

# FICCIÓN TELEVISIVA EN EUROPA (EU5): ORIGEN, CIRCULACIÓN DE PRODUCTOS Y PUESTA EN PARRILLA

## Television fiction in Europe (EU5): origin, content circulation, and scheduling

**Matilde Delgado, Emili Prado y Celina Navarro**



**Matilde Delgado** es profesora titular del *Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad* de la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*. Es la coordinadora del *Master oficial en Contenidos de comunicación audiovisual y publicidad*. Fue directora del *Departamento* entre 2009 y 2012. Es investigadora senior del grupo de investigación consolidado *Griss* de la *UAB*. Ha participado en proyectos de investigación financiados por el gobierno español y actualmente es la IP de un proyecto sobre la televisión social en Europa (CSO2015-65350-R). Su labor como investigadora se centra principalmente en los estudios televisivos.

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

[matilde.delgado@uab.cat](mailto:matilde.delgado@uab.cat)



**Emili Prado** es catedrático de comunicación audiovisual y publicidad de la *Universitat Autònoma de Barcelona*. Es director del *Griss (Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis)* y de *Euromonitor*, observatorio permanente de la televisión en Europa. Es autor de obras sobre radio, televisión y tecnologías de la información y la comunicación.

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

[emili.prado@uab.cat](mailto:emili.prado@uab.cat)



**Celina Navarro** es miembro del grupo de investigación consolidado *Griss*. Es licenciada en comunicación audiovisual por la *Universitat Pompeu Fabra* y ha realizado el *Master universitario en Contenidos de comunicación audiovisual y publicidad* en la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*. Realiza su doctorado en el *Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad* de la *UAB* sobre los flujos televisivos internacionales.

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

[celina.navarro@uab.cat](mailto:celina.navarro@uab.cat)

*Universitat Autònoma de Barcelona*  
*Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat*  
Edifici I. Campus de la UAB. 08193 Bellaterra (Barcelona), España

### Resumen

La circulación de contenidos de ficción entre países y mercados televisivos se ha diversificado gracias a la multiplicación de canales y formas de acceso y consumo. A pesar de la facilidad, la ubicuidad y la universalidad de acceso, la televisión lineal en abierto sigue siendo el medio hegemónico en los grandes mercados europeos. Los procesos cambiantes de consumo de televisión coinciden con el auge de la ficción seriada televisiva que se inició en Estados Unidos, pero que se ha extendido a otros mercados internacionales y, con especial énfasis, al mercado europeo. En esta investigación se observan los flujos de contenidos de ficción en los cinco grandes mercados europeos de Alemania, España, Francia, Italia y el Reino Unido, y se analizan en qué forma el entorno cambiante afecta a las estrategias programáticas de la ficción. Se realiza un análisis de contenido de 26 canales generalistas.

### Palabras clave

Ficción; Televisión; Programación; Mercado europeo; Ficción europea; Producción televisiva.

Artículo recibido el 09-10-2016  
Aceptación definitiva: 15-11-2016

## Abstract

The circulation of scripted television shows across countries and markets has diversified due to the proliferation of channels and forms of consumption and access. Despite ubiquity and universal access, open linear TV remains the dominant medium in the major European markets. TV consumption is shifting and the process coincides with the rise of the scripted television series which started in the United States but has spread to other international markets, particularly in Europe. In this research, scripted television flows are observed in five major European markets: France, Germany, Italy, Spain, and the United Kingdom. It is discussed how the changing environment affects the scripted television scheduling strategies. Content of 26 general interest channels are analyzed.

## Keywords

Fiction; Television scheduling; European market; European fiction; Television production; Scripted television.

**Delgado, Matilde; Prado, Emili; Navarro, Celina (2017).** "Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 132-140.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.14>

## 1. La ficción en el contexto europeo

La ampliación de los límites de los mercados televisivos debido a las nuevas formas de acceso y consumo de contenidos audiovisuales y la aparición de nuevas empresas que producen y distribuyen contenidos televisivos ha provocado un aumento de la producción de contenidos y de los flujos de ficción entre países y mercados (**Dhoest; Simons, 2016; Delgado; Prado, 2012**). Los canales generalistas en abierto continúan siendo el medio hegemónico para consumir contenidos televisivos en los mercados europeos y la ficción sigue siendo una de las bases de sus programaciones.

La ficción junto con los contenidos de información y de *info-show* o *infotainment* ocupan más de dos tercios de la programación de los 5 grandes mercados europeos (Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido) (**Prado; Delgado, 2010; De-Bens; De-Smaele, 2001**). El informe del *Observatorio Audiovisual Europeo (OAE)* sobre la ficción en televisión entre 2006 y 2013 remarca que aunque estos contenidos han descendido su presencia un 2,6%, ésta sigue ocupando un 50,5% de las parrillas de los principales canales generalistas de 13 países europeos y algunos canales temáticos relevantes (**Lange, 2015**).

Dentro de la ficción, los contenidos de producción ajena han dominado tradicionalmente la programación de los canales generalistas (**Buonanno, 2002; 2008; Bechelloni; Buonanno, 1997**). Los resultados del *OAE* siguen confirmando esta tendencia Europea con dos excepciones: los canales públicos y los canales culturales y educativos donde dominan los contenidos europeos, con una alta proporción de productos locales (**Lange, 2015; Kevin; Ene, 2015**). A pesar de que los contenidos domésticos no son dominantes en las cadenas generalistas, éstos tienen un claro rol estratégico y su presencia en *prime time* supera a la ficción importada (**Prado; Delgado, 2010; De-Bens; De-Smaele, 2001**).

Las particularidades de los contenidos de ficción, en especial su frecuencia de emisión y el tipo de producción, determinan la posición que ocupan en las parrillas televisivas. También es importante saber cómo afecta el *time slot* en el que son programados a los propios contenidos ya que cada franja horaria

tiene sus características y un *target* específico:

"Las prácticas programáticas domésticas determinan el éxito o fracaso de programas específicos, su reclamo demográfico y su subsiguiente impacto cultural" (**Havens, 2007, p. 221**).

La ubicación en las parrillas televisivas de los contenidos de producción ajena es un factor determinante en la decisión de compra de ficción importada ya que la capacidad de adaptación a las parrillas locales no es igual para todos los contenidos. La ficción proveniente de Estados Unidos juega con una ventaja importante respecto al resto de países exportadores ya que las audiencias están acostumbradas a sus contenidos audiovisuales y éstos no perciben un gran descuento cultural (**Hoskins; McFayden; Finn, 1997**).

Por el contrario, los contenidos europeos no tienen tanto reclamo para ser emitidos en otros mercados también europeos debido a la diversidad cultural del continente. Este hecho se refuerza por la escasa tradición de intercambio intraeuropeo de productos televisivos (**Esser, 2009; Trepte, 2008**).

El mercado televisivo de Estados Unidos tiene unas características que le favorecen para mantenerse como el país líder mundial en exportación de contenidos audiovisuales y, en concreto, televisivos (**Hoskins; McFayden; Finn, 2004**):

- tiene uno de los mercados locales más grandes del mundo con una renta per capita elevada;
- producen en inglés, lengua internacional;
- los países anglosajones conforman el mercado más grande del mundo;
- la concentración de la industria en Hollywood y su tejido industrial le dan una clara ventaja respecto a otros mercados.

Estas condiciones ayudan a que las productoras puedan rentabilizar sus productos en el mercado doméstico pudiendo exportar productos de alta calidad a precios bajos (**Hoskins; McFayden; Finn, 1997**). La televisión imitó estas dinámicas de venta al exterior de la industria cinematográfica desde sus inicios que le sitúan como el almacén televisivo predominante a nivel mundial con un extenso catálogo.

## 2. Objetivos y metodología

Este estudio examina el peso que tienen los contenidos de ficción doméstica y ajena en los cinco grandes mercados europeos en términos de volumen y de estrategias programáticas. El objetivo también es comparar las lógicas programáticas de estos contenidos entre las cadenas de titularidad pública y privada, así como analizar las políticas de producción y adquisición de ficción televisiva. En este sentido, nos interesamos explícitamente por la circulación de productos entre los países europeos.

Los resultados que se presentan en este artículo son parte de un proyecto más amplio de investigación (CSO2015-65350-R) *Redes sociales y televisión generalista en Europa (EU-5): usos en pantalla y actividad en red de las audiencias*, financiado por el *Ministerio de Economía y Competitividad* y llevado a cabo por un equipo de investigadores del grupo de investigación consolidado *Griss (Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi / Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis, Universitat Autònoma de Barcelona)* (ref. 2014SGR1674).

Los datos, obtenidos a través del análisis de contenido, se refieren a la programación de 26 canales generalistas europeos de los cinco mercados televisivos más grandes de Europa: Alemania, España, Francia, Italia y el Reino Unido.

La muestra analizada es un mes reconstruido de la temporada 2015-2016 seleccionando 4 semanas de meses distintos que constituyen un total de 3.512 horas de ficción. La muestra abarca todas las franjas horarias de acuerdo con la clasificación de *Euromonitor*<sup>1</sup> (Prado; Delgado, 2010).

Los formatos de ficción se han agrupado en tres categorías atendiendo a las rutinas de emisión (emisión seriada y emisión única) además de la animación seriada, a la que se ha considerado como una categoría única debido a sus características diferenciadas en cuanto a producción y origen. Así:

- ficción seriada: engloba series, seriales, *sitcoms* y miniseries;
- ficción no seriada: cine, *TV movies* y largos de animación;
- series de animación para adultos, excluyendo los dibujos animados.

Los contenidos de las tres categorías de ficción se han clasificado según su origen en:

- domésticos: son los programas producidos en el propio país, independientemente de si se trata de una producción del canal o de una independiente;
- programas ajenos: son los producidos fuera del país de emisión y de los que se han comprado los derechos para emitirlos;
- coproducciones: productos en los que el país ha participado junto con otros mercados. Las coproducciones en las que no participa el país de emisión están incluidas dentro de la categoría de ficción comprada.

Tabla 1. Países y canales contemplados

	Alemania	España	Francia	Reino Unido	Italia
Públicas	<i>Dar Erste</i>	<i>La1</i>	<i>France 2</i>	<i>BBC1</i>	<i>RAI1</i>
	<i>ZDF</i>	<i>La2</i>	<i>France 3</i>	<i>BBC2</i>	<i>RAI2</i>
		<i>TV3</i>			<i>RAI3</i>
Privadas	<i>ProSieben</i>	<i>Antena 3</i>	<i>TF1</i>	<i>ITV</i>	<i>Canale 5</i>
	<i>Sat1</i>	<i>Cuatro</i>	<i>M6</i>	<i>Channel 4</i>	<i>Italia 1</i>
	<i>RTL</i>	<i>Tele5</i>			<i>Rete 4</i>
		<i>La sexta</i>			

Esta doble clasificación permite mostrar una visión global de las estrategias programáticas y cuáles son los mercados más recurrentes en el abastecimiento de ficción en cada uno de los cinco países.

## 3. Resultados

La ficción ajena predomina en los cinco grandes mercados europeos teniendo en cuenta todas las cadenas y franjas horarias. A nivel europeo (EU5) la ficción importada ocupa un 69,49% del tiempo dedicado a la ficción, mientras que los contenidos domésticos representan 42,21 puntos menos, o sea un 27,28%. El porcentaje restante, 3,23%, es el tiempo dedicado a coproducciones. Si se muestran estos resultados en términos absolutos, en un mes se emiten 5.318 horas de ficción importada, 2.441 horas de doméstica y 113 horas de coproducciones.

“ Aunque la serialidad domine en el *prime time*, el porcentaje de no seriada sube en todos los países en la franja posterior, llegando a dominar la franja noche de España ”

Alemania y Reino Unido son los países con menor dependencia de la ficción importada, situándose a la cabeza en la emisión de ficción doméstica en Europa con el 36,67% y 33,58% del tiempo de emisión de estos contenidos (tabla 3). Estos dos países son también los que emiten más coproducciones, destinando un 4,12% y un 7,06% de su oferta de ficción. La mayoría de coproducciones alemanas son con Austria (56,10%), compartiendo la misma lengua y límites geográficos. En el caso del Reino Unido, todas sus coproducciones son con Estados Unidos, en algunos casos incluyendo otro país como Canadá (13,94%), reforzando el vínculo de la lengua común.

Tabla 2. Franjas horarias por países

	Alemania	España	Francia	Italia	Reino Unido
Mañana	06:00-11:00	07:00-13:30	06:00-11:30	07:00-12:00	6:00-11:30
Mediodía	11:00-14:00	13:30-15:30	11:30-14:00	12:00-15:00	11:30-14:00
Sobremesa	14:00-17:00	15:30-18:30	14:00-18:30	15:00-18:00	14:00-18:30
Tarde	17:00-19:00	18:30-20:30	18:30-20:00	18:00-20:30	18:30-20:00
<i>Prime time</i>	19:00-22:30	20:30-22:30	20:00-22:30	20:30-22:30	20:00-22:30
Noche	22:30-01:00	22:30-01:00	22:30-01:00	22:30-01:00	22:30-1:00

Tabla 3. Origen de la ficción EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducciones	Total
Alemania	36,67	59,21	4,12	100
España	30,62	66,41	2,97	100
Francia	26,44	70,47	3,09	100
Italia	12,48	86,37	1,15	100
Reino Unido	33,58	59,36	7,06	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	27,28	69,49	3,23	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*.

En estos dos países destacan los canales públicos ya que la proporción dedicada a la ficción doméstica es muy superior a la de los operadores de titularidad privada del mismo territorio. En Alemania la proporción de producto local en los canales públicos es del 83,15% significando la mayoría de emisiones de ficción. En el caso del país británico este porcentaje es inferior pero sigue superando ampliamente la mitad del tiempo dedicado a estos contenidos en *BBC One* (80,74%) pero quedándose en el 34,25% en *BBC Two*.

Italia es el país que emite menor proporción de ficción doméstica y el que muestra una mayor dependencia del mercado internacional. Los canales generalistas italianos sólo dedican un 12,48% de su tiempo de emisión de ficción a productos locales. No obstante, en este caso también encontramos una clara diferencia entre las proporciones de ficción doméstica en los canales públicos (20,05%) (promotores de la producción de ficción local), y los canales privados (7,51%). Además, Italia es el país que emite un menor número de coproducciones (1,15%), la mayoría de ellas realizadas con España y Francia.

Mientras que en los canales públicos se puede ver un flujo intraeuropeo de ficción seriada, este es prácticamente inexistente en los canales privados

España y Francia se encuentran en una posición intermedia. Destinan un 30,62% y un 26,44% de su tiempo de ficción a los contenidos locales. Cabe destacar la subida de la producción doméstica en los canales españoles ya que en la temporada 2012-2013 estos contenidos sólo representaban el 20,40% de la ficción. Estos dos países confirman el importante rol que tienen las cadenas públicas en la producción de contenidos locales. En el caso de España los canales públicos dedican el 48,83% del tiempo de ficción a contenidos locales mientras que en los privados esta cifra baja al 18,60%. En el caso francés la diferencia es menor: los canales públicos emitieron un 34,61% de ficciones domésticas; los privados un 24,06%.

La presencia de las coproducciones es muy similar en ambos casos: un 2,97% en España y un 3,09% en Francia. La mayoría se han llevado a cabo junto con otros países europeos (75,76% y 78,81%, respectivamente). En el caso español destacan Italia, Francia y el Reino Unido. En Francia destacan

Tabla 4. Géneros de ficción EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Seriada	No seriada	Series de animación	Total
Alemania	69,13	27,02	3,85	100
España	46,45	50,20	3,35	100
Francia	70,18	29,82	0,00	100
Italia	67,86	29,91	2,23	100
Reino Unido	70,39	25,48	4,13	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	63,87	33,34	2,79	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*.

Bélgica y Suiza, compartiendo lengua con los dos territorios. No obstante, en los dos países hay también coproducciones realizadas con Estados Unidos (7,19% y 21,19%).

Como se puede observar, la tendencia europea es emitir coproducciones realizadas entre países europeos y con Estados Unidos, a excepción del Reino Unido que prácticamente sólo trabaja con Estados Unidos.

### 3.1. Programación de los géneros / categorías de ficción

La serialidad (series, seriales, *sitcoms* y miniseries) predomina en todos los países menos en España por encima de la ficción no seriada y las series de animación. En España las películas, *TV movies* y largos de animación alcanzan el 50,21% de la ficción demostrando el importante papel que vuelven a tener estos contenidos en los canales españoles. No obstante, hay que remarcar que ésta es una dinámica propia de los canales públicos, en donde la ficción seriada sólo llega al 38,5%. Por el contrario, en las cadenas privadas la ficción seriada constituye más del 50% de la oferta de ficción. Esta diferencia entre públicos y privados en su emisión de ficción según el género es un fenómeno peculiar de España, mientras que en el resto de países de la muestra se da una mayor similitud entre canales de diferente titularidad con respecto a la serialidad de la ficción emitida.

Dentro de la ficción seriada encontramos contenidos emitidos con dos lógicas distintas de programación (**Eastman; Ferguson, 2006**):

- en *stripping*: se emiten de lunes a viernes o, en algunos casos, incluso de lunes a domingo, como la serie francesa *Scènes de ménages* de la cadena M6. Prácticamente todas estas series se emiten durante el *day time* (mañana, mediodía, sobremesa y tarde).
- con periodicidad semanal: se programan mayoritariamente en las franjas de *prime time* y noche.

La ficción no seriada (películas, *TV movies* y largos de animación) es el grupo de ficción más presente en la franja de noche. Aunque la serialidad domine en el *prime time*, el porcentaje de no seriada es superior en la franja posterior, llegando a dominar la franja noche de España (70,25%), Reino Unido (74,65%) e Italia (73,42%).

Las series de animación tienen una escasa presencia en todos los países, siendo un género exclusivo de las cadenas generalistas comerciales. La serie americana *Los Simpsons* se emite en *stripping* en todos los mercados (exceptuando

Tabla 5. Origen de la ficción seriada EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducción	Total
Alemania	38,76	59,53	1,71	100
España	49,22	50,78	0,00	100
Francia	30,43	67,86	1,71	100
Italia	9,68	90,32	0,00	100
Reino Unido	44,25	54,7	1,05	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	31,81	67,30	0,89	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

Francia que no emite series de animación). En España y el Reino Unido es la única serie emitida, mientras que en Italia y Alemania además se encuentra la serie estadounidense *Futurama* y en el último caso también *Family Guy*.

### 3.2. Concentración de las producciones domésticas en la ficción seriada

Las categorías de la ficción (seriada, no seriada o series de animación) son un claro determinante de los patrones de origen de los contenidos. La ficción seriada concentra la mayor presencia de contenidos domésticos en comparación con los otros dos géneros demostrando la importancia que ponen todos los países en estos contenidos. Italia es la excepción ya que el porcentaje de ficción no seriada local (19,76%) es superior al de la ficción seriada (9,68%).

El gran peso de la producción doméstica en la ficción seriada se ve más claramente en el caso de las televisiones públicas donde, en el caso de Alemania (87,82%), Reino Unido (83,15%) y España (80,45%), sobrepasan claramente a los contenidos importados. Italia vuelve a ser el país que emite menos porcentaje de producto local seriado en sus canales públicos (16,37%). En los privados el porcentaje de producción doméstica desciende considerablemente. Los únicos países que mantienen porcentajes elevados son España (33,86%), Francia (32%) y el Reino Unido (27,70%).

### 3.3. Estados Unidos como procedencia hegemónica de la ficción no seriada

La ficción no seriada presenta unas características muy diferentes al caso anterior:

- las cadenas dedican menos tiempo a este tipo de contenidos que a los seriados, tanto en las comerciales como en la mayoría de las públicas;
- la única franja horaria con mayor presencia de ficción de emisión única es la franja de noche (57,21%), por delante de la ficción seriada (42,55%). Durante el *day time* destaca la franja de sobremesa, con un aumento de la cantidad de este tipo de ficción en comparación con las otras franjas, en especial los fines de semana. En cambio, en el *prime time* los contenidos seriados ocupan el 58,78% del tiempo de ficción. Los programadores dan mayor valor estratégico a la serialidad reservándole más tiempo en la franja donde se produce el pico de audiencia y donde hay mayor competencia entre las cadenas.
- mientras que la ficción seriada se programa más entre

Tabla 6. Origen de la ficción no seriada, cadenas públicas EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducción	Total
Alemania	74,30	12,40	13,30	100
España	29,04	59,63	11,33	100
Francia	56,95	32,14	10,91	100
Italia	50,97	46,43	2,60	100
Reino Unido	11,64	66,98	21,38	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	44,61	44,08	11,31	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

semana, los contenidos no seriados se concentran sobre todo en el fin de semana: en sólo dos días se concentra el 58,62% de los contenidos de cine, *TV movies* y largos de animación.

El origen de estos contenidos también difiere de la ficción seriada. En todos los mercados hay una clara dominancia de los productos importados, volviendo a ser Alemania el país con más tiempo de producciones domésticas (36,54%) y el Reino Unido con más coproducciones (24,81%).

« En los canales públicos hay una mayor presencia de contenidos europeos »

La similitud que encontramos con los productos seriados es la mayor presencia de producciones domésticas en las cadenas públicas. Destaca el caso francés, además del alemán, ya que el porcentaje de contenidos domésticos en las dos cadenas públicas alcanza el 56,96%. Esto es un reflejo del buen estado del cine francés en las salas cinematográficas y la larga trayectoria de la industria cinematográfica del país, probablemente con la legislación más protectora de la UE.

En las cadenas comerciales europeas la ficción no seriada se reserva, prácticamente de forma íntegra, a los contenidos importados (86,99%). Esta superioridad se encuentra en todas las franjas horarias. El país germánico continúa siendo, junto con Italia (10,03%), el que más porción dedica a los contenidos producidos en el propio país (10,01%).

Vemos una clara diferencia entre la apuesta que hacen las cadenas por la ficción seriada, con producciones domésticas

Tabla 7. Origen de la ficción no seriada cadenas privadas EU5 (temporada 2015-16) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducción	Total
Alemania	10,00	80,87	9,13	100
España	2,57	96,67	0,76	100
Francia	5,28	89,72	5,00	100
Italia	10,03	85,72	4,25	100
Reino Unido	8,13	64,72	27,15	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	7,02	86,99	5,99	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

Tabla 8. Origen de la ficción seriada ajena EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Europa	EUA	EUA + Europa	EUA + Otros	Europa + Otros	Otros	Total
<b>Públicas</b>							
Alemania	89,57	10,43	-	-	-	-	100
España	51,11	-	24,93	19,13	-	4,83	100
Francia	73,73	16,12	3,58	-	6,57	-	100
Italia	25,29	64,90	-	0,05	-	9,76	100
Reino Unido	-	35,66	-	-	-	64,34	100
<b>Privadas</b>							
Alemania	1,10	92,41	-	6,49	-	-	100
España	23,09	72,99	1,51	2,41	-	-	100
Francia	1,75	91,78	0,27	6,20	-	-	100
Italia	24,04	75,96	-	-	-	-	100
Reino Unido	0,84	99,16	-	-	-	-	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

y en la no seriada con productos importados de otros países, una situación espejo a lo que ocurre en las salas cinematográficas a nivel europeo y mundial (Fu, 2006).

### 3.4. Los canales públicos como promotores de diversidad de procedencias

Aunque ya hemos mencionado diversas diferencias entre las cadenas de titularidad pública y las comerciales, el aspecto en el que difieren de forma más notoria es en la procedencia de los contenidos de ficción ajena. En el caso de las privadas, Estados Unidos es el proveedor hegemónico en los cinco países, tanto para la ficción seriada como para la no seriada. En los operadores públicos hay más variedad de fuentes y una mayor presencia de contenidos europeos, exceptuando el Reino Unido donde hay una clara dominación de los contenidos procedentes de Estados Unidos, y también de Canadá (incluidos en la categoría otros) tanto en las cadenas públicas como en las privadas.

La ficción producida en Europa representa más de la mitad de los contenidos seriados de producción ajena en Alemania, España y Francia en sus canales públicos. Estos contenidos sólo se emiten en las 4 franjas del *day time* (mañana, mediodía, sobremesa y tarde). Ninguna ficción de origen europeo entra en la programación de *prime time* o noche. En Italia, en cambio, más de la mitad de sus contenidos provienen de Estados Uni-

dos, dejando sólo un tercio de su tiempo para contenidos europeos. El resto de programación seriada se rellena con contenidos de Australia y Canadá, países recurrentes también en los otros mercados.

Mientras que en los canales públicos se puede ver un flujo intraeuropeo de ficción seriada, éste es prácticamente inexistente en los canales privados exceptuando Italia (24,04%) y España (23,09%). En el primer caso destacan las series españolas y alemanas y en el segundo las alemanas y, en menor medida, las francesas. Estados Unidos tiene un papel

hegemónico en los otros tres países superando el 90% del tiempo de ficción seriada importada. España es el país con menor presencia de contenidos de Estados Unidos, aunque éstos alcanzan el 72,99% del tiempo.

Los contenidos no seriados ajenos emitidos provienen de una variedad más amplia de países tanto en los canales públicos como en los privados. Las producciones realizadas únicamente en Estados Unidos representan porcentajes inferiores que en el caso de la ficción seriada. No obstante, es importante remarcar la presencia de coproducciones entre Estados Unidos y otros países.

Estados Unidos ha utilizado las coproducciones con países europeos para actuar como un caballo de Troya en los mercados de la Unión Europea ya que con esta técnica sus contenidos pasan a ser considerados europeos y así evitan las cuotas que

Tabla 9. Origen de la ficción no seriada ajena EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Europa	EUA	EUA + Europa	EUA + Otros	Europa + Otros	Otros	Total
<b>Públicas</b>							
Alemania	15,41	51,38	28,20	-	1,25	3,76	100
España	33,17	48,75	9,71	1,63	2,13	4,61	100
Francia	-	72,25	-	27,75	-	-	100
Italia	37,99	37,43	24,58	-	-	-	100
Reino Unido	-	67,37	-	13,48	3,90	15,25	100
<b>Privadas</b>							
Alemania	2,63	84,05	9,81	3,51	-	-	100
España	4,78	53,95	22,47	7,97	1,25	9,58	100
Francia	7,24	59,98	0,72	4,85	-	27,21	100
Italia	5,33	63,95	24,97	2,55	-	3,20	100
Reino Unido	-	82,41	12,06	5,53	-	-	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

se imponen para los contenidos ajenos. Reino Unido es el país más recurrente para las coproducciones europeas con Estados Unidos, circunstancia que puede verse comprometida con la salida de este país de la Unión Europea.

La ficción no seriada producida entre Estados Unidos y otro país europeo, sin contar las coproducciones del mismo país de emisión, ocupan una posición relevante tanto en canales públicos como privados destacando el 28,20% de las públicas alemanas y el 24,97% de las privadas italianas. En cambio, la presencia de contenidos producidos entre uno o más países europeos diferentes al país de emisión es muy secundaria.

A pesar de la presencia acaparadora de Estados Unidos, tanto con contenidos producidos sólo por el país como las coproducciones con países europeos u otros territorios, los contenidos europeos no son irrelevantes en términos de volumen en las cadenas públicas de Alemania, España e Italia. Además, su presencia es más importante en las franjas de *prime time* y noche de nuestra clasificación, las franjas más competitivas y que más repercusión tienen en los resultados de las cadenas. Estos *time slots* son también los utilizados para programar películas norteamericanas, a las que la audiencia está más acostumbrada. Es decir, las películas europeas se programan con la misma estrategia que las de Estados Unidos.

En la franja de máxima audiencia, España se desvincula de la tendencia europea

En cambio, en Francia y el Reino Unido no hay presencia de contenidos europeos en las cadenas públicas. En el caso de las privadas Francia es el país con más producto no seriado europeo (7,24%) donde hay que sumar un 0,72% de coproducciones entre Estados Unidos y Europa. En el Reino Unido estas coproducciones alcanzan el 12,06%.

A pesar de que los contenidos de ficción no seriada de origen norteamericano siguen siendo mayoritarios en las cadenas privadas, lo cierto es que su presencia no es tan monopolística como en el caso de la ficción seriada. Así encontramos mayor variedad de procedencias: de otros países europeos y también de extraeuropeos como Canadá, Australia, Corea del Sur, Tailandia, Hong Kong y Nueva Zelanda.

### 3.5. El nivel de competencia como determinante del origen en los canales privados

Para saber la apuesta e importancia que hacen las cadenas de unos contenidos es clave analizar sus estrategias programáticas en la franja del *prime time*. El género de ficción más predominante en todos los países en *prime time* es el seriado, exceptuando España.

En la franja de máxima audiencia España se desvincula de la tendencia europea. El *prime time* está prácticamente integrado por informativos, que son considerablemente más largos que en el resto de países europeos. Esta técnica se utiliza para conseguir dos objetivos:

Tabla 10. Géneros de ficción en *prime time* EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Seriada	No seriada	Animación	Total
Alemania	51,42	45,53	3,05	100
España	39,12	60,88	-	100
Francia	74,98	25,02	-	100
Italia	51,24	48,76	-	100
Reino Unido	87,85	12,15	-	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	40,06	58,78	1,16	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

- aprovecharse del gran éxito de audiencia que tienen los informativos. Desde que las cadenas privadas vieron que obtenían grandes índices de audiencia con estos contenidos han ido alargándolos hasta ocupar una parte muy importante del *prime time*;
- empezando el programa fuerte del *prime time* al final de la franja pueden alargar el *prime time* hasta la franja de noche en términos de marketing. Eso hace que la ficción en *prime time* tenga un volumen residual y que el gran peso de estos contenidos se encuentre en la franja posterior.

El resto de países sitúan sus grandes apuestas de ficción en *prime time*. Si comparamos el volumen de ficción doméstica en esta franja (tabla 11) con la media de todas las franjas (tabla 3) vemos que en todos los países el porcentaje es considerablemente superior en *prime time*.

La gran inversión que supone la producción de ficción propia hace que las cadenas otorguen un gran valor estratégico a estos contenidos. En especial esta inversión se concentra en los contenidos de ficción seriada ya que dominan el *prime time*. Los contenidos de la franja de máxima audiencia tienen una clara intención de competir por la audiencia mientras que en otras franjas hay una lógica de relleno comportando una mayor presencia de contenido importado. Además, la apuesta por la ficción seriada hace también que el porcentaje de doméstica sea superior en este género que en el total de los otros géneros.

Otro contenido habitual en *prime time*, con menor volumen, son los *blockbusters*, habitualmente de producción norteamericana o coproducciones de este país. Este tipo de

Tabla 11. Origen de la ficción en *prime time* EU5 (temporada 2015-2016)

	Doméstica	Ajena	Coproducción
Alemania	44,72	47,41	7,87
España	48,05	45,78	6,17
Francia	47,11	44,13	8,76
Italia	27,41	69,94	2,65
Reino Unido	80,43	14,31	5,26
Promedio EU5 <sup>2</sup>	48,57	45,00	6,43

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

contenidos es el más habitual en la ficción ajena de *prime time*. A pesar de esto, las series norteamericanas también tienen su espacio en el horario de máxima audiencia en canales determinados.

En general se observan en el mercado televisivo europeo dos tendencias:

- los canales privados con mayor audiencia apuestan por la producción propia y algunos contenidos de ficción ajena no seriada;
- Los canales privados con menor audiencia de cada mercado programan más producción ajena, tanto durante el *day time* como en privados. En Alemania, *ProSieben*; en España, *Cuatro* y *La sexta*; en Francia, *M6*; en Italia, *Italia 1* y *RETE 4* y en Reino Unido, *Channel 4* (tabla 12).

Estos canales tienen como práctica habitual programar series norteamericanas en *day time* pero también en *prime time* ayudándoles, en algunos casos, a definir la imagen de marca del canal. Cabe destacar dos casos concretos que se alejan de la norma europea:

- el canal español *La sexta*, que a pesar de haber basado tradicionalmente parte de su parrilla en ficción seriada importada, actualmente se centra más en los contenidos de información produciendo un descenso de la presencia de ficción;
- el canal comercial francés *TF1*, a pesar de ser el líder en su territorio, programa un alto volumen de ficción seriada ajena en *prime time*.

La ficción es uno de los pilares de las cadenas generalistas europeas, y la apuesta es claramente por los contenidos seriados, tanto durante el *day time* como en el *prime time*

#### 4. Conclusiones

La ficción es uno de los pilares de las cadenas generalistas europeas, y la apuesta es claramente por los contenidos seriados, tanto durante el *day time* como en el *prime time*. Respondiendo a la primera pregunta de investigación, los contenidos ajenos dominan en los cinco grandes mercados europeos aunque el valor estratégico de la ficción local es más relevante.

Siguiendo la tendencia ya observada anteriormente por *Euronitor* (Prado; Delgado, 2010), podemos distinguir dos tipos de lógicas en la programación de la ficción: de relleno y competitiva:

- los contenidos de relleno se programan en franjas horarias poco relevantes para los ingresos publicitarios de las cadenas. En esta categoría encontramos básicamente reposiciones de ficción ajena y *TV movies*. Estos contenidos permiten a las cadenas no gastar muchos recursos en espacios que no generan ingresos significativos;
- los contenidos competitivos se sitúan principalmente en *prime time* donde domina claramente la producción doméstica. También se incluyen dentro de esta categoría las

Tabla 12. Share de las cadenas comerciales en 2014

Alemania	
Sat. 1	6,6
RTL	10,7
ProSieben	5,4
España	
Antena 3	13,6
Telecinco	14,5
Cuatro	6,8
La sexta	7,2
Reino Unido	
ITV	14,7
Channel 4	4,8
Francia	
TF1	22,9
M6	10,1
Italia	
Canale 5	15,3
Italia 1	6,0
Rete 4	4,9

Fuente: *European Audiovisual Observatory*

películas de estreno que empiezan en *prime time* y pueden terminar en la franja de noche. Aunque la mayoría de estos títulos proviene de Estados Unidos, también hay una presencia relevante de obras europeas y de productos domésticos, sobre todo en las públicas.

Dentro de esta generalización, encontramos que las cadenas comerciales siguen dos líneas programáticas de acuerdo con su posición en el mercado:

- las cadenas con un *share* elevado tienden a programar ficción doméstica en *prime time* y algunos *blockbusters*;
- las cadenas generalistas con menos audiencia apuestan por los contenidos seriados ajenos, es decir, principalmente series originadas en Estados Unidos.

Las cadenas de titularidad pública se distinguen de las privadas sobre todo por:

- mayor presencia de contenidos domésticos;
- mayor variedad de orígenes en la producción ajena.

La proporción de trabajos europeos, sin incluir los producidos por el propio país emisor, es significativa en las cadenas públicas, especialmente en la ficción seriada. Observamos indicios de un inicio de flujo intraeuropeo en este tipo de contenidos, aunque es imperceptible en las cadenas comerciales. Por lo tanto, podemos decir que el intercambio de ficción entre los países europeos, a pesar de los esfuerzos de la *Comisión Europea*, todavía no es una práctica habitual y generalizada en las televisiones generalistas.

Hay que destacar la presencia de contenidos producidos entre Estados Unidos y países europeos. Con esta práctica Estados Unidos consigue incrementar su hegemonía, sobre todo en la ficción no seriada, ya que sus contenidos pasan



a ser considerados europeos en términos de las políticas proteccionistas del mercado europeo. La misma estrategia explica el alto número de coproducciones entre Estados Unidos y Canadá, donde también se da un nivel de proteccionismo elevado de su producción doméstica.

La gran apuesta por los programas domésticos, tanto en ficción como en el resto de contenidos, hace que el nivel de dependencia de los mercados internacionales sea bajo, reforzando las culturas nacionales de cada país. Aun así, el bajo intercambio de contenidos europeos hace que no haya un flujo cultural dentro de Europa ni la creación de una base cultural común. Con las nuevas vías de distribución de contenidos audiovisuales, donde la audiencia cada vez tiene más poder para escoger contenidos, falta ver si el flujo se vuelve más plural y dinámico.

Los contenidos competitivos se sitúan principalmente en *prime time*, donde domina claramente la producción doméstica

## Notas

1. *Euromonitor* es un observatorio permanente de la televisión en Europa creado por un grupo de investigadores europeos (Paolo Baldi, Ian Connell, Claus Dieter Rath y Emili Prado) con el apoyo del servicio VQPT de la RAI y operativo desde 1989. Hasta 1995 tuvo su base de coordinación en Ginebra y a partir de esa fecha se trasladó a la *Universitat Autònoma de Barcelona* donde opera bajo la dirección de Emili Prado, catedrático de comunicación audiovisual y publicidad. El equipo de la sede central incluye como coordinadoras de informes nacionales a las profesoras Matilde Delgado, Núria García-Muñoz, Gemma Larrègola y Belén Monclús.

*Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis (Griss), Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*. Edificio I. Campus de la UAB.  
08193 Bellaterra (Barcelona), España  
<http://www.griss.org>  
[griss@griss.org](mailto:griss@griss.org)

2. Los valores promedio de EU5 de las tablas 3, 4, 5, 6, 7, 10 y 11 se han obtenido a partir del número total de producciones de los 5 países considerados.

## 5. Bibliografía

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

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

**Buonanno, Milly** (2008). *The age of television: Experiences and theories*. Bristol: Intellect. ISBN: 978 1841501819

**De-Bens, Els; De-Smaele, Hedwig** (2001). "The inflow of

American television fiction on European channels revisited". *European journal of communication*, v. 16, n. 6, pp. 51-76.  
[http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta\\_Sage\\_Articles\\_on\\_194\\_225\\_11\\_89/Ingenta776.pdf](http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta776.pdf)  
<https://doi.org/10.1177/0267323101016001003>

**Delgado, Matilde; Prado, Emili** (2012). "Outside the box: la televisión más deseada". En: León, Bienvenido (coord.). *La televisión ante el desafío de internet*. Salamanca: Comunicación Social, pp. 90-97. ISBN: 978 8415544142

**Dhoest, Alexander; Simons, Nele** (2016). "Still 'watching' TV? The consumption of TV fiction by engaged audiences". *Media and communication*, v. 4, n. 3, pp. 176-184.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.427>

**Eastman, Susan-Tyler; Ferguson, Douglas A.** (2006). *Media programming: Strategies and practices*. 7<sup>th</sup> ed. Belmont, Calif: Thomson/Wadsworth. ISBN: 0534636896

**Esser, Andrea** (2009). "Trends in television programming: Commercialization, transnationalization, convergence". En: Charles, Alec. *Media in the enlarged Europe: Politics, policy and industry*. Bristol: Intellect, pp. 23-36. ISBN: 978 1841509983

**Fu, W. Wayne** (2006). "Concentration and homogenization of international movie sources: Examining foreign film import profiles". *Journal of communication*, v. 56, n. 4, pp. 813-835.  
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00321.x>

**Havens, Timothy** (2007). "The hybrid grid: Globalization, cultural power and Hungarian television schedules". *Media, culture & society*, v. 29, n. 2, pp. 219-39.  
<http://dx.doi.org/10.1177/0163443707074254>

**Hoskins, Colin; McFayden, Stuart; Finn, Adam** (1997). *Global television and film: An introduction to the economics of the business*. Oxford: Clarendon. ISBN: 0198711476

**Hoskins, Colin; McFayden, Stuart; Finn, Adam** (2004). *Media economics: Applying economics to new and traditional media*. California: Sage Publications. ISBN: 0761930957

**Kevin, Deirdre; Ene, Laura** (2015). *European fiction works on TV channels*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.  
<https://goo.gl/7qJ8CJ>

**Lange, André** (2015). *Fiction on European TV channels (2006-2013)*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. ISBN: 978 9287180797

**Prado, Emili; Delgado, Matilde** (2010). "La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación". *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, n. 84, pp. 52-64.  
<https://goo.gl/rFK1Jz>

**Trepte, Sabine** (2008). "Cultural proximity in TV entertainment: An eight-country study on the relationship of nationality and the evaluation of US prime-time fiction". *Communications*, v. 33, n. 1, pp. 1-25.  
<https://doi.org/10.1515/commun.2008.001>