

L'avaluació de la diversitat de la programació televisiva

Eva Pujadas i Mercè Oliva

- *Aquest article situa la diversitat de la programació televisiva com un dels elements definidors de l'especificat dels serveis públics de radiotelevisió. La diversitat és un valor consensuat per polítics, programadors i espectadors, però que en la seva significació esdevé dispers. El text sistematitza les dimensions de la diversitat, els seus índexs de mesura i construeix un protocol d'anàlisi. En una segona fase, l'aplica a l'Estat espanyol, on l'avaluació de la diversitat i, de forma específica, de la contribució que cada cadena fa a la diversitat global del sistema és una tasca pendent des que existeix la televisió.*

Paraules clau

Qualitat televisiva, diversitat, programació televisiva, servei públic, mercat mediàtic.

Eva Pujadas i Mercè Oliva

Professores i investigadores del Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra i membres del Grup de Recerca UNICA-UPF

1. Presentació

Aquest article és un resum de les principals aportacions realitzades amb motiu d'un treball de recerca realitzat per al CAC que porta per títol *Construcció d'un protocol d'anàlisi de la diversitat de la programació televisiva*. El text complet d'aquesta recerca, les dimensions de la diversitat i els seus índexs de mesura, així com els resultats de la seva aplicació a l'avaluació de la diversitat a l'Estat espanyol es poden trobar al web següent: <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Analisi_diversitat_programacio_tv_Eva_Pujadas_abril_07.pdf>

2. Introducció: per què la diversitat?

Davant la discussió sobre els valors últims de la radiotelevisió, el valor de la diversitat ha estat tradicionalment un dels més citats en els diversos ordenaments que han estructurat la TV pública, especialment a Europa, tot i que no de manera exclusiva (han estat també tradicionals els debats entorn de la diversitat als Estats Units, al Canadà, al Japó, a Austràlia i, recentment, als països asiàtics com ara Corea i Hong Kong, tot i que ressegueixen majoritàriament els debats i les referències endegats en el context europeu).

En el cas espanyol, i atesa la indefinició i les ambigüitats amb les quals 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 d'allò que els

programadors i els 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 s'ha aprovat l'entrada de nous operadors en els mercats televisius, sigui en contextos neoliberals d'obertura del mercat o en els casos en què s'ha volgut donar atenció a la cobertura de la diversitat territorial, lingüística, nacional, ètnica, grupal, etc. de les societats modernes, cosa que ha donat lloc a l'existència de les televisions d'àmbit autonòmic i local.

Un dels documents que condensa 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 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 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 s'havia de traduir en un increment de la diversitat de la programació oferta als telespectadors, fet que, al seu torn, n'incrementaria la llibertat d'elecció i tot plegat repercutiria pràcticament de forma "natural" en un increment de la qualitat televisiva.

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 mitjans, sinó que ha estat un argument sovint contradit pel mateix funcionament dels mercats televisius.

En el cas de l'Estat espanyol, no cal dir que després de cinquanta anys de l'arribada i la implantació de la televisió, l'estructura i el mercat televisiu han canviat de manera extraordinària. També és evident 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 que cal aclarir és l'impacte que cadascuna de les cadenes de televisió té en l'oferta de la diversitat total del sistema.

Aquest treball de recerca va coincidir en el temps amb la introducció de dues noves cadenes de televisió d'àmbit estatal, Cuatro i La Sexta. En la mesura en què el sistema de televisió del nostre país només ha començat a canviar, però que s'hi 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.

Per aquesta raó, es va aprofitar l'objectiu inicial d'avaluar la diversitat existent en la programació televisiva per testar la contribució específica de cadascuna de les cadenes i mesurar si la diversitat global del sistema s'incrementava o no un cop estiguessin implantades i consolidades les ofertes dels nous canals, sense que sigui possible identificar-ne una relació de causa-efecte, com es veurà a continuació.

Per tant, l'objectiu d'aquest treball de recerca va ser d'identificar i sistematitzar una mesura o un conjunt de mesures per avaluar la diversitat de la programació televisiva, tant en el seu conjunt com la contribució que cadascuna de les cadenes té en el global de la programació. L'avaluació de la diversitat havia 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 els segons canals de la televisió pública, etc.

3. La diversitat de la programació a l'Estat espanyol: qüestions prèvies

La majoria dels estudis realitzats situen la diversitat com una variable dependent de tres tipus de condicions:

- Les **condicions estructurals** del context de referència. Aquestes condicions inclouen qüestions relatives a la legislació, l'establiment de quotes de programació, el nombre d'operadors, etc.
- Les **decisiones estratègiques de penetració** en un mercat determinat que adopten els directius de les cadenes, així com les decisions relatives a polítiques de producció i de programació.

- Les **decisiones més o menys conscients que realitzen els espectadors** a l'hora de consumir uns programes de televisió o uns altres.

Una segona constant en els estudis sobre la diversitat de la programació és la de situar-la en el mercat específic en el qual s'avalua; és a dir, el mercat mediàtic. En altres paraules, la diversitat de la programació televisiva no fluctua de la mateixa manera que la diversitat del mercat de les sabates, l'electricitat o els operadors de telefonia mòbil.

L'informe elaborat descriu i justifica les característiques del mercat mediàtic i l'impacte que cadascuna d'aquestes característiques té en l'oferta global de la diversitat de la programació. Breument, aquestes característiques són:

- El mercat mediàtic és un **mercat essencialment oligopòlic** (Levin 1971; Van Cuilenburg 2000), ateses, principalment, dues raons. La primera és que el mercat mediàtic no és un mercat de competència perfecta (que implica l'absència de diferenciació entre productes) i la segona raó es basa en l'estructura específica del cost dels productes mediàtics (costos de creació elevats i/o compra de la primera còpia però costos molt baixos de duplicació i distribució). Això implica que la grandària de l'empresa és essencial en el mercat en la mesura que les grans empreses poden produir o comprar diversos productes i finançar els fracassos amb productes rendibles.
- La **lleï de Hotelling**. Aquesta llei descriu com en els mercats competitius, l'actuació més racional per als productors de mercaderies –els programes–, més rendible, és fer els seus productes el més semblants possible. Aquesta llei, aplicada al mercat mediàtic, prediu que els mercats competitius tendeixen a l'homogeneïtat més que no pas els mercats monopolístics o els que es regeixen pel model de servei públic (Van Cuilenburg 2000).
- Les **estratègies competitives** en el mercat dels mitjans. L'anomenat **model de Porter** identifica tres estratègies genèriques en el mercat dels mitjans: l'estratègia de lideratge en despesa, l'estratègia de la diferenciació i l'estratègia competitiva en preu. En funció del grau de saturació dels mercats, les diverses cadenes optaran per unes estratègies o unes altres amb el consegüent impacte en l'oferta i en el consum de diversitat.

- Finalment, s'esmenta la **teoria de l'elecció dels programes** per part dels consumidors com un element que caracteritza el mercat dels mitjans. Aquestes teories fan referència al fet que els espectadors tenen unes preferències fortes per uns programes específicament dissenyats per a ells, i unes preferències més difuses cap a programes més homogenis. 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 a un programador maximitzar l'audiència oferint una programació minoritària.

Aquesta caracterització permet proposar un model de funcionament del mercat mediàtic en relació amb la diversitat de la programació en què, en determinades condicions de competitivitat entre cadenes, atès un nombre de cadenes que operen en el mercat, ateses unes preferències determinades dels consumidors, etc., un increment en les hores de programació, resultat de l'increment en el nombre de cadenes de titularitat privada, es tradueix en una disminució de la diversitat global del sistema.

Això es deu al fet que la contribució de les cadenes públiques a la diversitat global és superior a la de les cadenes privades i, per tant, una disminució proporcional del seu temps d'emissió en relació amb les privades (en entrar-hi nous operadors privats) es tradueix en una disminució de la diversitat global.

Un cop caracteritzat el mercat mediàtic, el tercer pas de la recerca va consistir a identificar les dimensions o interpretacions principals que té la diversitat i els índexs de mesura corresponents. L'informe recull a bastament les diferents accepcions que té la noció de diversitat en els mitjans de comunicació i agrupa i reformula algunes propostes que reben denominacions diferents però que corresponen a principis similars.

Breument, es distingeixen cinc grans classificacions entorn de l'anàlisi de la diversitat:

- a. **La diversitat com a reflex, la diversitat com a accés i la diversitat en funció del nombre de canals** (McQuail 1986; Hoffman-Riem 1987). La diversitat com a reflex fa referència a la mesura en què el sistema dels

mitjans de comunicació reflecteix l'estructura social; la diversitat com a accés fa referència a la permeabilitat dels mitjans a les diferents veus, grups i interessos socials i, finalment, la diversitat del nombre de canals es refereix a la correspondència entre aquests i l'oferta d'una diversitat d'opinions, models culturals i formes de vida.

- b. **La diversitat de fonts, de continguts i de consum** (Napoli 1997; Aslama 2005). Els estudis entorn de la diversitat de fonts avaluen la diversitat en la propietat del contingut, la propietat dels programes o en la força de treball; la diversitat de continguts aborda la diversitat de formats, de punts de vista, de temes, d'estils o de recursos i la diversitat de consum (*exposure diversity*) fa referència a la diversitat que l'audiència realment consumeix, que va molt més enllà de la diversitat ofertada.
- c. Una tercera dimensió de la diversitat distingeix entre la **diversitat reflectida i la diversitat oferta**. La primera fa referència a la mesura en què els continguts reflecteixen les idees o els temes en la mateixa proporció que els usuaris dels mitjans els prefereixen. En canvi, la diversitat oferta avalua si, i en quina mesura, els mitjans expressen totes les idees raonables o temes possibles en les mateixes proporcions, independentment del suport públic. Les implicacions polítiques de cadascuna d'aquestes dimensions queden recollides i debatudes en l'informe (p. 33).
- d. La **diversitat vertical** (o diversitat interna) i la **diversitat horitzontal** (o diversitat externa). La primera avalua la diversitat que ofereix un canal (o un grup de canals) al llarg de tota la graella de programació; la diversitat horitzontal, en canvi, es refereix al nombre de programes o tipus de programes disponibles per a la persona espectadora en un moment determinat.
- e. Finalment, el debat entorn de la diversitat s'articula en l'actualitat al voltant del binomi **diversitat de continguts/diversitat d'accés**. Aquest debat palesa la paradoxa fonamental que, malgrat l'èmfasi del legislador en la diversitat, l'audiència no busca aquesta diversitat *per se* i, per tant, caldria posar el focus d'interès en la diversitat d'accés al contingut dels mitjans.

4. L'avaluació de la diversitat de la programació a l'Estat espanyol

Un cop establert l'objectiu d'avaluar la diversitat de la programació televisiva a l'Estat espanyol i la contribució de cadascuna de les cadenes a la diversitat global del sistema, calia construir un protocol d'anàlisi de la diversitat; és a dir, decidir quin tipus de diversitat es vol avaluar i desplegar, en conseqüència, els indicadors i els índexs de mesura pertinents.

Per tant, les decisions que calia prendre eren tres: la primera, sobre quines dimensions de la diversitat s'havien d'avaluar (*diversitat de què?*); la segona, entorn dels índexs de mesura (*com es comptabilitza aquesta diversitat?*), i la tercera, les unitats de referència (*què es compta per mesurar la diversitat?*).

Breument, i atesa la disponibilitat de dades, es va optar per la diversitat vertical i la diversitat horitzontal. Per això es va seleccionar una mostra d'una setmana de la programació abans de l'entrada en funcionament de les dues noves cadenes (Cuatro i La Sexta) i una setmana d'un any després, un cop aquestes cadenes ja havien consolidat la seva programació.¹ L'objectiu era doble: d'una banda, detectar les variacions en l'oferta global de la diversitat i, de l'altra, avaluar la contribució (positiva o negativa) de cadascuna de les cadenes a aquesta diversitat global.

Els índexs de mesura utilitzats van ser l'entropia relativa, que és una mesura del grau de dispersió del temps dedicat a cada gènere; l'índex HHI (Herfindahl-Hirschmann Index), que mesura el grau de concentració de temps entre gèneres; la dissimilaritat, que compara la programació de dos canals, i l'índex d'opció d'elecció, que avalua el grau d'elecció real que tenen els espectadors en moments concrets del dia.

Pel que fa a la classificació de gèneres, es va decidir construir una classificació genèrica pròpia i estable, és a dir, que permetés ser usada en anàlisis comparatives, més enllà de la mostra estudiada en aquesta recerca. Es tracta d'una classificació de 16 categories de gènere basades en el format (ficció seriada, cinema, concursos, *late shows*, infor-

¹ Les setmanes analitzades són del 19 al 25 de setembre de 2005 i del 18 al 24 de setembre de 2006, des de les 07.00 del matí fins a les 02.00 de la matinada del dia següent.

matius, documentals, telerealtà i magazins), en els continguts (culturals, del cor, educatius, religiosos, d'esports i d'humor) i en el tipus d'audiència a la qual s'adrecen (infants/juvenils i programes per a minories).

5. Novetat de l'aplicació dels índexs en el context espanyol

Aquest protocol d'anàlisi suposa quatre novetats fonamentals en el context de la recerca espanyola sobre la diversitat de la programació.

A. Anàlisi de la diversitat vertical

En primer lloc, el protocol d'anàlisi desenvolupat en aquesta recerca permet analitzar la diversitat i la concentració de la programació del conjunt del sistema televisiu (la totalitat de canals), així com mesurar la presència i la distribució del temps d'emissió entre diferents gèneres. En segon lloc, també permet analitzar la diversitat, la concentració i la distribució dels gèneres en cada canal.

Al mateix temps, aquesta recerca introdueix l'estudi de la distribució dels gèneres de demanda forta i de demanda inflexible, tant en el global del sistema televisiu com en els diferents canals. Els gèneres de demanda forta són els capços d'atreure l'atenció de l'audiència en la mateixa proporció en què n'augmenta la presència en les graelles (per exemple, la ficció seriada, els concursos, el cinema o el cor). En canvi, els gèneres de demanda inflexible són aquells que tenen una menor capacitat d'atreure l'audiència (informatius, documentals, programes culturals, educatius o programes per a minories); es tracta de gèneres tradicionalment programats en els canals públics.

També és possible elaborar comparatives entre canals públics i privats, així com entre primers i segons canals públics, unes distincions molt rellevants, atès que aquests canals tenen uns perfils propis i diferenciats que es reflecteixen no només en la configuració de les graelles televisives, sinó també en la contribució que cada canal fa a la diversitat del sistema.

Per últim, també es comparen les dades del total del dia i el *prime time*, així com dels dies laborables i els caps de setmana.

B. Contribució de cada cadena a la diversitat global

La segona novetat del protocol d'anàlisi dissenyat és que permet analitzar la contribució de cada canal a la diversitat del sistema. En aquest sentit, resulta rellevant la comparació entre les contribucions a la diversitat global dels canals públics i els canals privats, com es veurà en els resultats de l'aplicació del protocol.

C. Anàlisi de la dissimilaritat

Mitjançant la dissimilaritat es pot mesurar com en són de diferents les programacions de dos canals, en relació amb els gèneres presents en les graelles i la distribució del temps entre aquests gèneres. Aquestes dades permeten ampliar l'estudi dels perfils de programació de cada canal, així com les seves contribucions a la diversitat global.

D. Índex d'opció d'elecció (IOE)

L'IOE permet analitzar les opcions reals d'elecció que tenen els espectadors d'un sistema en un moment determinat; és a dir, entre quants gèneres diferents es pot triar en un moment concret. Aquest índex, que s'aplica a l'estudi del *prime time* en franges de 15 minuts, permet ampliar l'estudi de la diversitat del sistema, atès que tradueix aquesta diversitat en les possibilitats d'elecció de l'audiència.

Aquestes quatre possibilitats d'anàlisi permeten examinar la diversitat de la programació televisiva des de diferents angles, a través d'indicadors objectius, amb escales de valoració tancades i consensuades en l'àmbit internacional, fet que permet obtenir una visió tant de conjunt de la diversitat global com de l'aportació de cada canal televisiu.

6. Conclusions

En primer lloc, el resultat principal d'aquesta recerca és la construcció i el test d'un protocol d'anàlisi que, d'una banda, aporta indicadors objectius per analitzar la diversitat de la programació televisiva d'un determinat sistema televisiu i, de l'altra, permet desenvolupar anàlisis comparatives tant entre diferents períodes de temps (anàlisi de l'evolució de la diversitat) com entre sistemes diferents (anàlisi de la diversitat de la programació en diferents territoris, comunitats autònomes o països).

Pel que fa a l'aplicació del protocol desenvolupat en aquesta recerca en relació amb l'anàlisi de la programació a l'Estat espanyol (analitzant els canals d'àmbit estatal i d'àmbit català el 2005 i el 2006), s'ha arribat a les conclusions següents:

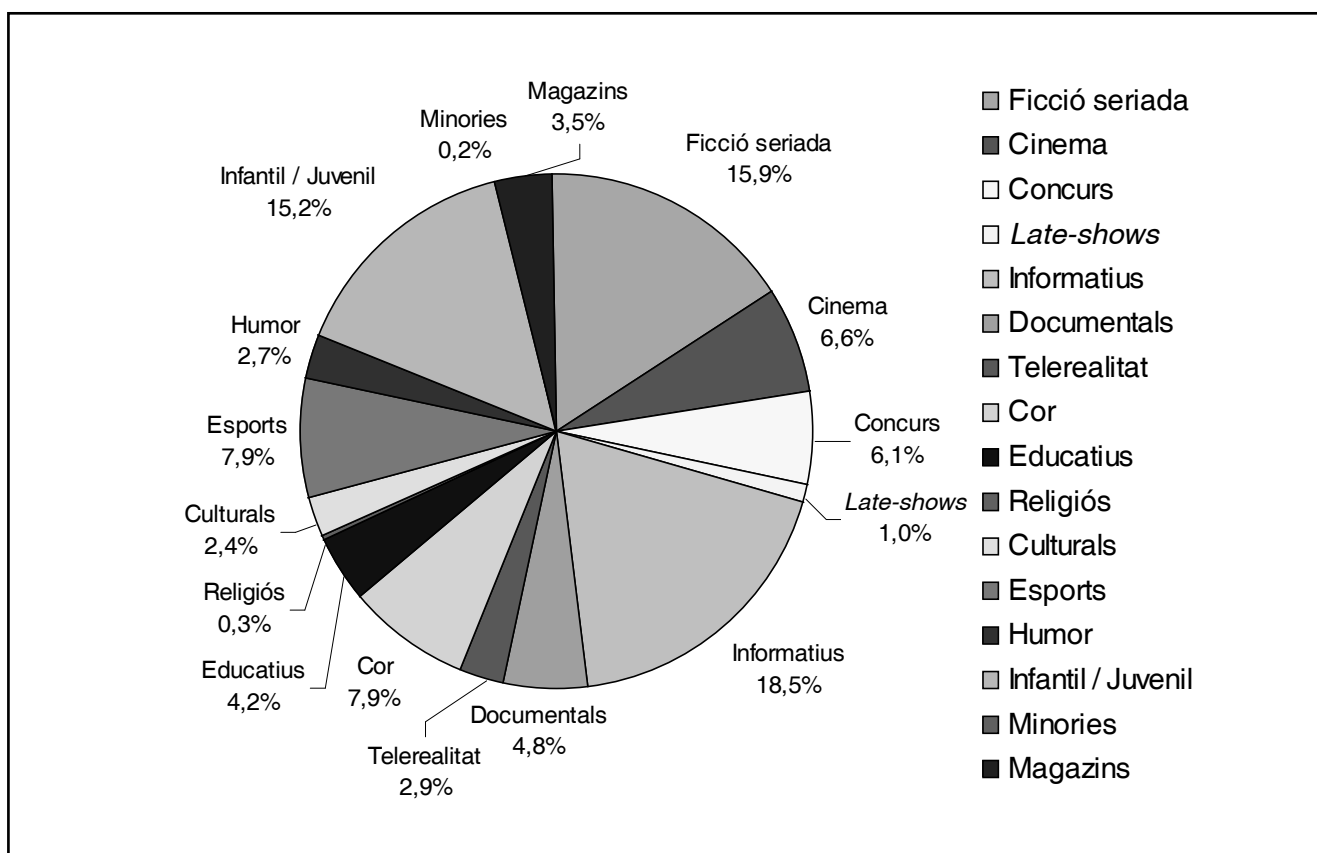
- **La diversitat del sistema és molt alta i la seva concentració és mitjana.** És a dir, en el conjunt de canals estatals i catalans hi ha un gran nombre de gèneres, però el temps d'emissió es reparteix de forma desigual. Així, els gèneres amb més presència en el conjunt de canals són els informatius, la ficció seriada i els programes infantils/juvenils, seguits del cor, els esports, el cinema i els concursos.
- **La diversitat global tendeix a disminuir en el *prime time*,** tal com prediu la llei de Hotelling, segons la qual

en mercats competitius –i el *prime time* és un mercat extraordinàriament competitiu– és més rendible per als diferents operadors arriscar el menys possible i acostar els productes a l'estàndard. D'aquesta manera, en aquesta franja trobem una diversitat menor i una concentració major (pocs gèneres es reparteixen la major part del temps d'emissió).

Així, el *prime time* està dominat pels informatius i la ficció seriada, que incrementen considerablement la seva presència respecte del total del dia i que entre els dos ocupen gairebé el 50% del temps d'emissió d'aquesta franja, així com els esports.

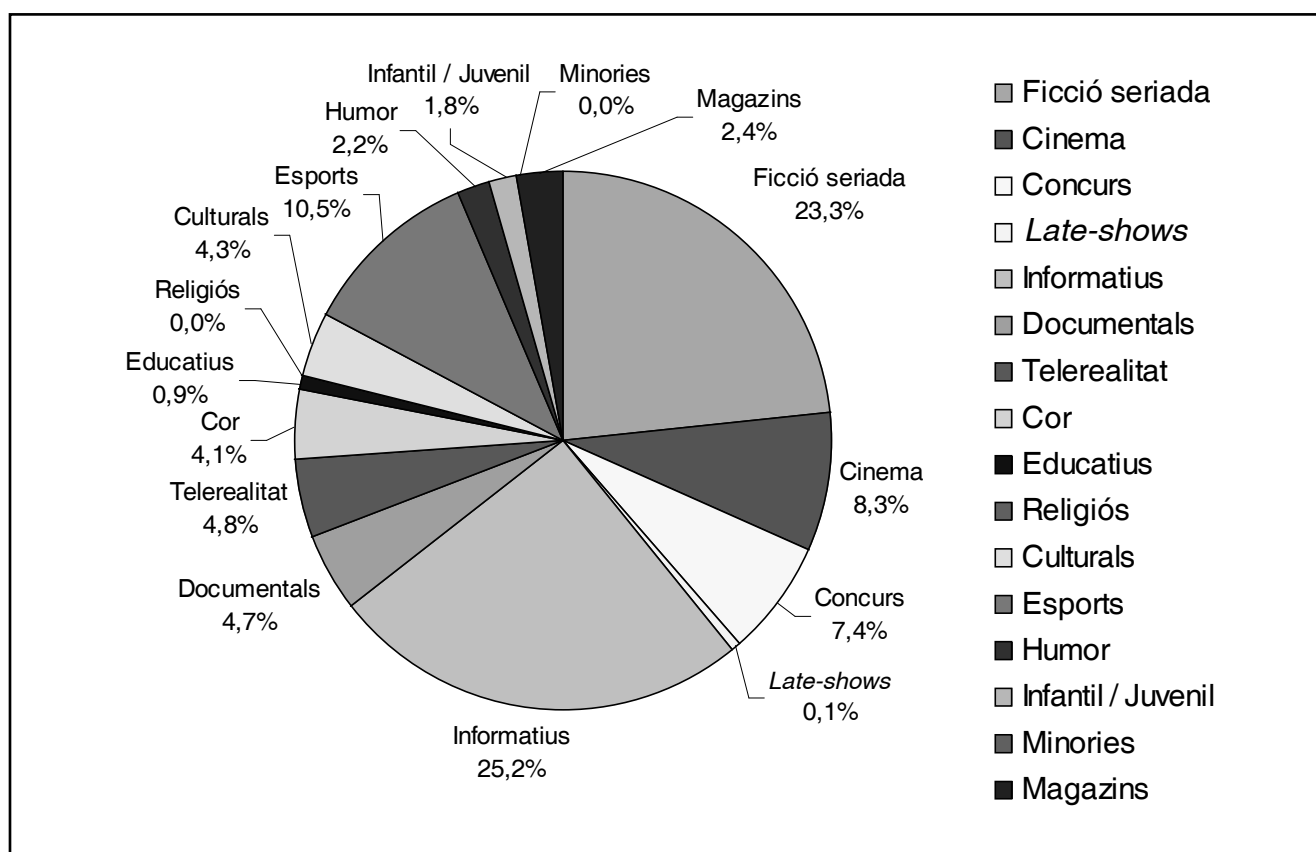
Tot i l'alta diversitat del sistema, **la programació de cada canal es basa en només 3 o 4 gèneres**, la suma dels quals ocupa més del 50% del temps total d'emissió. Aquesta poca diversitat i la concentració elevada es fan

Gràfic 1. Distribució de gèneres (total de la programació). Any 2006



Font: elaboració pròpia.

Gràfic 2. Distribució de gèneres (prime time). Any 2006



Font: elaboració pròpia.

més evidents si es diferencia entre dies laborables i caps de setmana: la diversitat és menor i la concentració major en pràcticament tots els casos. Això es deu al fet que els gèneres emesos entre setmana i els emesos en cap de setmana són diferents, de manera que, en ser valorats de forma conjunta, es complementen, i la diversitat global del canal augmenta.

- **Els primers i els segons canals de les televisions públiques tenen ofertes genèriques diferents i complementàries.**

- Els primers i els segons canals públics es caracteritzen i es diferencien per la presència i la distribució dels gèneres en la graella, però no per la diversitat vertical. És a dir, allò que caracteritza (i dife-

rencia) els primers dels segons canals públics (és a dir, TVE-1 i TV3 de La 2 i el K3/33) no és que siguin més o menys diversos o concentrats, sinó els gèneres que es troben en les graelles i la distribució del temps entre aquests.

Així, els primers canals públics es basen en gèneres de demanda forta (especialment ficció seriada, cinema i, en el cas de TVE-1, cor) i informatius (l'únic gènere de demanda inflexible present de forma important en aquests canals), gèneres que representen en tots dos casos un 40% del temps d'emissió.

De fet, es tracta d'una programació força similar a la dels canals privats (tal com es veurà en l'anàlisi de la dissimilaritat), on s'observa una majoria de

gèneres de demanda forta (sobretot ficció seriada, cor, concursos i cinema), que representen el 60% del temps d'emissió, així com informatius (també l'únic gènere de demanda inflexible present en les graelles), que representa un 25% del temps.

Els segons canals públics, en canvi, estan semi-especialitzats en programes infantils/juvenils i esports, que representen quasi un 50% del temps d'emissió. Al seu costat, hi ha gèneres de demanda inflexible com ara documentals, programes educatius, culturals, religiosos i programes per a minories, gèneres que no estan presents en cap altre canal i que, en conjunt, representen un 40% del temps d'emissió (mentre que els gèneres de demanda forta només ocupen el 10% del temps).

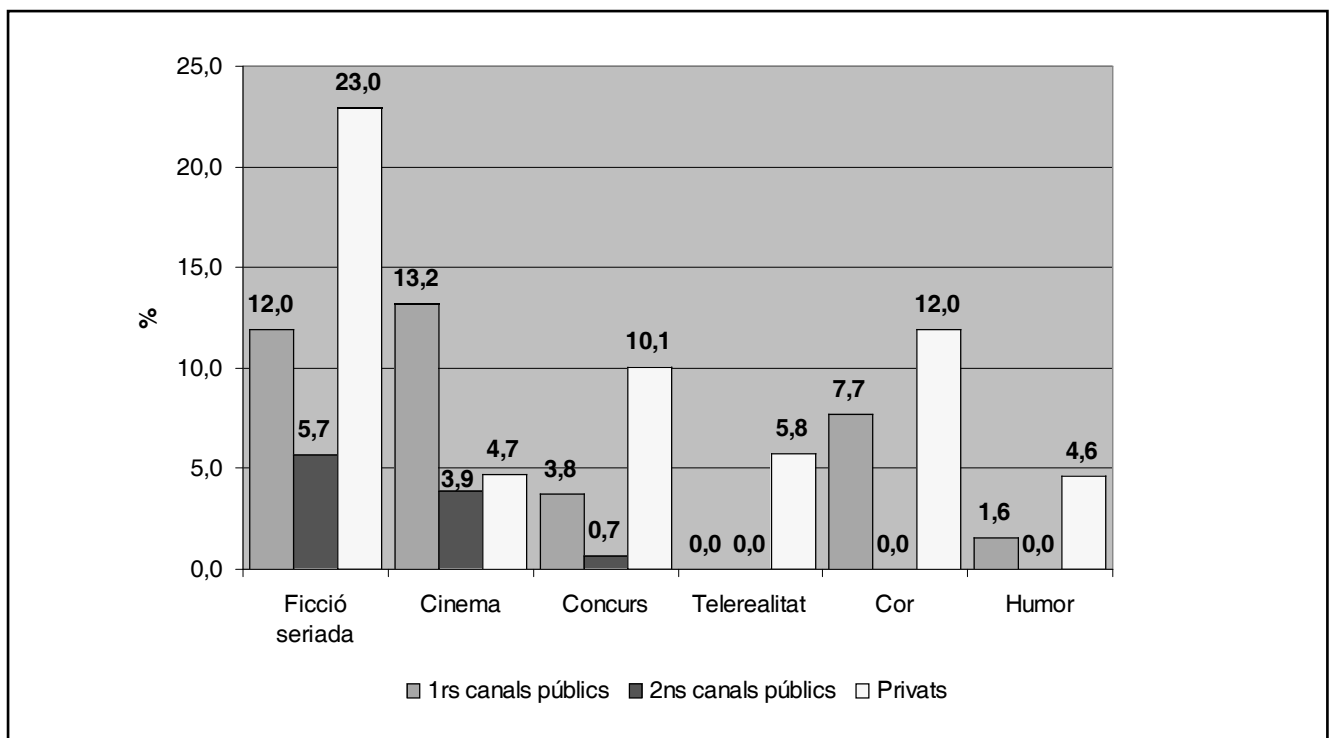
Així doncs, es detecta una certa complementarietat en les graelles dels primers i els segons canals públics.

- La dissimilaritat entre els primers i els segons canals de les cadenes públiques és superior a la dissimilaritat entre els primers canals de les cadenes públiques i les televisions privades.

L'anàlisi de la dissimilaritat —és a dir, com n'és de diferent la programació de dues cadenes en relació amb la presència i la distribució dels gèneres— permet aprofundir en les diferències dels perfils de les programacions dels primers i els segons canals en relació amb els privats, a les quals ja s'ha fet referència anteriorment.

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 (entre TVE-1 i TV3, d'una banda, i entre La 2 i el K3/33, de l'altra) és menor. Aquesta dada confirma la diferència i la complementarietat que s'estableixen entre aquests dos tipus de canals.

Gràfic 3. Distribució de gèneres de demanda forta en els primers i els segons canals públics i en els canals privats (total de la programació). Any 2006



Font: elaboració pròpia.

Al mateix temps, la dissimilaritat entre els segons canals de les televisions públiques i els canals privats és molt superior a la que s'observa entre els primers canals i els canals privats. Tot això remet al fet que els primers canals de les televisions públiques opten per una estratègia de programació que els apropa a l'oferta dels canals privats (amb els quals lluiten per al lideratge de les audiències), amb una forta presència d'informatius i de gèneres de demanda forta, com ara la ficció seriada i, en el cas de TVE-1, el cor.

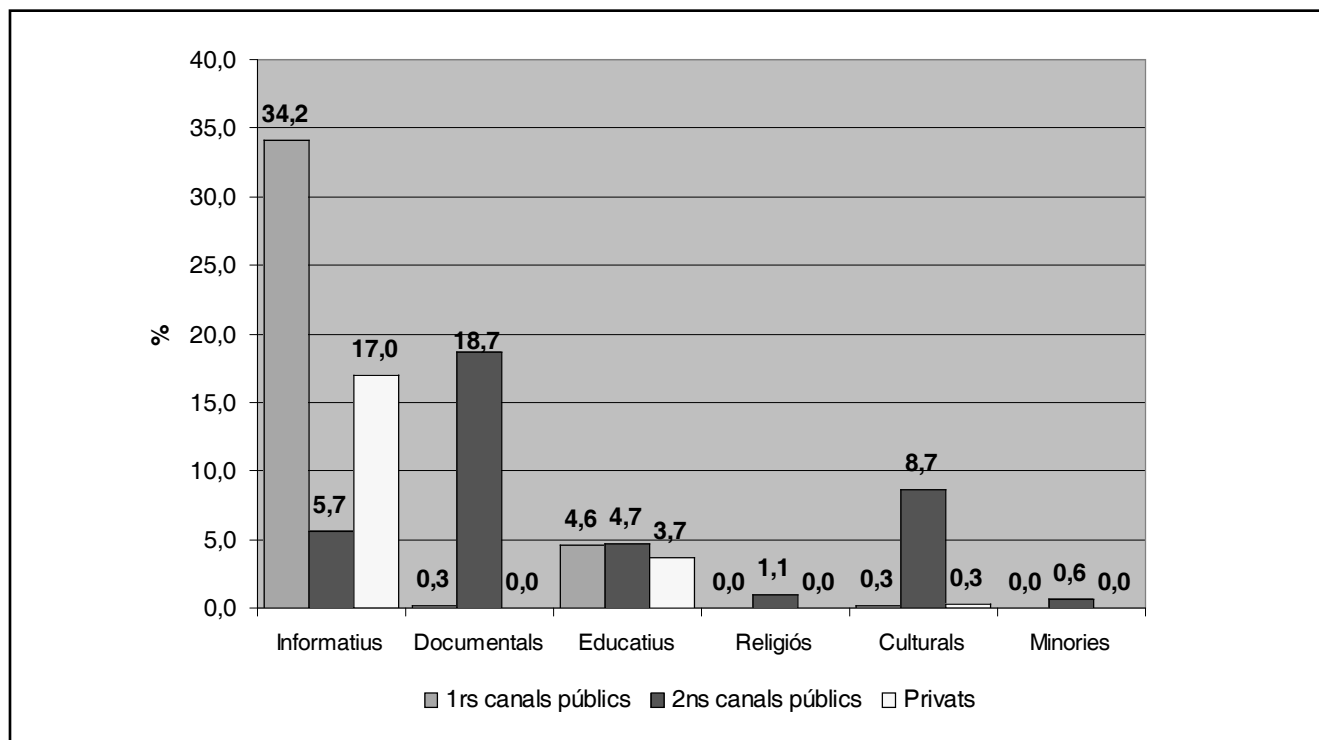
Els segons canals, en canvi, tenen una concentració de gèneres amb poca presència en la resta de canals: esports, infantils/juvenils i gèneres de demanda inflexible com ara documentals, educatius, religiosos, etc.; gèneres que no aconsegueixen audiències majoritàries i que poden limitar la competitivitat dels primers canals.

Aquestes observacions sobre la dissimilaritat per-

meten enriquir l'estudi de la contribució dels canals a la diversitat del sistema, que tractarem en l'apartat següent. Precisament, els segons canals públics tenen una aportació més gran a la diversitat del sistema a conseqüència no pas de la diversitat interna, sinó del perfil diferenciat de la resta de canals (és a dir, la dissimilaritat molt elevada respecte de la resta de cadenes). En canvi, la semblança entre les programacions dels primers canals públics i els privats fa que la contribució a la diversitat d'aquests darrers sigui pràcticament inexistent.

Pel que fa a La Sexta i a Cuatro, els dos nous canals privats, tenen una dissimilaritat significativament alta respecte dels altres canals privats, ateses les estratègies d'entrada al mercat televisiu que els diferencien dels canals privats i dels primers canals públics i els apropen als segons canals (especialment gràcies a la presència d'infantils/juvenils, esports i educatius).

Gràfic 4. Distribució de gèneres de demanda inflexible en els primers i els segons canals públics i en els canals privats (total de la programació). Any 2006



Font: elaboració pròpia.

Taula 1. Anàlisi de la dissimilaritat. Any 2006

Cadena	TVE-1	La 2	TV3	K3/33	Tele-5	Antena 3 TV	Cuatro	laSexta
TVE-1		1,195 Alta	0,561 Mitjana	1,605 Molt alta	0,694 Mitjana	0,698 Mitjana	1,133 Alta	1,162 Alta
La 2			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
K3/33					1,707 Molt alta	1,685 Molt alta	1,140 Molt alta	1,367 Molt alta
Tele-5						0,624 Mitjana	0,840 Mitjana	0,887 Mitjana
Antena 3 TV							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

Font: elaboració pròpia.

- **La contribució del conjunt de les cadenes públiques a la diversitat global és superior a la del conjunt de les cadenes privades.**

Ara bé, això només és així si es té en compte el conjunt dels canals públics, atesa la complementarietat que s'estableix entre els primers i els segons canals (entre els dos hi ha pràcticament tots els gèneres), cosa que no passa amb els canals privats.

Ara bé, aquí és interessant diferenciar entre els primers i els segons canals públics:

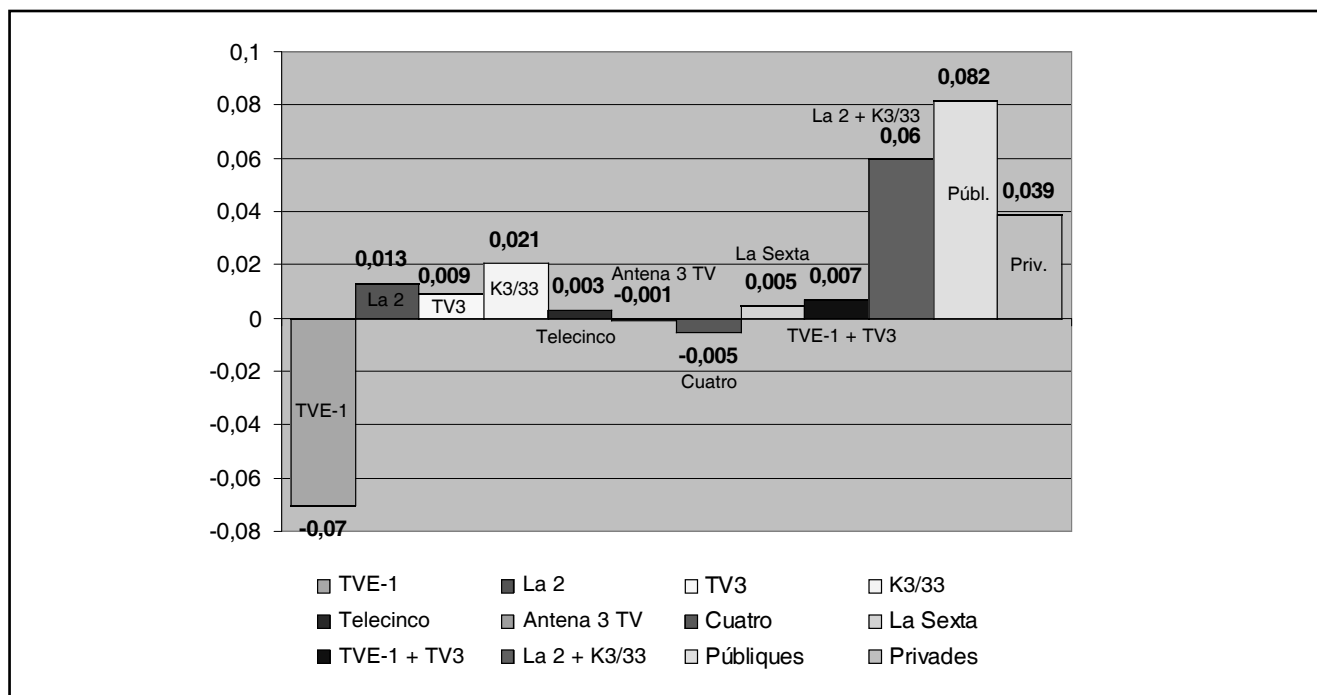
- Els segons canals públics tenen una aportació a la diversitat del sistema superior a la dels primers canals, tal com s'ha vist en l'anàlisi de la dissimilaritat, no per ser canals molt diversos, sinó perquè les seves graelles es basen en gèneres que no es troben en els altres canals o que hi són presents de forma molt minoritària (especialment gèneres de demanda inflexible: documentals, educatius, minories, religiosos, culturals, etc.).
- L'aportació dels primers canals públics a la diversitat del sistema és pràcticament inexistent, i inferior

a la del conjunt dels canals privats, ja que en les seves graelles hi ha els mateixos gèneres que als canals privats (ficció seriada, informatius o cinema). Així, si no existissin, el sistema no se'n ressentiria, ja que es compensaria amb la programació dels canals privats.

- L'aportació de cada canal individual a la diversitat del sistema és pràcticament imperceptible, cosa que mostra que cap canal no té una proposta clarament diferenciada de la resta i l'absència d'un canal 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 públics els que més contribueixen a la diversitat (especialment el K3/33). En canvi, els primers canals tenen una contribució similar a la dels privats: TV3 pràcticament no aporta res, mentre que TVE-1 té una aportació negativa, és a dir, que sense aquesta cadena la diversitat del sistema augmenta.

Gràfic 5. Contribució dels canals a la diversitat (total programació). Any 2006



Font: elaboració pròpia.

- **L'increment en les hores de programació, com a resultat de la introducció de dos nous canals privats (La Sexta i Cuatro), es tradueix en un increment de la diversitat del sistema**, tot i que és pràcticament imperceptible i, per tant, no és proporcional a l'augment d'hores d'emissió.

La diversitat de la programació s'incrementa lleugerament el 2006 malgrat que tots els canals tendeixen a menys diversitat i més concentració. Això es podria deure, d'una banda, a les estratègies d'entrada en el mercat dels dos nous canals, que aposten per gèneres diferents, així com a les reaccions lleugeres de la resta de canals que, tot i perdre diversitat, augmenten les diferències respecte de la resta.

Així doncs, en aquest cas, una disminució del pes relatiu de les cadenes públiques (a causa de la introducció de nous canals privats) no porta a una disminució de la diversitat global.

- **L'increment d'hores de programació no ha tingut un increment proporcional de l'opció d'elecció dels**

telespectadors en el *prime time*, on tots els canals tendeixen a oferir els mateixos gèneres (lleï de Hotelling).

- **L'increment d'hores de programació es tradueix en un increment de la concentració de gèneres de demanda forta**, tot i que es tracta d'un increment lleuger. Així, augmenta el percentatge de la ficció seriada, dels concursos i dels programes d'humor, mentre que disminueix la presència dels gèneres de demanda inflexible, especialment els informatius.

Això es deu, d'una banda, a les estratègies de programació dels dos nous canals privats –on els gèneres de demanda forta, especialment la ficció seriada, els concursos i l'humor, tenen un pes important, mentre que es dedica un temps molt menor als informatius– i, de l'altra, als canvis en la programació de la resta de canals, on en tots els casos (tant els canals públics com els privats) es detecta una disminució del percentatge de temps total dedicat als gèneres de demanda inflexible i un augment dels de demanda forta.

Així, la disminució dels gèneres de demanda inflexible no només es deu a una disminució del pes relatiu de les cadenes públiques, sinó també a les estratègies de programació dels propis canals públics.

7. Prospectiva

Atès que es tracta d'un treball pioner a l'Estat espanyol i que el nostre país ha de viure encara un increment significatiu de cadenes i d'operadors de televisió en múltiples formats, la recerca realitzada té un gran valor de diagnòstic i de prospectiva, ja que sintetitza i clarifica la recerca duta a terme arreu del món sobre la diversitat de la programació, en descriu les dimensions i els indicadors principals i proposa uns índexs de mesura que permeten avaluar de manera rigorosa la diversitat global de la programació i, de manera específica i especialment pertinent, la contribució de cada cadena –de vegades positiva i d'altres negativa– a la diversitat global. El seguiment regular de la diversitat de la programació ha de permetre identificar tendències en l'oferta global de la diversitat o realitzar estudis comparats entre comunitats autònomes i/o altres països.

Finalment, cal afegir que la recerca entorn de la diversitat de la programació ha d'abordar l'anàlisi de la diversitat dels programes; és a dir, dels continguts. Les classificacions de gènere són operatives perquè permeten fer grans agrupacions de programes, però són insuficients per descriure la diversitat dels universos de referència específics de la programació televisiva. En aquest sentit, en el cas de la ficció seriada, no és el mateix programar *House* que *Los Serrano*. Aquest desplaçament del focus d'interès representa un canvi radical de metodologia. En un cas, s'analitzen i es mesuren les polítiques de programació de les cadenes i, en aquest darrer, els continguts dels programes concrets.

Bibliografia

Recerca original: PUJADAS, E.; OLIVA, M. *Construcció d'un protocol d'anàlisi de la diversitat de la programació televisiva*. [En línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2007.

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Analisi_diversitat_programacio_tv_-_Eva_Pujadas_abril_07.pdf> [Consulta: 22 de maig de 2007].

ASLAMA, M.; HELLMAN, H.; SAURI, T. "Does Market-Entry Regulation Matter?: Competition in Television Broadcasting and Programme Diversity in Finland, 1993-2002". A: *Gazette: The International Journal For Communication Studies*. 2004. Vol. 66 (2), p. 113-132.

MCQUAIL, D. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu, 1992.

NAPOLI, P. M. "Deconstructing the diversity principle". A: *Journal of Communication*. 1999. Vol. 49(4), p. 7-34.

PICARD, R. G. (ed.) *Measuring media content, quality, and diversity*. Turku, Finlàndia: Turku School of Economics and Business Administration, 2000.

VAN CUILENBURG, J. "On Measuring Media Competition and Media Diversity: Concepts, Theories and Methods". A: PICARD, R. G. (ed.) *Measuring media content, quality, and diversity*. Turku, Finlàndia: Turku School of Economics and Business Administration, 2000, p. 51-80.

VAN DER WURFF, R. "Competition, Concentration and Diversity in European Television Markets." A: *Journal of Cultural Economics*. 2005, vol. 29, p. 249-275.

WAKSHLAG, J.; ADAMS, W. J. "Trends in Program Variety and the Prime-time Access Rule". A: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 1985, vol. 29(1), p. 23-34.