

ESTRUCTURA DE LOS CANALES INTERNACIONALES DE TV EN ESPAÑA

Carmen PEÑAFIEL, Miguel Ángel CASADO, Leire GÓMEZ, Ainhoa FERNÁNDEZ
DE ARROYABE

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

Sumario: 1. Los canales internacionales en un contexto globalizado 2. *Inputs* de la investigación 3. Génesis de los canales internacionales de TV. 4. Análisis de los canales internacionales 4.1. *Cobertura y penetración de los canales internacionales* 4.2. *Tipología de los canales internacionales de TV en España* 4.3. *Los canales internacionales como resultado del aprovechamiento de las sinergias del grupo* 4.4. *La programación de los canales internacionales: ¿noticias y fútbol?* 5. Conclusiones.

Palabras clave: television transnacional; comunicación internacional, televisión *regional*, programación, audiencias, Internet.

Resumen

Con la televisión transnacional se han desarrollado vertiginosamente las comunicaciones globales, en realidad este desarrollo ha venido de la mano de todos los medios de comunicación electrónicos, siendo la televisión el principal medio de comunicación y de información para todo tipo de culturas, sobre todo en las sociedades occidentales.

Las tecnologías del cable, el satélite e Internet han hecho posible que la distribución de la señal televisiva llegue a cualquier parte del mundo. Esto explica el interés que, en los últimos años, las principales cadenas de televisión de numerosos países han demostrado en la puesta en marcha de sus respectivos canales internacionales. Estos canales permiten que millones de personas de todo el mundo puedan establecer una relación con su país de origen, o bien acercarse a la cultura e idiosincrasia de una comunidad.

Las principales características de estos canales es que van dirigidos a una audiencia de emigrantes en otros territorios con una lengua y una cultura compartida, aunque la programación que emiten se basa en el reciclaje de programas existentes, a veces con poco contenido original.

1. Los canales internacionales en un contexto *globalizado*

Los medios de comunicación ya sean locales, nacionales o globales, tienen un papel clave en la difusión de los contenidos simbólicos acordes con los intereses dominantes. Además, la difusión de los canales internacionales proporciona, tanto a la audiencia de sus nacionalidades como a las del exterior, su primera experiencia cotidiana de nación. Aunque, tampoco podemos perder de vista el segundo gran tema que, a día de hoy, ocupa a numerosos teóricos que trabajan en torno a la comunicación en la era de la globalidad: la hibridación de lo local y lo global, la de lo tradicional y lo moderno, y, como con, la hibridación del emigrante entre la cultura de su tierra y la cultura de su país anfitrión. Por tanto, consideramos que la “identidad” está en un proceso constante de producción y es un fenómeno múltiple.

En este contexto de globalización hemos analizado los diferentes canales internacionales partiendo de la base de que los gobiernos (central y autonómicos) quieren expandir su imagen, su interpretación de los hechos y su opinión de los asuntos internacionales o de proximidad. Por ello, a través de los canales internacionales no se busca tanto el negocio sino la expansión cultural.

La evolución de la televisión por satélite ha convertido sin embargo el fenómeno de la comunicación transnacional en una realidad mucho más compleja. Siendo cierto que son grandes grupos como News Corp. los que tienen una mayor presencia en las comunicaciones por satélite, hay que tener en cuenta también que la explosión del número de canales por satélite producida en los últimos años ha posibilitado un importante aumento de la oferta e incluso la aparición de nuevos fenómenos televisivos en diversas áreas.

En Oriente Medio los canales por satélite han introducido nuevos formatos y han supuesto cambios muy importantes en las televisiones árabes. Al-Arabiya ha elevado el nivel del periodismo televisivo mientras que Al-jazeera ha introducido el *talk-show*. En el Sudeste asiático, ZEE TV y STAR TV han supuesto también cambios radicales en la industria televisiva de la zona (Chalaby, 2005a: 2).

Dentro del ámbito europeo, también podemos situar en este terreno los trabajos realizados sobre las políticas audiovisuales y de comunicación europeas. La posibilidad de abarcar grandes áreas con la difusión de señales por satélite hace que aparezca el concepto de “espacio audiovisual”, en este caso aplicado al territorio europeo. El informe Hahn del Parlamento Europeo (1982) recalca la importancia de la creación

de una televisión paneuropea para fortalecer la identidad europea y señalaba la información como el factor más decisivo para el triunfo de la integración europea.

Dentro del terreno más cercano a nuestro objeto de estudio, los canales de televisión con emisiones transnacionales, existe cada vez un mayor número de trabajos, en buena medida por el aumento del número y la influencia de este tipo de canales. Aunque muchos de estos estudios están únicamente dedicados a un canal concreto existen también trabajos como los de Amezaga (2004, 2007) o Chalaby (2002, 2005a 2005b) en los que se trabaja sobre un marco general de la televisión transnacional.

Así, por ejemplo Amezaga (2004) clasifica las emisiones de televisión por satélite en función del “*espacio comunicativo que ayudan a crear*” dando además diferentes ejemplos de transmisiones que tienen como objetivo la creación de esos espacios. En relación a este punto habla de espacios “nacionales”, “pan-nacionales”, “geoestratégicos”, “geolingüísticos”, “diaspóricos” o “globales”. En este sentido, el profesor Amezaga emplea una perspectiva más política, dotando a los canales de una determinada intencionalidad en función de su ámbito de difusión.

Tipología de las emisiones por satélite de Amezaga

Nacionales	Para cubrir el territorio de un estado
Pan-Nacionales	Cubrir un área más allá de un determinado estado
Geoestratégicos	Un solo país se dirige hacia otros con el fin de incrementar su presencia y su influencia sobre ellos
Geolingüísticos	El idioma es el vínculo fundamental que se emplea para la construcción de los vínculos entre el país emisor y los receptores
Diaspóricos	“Al uso de este medio para la conexión con las diásporas de una comunidad dispersas por el mundo o simplemente desplazadas de sus lugares de origen a otro lugar más o menos cercano
Globales	Serían aquellas televisiones con vocación de llegar a todo el mundo

Fuente: elaboración propia sobre Amezaga (2004)

Chalaby (2005b), por su parte, establece dentro del ámbito europeo una clasificación de canales transnacionales en función de los “objetivos que tienen para traspasar sus fronteras”. En su clasificación incluye cuatro grupos: canales “étnicos”, “multiterritoriales”, “canales y redes paneuropeas” y “redes paneuropeas”.

Tipología de canales por satélite de Chalaby

Canales étnicos	Audiencia de emigrantes en otros territorios con una lengua y una cultura compartida.
Canales multiterritoriales	Canales que siguen un plan de desarrollo independiente en cada país. No buscan llegar a una cobertura paneuropea sino operar en una pequeña selección de mercados.
Canales y redes paneuropeas	Concebidos con la idea de traspasar las fronteras para dirigirse a un área regional. Apuntan a una audiencia internacional y multicultural.
Redes Paneuropeas	Mediante este esquema se crea una red de canales locales originados en una fuente panregional (en este caso paneuropea).

Fuente: elaboración propia sobre Chalaby (2005c)

Por último incluimos la clasificación realizada por el Observatorio audiovisual europeo (OAE, 2004) :

- Canales en un único idioma con clara vocación europea.*
- Servicios paneuropeos con versiones en varios idiomas.*
- Canales deslocalizados*
- Canales diseñados para un mercado pero con ventanas específicas para países vecinos.*
- Canales no establecidos en Europa pero transmitidos por satélites europeos*

Dentro de estas categorías aquellas que han recibido un mayor interés por parte de la investigación son las que Chalaby califica de “étnicas” y las según que Amezaga buscan la creación de un espacio diaspórico. La importancia cada vez mayor de la emigración en Europa y en EEUU ha supuesto un creciente interés por conocer los usos que los emigrantes hacen de los medios de comunicación originarios de sus países y los efectos que estos tienen.

Nuestra investigación, en lugar de centrarse en el área de recepción de los canales internacionales, se ha limitado a estudiar los casos de los diferentes canales internacionales que provenientes de España tienen difusión en Europa y América.

2. Inputs de la investigación

Las tecnologías del cable y principalmente las del satélite han permitido a las televisiones estar presentes en cualquier lugar del mundo. Esta oportunidad ha sido aprovechada tanto por los operadores privados como por los públicos, de carácter estatal y autonómico. Con la investigación desarrollada mostramos cuáles son los objetivos de esta expansión, de qué forma se ha realizado y si tiene o no un impacto notable sobre la audiencia. Hemos observado las políticas y criterios que los programadores de las cadenas ponen en marcha a la hora de construir su oferta de programación para sus canales internacionales, y por otro lado, hemos observado de manera cualitativa las expectativas, valoración y actitud de los receptores de dichos canales. Hemos recogido las claves que refuerzan al canal internacional dentro del mercado global de la televisión, por ello, diferenciamos los canales que emiten en lenguas minoritarias, focalizados hacia micromercados, de aquéllos que lo hacen en español, estos últimos tienen acceso al gran mercado de habla hispana y compiten con otros canales que emiten en esta lengua. La posibilidad de observar ambas opciones es especialmente rica, ya que nos permite señalar las claves referentes a nichos muy especializados y esparcidos por el mundo, y compararlas con las herramientas competitivas de las ofertas que, además de en la diáspora, están penetrando en un mercado gigantesco. De la misma manera, el estudio nos ha permitido constatar las posibilidades de negocio que estos canales internacionales ofrecen a la industria local y, o, a la industria de los países en los que se reciben, es decir, las posibles alianzas estratégicas para producción de programas o distribución de productos, no olvidemos que el canal es un escaparate mundial de los productos caseros. Pero, a pesar de las diferencias entre estos dos grandes grupos, ambos cuentan con un mismo punto de partida, se basan en lo local para posicionarse en el microespacio de la aldea global.

Hemos trabajado para conocer los objetivos de las empresas de televisión que tienen canales internacionales, la programación, contenidos, formatos y audiencias.

En el estudio hemos tenido en cuenta, también, la propia naturaleza de las telecomunicaciones por satélite que obliga a considerar los aspectos internacionales del servicio. Por eso, hacemos una somera referencia a la asignación de frecuencias por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y al Derecho espacial.

Hemos estudiado los conglomerados satelitales con los que trabajan los canales internacionales de televisión en el Estado español (ASTRA, EUTELSAT, HISPASAT...). España ha sido un país que alquilaba satélites para poder cubrir sus

necesidades de comunicación, tanto internacionales como de comunicación con Canarias. Sin embargo, este panorama cambió con el lanzamiento de HISPASAT en 1992, las razones que condujeron al lanzamiento del satélite español fueron múltiples, desde económicas hasta políticas.

Planteamos nuestras hipótesis en tres terrenos diferentes:

- Económico, con el que observamos la puesta en marcha de estos canales que responden a criterios de rentabilidad y aprovechamiento de sinergias y, por otro lado, ver si los canales internacionales refuerzan la imagen de las televisiones dentro y fuera de sus fronteras.
- Sociológico, para constatar si venden la imagen del país o nacionalidad, si construyen una identidad y la proyectan al exterior, si crean espacios de encuentro, cooperación y diálogo y si anteponen la expansión cultural al negocio dando a conocer, por ejemplo, las costumbres y estilos de vida de unos países a otros.
- Programación y audiencias, para ver si tratan de influir en la opinión pública de otros países sobre asuntos internacionales y del propio país o Comunidad Autónoma, así como para comprobar si se amplía el pluralismo de manera que cada ciudadano pueda elegir entre diferentes medios a la hora de informarse sobre un mismo tema.

El universo de esta investigación está constituido por las ocho televisiones que cuentan con canales internacionales y que, a excepción de Antena 3, son de titularidad pública: TVE (Canal Internacional Europa y Canal Internacional América), Antena 3 TV (Antena 3 Internacional); y las Autonómicas: Euskal Telebista (Canal Vasco y ETB-Sat), TV3 (TVC Internacional), Televisión Galicia (Galicia TV), Canal Sur (Andalucía TV), Radio Televisión Valenciana (TVVi) y Radio Televisión Canaria (Televisión Canaria Internacional). El ámbito de difusión se divide en dos grandes espacios de influencia, principalmente: Europa y América.

3. Génesis de los canales internacionales de TV en España

RTVE fue la primera en poner en marcha su canal internacional, en 1989, con una única programación dirigida a la diáspora en su conjunto. Dos años después, en 1991, conscientes de que la oferta monolítica del canal no satisfacía al cien por cien las necesidades de la audiencia, el ente público toma la decisión de crear dos canales con programación diferenciada: uno construido a medida de los espectadores del continente americano (Canal Internacional América) y el otro pensado para Europa (Canal Internacional Europa). Durante sus primeros años de funcionamiento, ambos canales

fueron los únicos capaces de acercar y hacer llegar la cultura y la identidad y diversidad *regional* más allá de nuestras fronteras, pasando de ser meros receptores de lo que otros países nos querían trasladar, a través de los canales internacionales que captaban las antenas parabólicas de nuestros hogares, a convertirnos en lo que podríamos denominar “emisores internacionales”.

En aquellos primeros años de RTVE América y RTVE Europa, la Ley 35/1992 de Televisión por Satélite era la primera, y única, regulación con la que contaban las emisiones de este tipo en España. Dentro de lo que es el régimen de la televisión por satélite, la ley establecía que la gestión del servicio de televisión por satélite podía ser desarrollado bien por un ente público (gestión directa), o bien por particulares por medio de una concesión administrativa (gestión indirecta).

En el caso de la gestión directa de la televisión por satélite, la ley contemplaba a RTVE como único agente capacitado para operar en este terreno. Es decir, se excluía a las radiotelevisiones públicas de ámbito autonómico, las cuales en virtud de la ley de terceros canales estaban limitadas a la emisión por vía terrestre dentro de sus propias comunidades autónomas. Por otro lado, la gestión indirecta del servicio de televisión por satélite se configuraría a través de concesiones administrativas adjudicadas en función al artículo 9 de la ley de televisión privada. En este supuesto, la concesión podía ser de dos tipos nacional/comunitaria o extracomunitaria. En el caso de las primeras, los requisitos para las sociedades concesionarias eran los mismos que se contemplaban en la ley de televisión privada. Las concesiones de ámbito extracomunitario presentaban, sin embargo, algunas peculiaridades. Aunque el procedimiento también era el concurso público, el Gobierno estaba autorizado a utilizar la “adjudicación directa” en los supuestos de prevalencia manifiesta de los intereses culturales de España. Además para las emisoras de ámbito iberoamericano, la producción y la programación tenía que potenciar la cultura iberoamericana y el uso del español.

Pero el paso más importante en la legislación de la televisión por satélite en España es la Ley 37/1995, que deroga la ley de 1992 y que nace, sobre todo, por la necesidad de transponer al ordenamiento español la directiva 94/46/CE, que supone la liberalización de los servicios de televisión por satélite. Por otro lado, no otorga la consideración de servicio público a las emisiones de este tipo y permite a las Comunidades Autónomas emitir vía satélite fuera de sus respectivos territorios. Aunque en la práctica algunos canales autonómicos hacían llegar sus emisiones a otras comunidades españolas por medio de repetidores, no es hasta 1995 -mientras se está preparando el anteproyecto de

esta ley- cuando las televisiones autonómicas comienzan a realizar pruebas de emisión por satélite al resto de Europa y a América.

Desde principios de 1995, la Televisión de Galicia emitía quincenalmente un programa para los gallegos en Latinoamérica, mientras que por su parte la Televisión de Cataluña realizó sus primeras emisiones internacionales con motivo de la celebración de la Diada. Estas emisiones y las conversaciones de EITB, CCRTV y CRTVG para formar el canal de emisión internacional Galeusca forzaron al entonces ministro Josep Borrell a anunciar en verano de 1995 la proposición de una enmienda al proyecto de ley que permitiese a los canales autonómicos realizar emisiones de carácter internacional vía satélite. Esta enmienda se materializó en la Disposición adicional sexta; Delimitación del alcance de las Leyes 4/1980, de 10 de enero; 46/1983, de 26 de diciembre, y 10/1988, de 3 de mayo.

Mientras todo esto sucedía, Antena 3 lanzaba su canal internacional de televisión, Antena 3 Internacional, que comenzó a emitir su programación el 30 de septiembre de 1996. Por aquel entonces, el empaquetado de las emisiones no se hacía en España sino en México, donde contaban con un socio local, Multivisión, que era quien armaba la señal y la subía al satélite para su posterior distribución al continente americano. Unos meses después, en mayo de 1997, comienza a lanzarse la señal desde Madrid, a través del satélite Hispasat 1C.

Cronología de la puesta en marcha de los canales internacionales en España

Año	Canal	Grupo de comunicación
1989	Canal Internacional RTVE	RTVE
1991	Canal Internacional América Canal Internacional Europa	RTVE
1994	Primeras emisiones satélite Galicia TV	TVG
1995	TVCi	TVC
1996	Andalucía TV	RTVA
1996	Primera retransmisión satélite ETB	EITB
1996	Antena 3 Internacional	Antena 3
1997	Televisión Valenciana Internacional	RTVV
1998	TVC emite para América	TVC
1998	TVG para Europa	TVG

1998	TVG para América	TVG
2000	Canal Vasco	EITB
2001	ETB Sat	EITB
2001	Televisión Canaria Internacional	RTVC
2005	Desdoblamiento de la señal de RTVE América (América II)	RTVE

FUENTE: elaboración propia

4. Análisis de los canales internacionales

4.1. Cobertura y penetración de los canales internacionales

Los datos de cobertura de estas televisiones son accesibles ya que está marcada por las huellas de los satélites que realizan sus transmisiones. Su penetración es, sin embargo, difícilmente cuantificable. Así, en el caso de TVE, al tratarse de una canal de pago, se pueden tener cifras precisas de su penetración atendiendo a los suscriptores, pero en el caso del resto de los canales, ofrecidos de manera gratuita, apenas se puede tener una cifra de los operadores de cable que ofrecen su señal, cifra de carácter orientativo como se encargan de matizar en los propios canales.

En función de la cobertura podemos separar los canales en tres grupos: aquellos con una cobertura global, los que tienen cobertura en América y en Europa y aquellos que tienen únicamente cobertura europea.

En el primer grupo se incluye únicamente TVE que mediante una difusión de cinco satélites llega prácticamente a todo el mundo, contando además con una importante distribución en cableoperadores de todo el mundo. En la actualidad según se recoge en el Informe Anual de 2005, existen 64 millones de hogares que están suscritos a alguno de los canales del Ente, es decir, un 28 por ciento más que el año anterior. En este sentido, hay que subrayar que el canal más solicitado es, precisamente, el internacional con 60.056.911 abonados.

Cobertura de los canales internacionales de televisión

Región	Canal	Cobertura
España	TVE América	América
	TVE Europa	Europa, Asia, África y Oceanía
Cataluña	TVCi	América y Europa

País Vasco	Canal Vasco	América
	Etb Sat	Europa
Galicia	Galicia TV América	América
	Galicia TV Europa	Europa
Canarias	TVCanaria i	América y Europa
Andalucía	Andalucía TV	Europa
Valencia	TVVi	Europa
Madrid	Telemadrid Sat	Europa

Fuente: elaboración propia

Otro de los aspectos que nos preguntábamos, y que está en línea con el aprovechamiento de las sinergias del grupo, era la presencia de contenidos audiovisuales en las diferentes webs de las televisiones de cara a complementar la oferta hacia los residentes en otras áreas. En este punto existen muchas diferencias en función de los diferentes canales: las ofertas más destacadas son las de la Televisión de Cataluña y las de Televisión de Galicia. Ambas disponen de servicios de emisión a la carta desde sus respectivas webs desde donde se puede ver además en directo sus canales internacionales. En el caso de la televisión autonómica valenciana y de la vasca, también se pueden ver los canales internacionales a través de la web, pero los contenidos a la carta se ofertan por el operador de JUMP TV. El caso de TVE es particular porque en lugar de transmitir por la web su canal internacional, transmite su canal de noticias. Desde la televisión explican que se trata también de una cuestión de “derechos” ya que muchos de los contenidos que se emiten por el canal internacional sólo puede programarse para una determinada área (Europa o América) por lo que su emisión en la web supondría una violación de los mismos. Por su parte, desde la web de la televisión Canaria no se realiza ninguna emisión.

4.2. Tipología de los canales internacionales de TV en España

En nuestra primera hipótesis tratamos de situar a los diferentes canales internacionales en función de sus objetivos, así TVE como el operador público más importante en España y con una cobertura internacional puede considerarse como un canal “internacional” mientras que los canales internacionales de las televisiones regionales o autonómicas encajarían dentro de la definición de canal étnico de Chalaby.

En el caso de TVE internacional, el canal está planteado como una “herramienta para la divulgación de la cultura y la realidad españolas” y como un “nexo entre los españoles desplazados en el extranjero o con otros ciudadanos que hablan español o que

simplemente están interesados en España” (Informe RTVE). TVE internacional se distribuye de manera gratuita en todo el mundo salvo en América. Allí se distribuye como un paquete de cuatro canales que además de TVE internacional contiene el canal informativo 24 horas, el de documentales “Docu TV” y “TVE 50 años” (puesto en marcha para conmemorar el 50 aniversario de la TV pública española).

Se trata, por lo tanto, de una oferta aparentemente ambiciosa pero que, como veremos, está profundamente lastrada por los escasos recursos económicos que puede dedicar a los contenidos, en buena parte por la grave crisis económica que sufre la corporación.

Atendiendo a esta situación el director de los canales internacionales de TVE, José Luís Rodríguez Puértolas, señala que el objetivo de crear un gran canal internacional como el de la BBC es “impracticable” y apuesta por avanzar con elementos más concretos, accesibles y realistas, como crear “algunos programas puntuales de referencia, que no sean excesivamente caros pero que puedan llegar a ser emblemáticos”.

En lo que se refiere a los objetivos de los grupos autonómicos con canales internacionales, en el caso de aquellos canales que emiten para América (las televisiones de las comunidades de Cataluña, País Vasco, Galicia y Canarias) se puede hablar de canales étnicos en la medida en que éstos tienen como objetivo llegar a sus comunidades de emigrantes en el exterior.

En el caso del canal internacional de Andalucía es en buena medida particular, ya que aunque emite únicamente para Europa, tiene como su principal objetivo llegar a la importante comunidad andaluza que vive fuera de la comunidad, especialmente en Cataluña. De hecho, al comienzo de las emisiones de esta canal internacional el gobierno autonómico andaluz subvencionó la instalación de antenas parabólicas en los centros de andaluces en Cataluña. Además hay que señalar que lo que hoy es Andalucía TV nació como un proyecto más ambicioso participado también por empresas privadas como Telefónica. Dentro de este proyecto se producían también dos canales temáticos: Canal Fiesta y Andalucía Turismo con el objetivo de promocionar la imagen de Andalucía como destino turístico en toda Europa. En este momento Canal Fiesta ha dejado de existir y Andalucía Turismo apenas produce contenidos propios.

Por último, los canales internacionales de la comunidad valenciana y de Madrid surgen, como ya hemos señalado de una decisión política para respaldar la creación de un grupo de comunicación, en este sentido, su llegada a través del satélite a los emigrantes de sus comunidades en Europa era más una consecuencia que un objetivo del canal en sus inicios. El propio director del canal TVVi, Tomás Lezcano, reconoce que “la

programación no responde exactamente a las necesidades de la diáspora valenciana”, si bien asegura que, en la actualidad, existe un plan estratégico en marcha y su objetivo primordial es emitir para los valencianos y para la audiencia que así lo desee en los cinco continentes.

4.3. Los canales internacionales como resultado del aprovechamiento de las sinergias del grupo

Tal y como señala Chalaby las emisiones de estos canales internacionales se basa fundamentalmente en el reciclaje de programas ya emitidos. En el caso de los canales internacionales a estudio el principal criterio de programación es emitir el mayor tiempo posible la señal del canal terrestre que se emite en España siempre que se tengan los derechos de emisión de estos programas y la emisión de programas de archivo para rellenar aquellos espacios de los que no se posean los derechos de emisión. Los derechos de emisión son, por lo tanto, determinantes a la hora de configurar la parrilla de emisión de los canales internacionales.

En el caso de TVE, con una cobertura mundial, la imposibilidad de gastar grandes cantidades de dinero en adquirir derechos de emisión a nivel internacional, ha hecho que se quede atrás en dos aspectos fundamentales de la parrilla de programación como son el cine y el deporte. En lo que se refiere al cine TVE internacional tiene además un problema adicional y es que no puede emitir las películas hasta cuatro años después de su estreno (el canal terrestre las puede emitir pasados dos años de su estreno). Mientras que en el terreno deportivo y centrándonos en el fútbol, el deporte con más seguidores en España, ha dejado de programarse en la parrilla de TVE en la medida en que sus derechos de emisión se encarecían. Así, en primer lugar, TVE perdió los derechos de emisión de la Liga de Fútbol española, posteriormente perdió los de la liga de campeones y, por último, los de la selección española de fútbol. Esta última decisión es además fuertemente criticada por el director del canal quien señalaba lo siguiente: “me parecía una barbaridad que lo poco que nos quedaba de deportes se perdiera con lo que suponía en detrimento de nuestra oferta para nuestros espectadores en el exterior”.

El resto de las televisiones opera de manera muy similar con estas restricciones en materia de derechos. Las excepciones se pueden dar en el caso de las televisiones que no emiten en español (Cataluña, Galicia o Euskadi) que pueden conseguir los derechos de emisión para América o Europa para películas dobladas a su idioma de emisión sin que esto suponga ningún problema, ya que la película será únicamente entendida por un

% muy pequeño de espectadores. En el caso de la TVC ha emitido largometrajes doblados al catalán.

En relación a la creación de contenidos específicamente dedicados a los canales internacionales, TVE internacional es el canal que más programas produce de este tipo.

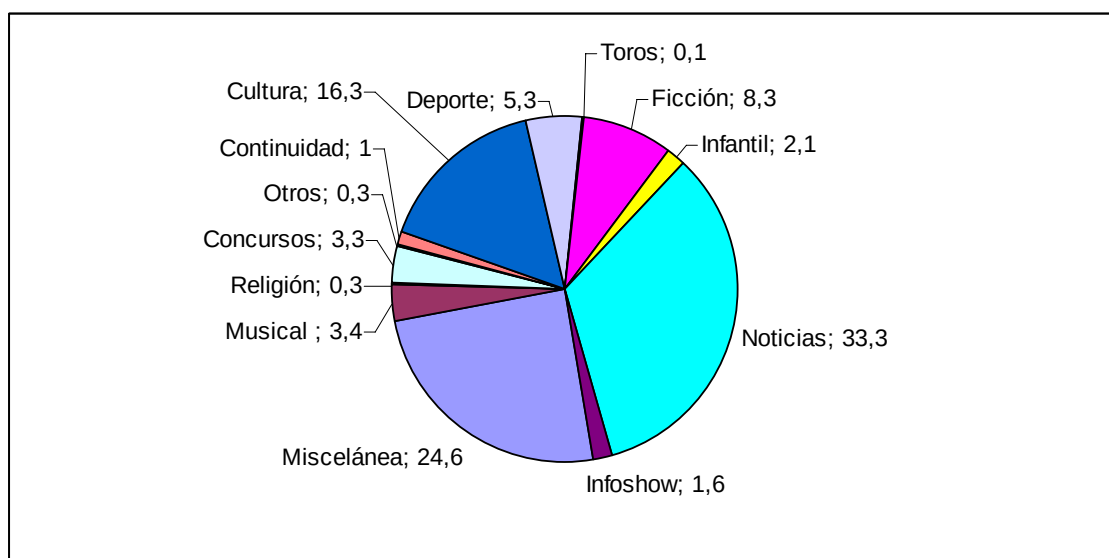
Por ejemplo, además de las tres emisiones del Telediario que se ofrecen simultáneamente desde España al resto del mundo, el canal internacional cuenta con otros tres noticiarios que provienen de su oferta temática, Canal 24 horas. Se trata de tres espacios informativos denominados Telediarios Internacionales y están dirigidos a informar a la diáspora sobre los acontecimientos de actualidad. Ahora bien, mientras que las tres ediciones del telediario de la Primera se emiten en directo desde España y no se ajustan a los usos horarios de los países receptores, los Telediarios Internacionales del Canal 24 Horas sí lo hacen y garantizan la información puntual sobre los temas de actualidad. El cupo de programas informativos se completa con un paquete que supone un 5% más de la producción propia de los Canales Internacionales y que ofrece dos espacios totalmente distintos: en primer lugar, los “programas elaborados básicamente en el Canal 24 Horas con especial orientación temática hacia la audiencia de TVE Internacional en América. Son los elementos constitutivos de la franja “Puente Atlántico” y, en segundo lugar, no hay que olvidar los programas producidos por los Centros Territoriales de TVE, espacios dirigidos a algunas comunidades como la catalana, gallega, vasca o canaria. Este tipo de programas son, en su mayoría, documentales e informativos: *Desde Galicia para el mundo*, *Escala Catalunya*, *Tenderete* o *Frontón* son algunos de los ejemplos más representativos. Otro 6% de la parrilla se completa con la redifusión de programas de TVE que cubren las franjas horarias en las que se concentra la audiencia minoritaria, es decir, la madrugada y la noche.

En el caso de las televisiones autonómicas, las únicas que realizan algún programa específicamente dedicado a los canales internacionales son las televisiones de las comunidades de Cataluña, Galicia, y el País Vasco. Mientras las dos últimas realizan programas informativos específicos, TVC realiza pequeños espacios -normalmente de cinco minutos de duración-centrados en la historia o en la cultura catalana.

4.4. La programación de los canales internacionales: ¿noticias y fútbol?

De cara a comprobar la hipótesis relativa a la programación de los canales internacionales, tomamos la semana del 19 al 22 de febrero de 2006 como muestra.

Gráfica 1. Géneros televisivos en las programaciones de los canales internacionales (%)



Fuente: elaboración propia

Gráfica 2. Géneros televisivos en la programación de los canales internacionales (por canal y en %)

	Concursos	Continuidad	Cultura	Deportes	Espacios Venta	Ficción	Infantil	Información	Infoshow	Miscelánea	Musical	Otros	Publicidad	Religión	Toros
TVE América	3	7	24	3		6	2	37		15	2			1	0,3
TVE Europa	3		25	1		13	3	32		20	2	0,4		1	0,5
A3 Internacional	2		1	4		16		40	14	24					
ETB Sat	9		7	9		9	2	32	4	26	2			1	
Canal Vasco	11		16	8				32	0	33	0				
TVCi	2		12	4		13	5	24	1	37	3				
TVG América			31	5		16		32		6	8			1	
TVG Europa			29	6		17	5	32		6	6			1	
Andalucía TV			11	4		2		19		61	3				
TVVi		2	16	10		8	9	29		21	2	1			
Telemadrid Sat	10	3	9	5				47		18	6	2			
TV Canaria			16	6				43		28	7				

Fuente: elaboración propia

Atendiendo a la gráfica 1 podemos observar como los 3 principales géneros en la oferta de los canales internacionales son la información, las variedades y la cultura. La información supone un tercio del total de la programación de los canales internacionales, seguida de los programas de variedades (fundamentalmente magazines) que suponen algo más del 24% y de los programas divulgativos y culturales que ocupan más del 16% de la parrilla. Dentro de estas cifras, el porcentaje de programas informativos se explica por la naturaleza de la oferta de servicio público cuyo objetivo

es bien llevar los acontecimientos del país o la *región* a los emigrantes, o bien, como en el caso de TVE internacional intentar convertirse en una referencia informativa internacional en castellano.

El gran porcentaje de programas de variedades responde a la emisión íntegra de los magazines de mañana, que en muchos casos son repetidos de madrugada, se trata de contenidos de los que el canal tiene los derechos y con cuya emisión se pueden rellenar muchas horas. Más sorprendente es que los programas culturales y divulgativos supongan más del 16% de la oferta. Este hecho también responde en buena medida a la posesión de derechos de programas documentales, pero también al propio interés de los espectadores en poder ver espacios relacionados con la historia o la cultura de su tierra. Félix Azurmendi, director de los canales internacionales de la televisión autonómica vasca, señala que “la cultura nacional vasca es una preocupación preferente en los canales internacionales”, mientras que Isidro Rosic, jefe de programación del canal internacional de la televisión catalana, señala entre sus principales objetivos dar a conocer la cultura y la lengua catalana”. Los otros dos géneros con presencia destacable son la ficción y los deportes. En el terreno de la ficción la mayoría de la oferta es cubierta con teleseries de producción propia. La excepción más notable en este sentido es la de TVE, que a pesar de las dificultades que hemos descrito anteriormente programa gran cantidad de cine latinoamericano. Este hecho también tiene una explicación, en España la ley obliga a los operadores de televisión a invertir el 5% de los ingresos de su ejercicio anterior en la producción de largometrajes cinematográficos españoles que también pueden estar realizados en coproducción con otros países latinoamericanos en virtud de diversos acuerdos en ese terreno. De este modo, TVE acumula un gran capital en materia de largometrajes que pasados los plazos pertinentes puede emitir en sus canales internacionales.

La emisión de eventos deportivos, principalmente fútbol, es un asunto espinoso para estos canales internacionales. En la medida en que la liga española de fútbol es una de las más importantes del mundo esta despierta un interés que ha hecho que sus derechos de emisión hayan llegado a unos niveles sobre los que las televisiones públicas han decidido no pujar. Los canales reciben quejas de los espectadores en otros países por no emitir estos partidos. La emisión de los partidos depende también del tipo de competición y el continente. Así, por ejemplo, los partidos de competiciones europeas pueden emitirse en Latinoamérica, pero no para el resto de Europa ya que supondría

emitir de manera gratuita los mismos dentro del ámbito de los equipos en competición violando los derechos de otros canales en sus territorios.

En la medida en que no se puede emitir fútbol, la mayoría de las retransmisiones deportivas son de deportes más minoritarios o en el caso de tratarse de fútbol son de equipos de ligas menores.

Al margen de estos géneros, únicamente cabe destacar la emisión de corridas de toros por la polémica que ha suscitado en otros países europeos. Tanto en Gran Bretaña como en Holanda, diversos grupos protectores de animales se expresaron en contra de la retransmisión de estas corridas por TVE internacional hacia Europa, haciendo especial hincapié en el hecho de que estas corridas se emitían en horario infantil (sobre las seis de la tarde). Tras la polémica, TVE optó por emitir los toros en diferido de madrugada.

Como hemos señalado antes, además del castellano en España existen otras lenguas co-oficiales en diferentes comunidades autónomas. Estas son el catalán en Cataluña, el Euskera en Euskadi, el valenciano en Valencia y el Gallego en Galicia. Entre los objetivos de los canales autonómicos de estas *regiones* está el fomento del uso de las lenguas propias, para lo cual emiten, al menos, parte de su programación en ellas. Las variaciones en el uso de este idioma propio dependen en buena medida del porcentaje de hablantes que exista en la Comunidad, así en Euskadi, donde se da un menor conocimiento de la lengua, de los dos canales internacionales de la televisión vasca (Canal Vasco y ETB Sat,) únicamente ETB Sat con difusión hacia Europa emite aproximadamente la mitad de su programación en euskera, el resto se emite en castellano. Mientras en el resto de los canales autonómicos la totalidad (TVCi; Galicia TV) o la práctica totalidad de la programación (TVVi – 90%) se realiza en su idioma propio.

5. Conclusiones

Los canales internacionales de televisión de las televisiones públicas españolas son un ejemplo claro de agentes que operan en lo que Straubhaar llama *región geolingüística iberomaricana* (Straubhaar, 2005). Sin embargo, la mayoría de éstos se sitúan lejos de una voluntad de influencia internacional y podrían clasificarse dentro de la categoría de Chalaby de canales étnicos. Su objetivo principal es llegar a las comunidades de emigrantes en el exterior y ofrecerles la información de su tierra o imágenes de la misma.

Únicamente TVE podría salirse de esta clasificación por considerarse un canal con una verdadera vocación de convertirse en una referencia para el mundo de habla hispana. Sin embargo, la escasa ambición de la mayoría de sus contenidos, provocada en buena medida por la grave crisis económica del ente público, la ha dejado en una posición de desventaja con respecto al resto de actores internacionales que han tomado posiciones en el mercado latinoamericano.

Los problemas en torno al contenido son, sin embargo, comunes a todos los canales: la mayor parte de ellos se componen de reposiciones, emiten casi exclusivamente contenidos de producción propia de éxito emitidos en los otros canales del Grupo y apenas cuentan con contenidos exclusivos para el canal internacional. Es decir, se trata de parrillas diseñadas en función de las posibilidades de programación y no de unos criterios para llegar a una determinada población o para dar una determinada imagen del país. Aun así hay que señalar el importante peso que en las parrillas tienen los programas culturales y divulgativos y, muy especialmente, aquellos referidos a la historia y la cultura de cada región.

La mayoría cuentan con un equipo humano muy reducido y unas infraestructuras muy escasas para la producción de programas. Sobre los programas específicamente realizados para estos canales, los más destacados son los de TVE, TVG y Canal Vasco. El primero se trata de un programa de acercamiento cultural entre España y Latinoamérica (“puente Atlántico”), mientras que el TVG y Canal Vasco realizan informativos específicos donde se tratan informaciones o problemas relacionados con las comunidades de emigrantes.

Bibliografía

AMEZAGA, Josu (2004). Televisión por satélite en el mundo: nuevos retos para las viejas lenguas. [http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/16_amezaga.pdf]

AMEZAGA, Josu et. Al. (2001). Biladi. Usos de la televisión por satélite entre los y las inmigrantes magrebíes en Bilbao. *ZER*, nº 10, p.81-105.

AMEZAGA, Josu (2007). Geolinguistic regions and diasporas in the age of satellite television. *The international Communication Gazette*, vol. 69, nº 3, p. 239-261.

BARKER, Chris (2003): *Televisión, globalización e identidades culturales*. Paidós, Barcelona.

BUSTAMANTE, Enrique (2002). Televisión: globalización de procesos muy nacionales. En BUSTAMANTE (ed.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, p. 167-206.

CHALABY, J.K. (2005a). Deconstructing the transnational: a typology of cross-border television channels in Europe. *New Media & Society*, 7, 155-175.

CHALABY, J. K. (2005b). *Transnational television worldwide. Towards a new media order*. New York: I.B. Tauris.

CHALABY, J. K. (2002). Transnational Television in Europe: The Role of Pan-European Channels. *European Journal of Communication*, 17, 183-203.

CHALABY, J. K. (2003). Television for a New Global Order: Transnational Television Networks and the Formation of Global Systems. *International Communication Gazette (Formerly Gazette)*, 65, 457-472.

COLLINS, R. (1998). *From Satellite to single market. New communication technology and European public service television*. London: Routledge.

CREEBER, G. (2004). "Hideously White": British Television, Glocalization, and National Identity. *Television & New Media*, 5, 27-39.

ELASMAR, M. G. (2003). *The impact of international television. A paradigm shift*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

European Audiovisual Observatory (2004). *Transfrontier television in the European Union: market impact and selected legal aspects*.

KARIM, K. H. (2003). *The media of diaspora*. London: Routledge.

MATTELART, Armand (2006): *Diversidad cultural y mundialización*. Piados, Barcelona.

MATTELART, A. (1980). *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites*. México.

MATTELART, A. (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación*. México.

MAN CHAN, Joseph (2005). Transborder broadcasters and TV regionalization in greater China: processes and strategies. En: CHALABY, Jean K. (ed.). *Transnational television worldwide. Towards a new media order*. Nueva York: I.B. Tauris, p.173-195.

MESO, Koldo (2001). La televisión por satélite en España. El proyecto Hispasat. Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco.

MILIKOWSKI, M. (2000). Exploring a Model of De-Ethnicization: The Case of Turkish Television in the Netherlands. *European Journal of Communication*, 15, 443-468.

MORAGAS SPÁ, M. D., GARITAONANDIA, C., & LÓPEZ, B. (1999). Regional and local television in the digital era: reasons for optimism. In M.d.Moragas Spá, C. Garitaonandia, & B. López (Eds.), *Television on your doorstep. Decentralisation experiences in the European Union* (pp. 1-31). Luton: University of Luton Press.

PARLAMENTO EUROPEO (1982) *Report on radio and television broadcasting in the European Community*. Luxembourg: OOPEC.

PEÑAFIEL, C. y LÓPEZ, N. (2005): La transición de la televisión digital en España. Bosch Comunicación, Barcelona.

RAMONET, Ignacio (edit.) (2002): *La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*. Icaria-Antrazyt, Barcelona.

SAKR, Naomi (2005). Maverick or model? Al-Jazeera's impact on Arab satellite television. En: CHALABY, Jean K. (ed.). *Transnational television worldwide. Towards a new media order*. Nueva York: I.B. Tauris, p.66-95

SINCLAIR, John (2005). International television channels in Latin America audiovisual space. En: CHALABY, Jean K. (ed.). *Transnational television worldwide. Towards a new media order*. Nueva York: I.B. Tauris, p.196-215.

STRAUBHAAR, J. D. & DUARTE, L. G. (2005). Adapting US transnational television to a complex world: from cultural imperialism to localization and hybridization. In J.k.Chalaby (Ed.), *Transnational television worldwide. Towards a new media order*. (pp. 216-253). New York: I.B. Tauris.