

## **GECA PUBLICA LA NOVENA EDICIÓN DE "EL ANUARIO DE LA TELEVISIÓN"**

*El Anuario de la Televisión 2004* analiza los principales hechos del sector televisivo español durante la temporada 2002/03. Es la única publicación española en su género, y ofrece las claves económicas y de programación del último curso televisivo, que viene marcado por la fusión digital, el cambio de accionariado en Antena 3 y la recuperación de la ficción española, que comparte el liderazgo con los programas de "telerrealidad".

En esta novena edición se incluyen 16 ensayos escritos por profesionales del sector que analizan los principales aspectos de la radiotelevisión en España. *El Anuario* se abre con un balance general del curso televisivo en el que se detallan los aspectos fundamentales, los programas y las tendencias más destacadas de la televisión en España.

A continuación se estudian en profundidad la situación económica del medio, las nuevas líneas de programación -con especial incidencia en la recuperación de las series nacionales de ficción y la pérdida de pujanza de los espacios de "telerrealidad", a

pesar de que prosiguen los estrenos de los programas del denominado "tele-encierro".

También se presta especial atención a la fusión de las plataformas digitales, asunto al que se dedica un ensayo, junto a su repercusión en el mercado de la televisión digital y el resto de operadores no convencionales.

GECA mantiene un año más el análisis de la producción independiente para televisión, que constituye un estudio de referencia en esta materia. También se presta atención al mercado publicitario, la televisión local, los desarrollos tecnológicos y el nuevo escenario digital.

*El Anuario* amplía su campo de estudio con el análisis de la televisión en los principales mercados de Europa, además de Estados Unidos y América Latina, en los que se investigan las principales tendencias internacionales de programación. Por último, se incluye un análisis del sector de la radio, que completa la visión de conjunto de la radiotelevisión en España.

Las importantes efemérides que se celebran en la temporada 2002/03 son objeto de tres artículos en los que se estudian los 10 años de la aparición de los primeros canales temáticos, el 20º aniversario de ETB y los 30 años de emisión ininterrumpida de *Informe Semanal*.

A continuación se detallan algunos de los aspectos más destacados que ***El Anuario de la Televisión 2004*** recoge en sus páginas:

- ***La unión de las plataformas digitales se hace realidad con la creación de Digital+.*** Las primeras emisiones se inician, fuera de temporada, el 21 de julio de 2003, con una oferta de 150 canales, que combina lo más destacado de Canal Satélite Digital y Vía Digital. La unión de estos dos operadores supone una auténtica revolución en el sector. Una de las primeras consecuencias es el cambio de accionariado en Antena 3, dada la imposibilidad legal de que Telefónica sea propietaria simultáneamente de Digital+ y de Antena 3. El grupo editorial Planeta reemplaza a Telefónica como accionista de referencia de Antena 3.
- ***Por primera vez desde la llegada de los docu-shows a España dos series de ficción -Cuéntame cómo pasó y Ana y los 7, ambas de TVE1- acceden a los dos primeros puestos entre los programas de mayor audiencia.*** Otras dos series españolas encabezan los rankings de los programas más vistos de las dos cadenas privadas, Telecinco y Antena 3: Los Serrano y Un paso adelante, respectivamente. La "telerrealidad" ha cedido

*estos puestos de honor a las series nacionales tres temporadas después del estreno de Gran Hermano en Telecinco*

- **Los programas de periodismo "rosa" se incrementan notablemente en las rejillas de las cadenas,** particularmente en Antena 3 y Telecinco, como consecuencia también del auge de los formatos de "tele-encierro" protagonizados por famosos, especialmente Hotel Glam.
- **Las televisiones autonómicas agrupadas en la FORTA vuelven a superar su techo histórico,** que se sitúa en un 18,3%. La mayoría de las emisoras autonómicas aumenta su cuota de pantalla.
- **Las televisiones no convencionales (digitales, satélite, cable, locales, etcétera) continúan creciendo, pero en menor medida que en las dos últimas temporadas,** en las que subieron 1,3 y 1,4 puntos, respectivamente. Ahora crecen apenas dos décimas, el incremento más pequeño desde el curso 1995/96. La incertidumbre sobre la fusión de las plataformas digitales y la desaparición de Quiero se traduce, durante la temporada, en una caída de cuatro décimas. Sin embargo, terminada la temporada y al hilo

de la fusión digital, Otras llega a la cota máxima de su historia, con un 9,0% de share en julio y un 10,1% en agosto. Por primera vez el líder, TVE1, no llega al 23% en julio (22,3%) y en agosto (22,6%). Por el contrario, Digital+ logra en agosto (su primer mes de emisión completo) un 4,3%, lo que supera a la suma de Vía Digital y Canal Satélite en todos los meses anteriores a la fusión.

- **La crisis publicitaria parece llegar a su fin y el mercado se recupera ligeramente**, si bien ese crecimiento corresponde a la fuerte subida de los ingresos publicitarios de TVE, que contrasta con la disminución de los mismos en el resto de operadores. La situación parece cambiar en el primer semestre de 2003, en el que la subida es mayor (3,3% respecto al mismo periodo del año anterior).
- **La temporada 2002/03 tiene un marcado carácter informativo, tanto a nivel nacional como internacional**. La invasión de Irak por las tropas norteamericanas y británicas vuelve a situar la cobertura informativa en primera línea, cuyo interés y preocupación social se incrementan cuando mueren dos periodistas españoles, Julio A. Parrado, de El Mundo, y José Couso, de Telecinco. El hundimiento del Prestige frente a las costas gallegas y las elecciones municipales y autonómicas son

*los otros dos acontecimientos que ocupan la actualidad informativa nacional. Telecinco y Antena 3 aprovechan estos hechos para intentar diferenciarse de los Telediarios de TVE y arrebatárles parte de su audiencia. La agresiva estrategia de Telecinco ofrece buenos resultados durante los momentos más álgidos, mientras que Antena 3 se beneficia más a medio plazo.*

Otras conclusiones que se extraen de los artículos publicados en ***El Anuario de la Televisión 2004*** son:

***Aumenta la emisión de publicidad.*** *La inversión publicitaria sólo se sostiene a costa de aumentar la ocupación, una estrategia que no garantiza la óptima recepción de los anuncios y su eficacia, ya que provoca mayores movimientos de zapping.*

***La televisión da muestras de un consumo cada vez más individualizado.*** *Según un estudio de GECA, elaborado a partir de datos de TNS Audiencia de Medios y correspondiente al curso 2002/03, el 44% del tiempo que se tiene encendido el televisor se está a solas (96 minutos), un porcentaje que incluso roza el 50% en el caso de los canales no convencionales. Asimismo, la televisión se ve en compañía de otra persona en un 36% (80 minutos) y en grupos de tres o más individuos en un 20% (43 minutos).*

**La televisión se encuentra en la era o ciclo de los realities** y los que se sitúan al margen de esa tendencia desaparecen. La pretendida novedad está siendo explotada de tal manera que se está desertizando peligrosamente el campo de las ideas innovadoras. Sin embargo, los programas más vistos son productos como Cuéntame cómo pasó, C.S.I. o Los Serrano, todos ellos de un género, la ficción, que algunos diagnosticaban como muerto hace unos meses.

Las informaciones y análisis se completan con 172 imágenes, 140 tablas y 81 gráficos sobre los resultados económicos y de audiencia del medio televisivo, además de 21 entrevistas y 17 tribunas escritas por directivos y profesionales del medio. Entre las tablas destacan la relación de los 764 programas emitidos por las cadenas generalistas de cobertura nacional y los 249 programas realizados por las productoras independientes españolas.

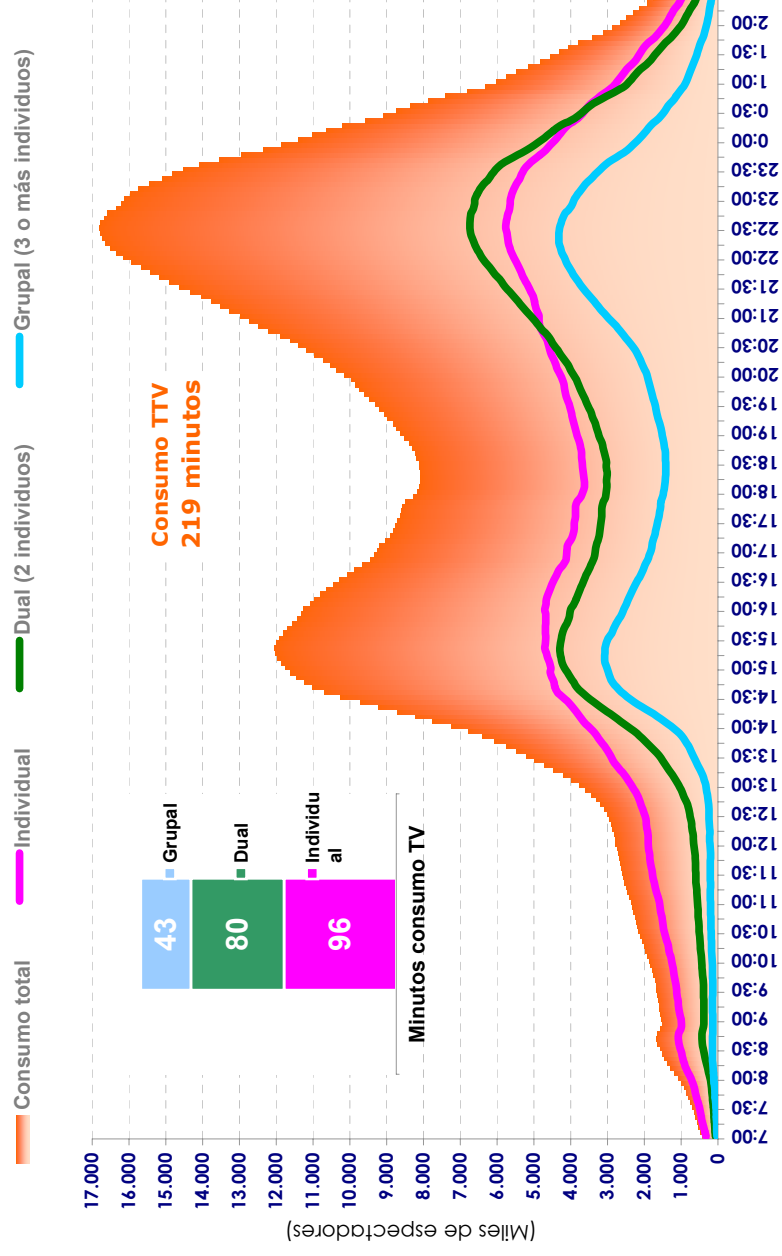
**El Anuario de la Televisión 2004** es al mismo tiempo una completa guía o directorio del sector, con fichas de todas las cadenas y de las productoras más importantes, direcciones, equipos directivos, biografías y fotografías de todos los entrevistados, estadísticas de producción y emisión, etcétera. El índice onomástico recoge 1.292 entradas correspondientes a las personas que se citan en la obra.

Por último, se incluyen los resultados de las votaciones del panel de críticos de todos los medios, que han elegido los mejores programas y cadenas: *Cuéntame cómo pasó* en la categoría de ficción, *La noche con Fuentes y Cía.* en el apartado de programas, y La 2 en el de cadenas, son los preferidos de los críticos españoles.

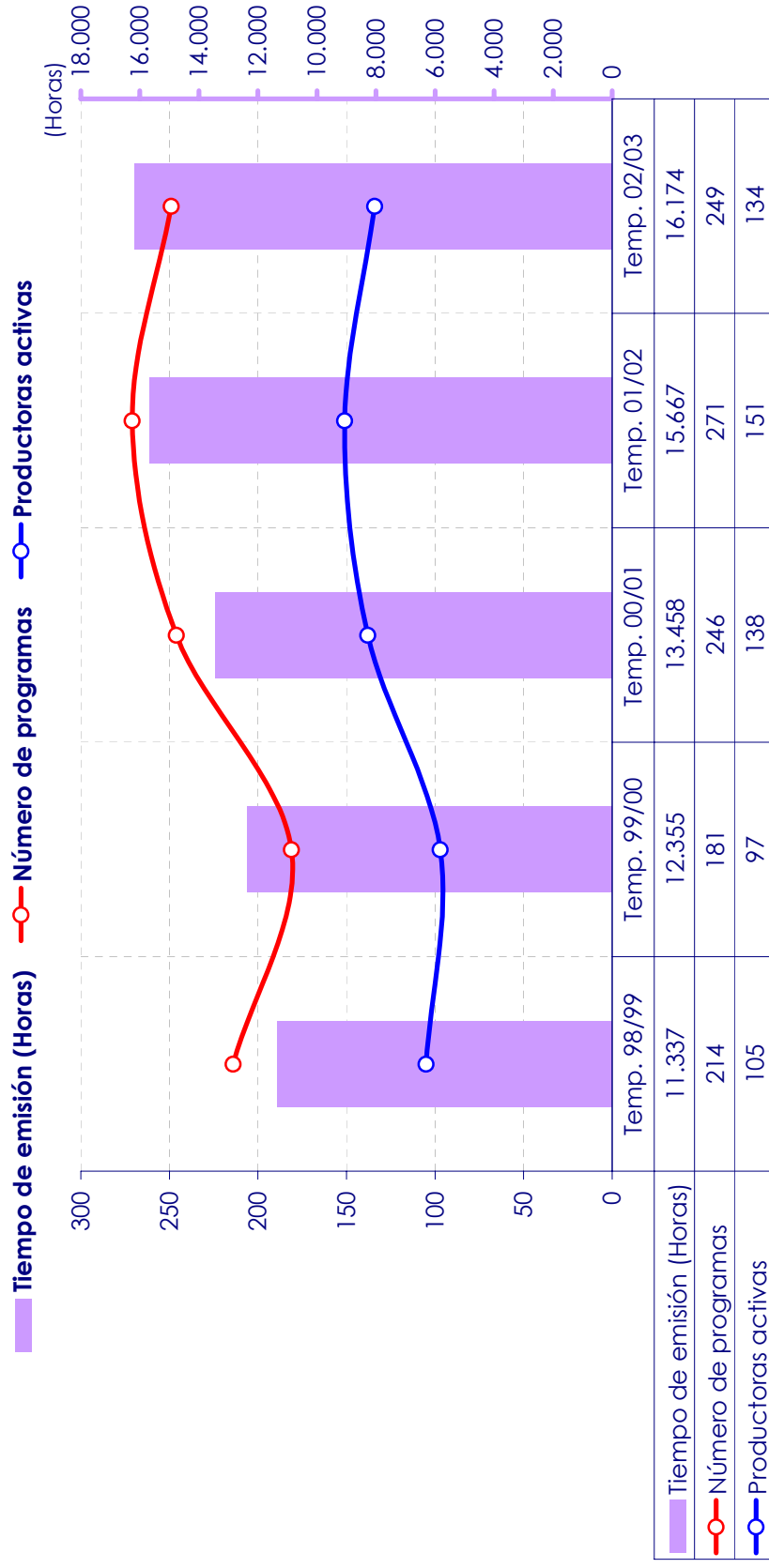
**Más información en [www.geca.es](http://www.geca.es)**

# La televisión, un medio cada vez menos familiar

Curva de consumo en miles de espectadores  
Temporada 2002/03. Total España



## Evolución de la producción independiente en España



## Evolución mensual de las cadenas nacionales desde 1990

