



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 10 – 2ª época - Director: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## Investigación

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Llorens Maluquer, C. y Aymerich Franch, L. (2007). Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental. Revista Latina de Comunicación Social, 62. Recuperado el x de xxxx de 200x, de [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200705Llorens\\_y\\_Aymerich.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200705Llorens_y_Aymerich.htm)

[Revisor/ra: El texto se expone de forma ordenada, racional y lógica. Presenta información, datos y observaciones procedentes de un trabajo de campo y lo hace con fundamentación y con racionalidad. El asunto tratado representa un tema actual, aún no suficientemente trillado por la investigación, especialmente en lengua castellana, y un entorno en todavía intensa evolución y cambio, que por tanto merece y reclama una atención académica. Está plenamente justificada su elección. El texto está escrito de forma precisa, clara y directa, con una progresión ágil de contenido en cada párrafo y su lectura es esclarecedora y productiva]

## Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental

### Broadcasting and Culture. Cultural Channels and its impact in Western Europe digital TV platforms

Artículo recibido el 24 de enero de 2007  
Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 25 de enero de 2007  
Enviado a revisión el 27 de enero de 2007  
Aceptado el 19 de febrero de 2007  
Publicado el 21 de febrero de 2007

**Dr. Carles Llorens Maluquer** © [C.V.]

Profesor Titular de Comunicación Audiovisual  
Universidad Autónoma de Barcelona, UAB  
[carles.llorens@uab.es](mailto:carles.llorens@uab.es)

**Lic. Laura Aymerich Franch** © [C.V.]

Doctoranda en Comunicación Audiovisual  
Universidad Autónoma de Barcelona, UAB  
[laura.aymerich@uab.es](mailto:laura.aymerich@uab.es)

**Resumen:** A partir de las distintas definiciones de cultura –popular y elitista–, se analiza la realidad del canal cultural en las principales plataformas digitales y en la oferta de canales en abierto públicos y privados de los cinco países europeos con los mercados de televisión más importantes: Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España. Los cincuenta canales hallados se agrupan por temáticas, según la extensión del contenido (generalista o temático) y la titularidad (pública o privada). De estas clasificaciones se desprende que los canales culturales generalistas son operados por las televisiones públicas, mientras que los operadores privados prefieren los canales culturales temáticos. Por último, exceptuando el caso de ARTE, los únicos canales culturales transeuropeos son los de matriz norteamericana como Discovery Channel o National Geographic

**Palabras clave:** televisión – televisión temática – cultura popular – televisión cultural – Europa – España – Alemania – Reino Unido – Italia – Francia – televisión pública – televisión comercial – Unión Europea – plataformas digitales

**Abstract:** From the two classical definitions of culture - popular and elitist-, the reality of cultural channels is analysed through the five most important television markets in Western Europe, - Germany, United Kingdom, France, Italy and Spain-, and their free-to-air TV offer and main multichannel digital television platforms. The fifty channels found are classified according to the scope of the content (generalist or thematic) and their ownership (public or private). These classifications show that content-broad cultural channels are operated by Public Broadcasters Services, whereas private operators prefer thematic cultural channels. Finally, except for the case of ARTE channel, the only pan-European cultural channels are the United States subsidiaries, like Discovery Channel or National Geographic.

**Key Words:** Television – thematic television – cultural channel – Europe – cultural television – Spain – Germany – United Kingdom – Italy – France – Public Broadcasters – Commercial Broadcasters – European Union – digital television platforms

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Metodología e hipótesis. 3. El debate entre cultura popular y "Cultura" con mayúsculas. 4. Un intento de definición del concepto de canal cultural. 5. Resultados. 6. Rreferencias. 7. Notas

**Summary:** 1. Introduction.

## 1. Introducción

El concepto de televisión cultural o el más específico de canales culturales suscita escaso entusiasmo tanto a nivel académico como empresarial. Son pocos los canales que se autodefinen en estos términos, aunque paradójicamente la mayoría de emisoras generalistas incluyen el adjetivo cultural en el catálogo de objetivos sociales. En el campo académico, la situación es similar: la presencia de estudios recientes que analicen el término de canal cultural es casi inexistente. Sin embargo, la realidad es tozuda: existe un conjunto de canales televisivos en Europa que bajo diferentes formas y denominaciones se autodefinen, o se les atribuye, la etiqueta de canales culturales.

Por tanto, este trabajo tiene como objetivo realizar una primera aproximación a un terreno inexplorado por los estudiosos de la comunicación que permita aportar información y conocimiento sobre los canales culturales en los principales mercados de televisión de Europa Occidental. Para ello, se propone seguidamente una definición de canal cultural que permita englobarlos bajo una misma categoría. A partir del listado resultante se procede a definir las dos principales tipologías de los canales culturales: según la extensión del contenido (generalistas o temáticos), y su titularidad (pública o privada). Finalmente se intenta establecer las relaciones entre estas últimas variables.

## 2. Metodología e hipótesis

Para este estudio la muestra analizada se centra en el ámbito de Europa Occidental, en concreto, se han escogido los cinco mayores mercados de televisión multicanal de esta zona: España, Francia, Gran Bretaña, Italia y Alemania. A pesar de que en conjunto estos países engloban a casi 300 millones de europeos, es evidente que para completar la realidad europea sería necesario analizar la situación de los pequeños y medianos países. Así pues, el presente estudio pretende simplemente plantear un primer esbozo y descripción de los canales culturales en los principales países europeos, establecer una definición y aportar nuevo conocimiento a partir de la discusión y confirmación de las siguientes hipótesis:

- Los canales culturales europeos pueden ser canales televisivos generalistas o temáticos, cuya programación se caracteriza por una elevada presencia de lo cultural, en su sentido de high culture, como contraposición a una cultura popular o de masas.
- La televisión pública es la única capaz de afrontar un canal generalista de contenido cultural en abierto.
- Los canales culturales privados son mayoritariamente temáticos.

La primera tarea de la investigación consiste en localizar los canales culturales generalistas y temáticos, de titularidad pública y privada, y gratuitos y de pago de cada uno de los cinco países seleccionados. Para tal fin, se ha procedido a elaborar un listado preliminar basado en la observación de las plataformas de televisión multicanal de Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido. En todos los casos, excepto en el alemán, se ha escogido la primera plataforma satelital de pago de cada país, pues suponen las ofertas líderes en el mercado de plataformas multicanal. Por tanto, en el caso del Reino Unido se ha analizado Sky, principal plataforma de TV de pago con 8,1 millones de abonados en julio de 2006; la propiedad de Sky corresponde a News Corp. en un 37,7%, mientras que ocho fondos de inversión y capital riesgo controlan el 28% y el resto opera en bolsa (Sky, 2006). En Italia, la plataforma analizada es Sky Italia, con 3,8 millones de abonados en septiembre de 2006, propiedad en un 100% de News Corp. (Sky Italia, 2006). En Francia, se analiza la plataforma Canal Satellite Numerique, con 3 millones de abonados a finales de 2005 (OEA, 2005); en este país, además se utiliza como fuente complementaria la completa "Guide des Chaînes Thématiques 2005", publicada por la "Association des Chaînes Conventionnées Éditrices de Services" (ACCES). En España, los datos se han obtenido del análisis de canales de la plataforma Digital+, con 2 millones de abonados en octubre de 2006 (Sogecable, 2006). En el mercado alemán el cable y el satélite dominan en la distribución de la televisión multicanal, por lo que paralelamente al análisis de la primera plataforma de satélite Premiere World, con 3,3 millones de abonados en septiembre de 2006 (Premiere, 2006), se han analizado las señales de televisión emitidas a través del satélite Astra en abierto y que en total son recibidos directamente por una proporción importante de la población alemana, un 44% (SES ASTRA, 2006), y que en su mayoría son vehiculados también a través de las redes cables. Además de los canales temáticos presentes en las plataformas, se han analizado la totalidad de los canales públicos y privados en abierto difundidos por ondas terrestres de los cinco países seleccionados.

¿Bajo qué criterios se han seleccionado los canales culturales? La adscripción de estos canales a una categoría todavía por definir se ha basado en la información proporcionada por el propio canal, es decir, la "autodescripción" del canal, y por la constatación de amplia temática cultural en sus parrillas de programación. El siguiente paso ha consistido en elaborar la definición de canal cultural y al establecimiento de una tipología. Seguidamente, se ha verificado la pertinencia de los canales previamente seleccionados con la definición propuesta de canal cultural, y se han intentado verificar las hipótesis planteadas e inferir nuevas conclusiones a partir de los datos obtenidos.

## 3. El debate entre cultura popular y "Cultura" con mayúsculas

El concepto de canal cultural remite inevitablemente a la definición de cultura. Según como entendamos ésta, nos vendrá dada la acepción de canal cultural. El concepto moderno de cultura es doble e inseparable en sus dos vertientes antropológica y humanista (Calhoun [ed.], 2002).

La definición antropológica, desarrollada en el s. XIX, entiende la cultura como la suma del total de las actividades humanas. E.B. Tylor, considerado el padre del concepto antropológico de cultura, argumentaba en 1871 que "cultura o civilización, en su amplio sentido etnográfico, consiste en todo aquello que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, leyes, costumbres y todo el resto de capacidades y hábitos adquiridos por un hombre en tanto que miembro de una sociedad" (citado en Calhoun [ed.], 2002).

En cambio, el concepto humanista de cultura, anterior al antropológico, pues fue desarrollado por la Ilustración en la Europa del s. XVIII, hace referencia a la actividad humana ligada a las artes, la música y las letras. Podemos decir que esta última aproximación clásica es la que ha pervivido en el concepto actual de high culture o cultura de elite. Y Watson (2000) la define, precisamente, por oposición a la cultura popular. Mientras que la cultura popular pertenece a la gente corriente y es compartida por la mayoría no elitista de la población, la alta cultura, la cultura intelectual o la highbrow culture, queda reducida a una minoría altamente educada. Por eso, la cultura popular, según Watson, significa generalmente cohesión; alta cultura, en cambio, diferencia, pues se distingue de la cultura popular y de todo lo que se asocia con ella.

La alta cultura se manifiesta en formas artísticas de alto contenido cognitivo como la ópera, el arte histórico, la música clásica, el teatro tradicional o la literatura, es decir, que requieren un alto grado de educación para ser entendidas, aprehendidas y disfrutadas; en cambio, la cultura popular engloba diversas formas de comunicación cultural incluyendo los periódicos, la televisión, la publicidad, los tebeos, la música pop, la radio, las novelas baratas, las películas, etc, mucho más intuitivas y asequibles en su aprehensión. Precisamente la idea de cultura popular y televisión encontró en Raymond Williams y Stuart Hall un punto de encuentro en los años 70 que devino fundamental para la expansión de los estudios culturales de las últimas décadas. Desde una posición marxista, pero crítica, los autores británicos se centraron en la cultura popular y las prácticas de interpretación de la audiencia. Su modelo de producción y recepción de cultura de masas a través del proceso de codificación y descodificación ensalzaba el papel activo de los consumidores de cultura de masas en la construcción de significado de los objetos culturales. Por tanto, la televisión ha sido considerada como medio paradigmático de la cultura popular, en contraposición a la cultura de masas, elemento de control del capitalismo defendida por Gramsci y por la Escuela de Frankfurt (Williams, 1974; Stuart Hall, 1973).

Y es que dicha adscripción nos remite al juicio sobre su moralidad. ¿La televisión como cultura popular emancipa o esclaviza al hombre? La discusión intelectual nos obliga a remontarnos hasta el concepto de las industrias culturales desarrollado por Horkheimer y Adorno, y en el que se hace referencia al desarrollo de la cultura de masas en el seno de la sociedad capitalista. El concepto industrias culturales aparece por vez primera en 1944 en *Dialektik der Aufklärung* o *Dialéctica de la Ilustración* (Adorno y Horkheimer, 2001), y se utiliza para referirse a la variedad de cambios en la naturaleza de la producción y la recepción cultural como consecuencia del desarrollo de la sociedad industrial avanzada. Estos autores destacan especialmente la fusión de la cultura con la empresa capitalista -ejemplificada con la combinación de arte y negocio propio de los grandes estudios de cine- y la subsiguiente sustitución del placer e impulsos emancipadores de lo artístico y cultural por el entretenimiento banal (Calhoun [ed.], 2002). Desde la Escuela de Frankfurt se considera que la cultura se somete a las necesidades del sistema de producción y también a los intereses comerciales dominantes; mientras que el público deviene un ser de consumo pasivo, altamente manipulable. De esa forma, en lugar de suponer una ampliación de las facultades sensibles e intelectuales humanas, la cultura se transforma en ideología destinada a conservar el sistema. Por todo esto, defienden estos autores, la cultura de masas es una vulgarización nefasta de la cultura, y el medio televisivo, un instrumento de manipulación masiva, como los demás medios de comunicación (Rodrigo, 2002: 196-198). Desde esta perspectiva, a la televisión se le niega incluso su rol de transmisor cultural, o la capacidad de reflejar y extender las perspectivas culturales de sus creadores (Reina, 2002). No es extraño, pues, que esta posición choque con la defensa de la televisión como paradigma de la cultura popular y de la capacidad contextual de la audiencia para interpretar los mensajes, realizada por Williams y Stuart Hall. Para estos autores, la televisión es un cauce de la cultura popular y rechazan la visión culturacista de la Ilustración y su carga moral.

Esta división conceptual e ideológica entre cultura popular y alta cultura está presente en el medio televisivo europeo desde sus inicios. Los intentos de fusión que se han prologado en Europa sólo tuvieron un cierto éxito hasta la llegada de los operadores privados a mediados de los años ochenta y en el sistema televisivo británico con posterioridad. El contexto cultural y político británico es importante: Lord Reith, primer director de la BBC, definía la misión de la televisión en tres verbos, "informar, educar y entretener", que desde entonces son repetidos sin rubor por cualquier televisión con ciertas pretensiones más allá del puro beneficio económico. Años más tarde, Sir Huw Wheldon, otro de los directivos legendarios de la cadena, resumió en los años sesenta la tarea de la BBC en otro conocido lema: "To make the good popular, and the popular good". La liberalización del sector televisivo europeo en los años ochenta, tratando de imitar el excelente modelo británico, provocó sin embargo, la división casi definitiva entre cultura popular y alta cultura en la televisión.

Esta diferencia entre cultura popular y alta cultura se hace básica y referencial para los canales culturales respecto al resto de canales y a la propia televisión. La pretensión de diferenciación, esencial en la alta cultura, es la que persiguen los canales culturales, que pretenden distinguirse del resto de la televisión de cultura popular ofreciendo una cultura intelectual, emancipadora del hombre según los ideales de la modernidad.

#### 4. Un intento de definición del concepto de canal cultural

Una recopilación de todas las ideas tratadas hasta ahora nos lleva a proponer la siguiente definición de canal cultural: denominamos canales culturales a los canales televisivos generalistas o temáticos, cuya programación se caracteriza por unos elevados contenidos del mundo del arte y de la música selecta, de la ciencia y el descubrimiento geográfico y etnográfico, así como de la historia y de la sociedad. El tratamiento de los contenidos se caracteriza por el rigor y la búsqueda de la excelencia, estética y temática, en oposición al resto de la programación de la televisión, centrada en la cultura de masas. El target de audiencia es de un nivel adquisitivo y cultural medio-alto o alto. Los géneros predominantes -pero no exclusivos- son el documental y el reportaje, con una amplia presencia de formatos y temáticas innovadores, que responden al hecho de entender la creatividad y la innovación como integrantes del concepto de alta cultura. En artes escénicas como la danza, el teatro, la música y similares predominan retransmisiones en directo o en vivo, aunque no de manera exclusiva. El género de ficción también tiene cabida siempre y cuando se justifique por necesidad artística, -el filme independiente de calidad-, o como arte en sí mismo, como el video-arte.

Esta definición nos permite empezar a acotar, descartar y clasificar los canales culturales. Así pues, si bien los canales Mezzo y MTV tratan ambos el género musical, el primero lo hace desde una perspectiva más selecta, que se muestra en la presencia de retransmisiones y programas de música clásica; en cambio, MTV orienta su programación a la promoción y el consumo rápido de música popular. A partir de la definición propuesta, sólo el primero de ambos se puede considerar como canal cultural. La definición nos permite además descubrir que el canal europeo que más se ajusta a la definición de canal cultural es el franco-alemán ARTE.

#### 5. Resultados

Tras cotejar los canales inicialmente seleccionados con la definición, nuestro análisis revela, que a fecha de diciembre de 2006, 49 canales culturales son recibidos en las plataformas multicanal líderes de los cinco países analizados o están presentes en la oferta de televisión en abierto (Cfr. Anexo1).

Una vez clasificados, cabe destacar la especialización o tematización del sector de los canales culturales: sólo el 14% de los canales localizados corresponden a canales culturales generalistas, que, además, son todos de titularidad pública. De este modo, se confirma la segunda hipótesis planteada al inicio de este artículo sobre la relación necesaria entre empresas públicas de televisión y canal cultural generalista.

En cuanto a la presencia por países debemos destacar que todos los casos analizados cuentan con alguna iniciativa de canal cultural generalista. Gracias a la potencia financiera de la BBC, el Reino Unido dispone de dos canales culturales generalistas (BBC2 y BBC4). Francia cuenta con France5, a cargo del grupo público de France Télévisions, y con ARTE, que realiza conjuntamente con las televisiones públicas alemanas ARD y ZDF [1]. Alemania, además de la ya mencionada ARTE, dispone de 3sat, cadena en la que participan las dos cadenas públicas citadas junto con las públicas de Austria, ORF, y de Suiza, SRG. España e Italia poseen también un canal cultural generalista público cada uno: La2 de RTVE y RAI3 de la RAI.

Por lo que se refiere al resto de canales culturales, mayoritariamente nos encontramos con canales de tipo temático, que generalmente limitan su programación a un único contenido de los contemplados dentro de la definición propuesta de canal cultural. La titularidad de estos canales es sobre todo de tipo privado (74%) y de titularidad europea (64%), aunque la presencia de canales no europeos es significativa (30%), siendo ARTE el único canal cultural de propiedad paneuropea (6%). Por tanto, se verifica también la tercera hipótesis: la mayoría de los canales culturales temáticos son de titularidad privada.

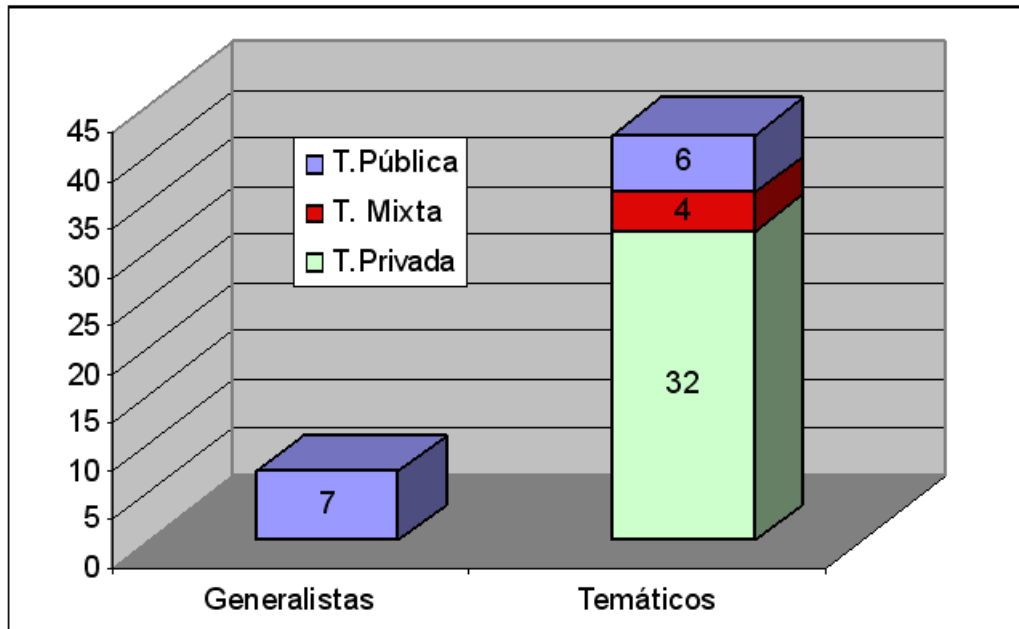
Entre los principales actores internacionales destacan Discovery, que distribuye prácticamente sus canales a todos los países analizados, y el grupo News Corporation, que aprovecha su presencia en Italia y Reino Unido para suministrar los suyos a través de sus filiales Fox y Sky, entre los que destaca el canal National Geographic. Por tanto, podemos observar como son las compañías norteamericanas de canales temáticos las que aprovechan la existencia de un mercado europeo, mientras que las empresas francesas, alemanas, italianas o españolas no consiguen crear un producto cultural europeo -con la excepción de ARTE-, sino únicamente nacional. Un proceso que es ya endémico del sector audiovisual europeo en el cine, la comercialización del vídeo, y el intercambio de programas de televisión y que ahora se ve confirmado en este apartado de canales culturales (OEA, 2005).

Las peculiaridades por países son notables. Por un lado, no podemos dejar de mencionar a Francia por el importante número de canales temáticos en manos de grupos nacionales privados (AB groupe, Canal Plus y Lagardère), a mucha distancia de los demás países. En cambio, las participaciones mixtas público-privadas predominan en el Reino Unido, donde canales como UKTV History, UKTV People o UKTV Documentary son gestionados por la BBC y la compañía privada Flextech, editora de otros canales como Bravo, Living tv o Challenge.

También cabe señalar la poca presencia de entes públicos detrás de canales culturales temáticos en los países analizados:

RTVE en España cuenta con DocuTVE y Canal Clásico; France Télévisions, en Francia, participa del canal Mezzo conjuntamente con un grupo privado; la BBC participa de forma mixta con el grupo privado Flextech en los canales de UKTV Documentary, UKTV People y UKTV History; en Alemania, ZDF y ARD participan en ZDF Dokukanal y ZDF Theaterkanal (ZDF), y BR-alpha (ARD); por último en Italia, la RAI es la responsable de Rai Edu2. De esta manera, los canales temáticos culturales de titularidad pública representan un 14% del total y las formas mixtas público-privadas un 12%.

## Gráfico 1: Canales culturales según tipología y titularidad



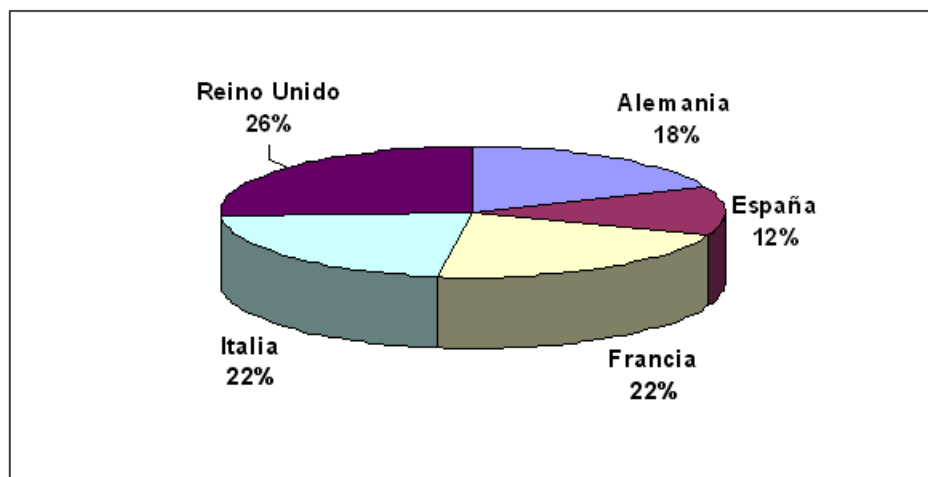
Fuente: Elaboración propia

A nivel de recepción de canales culturales -tanto generalistas como temáticos-, el país que recibe mayor número de canales a través de las plataformas analizadas es Reino Unido, seguido de Francia e Italia, las últimas posiciones son para Alemania y España.

**Tabla 1: Recepción de canales culturales por países y origen**

	CANALES RECIBIDOS	ORIGEN			
		Nacional	Europeo	Internacional	Mixtos
Reino Unido	17	6	0	10	1
Francia	14	10	1	3	0
Italia	14	4	0	9	1
Alemania	12	5	3	4	0
España	8	5	0	2	1

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 2: Porcentaje de canales culturales recibidos por país**

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al género predominante entre los canales temáticos culturales destaca sin duda el documental. Más de 30 canales de los localizados practican este género prácticamente de forma exclusiva, y su presencia abarca los cinco países analizados. Los canales culturales que siguen la línea documental presentan también una serie de temáticas que se reiteran en los diferentes casos, sobresaliendo las temáticas de historia (p.ej. History Channel), ciencia (p.ej. Discovery Science) y descubrimiento geográfico y etnográfico (p.ej. National Geographic).

Otro de los géneros destacados, fuera ya de los canales de monogénero documental, es el musical. El perfil de estos canales suele ser el de la música selecta, generalmente clásica. Las parrillas suelen contemplar, además de retransmisiones de conciertos, documentales y reportajes muy específicos que giran entorno de la temática de la música clásica (p.ej. movimientos musicales, compositores, etc.). Pertenecen a este grupo Mezzo, Clasica y CanalClásico.

Aún cabe resaltar específicamente dos temáticas más. En primer lugar, los canales educativos que cubren algunas de las temáticas propias de los canales culturales, como la ciencia o la historia, como en el caso de la Rai Edu 2 y BR-alpha. Estos canales son considerados culturales, a pesar de ser educativos, por tratar temáticas consideradas culturales. De ahí, por ejemplo, que Rai Edu 1, el primer canal de la Rai Educational, no aparezca en nuestra clasificación, ya que se centra en temas de aprendizaje escolar y de la lengua inglesa; sí en cambio consideramos cultural Rai Edu 2, que se orienta "al mundo de la ciencia y del conocimiento histórico-cultural" (Rai Educational, 2007). Por su parte, BR-alpha, podría considerarse como educativo, pero contiene en alto grado abundante temática relacionada con la ciencia, la música, la literatura y el arte. Como puede apreciarse, detrás de estos canales suele hallarse un operador público.

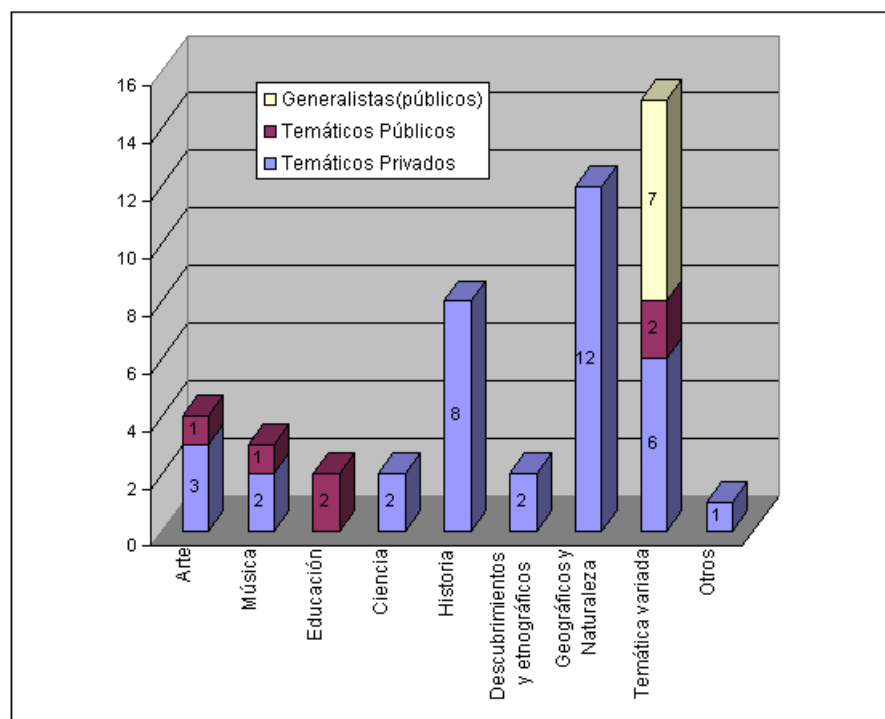
En segundo lugar, cabe mencionar el grupo de canales temáticos de arte. Generalmente se trata de canales temáticos que abordan aspectos relacionados con el arte, el teatro, la moda y otras formas artísticas. Es el caso de Cult, ZDF Theaterkanal o Artsworld, entre otros.

Por lo que se refiere a los canales culturales generalistas, tanto los géneros como las temáticas son variados, predominan el documental, el reportaje, la ficción cine y el magazín. El abanico temático aborda todas las temáticas contempladas en nuestra definición de canal temático.

**Tabla 2: Temáticas según tipología y titularidad**

Temática predominante	Tipología			TOTAL
	Temáticos		Generalistas	
	Privados	Públicos	Públicos	
Arte	3	1	-	4
Música	2	1	-	3
Educación	-	2	-	2
Ciencia	2	-	-	2
Historia	8	-	-	8
Viajes y etnográficos	2	-	-	2
Geográficos y naturaleza	12	-	-	12
Temáticas varias <sup>2</sup>	6	2	7	15
Otros	1	-	-	1
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>49</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 3: Clasificación temática según tipología y titularidad**

Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse, la definición propuesta engloba un amplio espectro de canales culturales, que va más allá de la idea de alta cultura. Por tanto, no es raro que ciertos canales culturales en Europa Occidental no se presenten generalmente por sí mismos bajo dicha denominación, de igual modo, tampoco existe entre estos canales una conciencia de colectivo que los englobe bajo un mismo grupo. Aún así, creemos que es posible detectarlos a través de los diferentes perfiles que presentan, realizar una definición común que los englobe y establecer una tipología.

Considerando que la hipótesis inicial propuesta, "los canales culturales generalistas se presentan solamente a través de entes públicos", ha quedado confirmada, sería interesante determinar en futuros estudios los motivos de la ausencia del sector privado en este ámbito. El excesivo coste económico de este tipo de canales podría ser una hipótesis de partida.

Por último, mencionar que la necesidad de acotar el análisis a cinco países de Europa Occidental y de restringir la búsqueda de canales temáticos a determinadas plataformas no nos permite contemplar la totalidad del panorama europeo de los canales culturales, que encuentra en la situación de los pequeños y medianos países sus principales problemas de falta de diversidad y escasa protección cultural.

## 6. Referencias

- Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max, 2001: *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Asociation des Chaînes Conventiionnées éditrices de Services. Guide des chaînes thématiques, Avril 2005: <http://www.acces.tv> [consulta: junio 2006]
- Dictionary of the Social Sciences. Craig Calhoun, ed. Oxford University Pres 2002. Oxford Reference Online. Oxford University Pres: <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t104.e408> [consulta: junio 2006]
- Hall, Stuart, 1973 *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, Birmingham: Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.
- Observatoire Européen de l'Audiovisuel, 2006. PERSKY - Directory of Television Channels in Europe 2006: <http://www.obs.coe.int/db/persky/persky.html> [Consulta: diciembre 2006]
- Observatoire Européen de l'Audiovisuel. Yearbook Vol. 2, Household Audiovisual Equipment, Transmision, Television Audience, 2005; y Vol. 5, Television channels, programme production and distribution, 2005. Strasbourg: Observatoire Européen de l'Audiovisuel.
- Premiere, 2006. 3rd quarter 2006: Premiere back in the black: [http://info.premiere.de/inhalt/eng/medienzentrum\\_news\\_uk\\_07112006.jsp](http://info.premiere.de/inhalt/eng/medienzentrum_news_uk_07112006.jsp) [Consulta: diciembre 2006]
- RAI Educational, 2004: <http://www.educational.rai.it> [consulta: enero 2007]
- Reina, J., ed., cop. 2002: *Encyclopedia of communication and information*. Nova York: Macmillan Reference USA.
- Rodrigo, M., 2001: *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, Métodos y Perspectivas*. Bellaterra, Castelló, Barcelona, Valencia: UAB [etc.] Col. Aldea Global.
- SES Astra, 2006. SES Astra increases penetration to reach over 16 million satellite households in Germany: [http://www.ses-global.com/ses-global/siteSections/mediaroom/Latest\\_News/06\\_03\\_27/index.php](http://www.ses-global.com/ses-global/siteSections/mediaroom/Latest_News/06_03_27/index.php) [Consulta: diciembre 2006]
- Sky Italia, 2006. L'azienda Sky: <http://www.skylife.it/html/azienda/skyitalia/skyitalia.html> [Consulta: Diciembre 2006]
- Sky. Annual Review 2006., 2006: London: Sky.
- Sogecable, 2006. Resultados consolidados a 30 de septiembre de 2006: <http://www.sogecable.es/media/576618.pdf> [Consulta: Diciembre 2006]
- Watson, J. Hill, A., 2000: *Dictionary of media and communication studies* (5a ed.) Londres: Harnold.
- Williams, Raymond, 1974: *Television: Technology and Cultural form*. Londres: Technosphere Series, Collins.

## 7. Notas

[1] La cadena está asociada también a las televisiones publicas de RTBF (Bélgica), SRG SR Idée Suisse (Suiza), TVE (España), TVP (Polonia), ORF (Austria), YLE (Finlandia), NPS (Países Bajos), BBC (Gran Bretaña) y SVT (Suecia)

[2] No debemos confundir los canales culturales temáticos de temáticas varias con los culturales generalistas, que también presentan temáticas varias. Con canales temáticos de temáticas varias nos referimos a canales de monogénero documental que abordan distintas temáticas culturales. Por ejemplo, Documanía emite documentales de las temáticas de ciencia, naturaleza, sociedad, historia, etc. por lo que no permite ser clasificado dentro de una única temática.

## Anexo 1. Tabla de canales culturales en Europa (2006)

CANAL	Titularidad	Propiedad	Temática	País de emisión
3sat	Pública	ZDF, ORF, SRG, ARD	Multitemático	Alemania
Arte	Pública	France Télévisions/ ARD, ZDF	Multitemático	Francia Alemania
BBC2	Pública	BBC	Multitemático	Reino Unido
BBC4	Pública	BBC	Multitemático	Reino Unido
France5	Pública	France Télévisions	Multitemático	Francia
Rai3	Pública	RAI	Multitemático	Italia
TVE2	Pública	TVE	Multitemático	España
Discovery Channel Animal Planet	Privada	Discovery Inc.	Naturaleza	Reino Unido, Italia, Alemania
Discovery Channel Civilsation	Privada	Discovery Inc.	Historia	Reino Unido, Italia
Discovery Channel	Privada	Discovery Inc.	Descubrimiento etnográfico	Los cinco
Discovery Geschichte	Privada	Discovery Inc.	Historia	Alemania
Discovery Science	Privada	Discovery Inc.	Ciencia	Reino Unido, Italia
Discovery Channel Travel & Living	Privada	Discovery Inc.	Descubrimiento Geográfico	Reino Unido, Italia
Discovery Channel Wings	Privada	Discovery Inc.	Aviación	Reino Unido
Adventure One	Privada	BSkyB	Descubrimiento Geográfico	Reino Unido, Italia
Artsworld	Privada	BSkyB	Arte	Reino Unido
BR-alpha	Pública	ARD →BR	Educación	Alemania
Canal Historia	Privada	A&E TVNetworks + Multicanal	Historia	España
CanalClásico	Pública	RTVE	Música	España
Encyclopedia	Privada	AB Groupe	Ciencia	Francia
Cult	Privada	Fox	Arte	Italia
Escales	Privada	AB Groupe	Descubrimiento Geográfico	Francia

CANAL	Titularidad	Propiedad	Temática	País de emisión
DocuTVE	Pública	TVE	Temáticas varias	España
Terra Nova	Privada	AB Groupe	Naturaleza	Alemania
Toute l'Histoire	Privada	AB Groupe	Historia	Francia
Planet(Planète)	Privada	Ass. Planète France	Temáticas varias	Alemania
History Channel	Privada	AETN + FOX	Historia	Reino Unido, Italia
Planète	Privada	C+ / multithématiques	Temáticas varias	Francia
Planète Thalasa	Privada	C+ / multithématiques	Descubrimiento Geográfico	Francia
Mezzo	Mixta	Lagardère + France Télévisions	Música	Francia
National Geographic	Privada	FOX	Descubrimiento geográfico	Los cinco
Planet	Privada	DIGICAST SpA	Temáticas varias	Italia
Leonardo	Privada	FOX	Arte	Italia
Marcopolo	Privada	Sitcom	Descubrimiento Geográfico	Italia
Documanía	Privada	Sogecable	Temáticas varias	España
Viajar	Privada	Sogecable	Descubrimiento Geográfico	España
Rai Educational (Rai Edu 2)	Pública	RAI	Educación	Italia
Sky Travel	Privada	BSkyB	Descubrimiento Geográfico	Reino Unido
Histoire	Privada	TF1	Historia	Francia
Odyssee	Privada	TF1	Temáticas varias	Francia
UKTV Documentary	Mixta	BBC + Flextech Television	Temáticas varias	Reino Unido
UKTV History	Mixta	BBC + Flextech Television	Historia	Reino Unido
UKTV History	Mixta	BBC + Flextech Television	Historia	Reino Unido
UKTV People	Mixta	BBC + Flextech Television	Descubrimiento etnográfico	Reino Unido

CANAL	Titularidad	Propiedad	Temática	País de emisión
Ushuaia TV	Privada	TF1	Naturaleza	Francia
Clasica	Privada	EOS entertainment	Música	Alemania
Voyage	Privada	FOX	Descubrimiento Geográfico	Francia
ZDF Dokukanal	Pública	ZDF	Temáticas varias	Alemania
ZDF Theaterkanal	Pública	ZDF	Arte	Alemania

#### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Llorens Maluquer, C. y Aymerich Franch, L. (2007). Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el x de xxxx de 200x de: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200705Llorens\\_y\\_Aymerich.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200705Llorens_y_Aymerich.htm)