

Televisión en Europa: análisis y comparativa de las principales cadenas públicas en seis países

Television in Europe: analysis and comparison of the main public television channels in six countries

Gemma C. Camáñez García
Madrid (España)

RESUMEN

En España se vive un momento en el que se va a implantar una nueva definición del servicio público de televisión, y en el que se estudia la adjudicación de nuevas licencias de emisión a cadenas de titularidad privada.

El sector de la televisión se caracteriza por estar en constante evolución. La ley de la oferta y la demanda es la moneda de cambio de este medio, y obliga a una renovación inmediata en cuanto a contenidos y tecnologías aplicadas (internet, telefonía móvil, digital, digital terrestre...).

Europa presenta un panorama televisivo único en el mundo. La televisión pública está implantada en casi todos los países, y en muchos de ellos es el referente más importante del mercado, o es líder o está entre las primeras preferencias de los telespectadores.

El análisis del modelo público en los principales mercados televisivos de Europa, en cuanto a contenidos, permite presentar una realidad, e igualmente permite ver tendencias que se pueden ir adaptando de unos a otros.

Tanto el final de la temporada televisiva como el principio de la misma son periodos muy interesantes de tener en cuenta a la hora de analizar los contenidos emitidos.

El mes de junio marca el final de la temporada, y se convierte en uno de los meses más importantes en la estacionalidad televisiva. Las cadenas presentan los capítulos finales de temporada y presentan algunas novedades estivales en sus rejillas de programación, por lo que es un buen momento para analizar lo acontecido, y que sirva de resumen del año televisivo.

El análisis se centra en el estudio del reparto del mercado entre las diferentes cadenas; como es la disposición de los contenidos principales, es decir, las franjas horarias más importantes dependiendo de cada país; y finalmente la representación de los grandes géneros y los subgéneros más destacados en las rejillas: entretenimiento (realities, magazines...), ficción (cine y series de producción propia) e información (informativos diarios, documentales...), sin olvidarnos del concepto de la televisión acontecimiento, con eventos transnacionales como son el fútbol (por ejemplo, Champions League) y la Fórmula 1 (sobre todo en países como Alemania y España), y el Festival de Eurovisión.

Una breve descripción de los contenidos reflejados en la ARD y ZDF en Alemania; TVE1, La2, Canal Sur, TV3, ETB-2, TVG, TVM, C9, TV Canaria y CMT en España; France 2 y France 3 en Francia; Rai 1, Rai 2 y Rai 3 en Italia; RTP1 y RPT2 en Portugal; y la BBC1 y BBC2 en Reino Unido, conformará este trabajo en el que se intenta dar una cohesión a la identidad cultural europea y dar una idea de lo que son las televisiones públicas en la actualidad y hacia dónde puede ir la Televisión que queremos.

ABSTRACT

A brief description of the contents shown in public channels ARD and ZDF in Germany; TVE1, La2, Canal Sur, TV3, ETB-2, TVG, TVM, C9, TV Canarias and CMT in Spain; France 2 and France 3 in France; Rai 1, Rai 2 and Rai 3 in Italy; RTP1 and RPT2 in Portugal; and BBC1 and BBC2 in United Kingdom, is what this work will consist off. It pretends to give cohesion to the European cultural identity and give an idea of what public televisions are nowadays and where the Television we want can go.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión, televisión pública, audiencias.

Television, public television, ratings.

Europa vive un momento efervescente en el sector televisivo. La aparición de nuevos canales de televisión, sobre todo en la televisión digital terrestre (TDT), está cambiando por completo el panorama televisivo actual. Algunos países, entre ellos Reino Unido, ya tienen en marcha canales digitales de cobertura nacional, BBC3, BBC4 e ITV3, en los que los datos de cuota de pantalla son puramente anecdóticos.

Ante el futuro más próximo del sector, es necesario tener una radiografía de una parte importante del mercado de la televisión europea (Alemania, España, Francia, Italia, Portugal y Reino Unido), con la que poder trabajar en el estudio de los gustos del público, que es lo que la audiencia "ve" en su pantalla.

En estos momentos, se vive el debate de cual debe ser el papel de la televisión pública en cuanto a su financiación, la participación de las Administraciones públicas en su gestión y como van a ser el motor de desarrollo del proceso de digitalización.

En este artículo se quiere dar una mayor relevancia al sector público de la televisión, dado el momento de encrucijada que viven algunos operadores, como el caso de RTVE en España. En el 2005 las principales cadenas nacionales europeas de titularidad pública (ARD, ZDF, RTVE, France Télévision, RAI, BBC y la UER-Unión Europea de Radiodifusores) han firmado una declaración común en la que se resalta su papel vital y garante para la democracia, la cohesión social, la diversidad cultural, el pluralismo y la información independiente, la renovación creativa, el mejor conocimiento de la realidad social, la inversión en contenidos originales locales y la construcción de un espacio de comunicación abierto a todos.

Este análisis se vertebra en torno a tres conceptos: El sector público dentro del panorama televisivo de

cada país; la cuota de pantalla del mercado; y ranking de los programas más vistos en el mes de junio de 2005 (géneros, formatos y cadenas predominantes).

1. Europa

El continente europeo presenta un panorama televisivo diferente al resto del mundo. La televisión pública es uno de los principales actores, mientras que en otros países, como Estados Unidos, los operadores públicos tienen una presencia minoritaria, en Europa, en muchos países llega a ser líder de audiencia, y casi siempre supera una cuota conjunta superior al 30% (España: 43,6%, la suma de TVE1, La2 y FORTA durante la temporada 04/05). (Ver Gráfico 1).

La financiación, en estos momentos, es el tema de mayor controversia respecto al servicio público de televisión. En los principales países europeos los ingresos provienen de dos vías: la financiación pública (pago de canon o subvenciones estatales) y la inversión publicitaria. En todos los países, excepto en España, la participación en la denominada tarta publicitaria está limitada a los operadores públicos por parte de los Organismos reguladores del audiovisual.

Otra de las características del sector europeo es la concentración de las cuotas de mercado en pocos operadores, y como la cadena líder lo es con un porcentaje aproximadamente del 25%. Alemania, es la gran excepción, ya que el liderazgo está mucho más repartido, dada la multiplicidad de canales existentes, la primera posición se sitúa en el 15% de cuota de pantalla.

Así mismo, es interesante observar como las cadenas públicas luchan por su supremacía, aunque en el mes analizado sólo en dos países consiguen liderar su mercado (Alemania-ARD y Reino Unido-BBC1) (Ver gráficos 1 y 2).

2. Alemania

2 canales públicos nacionales en abierto: ARD y ZDF

Financiación: Canon + publicidad

Horario Prime time: 20:00-23:00h (3 horas)

Características del mercado: Fragmentación de las audiencias, debido a un elevado número de canales y a la penetración del cable. Aún así, la cuota de pantalla está dominada por cuatro operadores, los dos públicos y dos privados, RTL y Sat.1. (V Gráfico 4).

Fuente: Ip-Deutschland

Televisión pública: Programación generalista

Limitaciones de publicidad: No en *prime time* (a partir de las 20h); no domingos ni festivos; no más de 20 minutos por hora.

Líder del mercado

Junio 2005: Suma más de la cuarta parte del mercado (27,5%)

De las 50 emisiones más vistas del mes (Ver tablas 1 y 2).

Las cadenas públicas dominan el mes de junio, gracias a los informativos y el deporte (fútbol). El género dominante es la ficción nacional, donde destaca el título de *Tatort* (ARD), serie semanal policial con más de 600 episodios en emisión.

Cine y Reality son los grandes géneros que no tienen emisiones entre las más vistas.

3. España

2 canales públicos nacionales en abierto: TVE-1 y La2

12 canales públicos regionales en abierto: CanalSur y Canal 2 Andalucía; TV3 y C33; ETB-1 y ETB-2; TVG; TVM; C9 y Punt 2; TV Canarias; CMT

Financiación: Subvención + publicidad

Horario Prime time: 21:00-24:00h (3 horas)

Características del mercado: El mercado tanto de audiencias como de publicidad se reparte entre cuatro operadores, TVE-1, T5, A3 y el conjunto de canales autonómicos, FORTA. Aumento de la cuota de pantalla de las cadenas locales y temáticas (ver gráfico 5).

Fuente: GECA Consultores

Televisión pública: Programación generalista

Limitaciones de publicidad: al igual que las cadenas privadas, 15% del tiempo total y 20% por hora de emisión es el máximo de tiempo dedicado a la publicidad

Pérdida del liderazgo en el año 2004

Temporada 04/05: TVE-1, La2 y Forta suman el 43,6% de la cuota de mercado. De las cadenas autonómicas, la andaluza Canal Sur es la única que consigue ser líder en su territorio (Ver gráfico 6).

Fuente: GECA Consultores

Las 25 emisiones más vistas de la temporada en el ámbito nacional (Ver gráfico 7).

Fuente: GECA Consultores

Durante esta temporada en España el panorama ha estado dominado por las emisiones deportivas (partidos de fútbol emitidos por cadenas públicas) y por el género de ficción nacional, series de producción propia. Es de resaltar, la ausencia de informativos y de cine.

Los 15 programas más vistos de la temporada en el ámbito nacional (Ver gráfico 8).

Fuente: GECA Consultores TVE-1 tiene 4 programas entre los más vistos, dos series y dos programas de entretenimiento, musical y humor, respectivamente. En el ranking de programas si aparecen títulos de series de producción ajena, como es la saga de CSI Las Vegas y CSI Miami, ambas en Telecinco.

En cuanto a los programas más vistos por territorio donde existe canal autonómico, observamos que en alguno de ellos, como Madrid, Valencia, Canarias y Castilla la Mancha, los operadores públicos no sitúan ningún título entre lo más visto.

La producción propia de las cadenas autonómicas son los programas que más interesan a sus públicos, especialmente los géneros de ficción y entretenimiento, Arrayán y Menuda noche en Canal Sur; Caçadors de bolets, Trilita y Jet lag en TV3; Vaya semanita en ETB-2; y Libro de familia y el veterano, Luar en TVG (Ver tablas 3, 4, 5, 6, 7 y 8).

4. Francia

3 canales públicos nacionales en abierto: France 2, France 3 y France 5

Financiación: Canon (2/3 de su financiación) + publicidad

Horario Prime time: 19:00-22:00h (3 horas)

Características del mercado: Tres operadores dominan el mercado. El operador público compuesto por tres canales. La cadena líder, de forma indiscutible es el canal comercial, TF1. (Ver Gráfico 9).

Fuente: Médiametrie

Televisión pública: France 2 - Programación generalista. France 3 - Información. France 5 - Educación e investigación

Limitaciones de publicidad: No más de 8 minutos por hora (13,3% por hora); no interrupción de películas; no más del 10% de tiempo de emisión diario.

Segunda opción en su mercado

Junio 2005: Entre las tres cadenas, 41,5%

De las 50 emisiones más vistas del mes (Ver tablas 9 y 10).

TF1 lidera los ranking, con 34 de las 50 emisiones más vistas. La ficción, tanto series, de producción propia y ajena (CSI: Miami y Perdidos), como el cine, principalmente nacional, son las apuestas de la cadena privada.

Las emisiones de fútbol son casi testimoniales, mientras que en el país galo el reality si está presente, principalmente con el formato conocido en España como La granja de los famosos. Una novedad es la inclusión entre las emisiones más vistas de un formato de docu-ficción, dedicada en esta ocasión al General De Gaulle, con más de 5 millones de espectadores.

5. Italia

3 canales públicos nacionales en abierto: RAI1, RAI2 y RAI3

Financiación: Canon + publicidad

Horario Prime time: 20:30-22:30h (2 horas)

Características del mercado: Es un escenario repartido prácticamente al 50% entre dos operadores, público y privado, RAI y Mediaset. Tiene el horario estelar más reducido de los países analizados (Ver gráfico 10).

Fuente: Auditel

Televisión pública: Programación generalista

Limitaciones de publicidad: No más del 12% por hora de emisión; no más del 4% de tiempo de emisión semanal.

En cuanto audiencias reparto muy igualado

Junio 2005: Entre las tres cadenas, 39,8% frente a un 43,9% del grupo Mediaset

De las 50 emisiones más vistas del mes (Ver tablas 11 y 12).

La paridad llega también a los listados de emisiones más vistas. Cine y deporte se reparten los gustos de los espectadores. Las películas de factura norteamericana son las favoritas de los italianos, mientras que la Fórmula 1, el motociclismo y el fútbol se reparten sus preferencias deportivas.

RAI1 y Canale 5 son los canales predominantes. En el canal público destaca la aparición de un magazine divulgativo entre lo más visto. Los segundos canales tienen tres emisiones en el ranking, dos premios de motos en Italia 1 y los entrenamientos de Fórmula 1 en RAI2.

6. Portugal

2 canales públicos nacionales en abierto: RTP1 y 2:

Financiación: Subvenciones (principalmente para el canal RTP1) + publicidad. Hubo canon hasta 1991

Horario Prime time: 20:00-23:00h (3 horas)

Características del mercado: Es un mercado reducido, dado que su población total es de aproximadamente 11 millones de personas. Aún así, la televisión es un sector muy vivo. En el año 2002 se hizo una reforma del modelo de servicio público y se creó una nueva legislación en el sector.

En enero de 2004 el segundo canal, RTP2 se cierra, y se reabre como 2: dando un giro en cuanto a financiación y programación (Ver gráfico 11).

Fuente: MediaMonitor

Televisión pública: Programación generalista

Limitaciones de publicidad: -

Las cadenas privadas dominan claramente. Aunque RTP1 desde el año 2001, registró su peor dato de la historia, 20,1%, está remontando y se sitúa como tercera opción en estrecha lucha por un tercio de la audiencia.

Junio 2005: TVI gana con una amplia ventaja, 31,1%, los dos canales públicos suman un 27,1% casi empate con el cuarto canal en liza, SIC (27,5%)

De los 15 programas más vistos del mes (Ver tabla 13 y gráfico 12).

Portugal presenta una realidad muy heterogénea, cuatro son los macrogéneros presentes en los programas más vistos, ficción (seriales y series principalmente de producción propia), los informativos, el deporte y el reality (la adaptación del formato, La granja de los famosos, al igual que en Francia, consigue muy buenos resultados, 50,3%, la emisión final en TVI).

RTP1 posee los derechos de emisión de la selección nacional de fútbol, y dos de sus tres programas incluidos en la lista son dos encuentros clasificatorios para el próximo Mundial.

7. Reino Unido

3 canales públicos nacionales en abierto: BBC1, BBC2 y Channel 4

Financiación: Canon + publicidad, a excepción de Channel 4 que se financia por publicidad

Horario Prime time: 18:00-22:30h (4 horas y 30 minutos)

Características del mercado: Su prime time, es el de mayor duración de los analizados. Debido a que dan comienzo con sus productos estrellas, los seriales de producción propia, de los que algunos llevan más de veinte años en emisión. Es el mercado más avanzado en cuanto al proceso de digitalización, por lo que tiene una presencia dominante del conjunto de cadenas agrupadas en el epígrafe de Otras (satélite, cable, locales,

...).(Ver Gráfico 13).

Fuente: Barb

Televisión pública: Programación generalista

Limitaciones de publicidad: La BBC no puede emitir publicidad. Channel 4 tiene las mismas que la televisión privada

Tras una crisis sufrida por la BBC1, vuelve a ser líder, aunque seguida de cerca por la privada ITV.

Junio 2005: El sector público suma un 38,4% de la cuota de mercado, siendo su gran rival el conjunto de Otras, 33,6%.

De las 50 emisiones más vistas del mes .(Ver tablas 14, 15 y 16).

El panorama británico es coto privado de los seriales nacionales, considerados los grandes culebrones europeos, Coronation Street, el más visto (la emisión más vista todas las semanas) lleva en antena desde 1960, dando paso a la programación de prime time de la cadena, ITV, con una media superior a los 10 millones de espectadores.

Como el ranking de emisiones más vistas siempre está copado por este género, hemos querido mostrar cual sería el listado si no lo tuviésemos en cuenta, con lo que se presenta un listado muy homogéneo configurado por series nacionales, cuatro de ellas difundidas en BBC1.

Gráficos y tablas

Gráfico 1



Gráfico 2



Gráfico 3

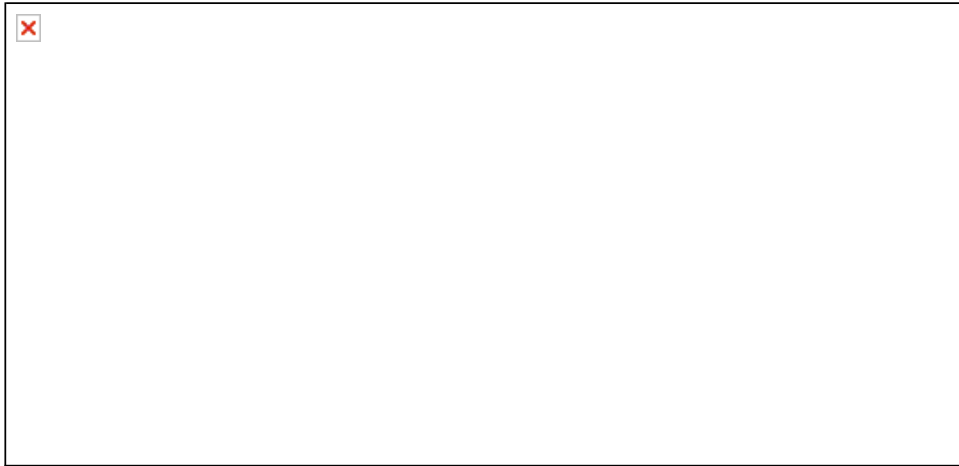


Tabla 2



Género	N° emisiones
Cine	-
TV Movie	4
Serie	19
Serial	-
Deporte	16
Entretenimiento	5
Informativo	6
Magazine	-
Reality	-

Tabla 2

Top 5 – Junio 2005		
	COPA CONFEDERACIONES: Argentina - Alemania	13 150 000
1	(Fútbol)	ARD 44,6%
	COPA CONFEDERACIONES: Alemania - México	12 000 000
2	(Fútbol)	ARD 51,6%
	COPA CONFEDERACIONES: Alemania - Australia	11 810 000
3	(Fútbol)	ARD 42,8%
	WER WIRD MILLIONÄR?: Spéciale Association	
	(Concurso)	11 400 000
4	¿Quiere ser millonario?	RTL 38,3%
		11 080 000
5	TAGESSCHAU (Informativo)	ARD 38,8%

Gráfico 5

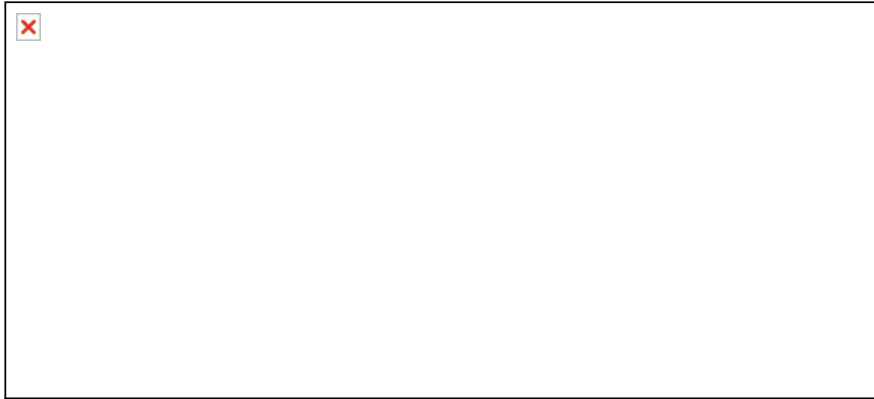


Gráfico 7

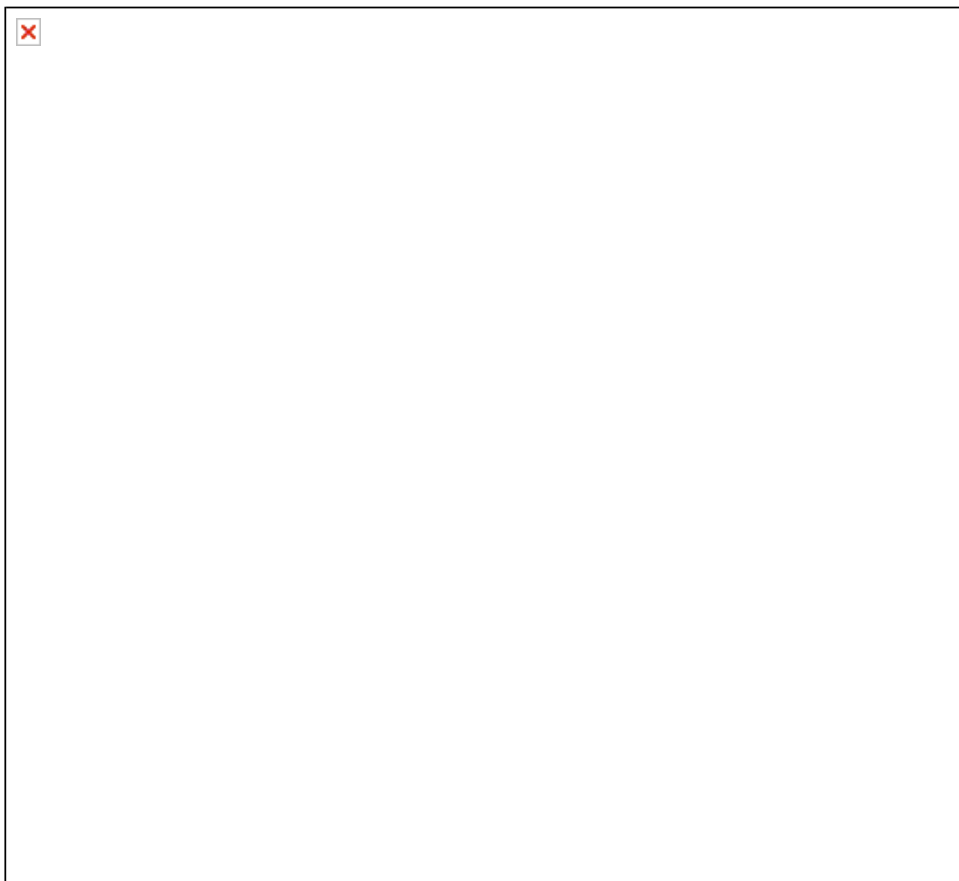


Gráfico 8



Tabla 3

Andalucía		Datos medios de temporada					
Cadena	Programa	Emis.	Hora	Durac.	Miles	Rat.	Sh.
1 Antena 3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	34	22:06	99	1.434	20	42
2 Antena 3	MIS ADORABLES VECINOS	25	21:57	102	935	13	30
3 Telecinco	LOS SERRANO	25	22:08	105	910	12	27
4 Canal Sur	ARRAYAN	152	21:45	33	908	12	30
5 Canal Sur	MENUDA NOCHE	37	22:16	115	876	12	32
6 Telecinco	AIDA	13	21:55	67	865	12	26
	AQUI NO HAY QUIEN VIVA						
7 Antena 3	(REPETICION)	31	22:59	80	859	12	36
8 TVE 1	CUENTAME COMO PASO	12	22:08	99	846	12	26
9 Canal Sur	MORANQUISSIMO	31	22:23	103	830	11	29
10 Telecinco	GRAN HERMANO	19	21:55	153	781	11	27
11 Telecinco	EL COMISARIO	20	22:17	94	779	11	25
12 Telecinco	GRAN HERMANO VIP	12	21:56	164	760	10	26
13 Canal Sur	ARRAYAN (DOMINGO)	36	21:44	33	759	10	25
14 Telecinco	MOTIVOS PERSONALES	13	22:08	108	756	10	24
15 Telecinco	LA CASA DE TU VIDA	12	21:59	158	752	10	28
16 Telecinco	HOSPITAL CENTRAL	26	22:06	102	749	10	23
17 Telecinco	OPERACION TRIUNFO	1	22:00	168	738	10	32
18 TVE 1	ANA Y LOS 7	26	22:05	84	736	10	22
19 Canal Sur	RATONES COLORAOS	23	22:24	126	705	9,6	24
20 Antena 3	EL INQUILINO	13	22:00	76	696	9,6	24

Tabla 4

Cataluña		Datos medios de temporada					
Cadena	Programa	Emis.	Hora	Durac.	Miles	Rat.	Sh.
1 Antena 3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	34	22:06	99	1.038	16	37
2 Telecinco	AIDA	13	21:55	67	939	15	31
3 TV3	CAÇADORS DE BOLETS	13	21:33	21	850	13	32
4 TV3	TRILITA	6	21:49	24	833	13	27
5 TV3	JET LAG	14	21:39	39	780	12	28
6 Telecinco	C.S.I.	21	22:09	58	772	12	26
7 Telecinco	C.S.I. MIAMI	24	22:02	58	768	12	27
8 Telecinco	HOSPITAL CENTRAL	26	22:06	102	763	12	28
9 Telecinco	7 VIDAS	22	21:58	68	761	12	29
10 TV3	VENTDELPLA	39	21:57	69	746	12	25
11 Telecinco	OPERACION TRIUNFO	1	22:00	168	736	11	34
12 TV3	EL COR DE LA CIUTAT	194	15:50	36	709	11	42
13 Telecinco	EL COMISARIO	20	22:17	94	700	11	28
14 TV3	MARES	13	21:47	31	695	11	26
15 Antena 3	SIN RASTRO	28	22:21	49	690	11	27

16	Telecinco	MOTIVOS PERSONALES	13	22:08	108	682	11	26
17	Telecinco	GRAN HERMANO	19	21:55	153	679	11	29
18	TV3	EFFECTE MIRALL	12	21:53	20	671	10	25
19	TV3	MAJORIA ABSOLUTA	9	21:41	53	666	11	25
20	Telecinco	LOS SERRANO	25	22:08	105	659	10	24

Tabla 5

Euskadi		Datos medios de temporada						
Cadena	Programa	Emis.	Hora	Durac.	Miles	Rat.	Sh.	
1	Telecinco	LOS SERRANO	25	22:08	105	367	18	41
2	Telecinco	AIDA	13	21:55	67	348	17	39
3	Telecinco	HOSPITAL CENTRAL	26	22:06	102	330	16	37
4	Telecinco	7 VIDAS	22	8:58	68	318	16	38
5	Telecinco	C.S.I.	21	22:09	58	309	15	35
6	Telecinco	C.S.I. MIAMI	24	22:02	58	298	15	32
7	Telecinco	EL COMISARIO	20	22:17	94	275	13	33
8	Antena 3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	34	22:07	100	261	13	29
9	Telecinco	GRAN HERMANO	19	21:55	153	259	13	34
10	ETB 2	VAYA SEMANITA	44	22:12	88	255	13	30
11	Telecinco	MOTIVOS PERSONALES	13	22:08	108	255	12	31
12	TVE 1	CUENTAME COMO PASO	13	22:08	100	251	12	28
13	Telecinco	OPERACION TRIUNFO	1	22:00	168	247	12	35
14	Telecinco	GRAN HERMANO VIP	12	21:56	164	215	11	29
15	ETB 2	LA NOCHE DE... (PRESENTACION)	44	22:07	23	214	10	24
16	Telecinco	LOS 80	6	22:13	99	210	10	27
17	Telecinco	C.S.I. MIAMI (REPETICION)	18	23:12	58	207	10	31
18	Telecinco	LA CASA DE TU VIDA	12	21:59	158	202	9,8	28
19	Telecinco	7 VIDAS (REPETICION)	41	23:09	66	200	9,8	31
20	Telecinco	OPERACION TRIUNFO. EL CASTING	13	21:21	41	198	9,6	31

Tabla 6

Galicia		Datos medios de temporada						
Cadena	Programa	Emis.	Hora	Durac.	Miles	Rat.	Sh.	
1	Telecinco	LOS SERRANO	25	22:08	105	376	14	35
2	Telecinco	MOTIVOS PERSONALES	13	22:08	108	340	13	34
3	Telecinco	HOSPITAL CENTRAL	26	22:06	102	323	12	31
4	Telecinco	OPERACION TRIUNFO	1	22:00	168	322	12	35
5	Telecinco	EL COMISARIO	20	22:17	94	319	12	32
6	TVE 1	¡MIRA QUIEN BAILA!	3	22:01	136	306	11	32
7	Telecinco	GRAN HERMANO	19	21:55	153	302	11	33
8	TVE 1	CUENTAME COMO PASO	13	22:08	100	301	11	30
9	Telecinco	AIDA	13	21:55	67	294	11	28
10	TVE 1	ANA Y LOS 7	26	22:05	84	278	10	27
11	TVG	LIBRO DE FAMILIA	19	22:14	71	277	10	28
12	Telecinco	C.S.I.	21	22:09	58	269	10	26
13	Telecinco	C.S.I. MIAMI	24	22:02	58	269	10	26
14	Antena 3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	34	22:06	99	267	9,9	25
15	Telecinco	GRAN HERMANO VIP	12	21:56	164	253	9,4	28
16	Telecinco	7 VIDAS	22	21:58	68	245	9,1	25
17	TVG	LUAR	38	21:51	182	243	9	28
18	TVG	O SHOW DOS TONECHOS	10	22:16	79	234	8,7	25
19	Telecinco	LA CASA DE TU VIDA	12	21:59	158	232	8,6	27
20	Telecinco	C.S.I. MIAMI (REPETICION)	18	23:12	58	230	8,5	26

Tabla 7

Madrid		Datos medios de temporada						
--------	--	---------------------------	--	--	--	--	--	--

Cadena	Programa	Emis.	Hora	Durac.	Miles	Rat.	Sh.
1 Antena 3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	34	22:06	99	965	18	38
2 TVE 1	CUENTAME COMO PASO	13	22:08	100	908	17	37
3 Telecinco	AIDA	13	21:55	67	897	16	36
4 Telecinco	LOS SERRANO	25	22:08	105	843	15	33
5 Telecinco	7 VIDAS	22	21:58	68	779	14	35
6 Telecinco	HOSPITAL CENTRAL	26	22:06	102	762	14	31
7 TVE 1	JUAN Y JOSE.SHOW	21	22:07	53	723	13	32
8 Telecinco	EL COMISARIO	20	22:17	94	705	13	31
9 Telecinco	GRAN HERMANO	19	21:55	153	681	13	32
10 TVE 1	¡MIRA QUIEN BAILA!	3	22:01	136	676	12	31

Tabla 8

Comun. Valenciana		Datos medios de temporada					
Cadena	Programa	Emis.	Hora	Durac.	Miles	Rat.	Sh.
1 Antena 3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	34	22:06	99	737	17	37
2 Telecinco	LOS SERRANO	25	22:08	105	615	14	31
3 Telecinco	AIDA	13	21:55	67	592	14	30
4 Telecinco	C.S.I.	21	22:09	58	570	13	28
5 TVE 1	JUAN Y JOSE.SHOW	21	22:07	53	566	13	31
6 Telecinco	C.S.I. MIAMI	24	22:02	58	560	13	28
7 TVE 1	CUENTAME COMO PASO	13	22:08	100	556	13	29
8 Telecinco	HOSPITAL CENTRAL	26	22:06	102	550	13	29
9 Telecinco	MOTIVOS PERSONALES	13	22:08	108	550	13	29
10 Telecinco	EL COMISARIO	20	22:17	94	540	13	30

Gráfico 9

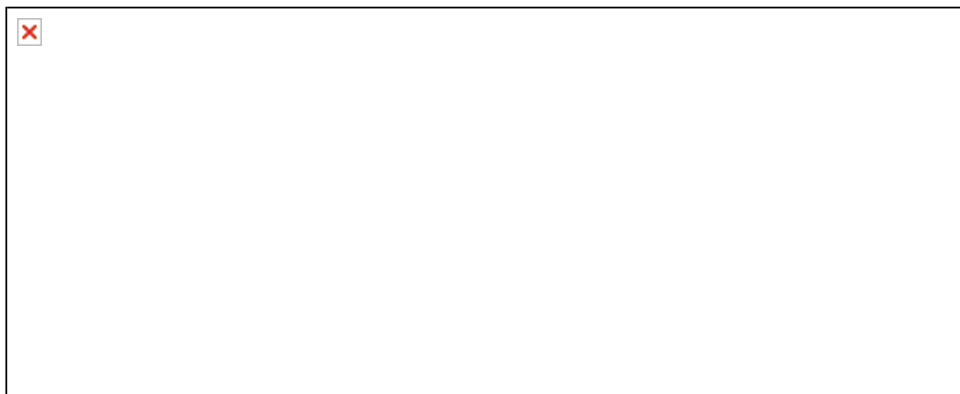


Tabla 9

Género	Nº emisiones
Cine	12
TV Movie	1
Serie	17
Serial	3
Deporte	2
Docu-ficción	1
Entretenimiento	2
Informativo	-
Magazine	6
Reality	6

Tabla 10

Top 5 – Junio 2005		12.109.000
1	DOLMEN (1/6) (Serial)	TF1 48,8%

2	DOLMEN (3/6) (Serial)	TF1	11.613.000 50,5%
3	DOLMEN (2/6) (Serial)	TF1	11.393.000 48,7%
4	ROSE Y VAL (Serie)	TF1	8.586.000 37,7%
5	LE JUGE (TV Movie)	TF1	8.256.000 33,6%

Gráfico 10



Tabla 11

Género	Nº emisiones
Cine	12
TV Movie	-
Serie	8
Serial	7
Deporte	11
Entretenimiento	8
Informativo	-
Magazine	3
Reality	1

Tabla 12

Top 5 – Junio 2005			
1	GRAN PREMIO DE ESTADOS UNIDOS (Fórmula 1)	RAI1	8.905.000 47,6%
2	GRAN PREMIO DE CANADA (Fórmula 1)	RAI1	8.812.000 52,7%
3	AFFARI TUOI (Concurso)	RAI1	8.448.000 36%
4	GRAN PREMIO DE CATALUÑA (Motociclismo)	ITALIA1	8.446.000 48,2%
5	COPA DE ITALIA. INTER MILAN-A.S. ROMA (Fútbol)	RAI1	8.438.000 33,4%

Gráfico 11

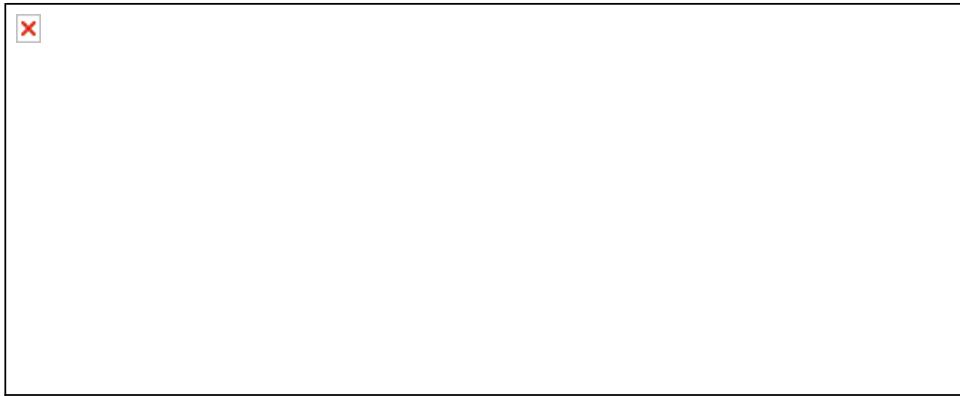


Tabla 13

Género	Nº emisiones
Cine	-
TV Movie	-
Serie	4
Serial	5
Deporte	-
Entretenimiento-	
Informativo	3
Magazine	-
Reality	1

Gráfico 12



Gráfico 13



Tabla 14

Género	Nº emisiones
Cine	-
TV Movie	1
Serie	28
Serial	16
Deporte	-
Entretenimiento	1
Informativo	3
Magazine	-
Reality	1

Tabla 15

Top 5 – Junio 2005

1	CORONATION STREET (Serial)	ITV1 11 240 000
2	CORONATION STREET (Serial)	ITV1 11 160 000
3	CORONATION STREET (Serial)	ITV1 11 040 000
4	CORONATION STREET (Serial)	ITV1 10 570 000
5	CORONATION STREET (Serial)	ITV1 10 340 000

Tabla 16

Top 5 – Junio 2005 (excepto Seriales)

1	HEARTBEAT (Serie)	ITV1 8 720 000
2	CASUALTY (Serie)	BBC1 8 230 000
3	NEW TRICKS (Serie)	BBC1 7 720 000
4	DOCTOR WHO (Serie)	BBC1 7 680 000
5	NEW TRICKS (Serie)	BBC1 7 470 000

Gemma C. Camáñez García es profesora en la Universidad Carlos III de Madrid (España)
(gcamanez@hum.uc3m.es).