

**Proyecto: ELABORACIÓN DE UN INFORME ANUAL SOBRE EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE RSC EN LA PROGRAMACIÓN DE LAS TELEVISIONES COMERCIALES**

**COMPLETADO CON UN INFORME SOBRE EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE SERVICIO PÚBLICO POR LAS TELEVISIONES PÚBLICAS**

**Motivación**

Por motivos históricos que no es el momento de analizar ni discutir, la televisión se concibió y se gestó en Europa como un servicio público, al contrario de lo que ocurrió en Estados Unidos en que fue impulsada por la iniciativa privada. La dificultad de que las empresas públicas de televisión pudieran competir en eficiencia y en productividad y la necesidad de fomentar un mercado de productos televisivos condujo con el tiempo a las naciones europeas a alentar las televisiones privadas. El resultado, en muchos países ha sido un híbrido en el que conviven, no siempre tan pacíficamente como fuera deseable, televisiones públicas y televisiones privadas. En muchos casos el negocio de televisión se concibe, como ha ocurrido en España incluso con la aprobación de una ley reguladora de la actividad de las televisiones privadas, como un “servicio público”.

La dificultad de conjugar ambos criterios, el de “servicio público de televisión” con el de “negocio televisivo de las empresas privadas” ha llevado a presentar en España un borrador de nueva ley reguladora de las televisiones privadas que desvincula a la actividad de las televisiones de la noción de “servicio público” que es el que todavía define la naturaleza de su actividad en la ley vigente.

De hecho, en España, las televisiones privadas, a través de UTECA, reclaman que se diferencie el tipo de responsabilidad a que ha de responder una cadena de titularidad pública ante la sociedad, la cual no puede ser enfocada bajo criterios comerciales, del tipo de responsabilidad que concierne a las cadenas privadas cuyo fin es asegurar la estabilidad de un negocio.

En el último informe anual presentado por la Unión de Televisiones Comerciales (UTECA), que reúne a las cadenas privadas de televisión de cobertura nacional en España, “La televisión España. Informe 2008”, se insiste especialmente en señalar esta diferencia, la cual debería, a juicio de los autores del informe, manifestarse en una regulación diferente de las actividades realizadas. El objetivo de UTECA se centra en suprimir la publicidad como fuente de ingresos de la televisión pública, pues en España las televisiones públicas disponen de dos fuentes de financiación, la presupuestaria y la publicitaria, alegando que se trata de una competencia desleal o desigual y que recurrir a la publicidad para financiar la empresa pública es contrario a la naturaleza del servicio público.

Naturalmente la anómala concepción de un negocio privado como servicio público y la ventaja de las televisiones públicas de poder financiarse tanto por vía presupuestaria como por publicidad lo que les permite competir sin atenerse a las limitaciones de rentabilidad y productividad, ha sido origen de una polémica que va mucho más allá de la habitual rivalidad entre competidores que coinciden en la explotación de un mismo negocio.

Significativa muestra de la radicalidad a que ha llegado ese conflicto es el documento que UTECA presentó en 2008, un “Informe sobre el grado de cumplimiento del servicio público de Televisión Española” en el que se resaltan muchos aspectos en que RTVE no cumple con la obligación estatutaria de ofrecer contenidos de programación de servicio público. Según el Informe, RTVE enfoca la selección de sus contenidos programados con los criterios propios de un negocio con fines lucrativos.

El proyecto que se presenta, pretende incidir en este tema, sin entrar en el contenido de la polémica ni tampoco a valorar la idoneidad de los argumentos. Acepta, a efectos heurísticos, que los criterios comerciales de la gestión privada de un servicio público son de naturaleza diferente que los criterios de servicio público aplicables por una institución pública que gestione ese mismo servicio. Dicho de otra manera, que una cosa es la naturaleza de la concesión administrativa y otra el tratamiento del servicio si es gestionado por una institución pública o una empresa privada.

Aceptando, pues, únicamente a efectos metodológicos y a los fines de este proyecto, que las televisiones privadas no están obligadas a hacer una programación que refleje criterios de “servicio público” ya que, por su naturaleza, su motivación es comercial, nos proponemos, sin embargo, examinar los contenidos de la programación comercial de las televisiones generales, desde una perspectiva diferente, pero que consideramos indiscutiblemente exigible a toda actividad lucrativa. Lo que nos proponemos estudiar es **el grado de cumplimiento de la responsabilidad social corporativa de una televisión comercial**, bien entendido que la responsabilidad corporativa, entendida genéricamente como cooperación con la “sostenibilidad” es una exigencia que puede y ha de aplicarse a cualquier empresa cualquiera que sea su negocio y, por tanto, también a las televisiones comerciales.

Lo que nos motiva a este estudio es salir al paso de que la diferenciación entre “programación con fines comerciales” y “fin programación de servicio público” no sirva de coartada para que las televisiones comerciales programen como si para ellas el campo fuera todo orégano.

A estos efectos, tratamos de concretar la relación entre “contenido de la programación” y grado de cumplimiento de una responsabilidad social corporativa, concepto que ya es de aplicación general a las empresas privadas hasta el punto de que las grandes empresas han creado departamentos para asegurar el cumplimiento de esas responsabilidades.

Como se ha dicho antes, el concepto de “responsabilidad social corporativa” aparece vinculado al más genérico de “sostenibilidad”. En términos amplios, se entiende por sostenibilidad la orientación de la actividad de la empresa con criterios que no perjudiquen a corto plazo al medioambiente y que, a largo plazo, contribuyan a asegurar la limpieza del ecosistema global<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> El término **desarrollo sostenible** se aplica al desarrollo socio-económico y fue formalizado por primera vez en 1987 fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medioambiente y Desarrollo de Naciones Unidas. El objetivo del desarrollo sostenible es:

Las políticas de desarrollo sostenible afectan a tres áreas: Económica, ambiental y social. Varios textos de las Naciones Unidas, se refieren a los tres componentes del desarrollo sostenible, como "pilares interdependientes que se refuerzan mutuamente". La preocupación de las compañías por el desarrollo sostenible les ha impulsado a la inclusión de variables sociales y ambientales en las operaciones de negocio y a mantener un diálogo más fluido con sus diferentes grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, inversores, etc)

La Responsabilidad Corporativa se entiende como la búsqueda de la excelencia en la relación de la compañía con sus grupos de interés para lograr el desarrollo sostenible, de modo que su competitividad se base en una superación de las exigencias legales y en la máxima calidad de sus comportamientos en el plano laboral, social y medioambiental. Por ello en este documento hablaremos de RC como una concreción de la exigencia más genérica de contribuir a la sostenibilidad.

A los efectos de este proyecto proponemos aplicar a las televisiones privadas el concepto de "obligación de cumplir con su Responsabilidad Social Corporativa" como sustituto de la obligación de cumplir con la exigencia de una programación de Servicio Público que las televisiones privadas requieren de las televisiones públicas. Bien entendido, claro está, que presuponemos que la sociedad puede exigir a las empresas privadas este grado de colaboración social como compensación a los beneficios que su actividad comercial reporta a la empresa por la explotación de su negocio. De este modo, aceptamos la diferenciación entre "empresa pública y "negocio privado" pero tomamos la palabra a quienes se basan en esa diferencia para, tal vez, usarla como coartada para justificar cualquier tipo de programación.

Pues bien, el objetivo de este proyecto consiste en definir un método para medir el grado de cumplimiento de Responsabilidad Social Corporativa de la programación de las televisiones privadas generalistas en España (o fuera de ella, *mutatis mutandis*), con relación a un *target* de la audiencia especialmente sensible, el de las audiencias infantiles y adolescentes, sobre cuya necesidad de protección con relación a los contenidos programados hay legislación y reglamentación aplicable.

Para la determinación de las categoría parametrizables que permitan la medición nos basamos en el supuesto básico de tomar la palabra a los televisiones privadas acerca de la función social que ellas dicen cumplir y aplicar a los contenidos de la programación tanto su códigos éticos (en su caso), los criterios rectores de programación, las exigencias legales que están obligadas a cumplir (especialmente los relativos a horarios protegidos) como los compromisos libremente aceptados acerca de la orientación de los contenidos programados.

## FIN DE LA INVESTIGACIÓN

---

*"satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"*

No es esta una investigación sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC), concepto que, por extendido, presuponemos consolidado y sobre el que no estableceremos discusión específica que corresponden a los especialistas de esta materia. Nos interesamos específicamente por la aplicación de este concepto a una actividad concreta, la programación de las televisiones comerciales, en las que todavía ni se ha formalizado ni se ha definido con claridad el alcance y el contenido de su responsabilidad corporativa. Es más, hay excesiva constancia de que las televisiones privadas utilizan el concepto de RSC o de sostenibilidad *pro domo sua*, como si se trata de empresas energéticas o alimenticias, desvinculándolo del contenido de la programación que es, sin embargo, la esencia de su negocio.

Como consecuencia de esta estrategia puede ocurrir que una televisión como *Tele 5* figure en el listado de *materialidad* ...¿ ¿ como la quinta empresa española por su grado de cumplimiento de responsabilidad social. El motivo de esta sorprendente valoración se encuentra en que para la calificación del listado se aplican criterios de sostenibilidad, genéricos e inaplicables al contenido del negocio,

en el caso de *Tele 5* el plan “12 meses 12 causas”, en lugar de criterios adaptados el tipo de actividad social o de producto comercial que comercializa una empresa de difusión de contenidos. Con tal planteamiento es posible aparecer muy bien evaluada el cumplimiento de la Responsabilidad Social mientras se incumple, por ejemplo, la obligación de respetar los horarios de protección especial.

Con objeto de determinar las categorías parametrizables nos servimos de tres fuentes principales:

Directivas europeas sobre protección de la infancia respecto de la programación, en las que se incide en la exclusión de contenidos violentos y otros tipos de contenidos y la adaptación de los contenidos programados a horarios de protección.

Convenios de autorregulación firmados voluntariamente por las empresas televisuales

Códigos de conducta y criterios de programación en el caso de que existan

Proyecciones de la propia empresa acerca del contenido programado

Registro de quejas de las asociaciones de espectadores

Recomendaciones de programación de instituciones de autoridad.

# **DISEÑO de propuesta METODOLÓGICA DEL ESTUDIO**

## **Variables de antena**

Este informe se referirá a la programación de las cadenas generalistas privadas de ámbito nacional, esto es, Antena 3, Cuatro, Tele5, La Sexta, aunque entendemos que en un futuro sería necesario incluir en la muestra a los canales temáticos.

## **Variables temporales**

El análisis de la programación televisiva está delimitado por diversas variables temporales.

El primer indicador utilizado es la temporada televisiva, que abarca desde septiembre hasta junio. En segundo lugar hay que considerar, dentro de una misma temporada, las diferencias que existen en función de los distintos meses, períodos festivos, días de la semana y franjas horarias.

Esta fragmentación temporal facilita un conocimiento preciso y riguroso de la oferta de las cadenas analizadas. El estudio se centra en las temporadas televisiva 2009/10, 2010/11 y 2011/12.

## **Franjas horarias**

- Despertador: 7:00-9:00
- Mañana: 9:00-14:00
- Sobremesa: 14:00-17:00
- Tarde: 17:00-21:00
- Preferente: 21:00-24:00
- Nocturno: 24:00-7:00
- Horarios protegidos
- Horarios reforzados de protección infantil

## **Variables de programación**

Las variables de programación consideradas se agrupan en tres grandes bloques:

información, ficción y otros géneros de entretenimiento. Los catálogos de géneros o tipos de programas son muy variados, pero, por cuestiones prácticas, ya que es similar a la utilizada por Observatorios de Televisión con los que mantenemos contacto, aplicaremos una clasificación propia (no nos valdremos de los utilizados por SOFRES aunque sea nuestra

fuentes de datos a través de Barlovento Comunicación, porque sus definiciones dejan mucho que desear):

1. Informativos: 2. Ficción : 3. Entretenimiento:

- Diarios · Series · Magazines
- Informativos no diarios · Cine · Otros
- Documentales

### **Variables técnicas de la programación.**

Las características técnicas que se recogen en la ficha de análisis son:

- El país de producción.
- Tipo de emisión: si por primera vez o son una reposición.
- Promedio de número de cortes publicitarios .
- Adecuación al contexto de emisión.
- Adecuación al horario de emisión.
- Adecuación a la estructura de la audiencia que registran los programas.

El análisis de estas características nos permitirá sacar conclusiones sobre la novedad o antigüedad de los programas, el porcentaje de producción nacional y extranjera, la adecuación horaria de los programas a la audiencia, el nivel de ocupación publicitaria, la adecuación de la publicidad en los periodos protegidos y el tipo de publicidad que emiten las televisiones

### **Indicador del cumplimiento**

Todos los factores enumerados se integrarán en un INDICADOR DE GRADO DE CUMPLIMIENTO DE RSC que será el resultado de un análisis multivariante aplicado a las variables analizadas que servirá de medida cuantitativa en la conclusión del informe.

### **APLICACIONES DEL DISEÑO METODOLÓGICO DEL ESTUDIO:**

Se analizarán las distintas cadenas por separado y aplicando los criterios previamente establecidos. Será necesario analizar todos los programas para, a partir de ese trabajo, hacer una descripción de los contenidos y valorar su grado de adscripción a la categoría de RSC o no aplicando el INDICADOR.

Se puede plantear la selección de siete días (uno por cada día de la semana) de cada una de las franjas en tres periodos del año y compararlo. Sería como hacer tres olas anuales con el análisis de contenidos (tipo EGM): una en otoño (octubre-noviembre), invierno (enero-febrero) y primavera (abril-mayo). Se tendrán en cuenta las temporadas especiales, Navidad, Semana Santa y verano.

### **Corpus**

El procedimiento de selección del corpus que se analizará se establecerá seleccionando mediante procedimiento aleatorio el primer día de la semana (lunes) entre los lunes de cada período (otoño, invierno, primavera), de manera que los sucesivos días (martes, miércoles, etc.) se seleccionarán de las sucesivas semanas y, en caso de terminar el período, se volvería a la semana que inicia el mismo. Así, hasta completar los siete días. El esquema que quedaría es el siguiente, a partir de la selección del primer día:

Lunes de la primera semana seleccionada  
Martes de la segunda semana (sucede a la anterior)  
Miércoles de la tercera semana (sucede a la semana del martes)  
... Y así sucesivamente hasta:  
Domingo de la séptima semana.

### **Estudio por cadenas:**

Análisis por variables temporales por cadena.

Análisis y evolución de la oferta en las temporadas televisivas regulares.

Análisis y evolución de la oferta en los periodos de vacaciones: Navidad, Semana Santa y verano.

Análisis y evolución de la oferta por días de la semana.

Análisis por variables de programación.

Análisis por características técnicas.

Análisis por franjas horarias

.

Análisis por género

s

Cruce y comparación de los datos obtenidos en ambas variables de antena

Este cruce de datos nos permitirá observar si existe complementariedad entre la oferta de las cadenas.

### **Conclusiones del Estudio**

La elaboración de conclusiones se basará exclusivamente en los datos del análisis, distinguiendo entre informe de datos e interpretación de los datos en relación con las categorías analíticas utilizadas, que se sintetizarán en un INDICADOR cuantitativo que exprese el grado de cumplimiento del RSC de cada emisora o cadena de Televisión.

## **MEDIOS Y PERSONAL NECESARIOS**

Para hacer la grabación de los contenidos lo más provechoso será trabajar con grabaciones digitales: disponer de ordenadores que graben la programación y se almacene en un disco duro de gran capacidad. De esta forma se ahorra mucho espacio (no hacen falta cintas) y está la información disponible de una forma fácil.

Hay que contar, al menos, con un ordenador para cada cadena. No es un sistema complicado, cualquier informático un poco puesto lo sabe hacer, pero habrá que contar con él.

También harían falta codificadores del material (becarios o colaboradores). Habría que minutar como mínimo unas 20 horas semanales de contenidos. Con cuatro personas a jornada parcial sería suficiente en principio.

### **Medios y personal necesarios**

Dirección:

Investigadores

.

Informático:

Documentalista:

Becarios.

## Presupuesto

COSTES DE EJECUCIÓN CANTIDAD /UNIDAD TOTAL

Material inventariable informático  
y audiovisual

4.000

Material Fungible 2.000

Codificadores, documentalista e  
informático

4 1.000/mes (x 12  
meses)

36.000

Analistas, dirección  
y coordinación

4 1.500/mes (x 2  
meses)

12.000

Costes indirectos Universidades

15%

3.750

Servicios Externos:

Barlovento Comunicación (Elaboración de la información que  
recoge la memoria sobre datos TNSofres)

COSTE TOTAL

(Si se incluye IVA)

## NOTA FINAL

Los datos del Informe y EL INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE RSC PÚBLICO PUEDEN SER muy importantes para la creación **un Observatorio Permanente Conjunto** que pueden promover conjuntamente las cinco instituciones europeas integradas en el PROYECTO, cuyo alcance abarcaría: emisiones en directo de las televisiones privadas de emisión en directo, AL QUE PODRÍA AÑADIRSE LAS PÚBLICAS, completándose con un INDICADOR DE GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO PÚBLICO, a cuya obtención podría aplicarse una metodología similar, aunque cambiando las categorías parametrizables de RSC por categorías de Servicio Público. Se añade un ANEXO sobre el modo de elaboración de estas categorías.

***Los datos obtenidos del estudio servirían para renovar diaria o semanalmente la WEB***

También sería posible extrapolar a otras pantallas el procedimiento, aunque eso no sería objeto directo del proyecto sino una posible irradiación de su efectividad.

### ANEXO PARA COMPLETAR CON ESTUDIO SOBRE EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE SERVICIO PÚBLICO DE LAS TELEVISIONES PÚBLICAS:

#### **La televisión como servicio público**

El servicio público en televisión es entendido por este grupo de investigación, de acuerdo con los criterios legislativos españoles y europeos y los convenios de autorregulación vigentes, como un conjunto equilibrado de la programación de la radio y la televisión pública estatal, en cuya oferta televisiva han de respetarse los criterios constitucionales de representación y atención a la diversidad cultural y a la pluralidad de ideas, con el fin de atender a las necesidades democráticas, sociales y culturales de los ciudadanos.

El respeto a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la transparencia de la información y la atención a la pluralidad cultural han de ser garantizados en un servicio público de televisión, asegurando el acceso de la ciudadanía

a información, cultura, educación y entretenimiento de calidad.

Este grupo de investigadores entiende también que para que se cumplan los fines de servicio público que justifican una televisión pública, la programación debe atender igualmente franjas de edades de la población, niveles sociales (los gustos no son los mismos, pero los impuestos con los que se paga la televisión pública sí), y aportación al desarrollo de la industria audiovisual en todas sus formas y modalidades.

A estos efectos, las programaciones de TV PÚBLICAS tienen que hacer compatible cualquier planteamiento de eficiencia económica con el principio fundamental de rentabilidad social. Tomando como guía diversas resoluciones parlamentarias, enumeramos los siguientes postulados:

- .  
*Fomentar el respeto de los valores constitucionales EUROPEOS.*
- .  
*Promover activamente el pluralismo, con pleno respeto a las minorías, mediante el debate democrático, la información objetiva y plural y la libre expresión de opiniones.*
- .  
*Promover el respeto de la dignidad humana y, especialmente, los derechos de los menores, la igualdad de sexos, la no discriminación por motivos de raza, ideología, religión y cualquier otra circunstancia personal o social.*
- .  
*Impulsar la diversidad cultural y lingüística.*
- .  
*Ofrecer calidad, diversidad, innovación y exigencia ética.*
- .  
*Tener por objetivo atender a las expectativas de la más amplia audiencia, asegurando la máxima continuidad y cobertura geográfica, social y cultural.*
- .  
*Propiciar el acceso de todos a los distintos géneros de programación y a los eventos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigiéndose*

*a todos los segmentos de audiencia, edades y grupos sociales, incluidas las minorías con discapacidades.*

.

*Contribuir a la tarea cívica de difundir las artes y las letras sin menosprecio de los valores socialmente compartidos.*

.

*Asegurar la protección de los derechos del consumidor.*

.

*Fomentar la producción audiovisual nacional y europea*

## **Fuentes**

Los criterios que hemos adoptado para definir la condición de servicio público, que se concretan más adelante, se han obtenido de las siguientes fuentes:

### Fuentes legales (Caso español)

- .  
Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión en relación con determinados contenidos de su programación referidos a la protección de la infancia y la juventud. 26 de marzo de 1993.
- .  
Directiva europea 89/552/CEE de Televisión sin Fronteras de 1994, y sus posteriores adaptaciones a la legislación española.
- .  
Informe de la Comisión Especial del Senado sobre los Contenidos Televisivos. Boletín Oficial de las Cortes Generales. Senado. Nº 262. 11 de abril de 1995.
- .  
Libro Verde sobre la protección de los menores y de la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información. Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas, 16 de octubre de 1996.
- .  
Código de Autorregulación sobre Contenidos, Televisión e Infancia (2004)

### Otras fuentes

- .  
Sistema CEO de la Televisión Francesa.
- .  
Children's Television Standard. Australian Broadcasting Authority, de 1979.
- .  
Índice de calidad The Annenberg Public Policy Center, Pesityvania, desde 1995.
- .  
Consejo Nacional de Televisión de Chile, desde 1997.
- .

Observatorio de la Televisión (Universidad Austral. Buenos Aires), desde 2005

### **Criterios para la determinación de servicio público**

1. Criterios referentes al conjunto de la programación o parrilla:

*Diversidad:* La parrilla de programación debe reflejar la pluralidad social, adaptarse a la variedad y diversidad de los grupos sociales que conforman la audiencia, sin ofender, molestar o agredir a ninguna en particular orientándose a los valores representados por la mayoría social. La diversidad se concretará en un análisis por afinidades tipológicas: edad, clase social, hábitat, ámbitos geográficos.

*Cumplimiento de horarios protegidos:* grado de adecuación de los programas a este criterio. Aplicación del Convenio de Autorregulación de 2004 en el que se establece una clasificación de programas por edades y un prontuario de condiciones.

*Cumplimiento de las franjas de protección reforzada:* obligación de las televisiones públicas de emitir programas específicamente infantiles, o bien educativos, culturales, informativos o deportivos. Grados de elusión de la programación infantil por una programación alternativa, aunque sea la del horario protegido. Aplicación del Convenio de Autorregulación de 2004 en el que se establece una clasificación de programas por edades y un prontuario de condiciones.

*Uso de lenguas vernáculas.* Alternativa para el análisis de las desconexiones territoriales.

*Porcentaje de series y películas nacionales sobre series y películas de la UE y sobre películas Norteamericanas o extranjeras.*

*Porcentaje de programas de producción propia o coproducción con productoras nacionales sobre programas de la UE y sobre programas de otros países*

*Porcentaje de subtitulación y audiodescripción sobre el 100%  
de la programación  
diaria*

## 2. Criterios referentes a cada programa

*Cultura viva:* el programa está adaptado a la pluralidad y realidad del contexto social.

*Contenido lúdico:* el programa gratifica a todos sin agredir a grupos sociales.

*Novedad:* el programa no es reposición, repetición ni mera imitación de otros programas.

*Arraigo cultural:* el contenido del programa es adecuado a la audiencia de la zona de visión y fortalece valores de la cultura popular.

*Calidad técnica:* el programa está cuidado y utiliza la tecnología proporcionada a la función del programa.

*Idoneidad:* el programa es apto para la audiencia íntegra a la que se dirige.

*Originalidad:* que haya creatividad en la realización técnica y en el tema.

*Documentación:* las fuentes, autoridades y referencias del programa son adecuadas a sus funciones informativas y documentales