gèneres de demanda inflexible estan representats quasi exclusivament pels informatius (que representen un terç del temps d'emissió) i els educatius, que representen només un 5%. En canvi amb els segons canals passa tot el contrari, repartint el temps d'emissió entre tots els gèneres d'aquesta categoria, dels que destacarien els documentals i els culturals.

Distribució dels gèneres de demanda inflexible en 1rs i 2ns canals públics i en canals privats (total programació, 2006)

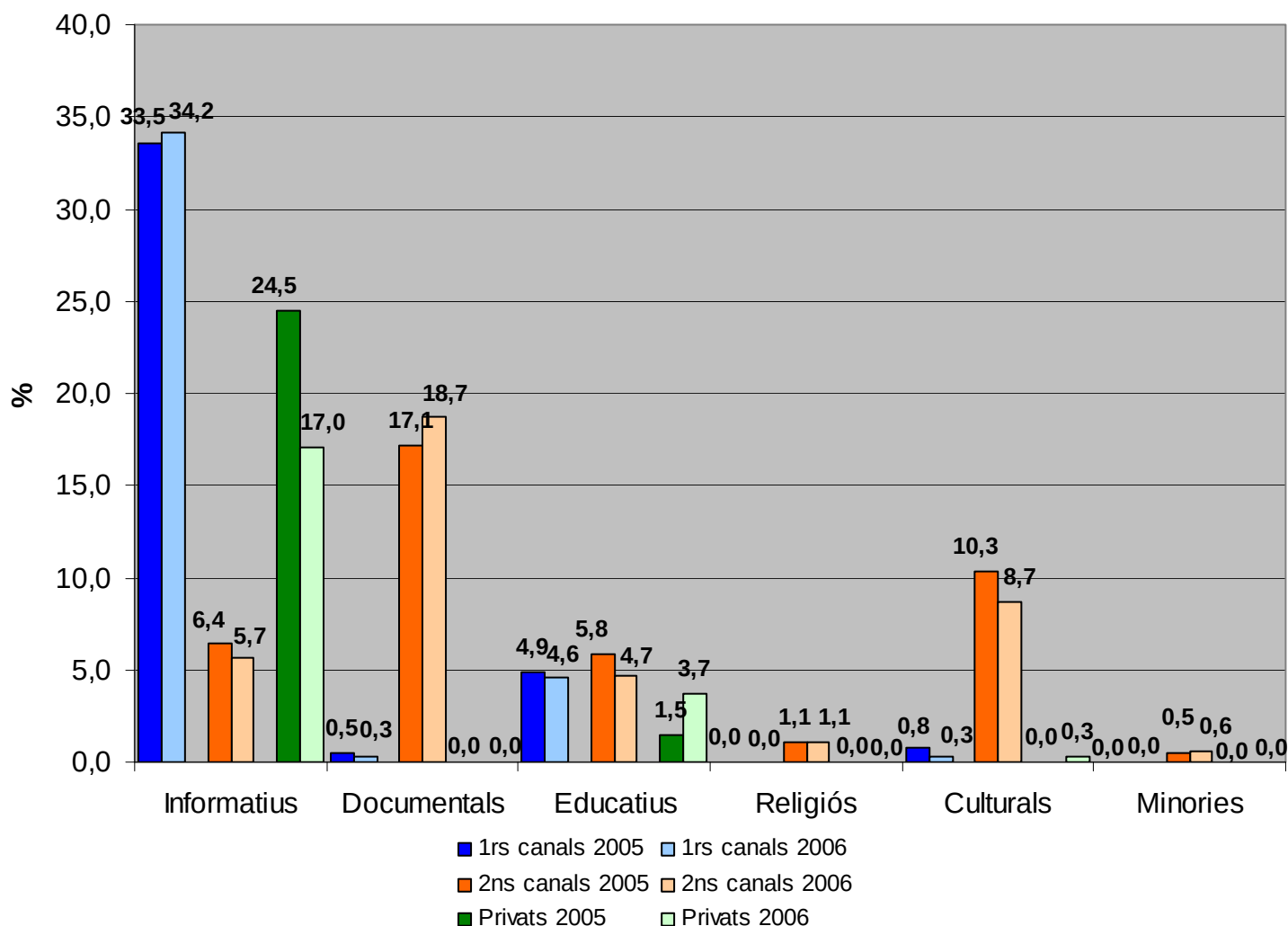


Evolució dels gèneres de demanda inflexible en les graelles de programació

A grans trets, l'any 2006 els gèneres de demanda inflexible disminueixen tant en el conjunt dels canals públics com en el conjunt dels privats, que es on es detecta una caiguda més important, passant d'un 26% a un 21% del temps d'emissió.

Ara bé, tal com passava amb els gèneres de demanda forta hi ha moltes diferències d'un gènere a un altre.

**Comparació de la distribució dels gèneres de demanda inflexible en 1rs i 2ns canals
públics i en canals privats (total programació, 2005-2006)**



Si ens fixem amb les privades, els informatius i els educatius (els dos únics gèneres presents en les graelles) experimenten evolucions oposades. Mentre que els informatius perden més de 7 punts respecte l'any anterior (degut al poc temps que dediquen els dos nous canals a aquest gènere), els educatius augmenten un parell de punts (una variació petita però que suposa multiplicar per 2 el seu pes dins la graella).

Pel que fa als canals públics, l'únic gènere de demanda inflexible que augmenta en primers canals són els informatius. En canvi els documentals, els educatius i els culturals disminueixen el seu temps. Ara bé, tots aquests canvis són quasi imperceptibles, donat que les variacions no representen ni un punt percentual. Aquí hem de destacar que, tot i que aquests canvis siguin mínims, és interessant que l'evolució d'aquests gèneres sigui completament inversa a allò que passa en els canals

privats, on els informatius perden pes i els educatius en guanyen.

En el cas dels segons canals, es rebaixa la presència dels informatius, els educatius i els culturals, tot i que els canvis són mínims (en cap cas arriben al 2%). En canvi, els documentals i els programes per minories augmenten lleugerament, mentre que els religiosos es queden igual. Els gèneres que experimenten un canvi més gran són els documentals, que augmenten la seva presència, i els culturals, que la disminueixen el la mateixa proporció en què han augmentat els documentals (1,66%).

Altres

Pel que fa als gèneres que no es poden classificar estrictament ni com a gèneres de demanda forta ni com a gèneres de demanda inflexible (és a dir, els late-shows, magazines, esports i infantils/juvenils), ens referirem breument als esports i als infantils/juvenils, ja que tenen un pes important en alguns canals.

Així, tal com hem dit en l'anàlisi de les cadenes, els esports i els infantils/juvenils constitueixen l'eix de la programació dels segons canals de les televisions públiques, representant un 22,27% i un 27,10%, respectivament. En canvi, en els primers canals públics i en els privats aquests tenen una presència força secundària, normalment concentrats en el cap de setmana. Ara bé, Cuatro constituïria una excepció, ja que dedica un terç del temps d'emissió als infantils/juvenils (cosa que entenem com una aposta per diferenciar-se, buscant nous públics i fent-se un lloc en el mercat mediàtic).

Si ens fixem en l'evolució que aquests gèneres han tingut respecte l'any anterior, veurem com en els segons canals públics els infantils/juvenils es mantenen estables, mentre que en els primers canals augmenta lleugerament (menys de dos punts percentuals). Ara bé, és en els canals privats on es produeix un canvi més evident, augmentant la seva presència en més de 7 punts, doblant el percentatge del 2005. Com hem dit anteriorment, aquest augment és degut, bàsicament, a la introducció de Cuatro.

Pel que fa als esports, en les privades el seu percentatge augmenta lleugerament, especialment gràcies a La Sexta, que dedica un terç del temps d'emissió dels caps de setmana a aquest gènere. Pel que fa als canals públics, es produeix una mena de traspàs entre aquests canals: en els primers canals disminueixen en al mateixa proporció en la que augmenta en les graelles dels segons canals (aproximadament 4 punts).

3.3.4. Dissimilaritat

La dissimilaritat ens permet mesurar les diferències existents entre els programes oferts per dos canals (o grups de canals). És a dir, és un concepte relacional que indica en quin grau la programació de dos canals és diferent, en relació a la presència i distribució temporal dels gèneres. Per tant ens permet detectar el grau d'imitació que estableixen els canals entre ells.

La dissimilaritat de les cadenes públiques respecte les cadenes privades és alta, és a dir, hi ha un alt grau de diferència entre l'oferta genèrica dels canals públics i privats. Ara bé, per tal de comprendre completament aquesta dada haurem de desagregar els primers dels segons canals, ja que uns i altres tenen perfils molt diferents

Així, analitzar la dissimilaritat distingint entre els primers i segons canals ens ajudarà a veure les diferències de perfil que s'estableixen entre uns i altres, a la vegada que també ens permetrà veure les estratègies de programació d'uns i altres canals.

Dissimilaritat 2006 (total programació)

Cadena	TVE	La2	TV3	C33	T5	Antena3	Cuatro	La Sexta
TVE		1,195 Alta	0,561 Mitjana	1,605 Molt alta	0,694 Mitjana	0,698 Mitjana	1,133 Alta	1,162 Alta
La2			1,222 Molt alta	0,743 Mitjana	1,446 Molt alta	1,382 Molt alta	1,158 Alta	1,118 Alta
TV3				1,585 Molt alta	0,905 Alta	0,863 Alta	1,135 Alta	1,083 Alta
C33					1,707 Molt alta	1,685 Molt alta	1,140 Alta	1,367 Molt alta
T5						0,624 Mitjana	0,840 Alta	0,887 Alta
Antena 3							0,672 Mitjana	0,743 Mitjana
Cuatro								0,739 Mitjana
La Sexta								

Valoració	Desviació
1.20-2.00	Molt Alta
0.80-1.19	Alta
0.50-0.79	Mitjana
0.20-0.49	Baixa
0.00-0.19	Molt Baixa

La dissimilaritat entre els primers i els segons canals de les televisions públiques és molt alta, cosa que confirma la complementarietat que s'estableix entre els perfils d'aquests dos tipus de canals que ja apuntàvem en l'anàlisi de les cadenes. Al mateix temps, la dissimilaritat entre TVE1 i TV3 i entre La2 i el Canal 33 és mitjana, cosa que ens indica les coincidències existents entre el perfil dels primers canals per una banda

i entre els segons canals per l'altra.

Per últim, la dissimilaritat entre els segons canals de les televisions públiques i els canals privats és superior que la que trobem entre els primers canals i els privats (molt alta i alta, respectivament). Així, veiem com els primers canals opten per una estratègia de programació que les apropa a l'oferta dels canals privats, ja que lluiten pel lideratge d'audiència i, per tant, es dirigeixen al mateix tipus de públic. Els segons canals, en canvi, no participen en la "batalla per les audiències" i s'especialitzen en aquells gèneres de demanda inflexible que podrien limitar la competitivitat dels primers canals, complementant l'oferta d'aquests.

Ara bé, és interessant observar com la dissimilaritat entre els primers canals públics i els privats ha augmentat respecte el 2005. L'any anterior les diferències entre TVE1 i TV3 i els canals privats eren menors, tenint una dissimilaritat mitjana. Així, si bé és cert que els primers canals segueixen una estratègia de programació que busca la màxima audiència i que les apropa a les televisions privades, TVE1 i TV3 han fet una sèrie de canvis en la seva programació, coincidint amb l'arribada d'altres canals privats (canvis que hem repassat en l'anterior apartat), que han dut com a conseqüència un augment de les seves diferències respecte els canals privats.

Dissimilaritat 2005 (total programació)

Cadena	TVE	La2	TV3	C33	T5	Antena3
TVE		1,216 Molt alta	0,604 Mitjana	1,506 Molt alta	0,528 Mitjana	0,575 Mitjana
La2			1,074 Alta	0,714 Mitjana	1,297 Molt alta	1,333 Molt alta
TV3				1,296 Molt alta	0,751 Mitjana	0,915 Alta
C33					1,490 Molt alta	1,529 Molt alta
T5						0,481 Baixa
Antena 3						

Valoració	Desviació
1.20-2.00	Molt Alta
0.80-1.19	Alta
0.50-0.79	Mitjana
0.20-0.49	Baixa
0.00-0.19	Molt Baixa

Cal dir, a més, que aquest mateix moviment cap a una major dissimilaritat l'han fet totes les cadenes privades, augmentant la seva distància respecte les altres. Això és especialment clar en els dos nous canals, Cuatro i La Sexta, amb una dissimilaritat respecte els altres canals (ja siguin públics o privats) més alta que les d'Antena 3 i Telecinco. Així, podríem afirmar que la seva estratègia d'entrada en el mercat televisiu espanyol es basa en la diferència respecte la resta de canals, una decisió que, curiosament, els apropa als segons canals públics (amb el que tenen una dissimilaritat menor que la resta de canals, inclosos TVE1 i TV3).

3.3.5. Resum i conclusions

Allò més significatiu de la comparació entre els canals públics i privats, més enllà de la diversitat vertical i la concentració que ens diuen poca cosa, són les diferències en les perfils i com aquests canals contribueixen a la diversitat del sistema.

Així, l'aportació del conjunt de canals públics a la diversitat del sistema és major que la dels privats. Sense els canals públics, el sistema baixa el seu grau de diversitat de molt alt a alt, mentre que sense els privats la diversitat del sistema es manté pràcticament igual. Això, en part, és degut al caràcter complementari dels primers i segons canals, la suma dels quals abraça tant el perfil dels privats com gèneres diferents.

La contribució de cada canal a la diversitat del sistema és pràcticament imperceptible. Així, no hi ha cap canal que tingui una proposta genèrica realment diferenciada respecte les altres. L'absència dels gèneres d'un canal s'equilibra amb els altres, de manera que els canvis són imperceptibles. Només si traiem ens dos segons canals públics a la vegada notem alguna lleu diferència.

Ara bé, una anàlisi de l'aportació i les diferències entre canals públics i privats ens obliga a diferenciar entre primers i segons canals. Així, mentre que els primers tenen un perfil força similar a les privades, pel que fa a la presència i distribució dels gèneres, degut que busquen una audiència majoritària. En canvi, els segons canals s'especialitzen en gèneres que no estan presents en els altres canals. Trobem, doncs, una estratègia de complementaritat que fa que els primers canals puguin lluitar pel liderat mentre els segons canals s'encarreguen d'emetre els gèneres més "minoritaris", que podrien ser un llastre per la competitivitat dels primers.

Això queda palès si analitzem la dissimilaritat. Així veiem com els primers canals públics tenen un índex de dissimilaritat mitjà, que augmenta l'any 2006. en canvi, la dissimilaritat dels segons canals públics amb els privats, i amb els primers canals

públics, és molt alta.

Aquests diferents perfils i estratègies de programació entre els primers i segons canals també es poden exemplificar si estudiem l'evolució dels gèneres en les graelles.

Els gèneres de demanda forta estan més presents en els canals privats (on representen més del 50% del temps d'emissió) que en els públics. En aquests, estan concentrats en els primers canals, on representen un terç del temps total d'emissió, mentre que en els segons canals tenen una presència secundària, al voltant del 10%.

L'any 2006 aquests gèneres augmenten en les privades, especialment la ficció seriada, els concursos i la telerealtat, mentre que el cor i el cinema cauen de forma important. En canvi, en els canals públics disminueixen lleugerament. L'únic gènere de demanda forta que augmenta en els canals públics és el cinema, que guanya presència en els primers canals. En els segons tots aquests gèneres perden importància.

Pel que fa als gèneres de demanda inflexible, aquests estan més presents en els canals públics, on representen al voltant d'un 40%, mentre que en els canals privats aquests gèneres representen al voltant d'un quart del temps total d'emissió. És interessant observar com, tot i que el pes d'aquests gèneres és similar en els primers i segons canals, aquests es distribueixen seguint una lògica d'especialització i complementarietat. Així, en els primers canals trobem els informatius i alguns educatius (coincidint amb els gèneres de demanda inflexible que trobem en les privades), mentre que en els segons canals s'hi concentren els documentals, els culturals, els programes dirigits a minories, els religiosos i els educatius més centrats en la divulgació.

Aquests gèneres perden pes l'any 2006, sobretot en els canals privats. Els informatius són els que més pes perden, degut, sobretot al poc pes que tenen aquests programes en els graelles dels nous canals. En els canals públics també es produeix una davallada, però amb algunes excepcions: els informatius en els primers canals, que augmenten lleugerament la seva presència, i els documentals en els segons.

De totes aquestes dades, el tret més rellevant és l'evolució oposada que segueixen els primers canals de les televisions públiques i els canals privats, canals amb estratègies de programació similars que l'any 2006 augmenta la seva dissimilaritat. Així doncs, sembla que els primers canals públics decideixen diferenciar-se dels privats, amb els que l'any anterior mantenien moltes similitud, potenciant gèneres que aquestes deixen de banda (especialment el cinema i els informatius).

Pel que fa als canvis en els gèneres presents en els canals privats, aquests són

conseqüència, per una banda per unes certes tendències compartides per tots els canals (per exemple, l'augment de la ficció seriada i els concursos i la disminució del cinema). Per altra banda, també incideixen fortament les estratègies de programació amb les que La Sexta i Cuatro han sortit al mercat: canals amb un fort pes dels gèneres de demanda forta, especialment ficció seriada, concursos i telerealtat (però amb una presència menor de cinema i cor, per exemple) i sense donar pràcticament pes als gèneres de demanda inflexible, inclosos els informatius.

3.4. L'anàlisi de la diversitat en la franja de *prime-time*

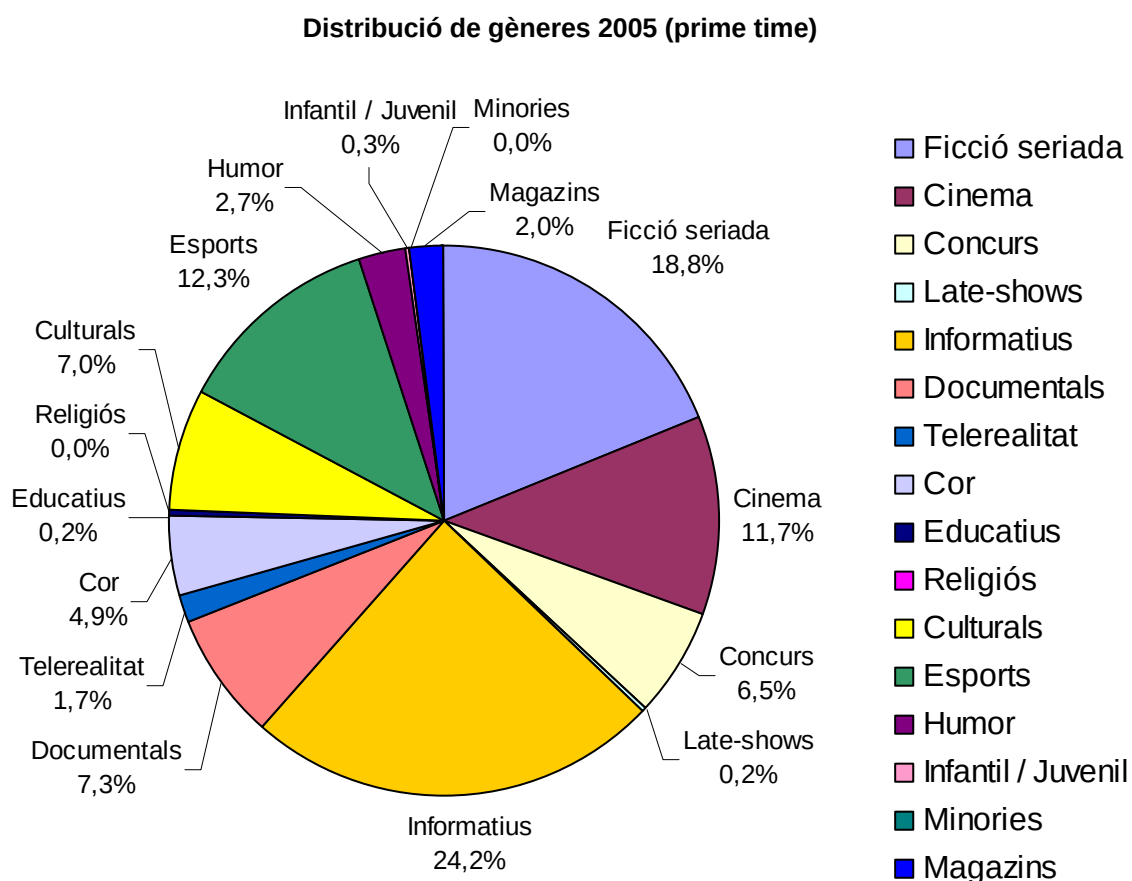
Introducció

Es presenta a continuació una anàlisi pormenoritzada de la diversitat i de la concentració de la programació de les cadenes en la franja de *prime-time*. En aquesta anàlisi es distingeix per una banda, l'anàlisi de la diversitat de gèneres oferta, l'anàlisi de la concentració de gèneres, l'anàlisi de la dissimilaritat de les cadenes, la contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global del sistema, la comparació de les cadenes públiques i de les cadenes privades i, finalment, l'índex d'opció d'elecció que aporta una informació rellevant pel que fa l'oferta real de diversitat que l'espectador pot rebre a casa seva.

3.4.1. L'anàlisi de la diversitat i la concentració de la programació

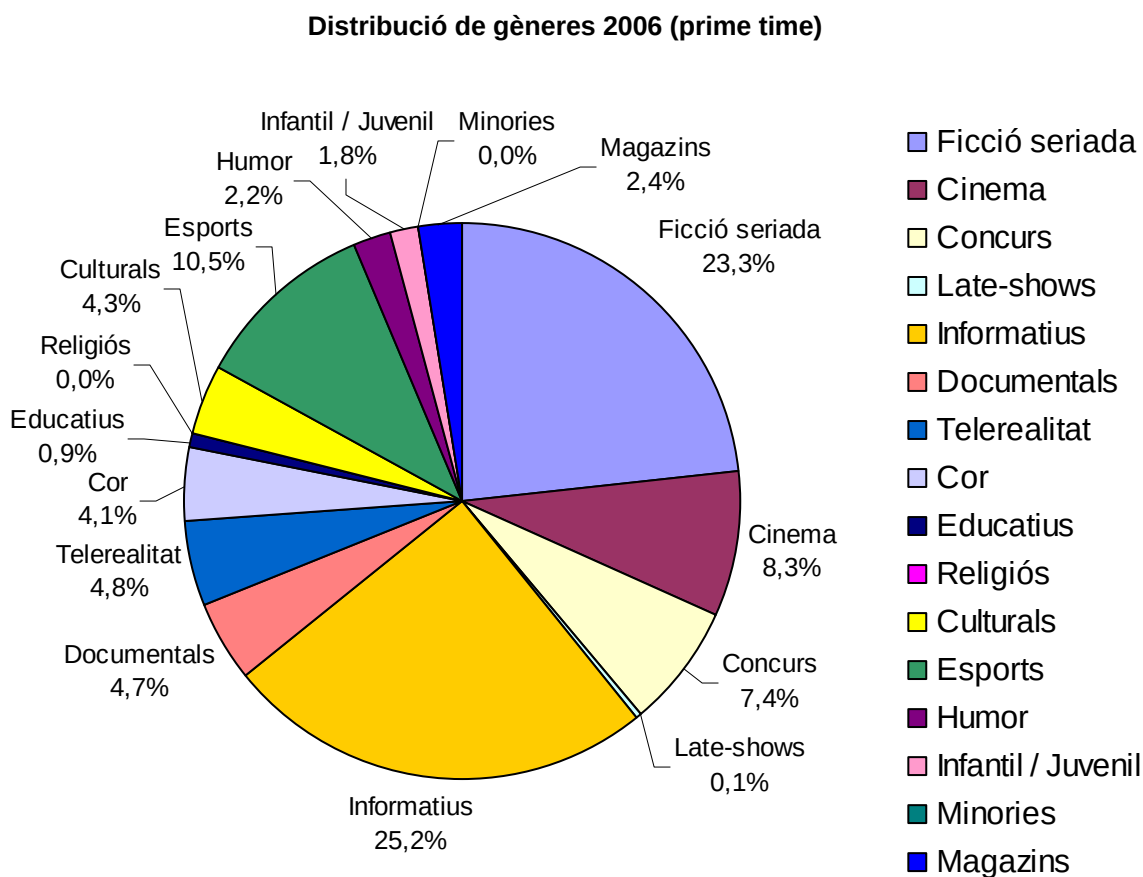
En el *prime-time* de 2005 l'anàlisi de la diversitat disminueix respecte la diversitat de la resta del dia i passa a ser alta, també com a global i desagregada entre dies laborables i cap de setmana.

Les sis cadenes analitzades ofereixen en la franja de *prime-time* de 2005 la següent distribució per gèneres:



Els informatius són de llarg el gènere que té més presència (24%), seguit de la ficció seriada (18,8%), els esports (12,3%), el cinema (11,7%), els documentals (7,3%), la programació cultural (7%), els concursos (6,5%) i el cor (4,9%).

Al 2006 es manté la diversitat de la programació alta i puja també lleugerament respecte al 2005. Pel que fa la distribució de la programació de *prime-time* entre les vuit cadenes es pot observar la distribució següent:



Al *prime-time* de 2006 el gènere amb més protagonisme continua sent el dels informatius (25%), seguit de prop per la ficció seriada (23,3%) i a una distància considerable els esports (10%), el cinema (8,2%), els concursos (7,3), la telerealitat (4,8%) que incrementa la seva presència de forma considerable, els programes culturals (4,2%) i els programes sobre cor (4%)

Pel que fa l'anàlisi de la concentració en la franja de *prime-time*, es manté mitjana tant

al 2005 com al 2006, tot i que en aquesta franja la concentració és superior a la de la resta de franges de la programació. Al 2005 la concentració de la programació en horari de *prime-time* és superior els dies laborables que als caps de setmana a l'igual que al 2006, on la concentració de programació en dies laborables s'acosta al límit de ser una concentració alta (fet que queda compensat pel cap de setmana).

Al 2005 els tres principals gèneres del *prime-time* (informatius, ficció seriada i els esports) representen un 55% de tota la programació i al 2006 un 58%. Cal senyalar que la distància entre el segon i tercer gènere és considerable; és a dir, al *prime-time* està dominat sobretot per informatius i ficció seriada.

Una vegada més cal afegir que aquestes dades son una mostra del que passa en el conjunt de la programació; les diferències significatives es troben en l'anàlisi de les polítiques de programació de cadascuna de les cadenes i que unes i altres queden compensades en l'anàlisi global.

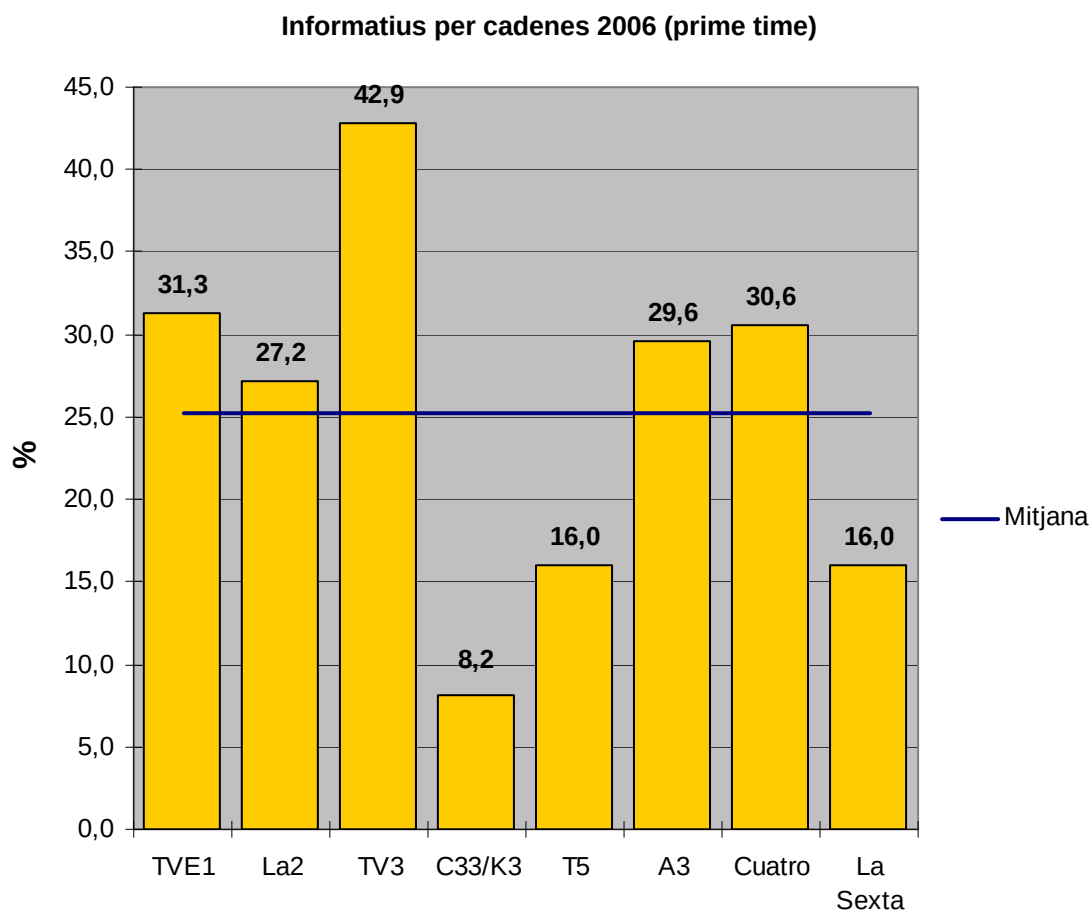
En el *prime-time* de 2006 i a tall d'exemple i prenent el cas del gènere més ben posicionat en el conjunt de la programació, els informatius, la seva presència oscil·la entre un 42% que assoleix el gènere a TV3, i un 15,9% que assoleix a T5 i també a La Sexta o el 8,1% al segon canal de TVC (el C33).

En canvi en el cas de la ficció seriada, tot i que és un gènere que té una presència considerable en totes i cadascuna de les cadenes analitzades, la seva presència es destaca a Cuatro (42,5% de la seva programació), seguit de T5 (28,%), A3 (26,5%), i TV3 (24,4%).

Les diferències en la diversitat oferta per cadascuna de les cadenes i les opcions programàtiques per les que opten cadascuna d'elles es recullen en l'apartat corresponent a l'anàlisi individual on es possible identificar les polítiques de programació adoptades en funció dels segments de mercat al qual s'adrecen.

3.4.2. Contribució de les cadenes a la diversitat de la programació en la franja de *prime-time*

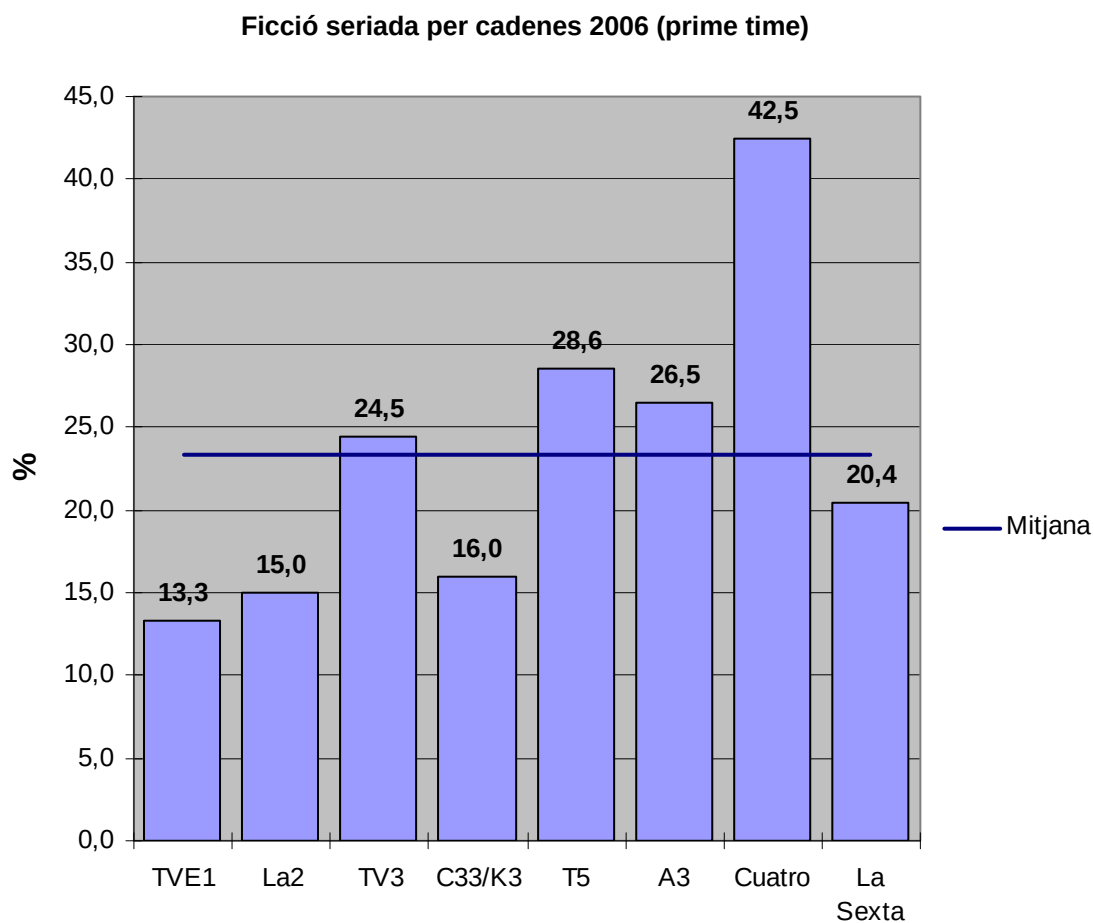
Com s'ha esmentat anteriorment és al *prime-time* on s'accentuen les apostes programàtiques que fa cada cadena donada la competitivitat de la franja. Així, i per ordre creixent, s'analitza a continuació la contribució que fa cadascuna de les cadenes a la diversitat del *prime-time* de 2006.



Com ja s'ha comentat, els informatius són el gènere que té més presència, tant en el conjunt de la programació com en la franja específica del prime-time i, a diferència del que passa al llarg del dia, la seva distribució en horari de prime-time entre les cadenes és molt uniforme, llevat de l'excepció del primer canal de la televisió pública catalana. En aquest sentit, cal senyalar que els informatius són un gènere al que es fa difícil renunciar especialment en aquesta franja i a través del qual les primeres cadenes de les televisions públiques articulen la seva marca diferencial.

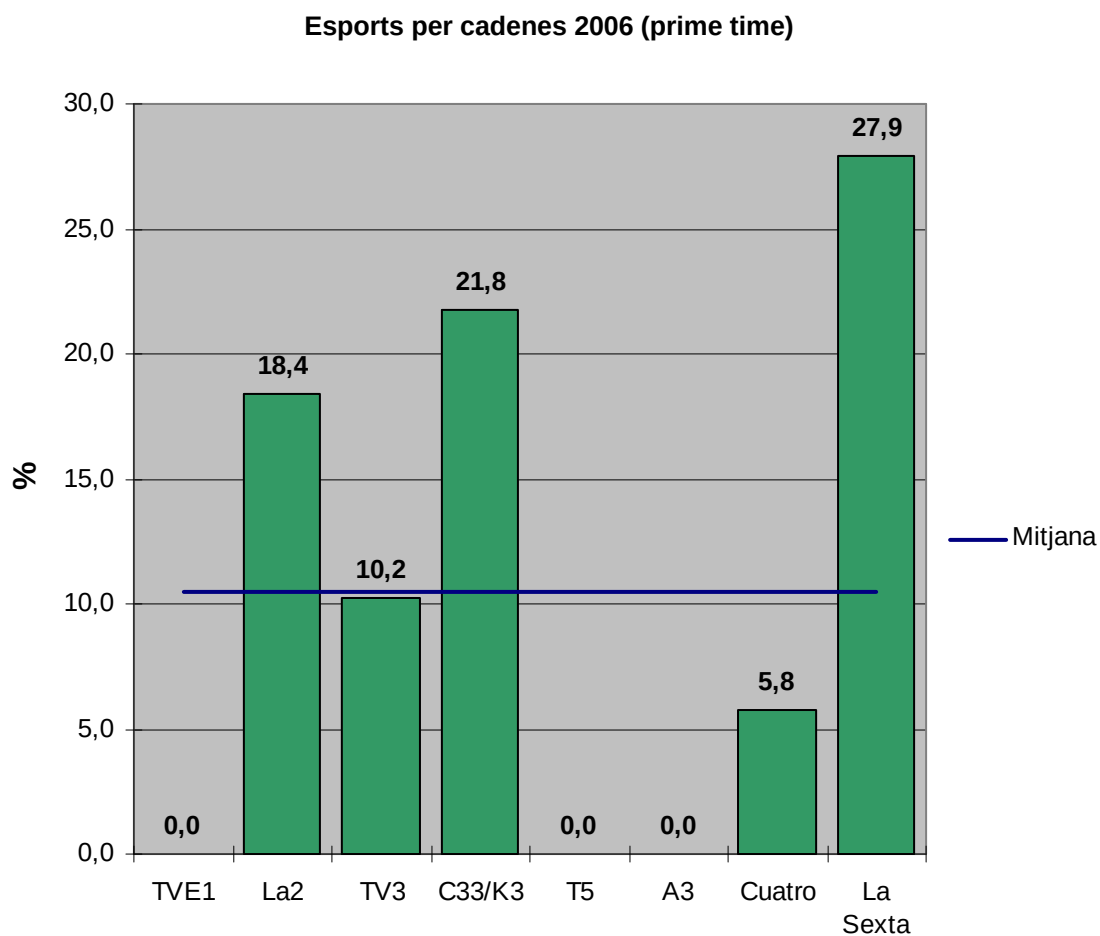
Així, TV3 és de llarg, la cadena que més temps dedica a aquest gènere (42,8%) de la seva graella de prime-time, seguit a més de 10 punts percentuals de TVE1 (31,2%) i a continuació i molt de prop, Cuatro (30,6%), A3 (29,6%), La 2 (27,2%) i La Sexta i T5 amb un empat (15,9).

En aquets gènere es distingeix de forma clara l'opció que fa Cuatro amb els informatius, als que dedica un percentatge elevadíssim i molt superior no només a La Sexta, sinó també a la de la resta de les cadenes privades que ja emeten des de fa temps.



La ficció seriada és el gènere que s'acosta més en temps d'emissió en la franja de prime-time als informatius; el prime-time del sistema dedica un 23,3% a aquest gènere. Respecte al seguiment de la dedicació de temps a aquest gènere entre les cadenes és possible identificar els trets distintius de les cadenes.

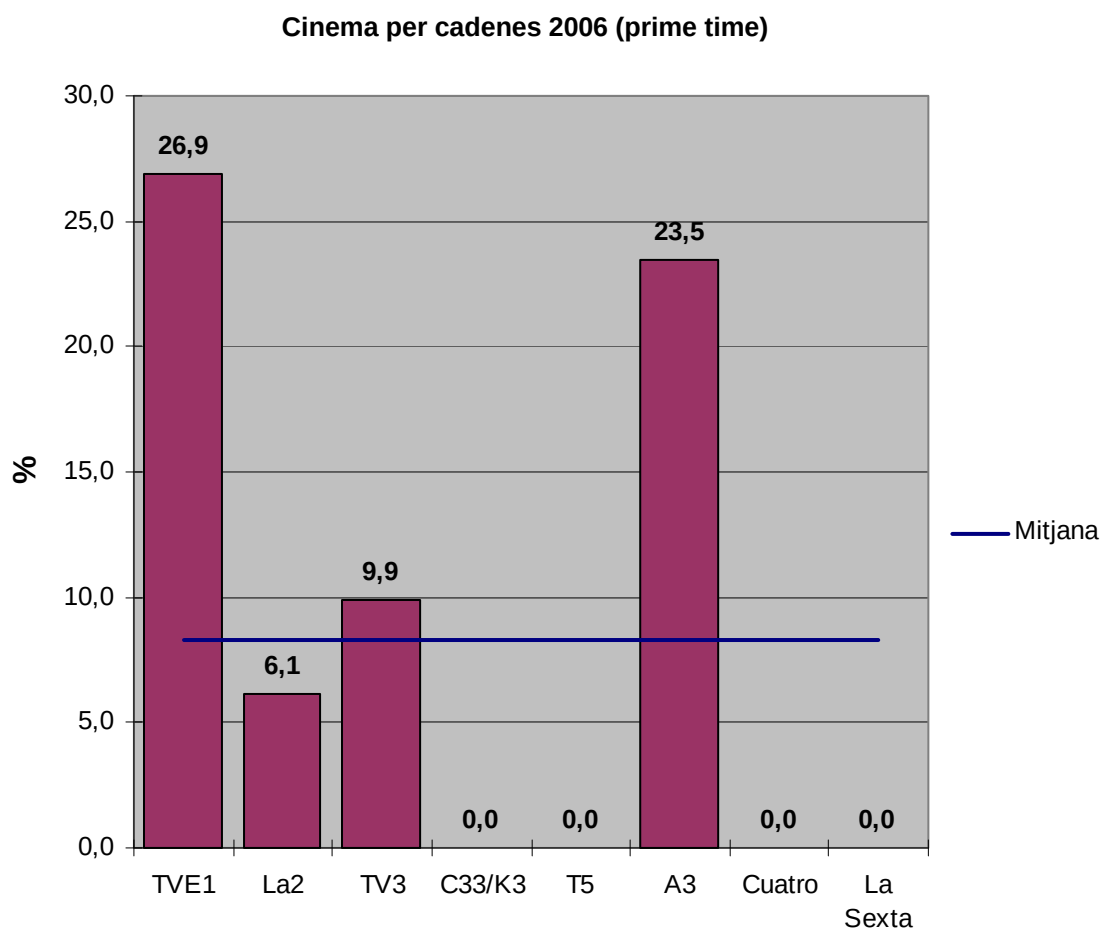
Així, Cuatro converteix aquest gènere en el seu buc insígnia, al qual hi dedica un 42,5% de la seva programació, seguit de les altres dos cadenes privades que ja operaven, T5 (28,5%) i d'A3 (26,5%) i a continuació TV3 (24,4%), La Sexta (20,4%), La 2 (14,9%) i TVE1 (13,2%).



En prime-time, els esports passen a ocupar el tercer lloc de la programació global (10,5%) i també té una distribució desigual. En aquest a franja destaca La Sexta (27,9%) que en fa un tret distintiu de la seva programació, seguit dels segons canals de la televisió pública, el C33 en primer lloc (21,7%) i La 2 (18,3%), i a més distància TV3 (19,2%) i Cuatro (5,7%).

Respecte la programació dels esports, es pot afirmar que llevat de La Sexta que en fa el seu tret distintiu en prime-time, els esports són una opció clara dels segons canals de la televisió pública.

El cinema



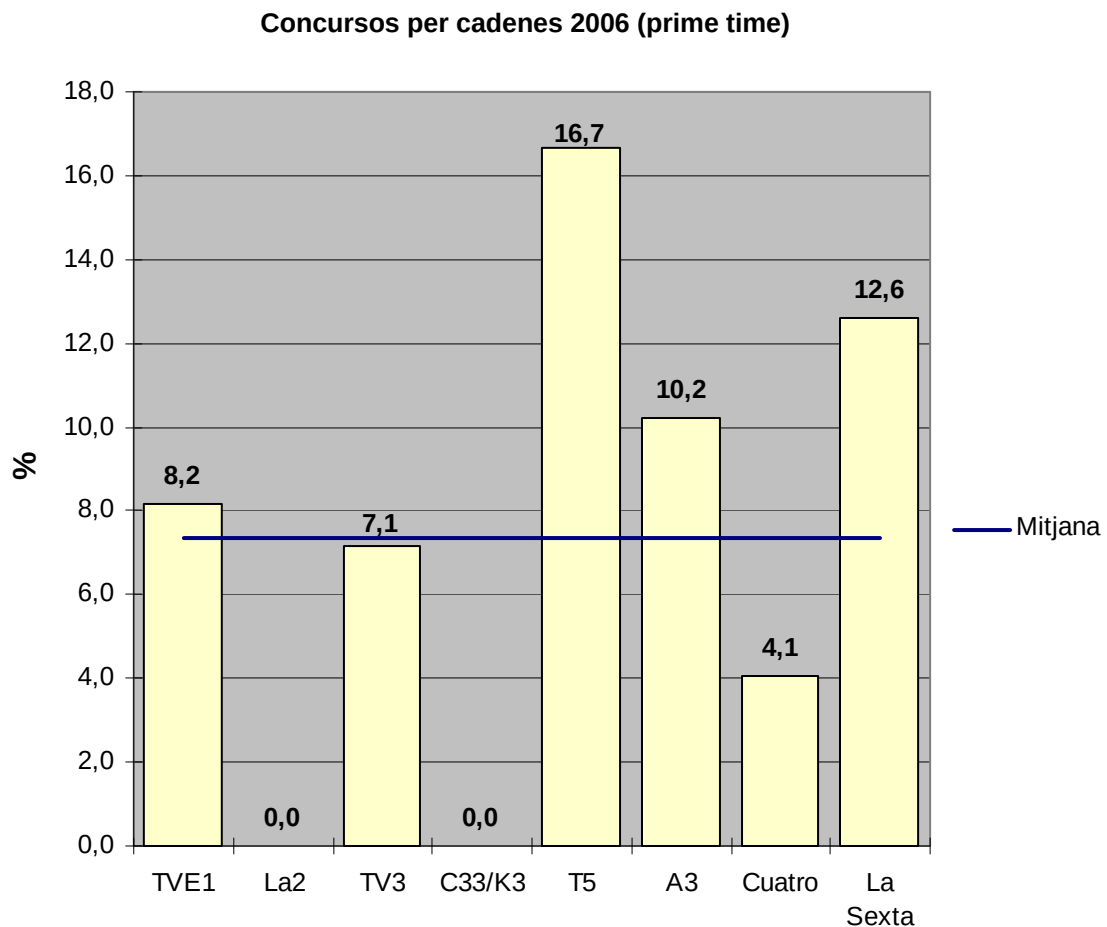
El cinema passa a ocupar el quart lloc de la programació global de les cadenes, tot i que amb un percentatge molt inferior no només al que havia ocupat en altres temporades. El cinema apareix en l'horari de prime-time amb un 8,2% del temps global i la seva distribució entre les cadenes torna a mostrar una dedicació desigual.

Cal senyalar l'absència de programació de cinema en prime-time en quatre cadenes de les vuit analitzades. És a dir, el cinema es concentra en la meitat de les cadenes, entre les que destaca TVE1 (26,8%) i A3 (23,4%) i a molta més distància TV3 (9,8%) i La 2 (6,1%). En la distribució del cinema cal notar una diferència significativa entre la programació de les dues cadenes públiques, que mantenen com a tret comú de la seva programació l'atenció als informatius.

De fet, si es té en compte la distribució esmentada anteriorment de la ficció seriada, la gran diferència entre les dues primers cadenes de la televisió pública està en la

distribució de la ficció seriada i el cinema amb percentatges que, pràcticament es podrien intercanviar: TV3 dedica gairebé tant de temps a la ficció seriada com TVE1 al cinema i TVE1 dedica un percentatge lleugerament superior a la ficció seriada que TV3 al cinema.

Els concursos



Els concursos ocupen un 7,3% de la programació global del prime-time i potser el seu tret més diferencial és la seva absència total dels segons canals de la televisió pública, C33 i La 2 i la seva progressiva implantació en les graelles del prime-time.

Les cadenes que dediquen més temps als concursos són T5 (16,6%) i La Sexta (12,5%), A3 (10,2%), TVE1 (8,1%), TV3 (7,1%) i Cuatro (4%).

3.4.3. L'anàlisi de la dissimilaritat entre cadenes al *prime-time*

La dissimilaritat tal com s'ha esmentat anteriorment, avalua la mesura en la que la programació emesa per dues és cadenes és semblant o diferent com el resultat d'una avaluació feta gènere per gènere. Tal com l'anàlisi de les dades corresponent a l'anàlisi de les cadenes individuals ha pogut mostrar, el C33 mostra la dissimilaritat més gran amb la resta de les vuit cadenes analitzades. Així, els resultats específics mostren que la dissimilaritat més gran entre les vuit cadenes és l'observada entre el C33 i TVE1; aquesta dada sobta en la mesura en que si bé per una banda es tracta d'un segon canal i un primer canal les dues són televisions públiques i seria més esperable en aquest sentit esperar una dissimilaritat superior entre segons canals de les televisions públiques i les cadenes privades.

A continuació, cal destacar la dissimilaritat observada entre el C33 i A3; aquesta dada sí que és esperable, donada la diferència entre la titularitat de les dues cadenes. En tercer lloc se situa la dissimilaritat observada entre La Sexta i T5 i a continuació la dissimilaritat entre T5 i La 2, La Sexta i A3, entre Cuatro i TVE1, La Sexta i TV3, el C33 i TV3, entre La Sexta i La2 i T5 i TVE1.

Dissimilaritat 2006 (prime time)

Cadena	TVE	La2	TV3	C33	T5	Antena3	Cuatro	La Sexta
TVE		0,884 Alta	0,769 Mitjana	1,571 Molt alta	1,048 Alta	0,347 Baixa	1,310 Molt alta	1,408 Molt alta
La2			0,776 Mitjana	0,687 Mitjana	1,381 Molt alta	1,034 Alta	1,003 Alta	1,197 Alta
TV3				1,259 Molt alta	0,993 Alta	0,537 Mitjana	1,214 Molt alta	1,272 Molt alta
C33					1,517 Molt alta	1,517 Molt alta	1,085 Alta	1,211 Molt alta
T5						0,741 Mitjana	1,391 Molt alta	1,442 Molt alta
Antena 3							1,310 Molt alta	1,367 Molt alta
Cuatro								0,711 Mitjana
La Sexta								

Valoració	Desviació
1.20-2.00	Molt Alta
0.80-1.19	Alta
0.50-0.79	Mitjana
0.20-0.49	Baixa
0.00-0.19	Molt Baixa

Tal com l'anàlisi de la dissimilaritat de cadascuna de les cadenes ha pogut mostrar cal senyalar que de les dues noves cadenes privades que comencen a operar al llarg de la temporada de 2006, és La Sexta la que aconsegueix construir una programació més

diferents de la resta de les cadenes.

Pel que fa l'anàlisi de la dissimilaritat per la cua, és a dir les cadenes que ofereixen una programació més semblant i que per tant, presenten uns índexs més baixos de dissimilaritat, el primer lloc l'ocupa de manera poc esperable la programació de les cadenes A3 i TV3 (0,537), seguit de la mostrada entre el C33 i La 2. aquesta segona dada és força més esperable que la primera; els dos canals de les televisions públiques sembla d'entrada que poden ser més semblants que la primera cadena d'una televisió pública i una cadena privada.

A continuació se situa la dissimilaritat mostrada entre La Sexta i Cuatro (de fet la programació de La Sexta és la més semblant a Cuatro però de les dues noves cadenes privades la més diferent a la de la resta de les cadenes); i la mostrada entre TV3 i TVE i en cinquè lloc la mostrada entre TV3 i La 2.

Pel que fa a l'anàlisi de la dissimilaritat al *prime-time* de 2005, és a dir abans de la introducció de les dues noves cadenes privades, la dissimilaritat mes gran es troba entre el C33 i TVE, La 2 i T5, el C33 i A3, C33 i T5 i La 2 i TVE.

Dissimilaritat 2005 (prime time)

Cadena	TVE	La2	TV3	C33	T5	Antena3
TVE		1,259 Molt alta	0,796 Mitjana	1,408 Molt alta	0,816 Alta	0,605 Mitjana
La2			0,639 Mitjana	1,007 Alta	1,367 Molt alta	1,211 Molt alta
TV3				1,034 Alta	0,973 Alta	0,946 Alta
C33					1,279 Molt alta	1,320 Molt alta
T5						0,592 Mitjana
Antena 3						

Valoració	Desviació
1.20-2.00	Molt Alta
0.80-1.19	Alta
0.50-0.79	Mitjana
0.20-0.49	Baixa
0.00-0.19	Molt Baixa

Cal senyalar que la segona dada és més esperable que la primera; és a dir la

dissimilaritat mostrada entre un segon canal d'una publica i una televisió privada és superior a l'esperada entre dos primers canals. A continuació apareix en el rànking la dissimilaritat del C33 amb les dues cadenes privades que ja operaven al territori (A3 i T5) i la cinquena dada mostrada no deixa de sorprendre que és la dissimilaritat entre la primera i la segona cadena de la televisió pública espanyola.

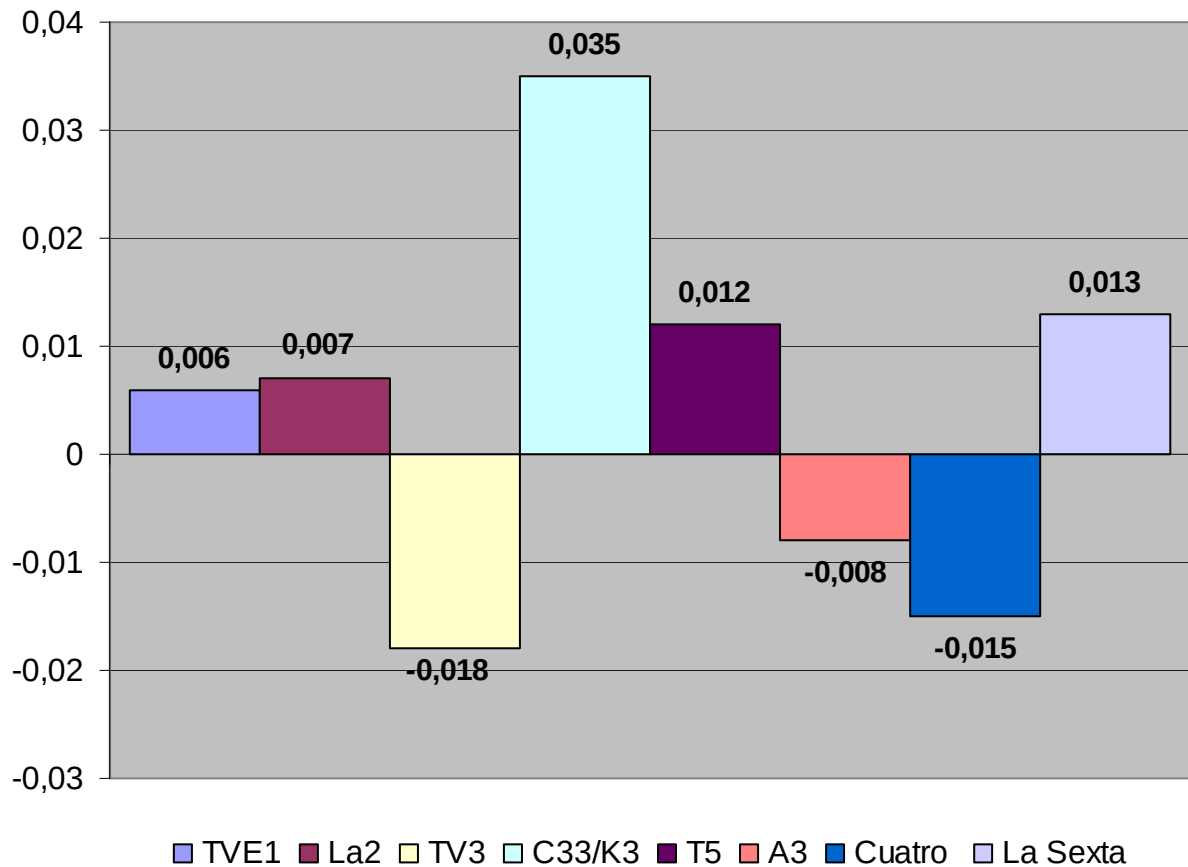
Al 2005 el grau de dissimilaritat més baix entre les cadenes en horari de prime-time – és a dir, les cadenes que tenen una programació més semblant és la mostrada entre A3 i T5 seguit de prop de la mostrada entre A3 i TVE1. Aquesta dada torna a sorprendre pel fet de tractar-se d'una pública i una privada (tot i que un primer canal i no un segon). El tercer lloc en el ranking de dissimilaritat baixa és l'ocupat entre TV3 i La 2 que sorprèn per una badana perquè és la mostrada entre dues cadenes públiques però també entre un primer i un segon canal. Tot plegat remet a la diferent programació dels primers i segons canals de les televisions públiques.

3.4.4 Contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global del sistema

En la franja del *prime-time* la diversitat global de la programació és inferior a la de la resta de les franges horàries, tot i que es manté en un nivell alt (0,779). A diferència de la contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global analitzada a l'apartat anterior, en el cas de 2005 sí que hi ha una cadena que fa variar els índexs globals de diversitat de forma negativa (TV3) i al 2006 són tres cadenes les que tenen una contribució negativa a la diversitat (TV3, A3 i Cuatro).

Al 2006, la cadena que contribueix de forma superior a la diversitat del conjunt de la programació és el C33 (0,035), seguit de La Sexta (0,013) –cal destacar aquest fet donat que es tracta d'una televisió privada -, T5 (0,012), La2 (0,007), TVE1 (0,006). En aquesta franja és possible identificar **les cadenes que tenen una contribució negativa a la diversitat global dels sistema**; aquestes cadenes són: A3 (-0,008), Cuatro (-0,015) i TV3 (-0,018) que és la cadena que contribueix de manera més negativa a la diversitat del conjunt de la programació. Dit d'una altra manera, si no emetessin aquestes cadenes, la diversitat global del sistema s'incrementaria.

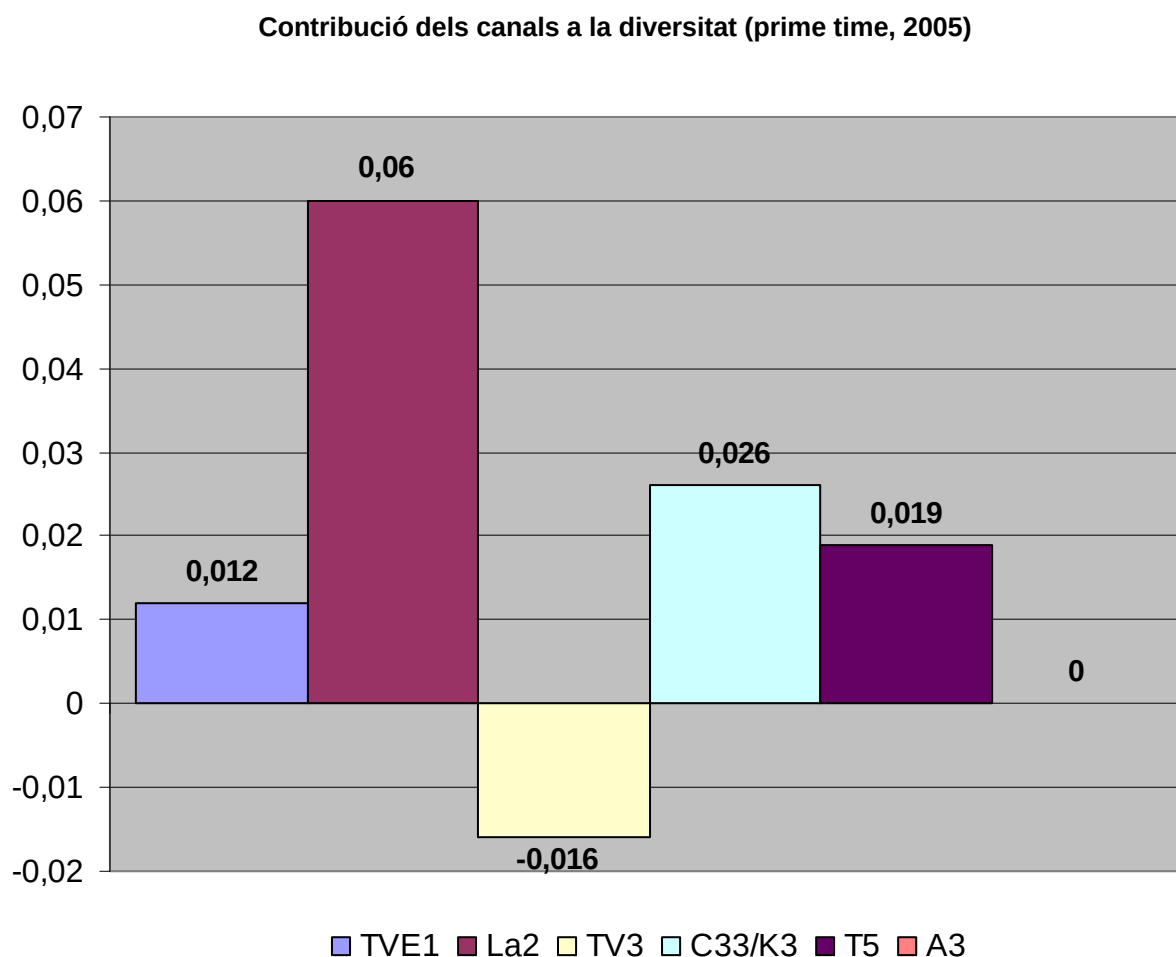
Contribució dels canals a la diversitat (prime time, 2006)



AL 2005, les cadenes que tenen una contribució superior a la diversitat global de la programació són, per ordre, el C33 (0,026), T5 (0,019), TVE1 (0,012), La2 (0,006), A3 no té cap tipus de contribució ni positiva ni negativa, la diversitat és exactament la mateixa tant amb aquesta cadena com sense. **La cadena que té una contribució negativa a la diversitat del prime-time torna ser TV3 (-0,016).** Tot i que els percentatges de diferència són decimals i fins i tot centesimals, cal destacar aquesta contribució negativa de TV3 al conjunt de la diversitat del sistema pel fet de tractar-se d'una televisió pública.

A l'igual que en l'anàlisi de la programació de fora del *prime-time*, s'ha realitzat la mateixa operació per calcular la contribució dels primers canals i dels segons canals de les televisions públiques a la diversitat global del *prime-time*. Tant en el 2005 com en el 2006, l'aportació més gran a la diversitat del sistema la realitzen les segones cadenes de la TV pública; és a dir quan es treuen aquestes dues cadenes del càlcul de la diversitat global de la programació es produeix la davallada més significativa de diversitat. No passa el mateix amb els primers canals que en el 2005 tenen un pes

inferior en la diversitat global que T5 i que La2 i al 2006, les dues primeres cadenes de la TV pública tenen una contribució inferior a la diversitat global del sistema que La Sexta o T5, fet que mostra la proximitat de la programació d'aquestes cadenes a les cadenes privades per sobre dels segons canals.



3.4.5. Índex de l'Opció d'Elecció al *prime-time*

En aquest apartat es passa a analitzar la diversitat horitzontal oferta pel conjunt del sistema. L'índex d'opció d'elecció mostra el nombre de gèneres disponibles per a l'espectador en un moment determinat del dia; normalment aquest índex es calcula per a la franja del *prime-time* i es calcula amb intervals de 30 o de 15 minuts.

Al 2005, amb 6 cadenes operant al conjunt del territori l'índex oscil·la entre 1 (seria el cas de que totes les cadenes estiguessin emetent el mateix gènere) i 6 (cada cadena emet un gènere diferents i, per tant l'opció d'elecció per a l'espectador és màxima. Al 2006, per la mateixa raó, l'índex d'opció d'elecció oscil·la entre 1 i 8, amb l'increment

de dues cadenes més que operen en el territori.

Al 2005 l'índex d'opció d'elecció setmanal va ser de 4,16; els dies laborables de 4,04 i el cap de setmana de 4,46. Els dies en que el sistema ofereix una major diversitat a l'espectador en horari de prime-time són el diumenge (IOE de 5) seguit del dijous (IEO de 4,43); els dies amb menys possibilitat d'elecció en horari de prime-time són dimecres (3,71) i dimarts (3,79).

Al 2006 en canvi, i tal com s'ha comentat anteriorment l'índex pot assolir màxims de 8 i per tant, seria presumible esperar que com a mínim, s'incrementés l'opció d'elecció de forma proporcional. Aquesta dada és la que permet verificar si a un increment en el nombre de les cadenes de televisió correspon un increment proporcional en la possibilitat d'elecció que s'ofereix als usuaris.

Al 2006 l'IOE setmanal és de 5,01; l'IOE en dies laborables és de 4,98 i el de caps de setmana és de 5,07. si l'increment hagués estat proporcional aquests índexs haguessin estat de 5,54, 5,3 i 5,94 respectivament. És a dir, l'increment en el nombre de cadenes no s'ha traduït, com a mínim en la franja de *prime-time* en un increment proporcional de la possibilitat d'elecció per als espectadors. Al 2006 l'IOE més alt, per sobre de la mitjana es produeix durant el *prime-time* del divendres (6,29) i el del dissabte (5,50); en canvi els dies en que l'IOE és més baix són els dimarts (4,43) i el diumenge (4,64). És curiós el fet que el diumenge ha passat de tenir un índex d'opció d'elecció més elevat al 2005 a tenir-lo més baix en 2006.

3.5. Validació/refutació de les hipòtesis a partir de l'explotació de la mostra

1. Un increment en les hores de programació es tradueix en un increment de la Diversitat del sistema.

Malgrat l'increment substancial de les hores de programació (266 hores) el nivell de diversitat global del sistema puja només unes dècimes, de manera que la hipòtesi es confirma tot i que de forma molt ajustada.

La distribució de la diversitat de gèneres es manté a grans trets i a nivell global de forma estable respecte la de 2005, tot i que les diferències més significatives es produeixen a l'interior de les graelles de cada cadena i que, com a resultat de ponderar-ho tot, s'equilibren de forma que al final les variacions globals semblen mínimes. A nivell global, els informatius continuen sent el gènere protagonista, seguit de la ficció seriada, la programació infantil i juvenil, els programes del cor, els esports i el cinema.

Pel que fa el grau de concentració dels gèneres –és a dir, la distribució de temps a cadascuna de les categories genèriques- cal afegir que al 2006 disminueix respecte el 2005 tot i que de forma molt lleugera. Si es desagrega l'índex de concentració entre dies laborables i els caps de setmana és interessant observar que la concentració augmenta; és a dir, que si en el càlcul global el grau de concentració és mitjà això és degut a que la concentració superior dels gèneres emesos entre setmana i els emesos el cap de setmana són gèneres diferents –amb una concentració elevada en cadascun dels casos per separat – però que valorats de forma conjunta es compensen.

2. L'increment d'hores de programació es tradueix en un increment de la concentració de gèneres de demanda forta

Aquesta hipòtesi queda confirmada; efectivament s'incrementen els percentatges de la programació de la ficció seriada, els concursos, els programes d'humor. Ara bé, tot i que els percentatges en què s'incrementen aquests gèneres en global no són espectaculars, cal tenir en compte els canvis en la política de programació de cadascuna de les cadenes i que el sistema televisiu espanyol té una gran capacitat de re-equilibrar-se. Cal fer notar en aquest sentit que es produeixen canvis en la programació d'aquests gèneres entre els primers i segons canals de les televisions públiques i per una altra banda, una aposta clara i significativa de les noves cadenes privades cap a aquests gèneres que els inclouen en les seves graelles de forma rellevant (amb diferències característiques).

3. L'oferta de diversitat global tendeix a disminuir en el *prime-time* (Llei de Hotelling).

Efectivament i tal com prediu la Llei de Hotelling en mercats competitiu, -i el prime-time és un mercat extraordinàriament competitiu- és més rentable per als diferents operadors, mantenir-se en les franges mitges i no arriscar fent productes que s'apartin gaire de la mitjana. La Llei de Hotelling va permetre formular aquesta hipòtesi que es confirma a través de l'existència d'una diversitat menor en la franja de prime-time i una concentració de gèneres superior.

4. La contribució de les cadenes públiques a la diversitat global es superior a la de les cadenes privades.

D'acord amb les dades de les nostres anàlisis, aquesta hipòtesi es confirma. Així, si es calcula l'aportació a la diversitat del sistema del conjunt de canals públics, aquesta és major que la que aporten el conjunt de canals privats. Així, en calcular la diversitat del sistema sense els canals privats aquesta només disminueix algunes dècimes, mantenint-se en molt alta. En canvi, treient tots els canals públics la diversitat del sistema disminueix visiblement fins a ser només alta.

Ara bé, això és degut en bona part a la complementarietat dels primers i segons canals, ja que sumant-los es troben pràcticament tots els gèneres. En canvi, si només es treuen els canals privats, la major part de gèneres continuen presents gràcies als primers canals.

En canvi, l'anàlisi dels primers i segons canals públics per separat ha permès veure com l'aportació a la diversitat del sistema és superior en els segons canals, mentre que és pràcticament inexistent en el cas dels primers. Això és degut a què la graella dels segons canals es basa en gèneres que no trobem en els altres o que són minoritaris, especialment pel que fa a gèneres de demanda inflexible: documentals, educatius, minories, religiosos, culturals... En canvi, els primers canals públics basen la seva graella en els mateixos gèneres que es troben en els canals privats (ficció seriada, informatius, cinema...), d'aquesta manera la seva absència queda compensada per aquests darrers.

Per últim, també cal destacar que cada canal, de forma individual, fa una aportació pràcticament imperceptible. Això mostra que cap canal té una proposta clarament diferenciada de la resta, ja que l'absència d'un d'ells s'equilibra amb els gèneres presents en les graelles dels altres.

Ara bé, també a l'hora de calcular l'aportació individual al sistema són els segons canals els que més contribueixen a la diversitat (especialment el Canal 33). En canvi, els primers canals tenen una contribució similar a la dels privats: TV3 pràcticament no aporta res, mentre que TVE1 té una aportació negativa, és a dir, que sense ell la diversitat del sistema augmenta (tot i que molt lleugerament).

Així doncs, la hipòtesis que els canals públics tenen una aportació a la diversitat del sistema superior a la dels canals privats, només es compliria en el cas dels segons canals públics, és a dir, La2 i el Canal 33 (tot i que es tracta d'una aportació mínima, és la més lata de tots els canals analitzats); mentre que no trobem diferències entre el grau de contribució de TVE1 i el TV3 amb els de les televisions privades.

a) Una disminució del pes relatiu de les cadenes públiques es veu reflectit en una disminució de la diversitat global.

D'acord amb la nostra anàlisi, aquesta hipòtesi no es confirma. Segons això, la disminució del pes relatiu dels canals públics degut a la introducció de Cuatro i La Sexta hauria d'haver fet disminuir la diversitat vertical del sistema. Però l'any 2006 la diversitat global va augmentar (lleugerament) enlloc de disminuir.

Tot i que a partir de les nostres dades no podem identificar les causes d'aquest augment de la diversitat, sí que es després de l'anàlisi comparativa de l'evolució dels gèneres en els diferents canals, que aquest augment és degut a una sèrie de moviments molt lleugers fets pels diferents canals que els porta a diferenciar-se de la resta i, a més a més, de les estratègies de programació dels dos nous canals, que pretenen fer-se un forat a partir de diferenciar-se de la resta.

Així doncs, en el nostre cas no seria cert que la introducció de nous canals privats, amb la conseqüent disminució del pes relatiu dels canals públics, porta a una pèrdua de diversitat al sistema, ja que aquí hi intervenen molts elements diferents, com ara les estratègies d'entrada en el mercat dels nous canals, així com les reaccions de la resta de canals, ja siguin públics o privats (que els poden moure a una major diferenciació els uns dels altres).

b) La disminució del pes relatiu de les cadenes públiques s'acusa en els programes de demanda inflexible.

Observant les dades referents al 2005 i el 2006, sí que detectem una disminució dels gèneres de demanda inflexible (gèneres poc eficients degut a la seva incapacitat d'atreure audiències en la proporció en què s'incrementen els programes), és a dir, informatius, documentals, culturals, educatius, religiosos i programes de minories.

Ara bé, cal ser molt prudent a l'hora d'identificar les causes d'aquesta disminució. Sí que és cert que els canals públics són els que concentren la major part del temps dedicat als gèneres de demanda inflexible i que una disminució del pes relatiu d'aquests canals, conseqüència de l'entrada de nous canals privats, hauria de portar, en teoria a una disminució de la presència d'aquests gèneres en el global.

Però tal com passava en el cas anterior, també s'han de tenir en compte altres factors com les estratègies dels canals públics i privats davant l'entrada de nous canals, les estratègies dels mateixos nous canals per introduir-se en el mercat.

Així, en el nostre cas, s'ha pogut observar com aquesta disminució del pes dels gèneres de demanda inflexible que es produeix l'any 2006 respecte les dades de l'any anterior és deguda, per una banda, a les estratègies de programació dels dos nous canals privats, Cuatro i La Sexta. Per altra banda, també es detecta aquesta mateixa davallada en Telecinco i Antena 3, que es decideixen a maximitzar els gèneres de demanda forta. I per últim, també en els canals públics detectem aquesta tendència, amb una disminució del percentatge dedicat a aquests gèneres, estratègia comuna en els primers (per tal de ser més competitius a l'hora d'aconseguir la màxima audiència possible) i segons canals.

Per tant, una disminució del pes dels gènere de demanda inflexible, igual que un augment dels de demanda forta, pot ser deguda a múltiples factors que es desencadenen quan entren nous actors en el sistema televisiu (així com altres factors que no hi tenen res a veure).

5. Els primers i segons canals de les televisions públiques tenen una diversitat quantitativament i significativament diferent; aquest fet permet identificar dues sub-hipòtesis:

a) La diversitat dels segons canals de les cadenes públiques és superior a la dels primers canals

Això no es compleix exactament. Així com sí que detectem importants diferències entre els primers i segons canals públics pel que fa als gèneres i la seva distribució en la graella, no és així en el cas de la diversitat vertical del canal.

Així, en el cas dels canals de TVE sí que es compliria aquesta hipòtesi, donat que La2 és un canal amb una diversitat alta, mentre que la de TVE1 és mitjana. En canvi, en el cas dels canals de TVC passa just a la inversa. En el cas del prime-time, en canvi, pràcticament no hi ha diferència entre un i altre, tenint tots una diversitat mitjana.

Així doncs, aquest no seria un tret que caracteritzaria i diferenciaria els primers i segons canals de les televisions públiques. Realment és en el perfil de la cadena on trobem els trets més interessants, tal com veurem en el següent apartat.

b) La dissimilaritat entre els primers i segons canals de les cadenes públiques és superior a la dissimilaritat entre els primers canals de les cadenes públiques i les televisions privades.

El nostre estudi confirma aquesta hipòtesi. Si la diversitat vertical no era una dada que ens fos útil a l'hora de caracteritzar i diferenciar els primers i segons canals de les televisions públiques, sí que és rellevant l'anàlisi de la distribució dels gèneres en la graella a través de l'anàlisi de la dissimilaritat, és a dir, la mesura de les diferències existents entre els programes oferts per dos canals, indicant en quin grau la programació és diferent en relació a la presència i distribució dels gèneres.

Així, la dissimilaritat entre els primers i els segons canals de les televisions públiques és molt alta, mentre que la que s'estableix entre ells TVE1 i TV3 i entre La2 i el Canal 33 és menor (mitjana). Això ens indica les coincidències existents entre el perfil dels primers canals per una banda i els segons per l'altra, així com la complementarietat que s'estableix entre els primers i els segons.

Al mateix temps, la dissimilaritat entre els segons canals de les televisions públiques i els canals privats és molt superior a la que trobem entre els primers canals i els privats (molt alta i mitjana, respectivament). Tot això ens confirma que els primers canals de les televisions públiques opten per una estratègia de programació que les apropa a

l'oferta dels canals privats, amb els que lluiten pel lideratge de les audiències. Els segons canals, en canvi, concentren tots aquells gèneres que no aconsegueixen audiències majoritàries i que poden limitar la competitivitat dels primers canals.

Per últim, aquestes observacions sobre la dissimilaritat permeten enriquir les qüestions tractades en la hipòtesi 4, on es tractava la diferent contribució dels canals a la diversitat del sistema. Precisament, els segons canals públics tenen una major aportació a la diversitat del sistema com a conseqüència, no de la seva diversitat interna, sinó del seu perfil diferenciat de la resta de canals (és a dir, la seva molt alta dissimilaritat respecte la resta de cadenes). En canvi, la semblança entre les programacions dels primers canals públics i els privats fan que la contribució a la diversitat d'aquests darrers sigui pràcticament inexistent.

4. Conclusions

A continuació es presenten les principals conclusions a què aquest treball de recerca ens ha permès arribar. Per tal de sistematitzar les conclusions s'ha optat per la seva presentació temàtica.

CONCLUSIONS RELATIVES A LA DIVERSITAT GLOBAL DE LA PROGRAMACIÓ

1. La diversitat de la programació s'incrementa lleugerament al 2006 malgrat que totes les cadenes tendeixen a una menor diversitat i a una major concentració de la seva programació.
2. El conjunt de les cadenes analitzades que operen al territori de l'estat espanyol tenen una diversitat global molt alta.
3. La diversitat global del sistema és inferior en la franja de prime-time. Això és coherent amb la Llei de *Hotellings*, exposada al marc teòric segons la qual en mercats competitius l'estratègia més rentable és arriscar el menys possible i per tant acostar els productes a l'estàndard.
4. La contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global és molt baixa. Això vol dir que la diversitat del sistema pràcticament no se'n ressentiria sense l'aportació d'alguna de les cadenes.

CONCLUSIONS RELATIVES A LA DIVERSITAT DELS GÈNERES:

1. La diversitat de la programació inclou els 16 gèneres de la graella. Els gèneres que reben més atenció són els informatius, la ficció seriada i els programes infantils i juvenils. La resta de gèneres ocupen franges inferiors al 10%.
2. En la franja de prime-time els gèneres protagonistes són els informatius i la ficció seriada que incrementen considerablement la seva presència (entre els dos ocupen gairebé el 50% de la programació), seguit dels esports.
3. Les televisions privades opten de manera generalitzada per gèneres de demanda forta (on representen un 60% de la programació), mentre que en les públiques aquests gèneres ocupen un 25%.
4. Els gèneres de demanda forta ocupen un 40% de la programació dels primers canals i s'equiparen als de demanda inflexible (sobretot de programes informatius); és a dir, s'equilibren.
5. Als segons canals els gèneres de demanda forta són el 10% i els de demanda

inflexible és un 40% (documentals, culturals informatius, educatius, religiosos i de minories), aquest percentatge és semblant al que hi dediquen els primers canals.

6. A les cadenes privades els gèneres de demanda inflexible ocupen un 21%; en canvi en els públics és un 40%.
7. A grans trets es pot afirmar que la programació de les cadenes analitzades pivota al voltant de 3 o 4 gèneres com a màxim i que per tant el grau de concentració mostrada és elevat.
8. La distribució de gèneres al llarg de la setmana permet distingir de manera clara les especialitzacions programàtiques de les cadenes en dies laborables i caps de setmana. Les opcions de programació són complementàries. Per aquesta raó les diversitats globals de les cadenes es mantenen en la franja alta o mitja i en el seu còmput global i també quan se separa el seu càlcul entre dies laborables i caps de setmana.

CONCLUSIONS RELATIVES A LA TITULARITAT DE LES CADENES (PÚBLICA O PRIVADA)

1. El conjunt de cadenes públiques té una contribució a la diversitat superior al conjunt de les cadenes privades, tant al 2005 com al 2006. Sense la contribució de les cadenes públiques al sistema, la diversitat de la programació davallaria de molt alta a alta.
2. La contribució dels segons canals a la diversitat del sistema és significativament superior a la dels primers canals. Aquesta diferent contribució és més apreciable al 2005.
3. Els primers canals de les televisions públiques agregats no contribueixen de manera rellevant a la diversitat de la programació. Les diferències es troben en l'anàlisi de la programació de les cadenes per separat. Així, és possible distingir les cadenes que tenen una contribució positiva a la diversitat (és a dir, si no hi fossin la diversitat del sistema davallaria), de les cadenes que tenen una contribució negativa a la diversitat (és a dir que sense elles, la diversitat global del sistema s'incrementaria). Al 2006, en el primer grup es troben: La2, TV3, C33, T5 i La Sexta. Entre les cadenes que resten diversitat al sistema es troba TVE1, A3 i Cuatro.
4. TVE1 i TV3 ofereixen una programació que és més semblant a la programació

de les cadenes privades que a la dels segons canals. Cal senyalar que TVE és més propera a les cadenes privades que TV3.

CONCLUSIONS RELATIVES A LA DISSIMILARITAT:

1. L'anàlisi de la dissimilaritat mostra que la dissimilaritat més rellevant és entre els segons canals dels televisions públiques i la resta de les cadenes
2. La dissimilaritat dels primers canals és superior a la dels segons canals que a la de les televisions privades; és a dir, que les seves estratègies de programació són més semblants a les de les cadenes privades que els segons canals.
3. La programació dels segons canals es caracteritza per una elevada presència de programació infantil i juvenil i esports, una segona característica és el fet de ser els únics canals que emeten programes de demanda inflexible (documentals, religiosos, minories i culturals).
4. Els informatius són l'únic gènere de demanda inflexible que s'emet en tots els canals i que té un pes rellevant en el conjunt de la programació.

CONCLUSIONS ESPECÍFIQUES SOBRE ELS NOUS CANALS I LA DIVERSITAT GLOBAL DE LA PROGRAMACIÓ:

1. Cuatro i La Sexta desenvolupen unes estratègies característiques en la seva programació consistents en privilegiar la ficció seriada, una dedicació proporcionalment baixa als informatius i molt poca atenció al cinema.
2. Per separat, Cuatro i La Sexta fan apostes que els permeten diferenciar-se de la resta de les cadenes privades i fan apostes poc típiques respecte les esperades en cadenes que comencen a operar en un mercat. Així, Cuatro aposta fort per la programació infantil i juvenil i La Sexta és més diversificada però igualment atípica: programació d'educatiu i d'humor.
3. Aquesta aposta atípica que han fet Cuatro o La Sexta pot ser una de les raons explicatives de l'increment de la diversitat del sistema. A aquest fet cal afegir que els primers canals de la televisió pública fan opcions de programació més properes a la de les televisions privades convencionals (T5 i A3). Per tot això la diversitat global només s'incrementa lleugerament, fet que si no es tenen en compte les estratègies particulars de les cadenes pot fer semblar que

pràcticament no canvia res. Canvia i molt: les noves cadenes privades fan opcions més típiques dels segons canals –dada que confirma l'índex de dissimilaritat- que opcions típiques de les cadenes privades.

4. L'increment en 266 hores de programació no ha tingut un equivalent proporcional en l'increment de l'Opció d'Elecció dels telespectadors, que només ha vist lleugerament incrementada la seva oferta programàtica.
5. Una darrera qüestió que aquest tipus de recerca no pot aclarir i sí que ho podria fer l'aplicació de les dimensions de la diversitat oferta i la diversitat reflectida –per la qual és necessari comptar amb les dades d'audiència- és si existint efectivament un increment proporcional en la diversitat de la programació l'audiència realment optaria per consumir més diversitat.

5. Discussió

Tal com ha quedat reflectit en el marc teòric, la diversitat és un valor extraordinàriament complex, dens en les seves dimensions però que és possible desglossar, sistematitzar, analitzar i sobretot, mesurar. Com s'ha mostrat en la primera part, la diversitat s'explica no només a partir de l'oferta programàtica de les cadenes sinó també a través d'altres decisions i condicionaments estructurals.

En aquest sentit, a l'estat espanyol la recerca a desenvolupar és ingent i es troba les beceroles. A continuació es presenten els elements que al nostre parer precisen d'una sistematització i recerca continuada per aprofundir en l'anàlisi de la diversitat:

1. Analitzar el mercat televisiu específic del nostre entorn tenint en compte els diferents elements senyalats a la primera part per tal d'identificar els límits del sistema i els punts d'equilibri per sobre i per sota dels quals la competència entre cadenes esdevé ruïnosa i òptima respectivament.
2. Analitzar les diferents estratègies competitives de les cadenes.
3. Analitzar les diferències entre la diversitat reflectida i la diversitat oberta. Aquestes són les dimensions que la recerca internacional consolidada ha desenvolupat als darrers anys de forma exitosa. Aquesta recerca dona una mesura real de l'acoblament entre les estratègies dels emissors i els hàbits de consum de l'audiència.
4. Aplicar l'anàlisi de la diversitat a les diferents escales del sistema de mitjans d'un territori i desenvolupar les dimensions corresponents a cadascuna d'aquestes escales:
 - a. El sistema de comunicació
 - b. Un determinat tipus de mitjà
 - c. Un determinat mitjà o capçalera
 - d. Les unitats de contingut de la programació
5. Finalment, sembla particularment rellevant desenvolupar el valor de la diversitat de continguts. En aquest sentit, la recerca desenvolupada en aquestes pàgines adopta el criteri llargament majoritari de la recerca internacional d'adoptar el concepte de gènere com a concepte de mesura. Tal com ha quedat recollit en l'apartat sobre la classificació genèrica, malgrat la seva utilitat i aplicacions presenta algunes deficiències. Com a exemple i referit al cas concret d'aquesta recerca, s'observa que el gènere de la ficció seriada és un gènere present en

gairebé totes les graelles de les cadenes però si no s'aprofundeix en l'anàlisi de contingut no es pot copsar de veritat les diferències que construeixen les diferents cadenes respecte la programació. Així no és el mateix programar *Hospital Central*, *House* o *Aquí no hay quien viva*.

En aquest sentit una de les línies de continuïtat gairebé naturals d'aquesta recerca és el de l'aplicació dels diferents indicadors de la diversitat de continguts per poder copsar a fons les diferències en la programació (en el marc teòric s'ha esmentat per exemple com a indicadors la diversitat de formats, la diversitat demogràfica, la diversitat de punts de vista, la diversitat de temes, d'estils o de recursos).

La recerca que pren com a unitat de mesura els gèneres presenta per una altra banda l'avantatge de permetre la comparació entre cadenes de diferents territoris i plantejar estudis comparats.

6. Bibliografia

ASLAMA, M.; HELLMAN, H.; SAURI, T. (2004) "Does Market-Entry Regulation Matter?: Competition in Television Broadcasting and Programme Diversity in Finland, 1993–2002". *Gazette: The International Journal For Communication Studies*. Vol. 66(2): 113-132.

ASLAMA, M. (2005) "Digitalizing European Public Service Television: the Case of Programme Supply in Finland" Ponència presentada a: *First European Communication Conference – Amsterdam 2005*.

BATES, B.J.; CHAMBERS, T. (1999) "The Economic Basis for Radio Deregulation." *Journal of Media Economics*. Vol. 12(1): 19–34.

BEEBE, J.H. (1977) "Institutional Structure and Program Choices in Television Markets." *The Quarterly Journal of Economics* Vol. 91(1): 15–37.

BLANK, D.M. (1966) "The Quest for Quantity and Diversity in Television Programming". *The American Economic Review*, Vol. 56(1-2): 448-456.

BROOKS, D.E.; DANIELS, G.L.; HOLLIFIELD, C.A. (2003) "Television in Living Color: Racial Diversity in the Local Commercial Television Industry". *Howard Journal of Communication*. Vol. 14(3): 123-146.

BROWN, A. (1996) "Economics, Public Service Broadcasting, and Social Values." *Journal of Media Economics*. Vol. 9(1): 3–15.

BUSTERNA, J.C. (1988) "Television station ownership effects on programming and idea diversity: Baseline data". *Journal of Media Economics*. Vol. 1(2): 63-74.

CHAFFEE, S.H.; WILSON D.G. (1977). "Media-rich, media-poor: Two studies of diversity in agenda-holding". *Journalism Quarterly* (54): 466-476.

CROTEAU, D.; HOYNES, W.; CARRAGEE (1996). "The Political Diversity of Public Television: Polysemy, the Public Sphere, and the Conservative Critique of PBS". *Journalism and Communication Monographs* (157): 1-55.

DeJONG, A.S.; BATES, B.J. (1991). Channel diversity in cable television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 35, 159-166.

DOMINICK, J.R.; PEARCE, M.C. (1976) "Trends in Network Prime-Time Programming, 1953-74". *Journal of Communication*. Vol. 26 (1)

EINSTEIN, M. (2002) "Program Diversity and the Program Selection Process on Broadcast Network Television". Study# 5: FCC Media Ownership Working Group Paper.

ENTMAN, R.M.; WILDMAN, S.S. (1992) "Reconciling Economic and Non-economic perspectives on media policy: transcending the marketplace of ideas". *Journal of Communication*. Vol. 42(1): 5-19.

FLEW, T. (1995) "Pay TV and Broadcasting Diversity in Australia". *Media Information Australia*. (77): 130-138

GRANT, A.E. (1994) "The Promise Fulfilled? An Empirical Analysis of Program Diversity on Television". *Journal of Media Economics*. Vol. 7(1): 51-64

GREENBERG, B.; BARNETT, H. (1971). "Television program diversity – New Evidence and Old Theories". *The American Economic Review*. Vol. 61(2): 89-93.

GUTIÉRREZ GEA, C. (2000) "Televisión y diversidad: génesis, definiciones y perspectivas de la diversidad en las televisiones públicas y comerciales". *Ámbitos: revista andaluza de comunicación* (4), 69-86.

HAMILTON, J.T. (1996) "Private Interests in 'Public Interest' Programming: An Economic Assessment of Broadcaster Incentives." *Duke Law Journal*. Vol. 45(6): 1177–1192.

HELLMAN, H. (2001) "Diversity – An End in Itself? Developing a Multi-Measure Methodology of Televisión Programme Variety Studies". *European Journal of Communication*. Vol 16(2): 181-208.

HELLMAN, H.; SAURI, T. (1995) 'Diversity in the Prime-Time Programme Supply 1980–1992'. A: Heikki Kasari (ed.) *Audience Research Review 1995*. Helsinki: YLE. p. 9–20

HERMAN W. LAND ASSOCIATES, INC. *Television and the Wired City*. Washington: National Association of Broadcasters, 1968.

HILLVE, P.; MAJANEN, P.; ROSENGREN, K.E. (1997) "Aspects of Quality in TV Programming: Structural Diversity Compared over Time and Space". *European Journal of Communication*, Vol. 12(3): 291-318.

HORWITZ, R.B. (2005) "On Media Concentration and the Diversity Question". *The*

Information Society. Vol. 21(3): 275-292.

HUERTA WONG, J.E.; LOZANO RENDÓN, J.C. (2001) "La programación televisiva mexicana de 1999 desde la perspectiva de la diversidad". *Anuario de Investigación de la Comunicación Coneicc*, (8).

IOSIFIDES, P. (1999) "Diversity versus Concentration in the Deregulated Mass Media Domain." *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 76(1): 152–162.

JACKA, M. (2002) "Cultural Diversity in Australian Television Drama". Creative Industries Research and Applications Centre, QUT.

KAMBARA, N. (1992) "Study on Diversity Indices Used for Programming Analysis". *Studies of Broadcasting* (28): 195–206.

KOEMAN, J.; PEETERS, A.; D'HAENENS, L. (2005) "Diversity Monitor 2005: Diversity as a Quality Aspect of Television in the Netherlands." Ponència presentada a: *First European Communication Conference – Amsterdam 2005*.

KUBEY, R.; SCHIFFLET, M.; WEERAKKODY, N.; UKEILEY, S. (1995) "Demographic diversity on cable: Have the new cable channels made a difference in the representation of gender, race, and age?" *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, (39): 459-471.

LE DUC, D.R. (1982) "Deregulation and the dream of diversity". *Journal of Communication*. Vol. 32(4): 164-178.

LEON, B. (2003) "Prime-time programming in European public television. Information, entertainment and diversity". Ponència presentada al congrès d'IAMRC celebrat el 2004 a Porto Alegre.

LEVIN, H.J. (1970) "Competition, Diversity, and the Television Group Ownership Rule". *Columbia Law Review*. Vol. 70(5): 791-835.

LEVIN, H.J. (1971) "Program Duplication, Diversity, and Effective Viewer Choices: Some Empirical Findings". *The American Economic Review*. Vol. 61(2): 81-88.

LI, S.S.; CHIANG, C. (2001) Market Competition and Programming Diversity: A Study on the TV Market in Taiwan". *Journal of Media Economics*. Vol. 14(2): 105-119

LIN, C.A. (1995) 'Diversity of Network Prime-Time Program Formats During the 1980s',

Journal of Media Economics Vol. 8(4): 17–28.

LITMAN, B. R. (1979) "The Television Networks, Competition and Program Diversity". *Journal of Broadcasting*. (23): 393-409

LITMAN, B.R. (1992) 'Economic Aspects of Programme Quality: The Case for Diversity'. *Studies of Broadcasting* (28): 121–56.

LONG, S. L. (1979) "A Fourth Television Network and Diversity: Some Historical Evidence". *Journalism Quarterly* Vol. 56(2): 341-45

MCDONALD, D.G.; DIMMICK, J. (2003) "The Conceptualization and Measurement of Diversity." *Communication Research*. Vol. 30 (part 1): 60-79.

MCDONALD, D.G.; LIN, S. (2004) "The Effect of New Networks on U.S. Television Diversity". *Journal of Media Economics*. Vol. 17(2): 105-121.

NAPOLI, P.M. (1997) 'Rethinking Program Diversity Assessment: An Audience-Centered Approach' *Journal of Media Economics* 10(4): 59–74.

NAPOLI, P.M. (1999) "Deconstructing the diversity principle". *Journal of Communication*. Vol. 49(4): 7-34.

NISHINO, Y. (1994) "Diversity in tv Programming in Japan". *Studies of Broadcasting*. (30): 115-130.

NOAM, E.M. (1987) "A Public and Private-Choice Model of Broadcasting." *Public Choice* (55): 163– 187.

OBA, G. (2004) "A Case Study of Program-type Diversity in Japanese Evening Television". *Keio Communication Review* (26): 101-121.

OWEN, B.M.; WILDMAN, S.S. (1992) *Video Economics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

PARK, S. (2005) "Competition's Effects on Programming Diversity of Different Program Types". *The International Journal on Media Management*. Vol. 7 (1-2): 39-54.

PICARD, R. (2000) "Audience Fragmentation And Structural Limits On Media Innovation And Diversity". A: VAN CUILENBURG, J.; VAN DER WURFF, R. *Media and Open Societies: Cultural, Economic and Policy Foundations for Media Openness in East and West*. Amsterdam: Het Spinhuis.

PICARD, R.G. (Ed.) (2000) *Measuring media content, quality, and diversity*. Turku, Finland: Turku School of Economics and Business Administration.

SARRINA LI, S. CHIANG, C (2001) Market Competition and Programming Diversity: A Study on the TV Market in Taiwan". *Journal of Media Economics*. Vol. 14(2): 105-119.

STEINER, G.A. (1963) *The People Look at Television: A Study of Audience Attitudes*. New York: Alfred A. Knopf.

VAN CUILENBURG, J. (1997) 'Diversity Revisited: Towards a Critical Rational Model of Media Diversity'. A: BRANTS, K.; HERMES, J.; VAN ZONEN, L. (eds) *The Media in Question: Popular Cultures and Public Interests*. London: Sage. p. 38–49

VAN CUILENBURG, J. (1999) "On Competition, Access and Diversity in Media, Old and New". *New Media & Society*. Vol. 1(2): 183–207.

VAN CUILENBURG, J. (2000) "On Measuring Media Competition and Media Diversity: Concepts, Theories and Methods". A: Picard, R. G. (Ed.) *Measuring media content, quality, and diversity*. Turku, Finland: Turku School of Economics and Business Administration, p. 51-80.

VAN DER WURFF, R. (2001) "Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market" *Journal of Media Economics*. Vol. 14(4): 213-229.

VAN DER WURFF, R. (2004) "Supplying and Viewing Diversity: The Role of Competition and Viewer Choice in Dutch Broadcasting". *European Journal of Communication*. Vol. 19(2): 215-237.

VAN DER WURFF, R. (2005) "Competition, Concentration and Diversity in European Television Markets." *Journal of cultural Economics*. (29): 249-275.

WAKSHLAG, J.; ADAMS, W.J. (1985) 'Trends in Program Variety and the *Prime-time* Access Rule'. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. Vol. 29(1): 23–34.

WILDMAN, S.S.; ROBINSON, K.S. (1995) "Network Programming and Off-Network Syndication Profits: Strategic Links and Implications for Television Policy". *The Journal of Media Economics*. Vol. 8 (2): 27-48

WOOD, B. (2004) "Genre Diversity and the State's Hegemony Over Free-to-air

Television in New Zealand". *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*. (112): 201-220.

7. Annexos