

OBITEL 2011

Calidad de la ficción televisiva y participación transmediática de las audiencias

*coordinadores
generales*

Guillermo Orozco Gómez
Maria Immacolata Vassallo de Lopes

*coordinadores
nacionales*

**Morella Alvarado, Gustavo Aprea, Alexandra Ayala,
Catarina Duff Burnay, Borys Bustamante, Isabel Ferin Cunha,
Valerio Fuenzalida, Francisco Hernández, César Herrera,
Pablo Julio Pohlhammer, Mónica Kirchheimer,
Charo Lacalle, Juan Piñón, Guillermo Orozco Gómez,
Rosario Sánchez Vilela y Maria Immacolata Vassallo de Lopes**



OBSERVATORIO IBEROAMERICANO
DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

OBITEL 2011

CALIDAD DE LA FICCIÓN TELEVISIVA PARTICIPACIÓN
TRANSMEDIÁTICA DE LAS AUDIENCIAS

Guillermo Orozco Gómez y Maria
Immacolata Vassallo de Lopes
Coordinadores Generales

Morella Alvarado, Gustavo Aprea, Alexandra Ayala, Catarina
Duff Burnay, Borys Bustamante, Isabel Ferin Cunha,
Valerio Fuenzalida, Francisco Hernández, César Herrera,
Pablo Julio Pohlhammer, Mónica Kirchheimer, Charo
Lacalle, Juan Piñón, Guillermo Orozco Gómez, Rosario
Sánchez Vilela y Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Coordinadores Nacionales



Copyright © 2011 by Globo Comunicação e Participações S.A.
Copyright de traducción © 2011 by Globo Comunicação e
Participações S.A./ Editora Globo S.A.

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta edición puede ser
utilizada o reproducida – en cualquier medio o forma, sea mecánico o
electrónico, fotocopia, grabación etc. – ni apropiada o guardada en sistema
de banco de datos, sin la expresa autorización de la editorial.

Traducción: Adriana Suárez

Preparación: Clim Editorial e Beatriz de Freitas Moreira

Revisión: Adriana Suárez

Portada: Andrea Vilela de Almeida

Foto de portada: Louie Psihoyos. *High-definition televisions in the
information era.*

1ª edición, 2011

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
(CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO, SP, BRASIL)

Calidade de la ficción televisiva participación transmediática de las
audiencias: Obitel 2011 / Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Guillermo Orozco Gómez (coords.). – São Paulo: Globo, 2011.

Vários autores.
ISBN 978-85-250-5073-1

1. Anuário Obitel 2011 2. Observatório Ibero-Americano da Ficção
Televisiva (Obitel) 3. Países ibero-americanos 4. Televisão – Ficção 1.
Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. II. Gómez, Guillermo Orozco.

Índices para catálogo sistemático:

1. Ficção televisiva: Países ibero-americanos: Artes

Derechos de edición en lengua española adquiridos
por Globo Comunicação e Participações S.A..
Rua Lopes Quintas, 303 – Cep 22460-010 – Rio de Janeiro, RJ
www.redeglobo.com.br

IN MEMORIAM

HUGO ALEJANDRO HUÍZAR MORENO, “ALEX”

Guadalajara, Jalisco, México. Octubre 1978-Abril 2011.

Querido Alex:

Desde obitel hacemos explícito nuestro reconocimiento a tu trabajo, entrega y entusiasmo. Tu aportación a todos los que participamos de este proyecto ha sido muy significativa y oportuna. Nos alienta saber que has dejado huella imborrable tanto en las páginas de los anuarios, como en la vida de muchos de nosotros que te acompañamos de cerca y compartimos sueños, logros y esfuerzos. Sin tu colaboración inteligente, el capítulo México no hubiera sido lo mismo. Quédate tranquilo de tu herencia afectiva e intelectual, la mantendremos viva y te haremos partícipe siempre del trabajo futuro con la ficción televisiva.

EQUIPOS NACIONALES OBITEL

Coordinadores generales del proyecto

Guillermo Orozco Gómez (Universidad de Guadalajara)

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Universidade de São Paulo)

ARGENTINA

Gustavo Aprea (Universidad Nacional de General Sarmiento) y Mónica Kirchheimer (Universidad de Buenos Aires), coordinadores nacionales

María Victoria Bourdieu (Universidad Nacional de General Sarmiento), colaboradora

asociadas; Alana Giro Jorge, Alexandre Toshio Misawa e Lorena Brettas, asistentes de investigación. (Centro de Estudos de Telenovela -CETVN- da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo)

CHILE

Valerio Fuenzalida y Pablo Julio Pohlhammer (Pontificia Universidad Católica de Chile), coordinadores nacionales

BRASIL

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Universidade de São Paulo), coordinadora nacional

Maria Cristina Palma Munglioli, investigadora adjunta; Clarice Greco Alves, Ligia Maria Prezia Lemos; Claudia Freire, Issaaf Santos Karhawi, Neide Arruda e Silvia Torreglossa, investigadoras

Verónica Silva, Alejandro Caloguerea, Soledad Gutiérrez, Ignacio Polidura, y Cristian Amaya (Pontificia Universidad Católica de Chile) investigadores asociados.

COLOMBIA

Borys Bustamante y Fernando

Aranguren (Universidad

Distrital Francisco José

de Caldas), coordinadores

nacionales

Olga Gutiérrez, Diana Mendoza,

Alejandra Rusinque, Hugo

Sánchez y Mónica Sánchez

(Universidad Distrital

Francisco José de Caldas),

investigadores asociados

ECUADOR

César Herrera y Alexandra Ayala

(CIESPAL), coordinadores

nacionales

Pamela Cruz, Cecilia Vergara,

Pablo Escandón y José Rivera

(CIESPAL), investigadores

asociados

Nathalie Cruz Céleri y Mariuxi

Micho Gutiérrez, (CIESPAL),

asistentes de investigación

ESPAÑA

Charo Lacalle (Universitat

Autònoma de Barcelona),

coordinadora nacional.

Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo

y Berta Trullàs (Universitat

Autònoma de Barcelona),

investigadoras asociadas

ESTADOS UNIDOS

Juan Piñón (New York University),

coordinador nacional

Linnete Manrique y Tanya

Cornejo (New York

University), investigadoras

asociadas

MÉXICO

Guillermo Orozco Gómez y

Francisco Hernández Lomelí

(Universidad de Guadalajara),

coordinadores nacionales

Alejandro Huizar Moreno y

Darwin Franco Migués

(Universidad de Guadalajara),

investigadores asociados

PORTUGAL

Isabel Ferin Cunha (Universidade de Coimbra) y Catarina Duff Burnay (Universidade Católica Portuguesa), coordinadoras nacionales
Fernanda Castilho (Universidade de Coimbra), investigadora asociada

URUGUAY

Rosario Sánchez Vilela (Universidad Católica del Uruguay), coordinadora nacional
Paula Santos Vizcaíno, Agustina Fazzio y Ángela Reyes (Universidad Católica del Uruguay), investigadoras asociadas.

VENEZUELA

Morella Alvarado Miquilena (ININCO-Universidad Central de Venezuela), coordinadora nacional
Luisa Torrealba Mesa (ININCO-Universidad Central de Venezuela), investigadora asociada
Ysrael Serrano (Universidad Central de Venezuela), Massimo Dotta Botto (productor de cine y TV) investigadores cooperantes, Leidy Diana Rivas (asistente de investigación)

ÍNDICE

NOTA EDITORIAL

NOTA METODOLÓGICA

PRIMEIRA PARTE

LA FICCIÓN EN EL ESPACIO IBEROAMERICANO EN EL 2010

Síntesis comparativa de los países Obitel en el 2010 . . . 23

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

y Guillermo Orozco Gómez

1. Comparación cuantitativa de la ficción en los países
iberoamericanos 23

2. Las diez ficciones más vistas del año. 44

3. Interacciones transmediáticas de las audiencias con la
ficción en los países Obitel 55

Recepción en la red: la construcción de

espacios para compartir y fruir

*Recepción transmediática en cada país: la selección de las
ficciones*

*Recepción a partir del polo de la producción: la construcción
de un espacio compartido aun bajo condiciones*

Recepción transmediática en países Obitel:

cuantificación de los datos empíricos

¿Una recepción abierta y creativa?

4. El contexto audiovisual en los países Obitel 75

5. Lo más destacado del año en los países Obitel 78

Innovaciones e inercias en la producción de ficción

La resaca de los festejos bicentenarios en la región

6. Tema del año: La Calidad En La Ficción Televisiva 84

El debate mayor sobre calidad televisiva
La mediación mercantil en la calidad televisiva de la ficción
La calidad en las ficciones de los países Obitel
La calidad por venir en la ficción televisiva

SEGUNDA PARTE

LA FICCIÓN EN LOS PAISES OBITEL

1. ARGENTINA: La ficción pierde espacio y un estilo

domina 97

Gustavo Aprea y Mónica Kirchheimer

1.1. El contexto audiovisual. 97

1.2. El análisis del año: la ficción nacional e
 iberoamericana. 105

1.3. La recepción transmediática. 117

1.4. Lo más destacado del año. 124

1.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva 129

2. BRASIL: Caminos de la ficción entre viejos y nuevos

medios 135

Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Maria Cristina Palma

Mungioli, Clarice Greco Alves y Ligia Maria Preziosi Lemos

2.1. El contexto audiovisual. 135

2.2. El análisis del año: la ficción nacional e
 iberoamericana. 146

2.3. La recepción transmediática 162

2.4. Lo más destacado del año 169

2.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva 174

3. CHILE: 2010 ¿El fin de la televisión

universitaria? 185

Valerio Fuenzalida, Pablo Julio Pohlhammer,

| | |
|---|-----|
| <i>Verónica Silva, Alejandro Caloguerea, Soledad Gutiérrez, Ignacio Polidura y Cristian Amaya</i> | |
| 3.1. El contexto audiovisual | 185 |
| 3.2. EL Análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana. | 192 |
| 3.3. Lo más destacado del año | 205 |
| 3.4. Tema del año: LA calidad en la ficción televisiva | 210 |
| 4. COLOMBIA: La televisión y sentido de lo público. | |
| <i>Fernando Aranguren, Borys Bustamante, Olga Gutiérrez, Diana Mendoza, Alejandra Rusinque, Hugo Sánchez y Mónica Sánchez</i> | |
| 4.1. El contexto audiovisual. | 222 |
| 4.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana | 229 |
| 4.3. La recepción transmediática. | 240 |
| 4.4. Lo más destacado del año. | 243 |
| 4.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva | 247 |
| 5. ECUADOR: La ficción nacional en la televisión abierta. Crecimiento en cantidad y limitaciones de calidad temática | |
| <i>César Herrera, Alexandra Ayala, Pamela Cruz, Cecilia Vergara, Pablo Escandón y José Rivera</i> | |
| 5.1. El contexto audiovisual. | 255 |
| 5.2. El análisis del año: La ficción nacional e iberoamericana. | 270 |
| 5.3. La recepción transmediática. | 285 |
| 5.4. Lo más destacado del año. | 289 |
| 5.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva | 298 |

6. ESPAÑA: La apuesta por el gran formato. 307

Charo Lacalle

6.1. El contexto audiovisual. 307

**6.2. El análisis del año: la ficción nacional e
iberoamericana. 316**

6.3. La recepción transmediática 336

6.4. Lo más destacado del año 343

6.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva 346

**7. ESTADOS UNIDOS: Crecimiento, reestructura y
diversificación de la televisión hispana 352**

Juan Piñón

7.1. El contexto audiovisual. 352

**7.2. El análisis del año: la ficción nacional e
iberoamericana. 361**

7.3. La recepción transmediática. 375

7.4. Lo más destacado del año. 381

7.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva 385

**8. MÉXICO: “Mexicanos al grito de guerra...”
También en la ficción 398**

Guillermo Orozco Gómez, Francisco Hernández,

Alejandro Huizar y Darwin Franco

8.1. El contexto audiovisual. 398

**8.2. El análisis del año: la ficción nacional e
iberoamericana. 407**

8.3. La recepción transmediática 418

8.4. Lo más destacado del año 425

8.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva 428

9. PORTUGAL: Nuevos desafíos. 436

Isabel Ferin Cunha, Catarina Duff Burnay y Fernanda Castilho

| | |
|---|------------|
| 9.1. El contexto audiovisual. | 436 |
| 9.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana. | 442 |
| 9.3. La recepción transmediática. | 459 |
| 9.4. Lo más destacado del año. | 466 |
| 9.5. Tema do año: la calidad en la ficción televisiva | 471 |
| 10. URUGUAY: Continuidades y cambios en la ficción | 477 |
| <i>Rosario Sánchez Vilela</i> | |
| 10.1. El contexto audiovisual. | 477 |
| 10.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana | 491 |
| 10.3. La recepción trasmediática. | 504 |
| 10.4. Lo más destacado del año. | 508 |
| 10.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva | 510 |
| 11. VENEZUELA: Nuevas normas, viejas prohibiciones | 517 |
| <i>Morella Alvarado Miquilena y Luisa Elena Torrealba Mesa</i> | |
| 11.1. El contexto audiovisual. | 517 |
| 11.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana. | 531 |
| 11.3. La recepción transmediática. | 546 |
| 11.4. Lo más destacado del año. | 549 |
| 11.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva. | 552 |

NOTA EDITORIAL

El presente anuario se publica simultáneamente en tres idiomas: portugués, español e inglés, y sus predecesores son el *Anuario Obitel 2007*, publicado en español por la *Editorial Gedisa*, España; el *Anuario Obitel 2008*, publicado en portugués e inglés por *Globo Universidade* bajo el sello de la *Editora Globo, Brasil*; el *Anuario Obitel 2009*, publicado en español por el Observatorio Europeo de Televisión Infantil (OETI), España, y en portugués e inglés por *Globo Universidade, Brasil*; y finalmente el *Anuario Obitel 2010*, publicado en portugués y español, por el mismo sello editorial.

El 21 de junio de 2008, en una reunión general celebrada en Rio de Janeiro (Brasil) por votación unánime de los miembros de Obitel se acordó renovar su coordinación internacional. La coordinadora general original, Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes, fue ratificada en su cargo, pero el anterior coordinador general fue remplazado por el Dr. Guillermo Orozco Gómez, quien continúa en esa posición.

En julio de 2008, Uruguay se sumó como un nuevo miembro de *Obitel*. Con el cambio de los coordinadores nacionales de España, Estados Unidos, Colombia y Argentina a fines del 2008, y con la posterior incorporación de Venezuela a partir de 2010 y de Ecuador en 2011, *Obitel* se renovó y fortaleció como una red internacional focalizada en la investigación comparativa de la ficción televisiva en once países iberoamericanos, los mismos que ahora integran los capítulos nacionales de este *Anuario*. Cuatro de los coordinadores actuales son miembros fundadores de *Obitel*. El resto de los coordinadores son nuevos miembros. El aumento de los integrantes de *Obitel* y su consolidación como proyecto intercontinental demuestra su creciente liderazgo en el análisis de la ficción televisiva en la región.

Los coordinadores generales y nacionales de este *Anuario* deseamos una vez más hacer explícito nuestro agradecimiento a *Globo*

Universidad por su continuo apoyo y decidida participación en esta publicación. Igualmente reiteramos nuestro reconocimiento a la permanente colaboración recibida de los institutos IBOPE: IBOPE (Brasil), Time-IBOPE (Chile), IBOPE (Colombia, Uruguay), IBOPE-AGB (México), Media Monitor-Marktest Audimetria (Portugal), Kantar Media and Barlovento Comunicaciones (España), Nielsen (Estados Unidos), AGB Nielsen Media Research (Venezuela) y a todas las universidades y centros de adscripción de los países participantes en este *anuario*.

NOTA METODOLÓGICA

El observatorio iberoamericano de la Ficción Televisiva constituido como Obitel, desde su surgimiento en 2005, se desarrolla como un proyecto intercontinental de la región iberoamericana, incluyendo a países latinoamericanos, ibéricos y a los Estados Unidos de población hispana. En su momento se consideró importante hablar de un ámbito iberoamericano debido al creciente interés de diferentes estados nacionales por hacer confluir ahí una serie de políticas de producción, intercambio y creación mediática, cultural y artística y, por supuesto, mercantil, distintiva, que podría llegar a constituirse en una zona de referencia geopolítica y cultural importante.

La observación que se ha llevado a cabo en Obitel trata de dar cuenta de al menos cinco dimensiones de este vasto objeto de análisis: su producción, exhibición, consumo, comercialización y sus propuestas temáticas. A estas dimensiones, desde el *Anuario 2010* se sumó el fenómeno de la “transmediación”, que, aunque emergente, conlleva un alto potencial de entendimiento de la producción misma y las expectativas con la ficción, su distribución y consumo desde las empresas y canales televisivos. La transmediación se incluyó en ese *Anuario* como el “tema del año”.

En el presente *Anuario 2011* continuamos con la misma línea del anterior, pero ahora focalizados en la “recepción transmedial” que si bien se incorporó como un estudio exploratorio, tiene el potencial de mantenerse ya formalmente como una dimensión permanente de análisis para los países Obitel. El objetivo de su inclusión es dar cuenta de las nuevas formas en que las audiencias se relacionan y vinculan con la ficción televisiva que ahora miran y consumen también a través de la internet o por medio de dispositivos móviles como celulares, laptops, tablets etc.

Las actividades metodológicas realizadas para este *Anuario* han sido fundamentalmente las siguientes:

1. El **seguimiento sistemático** de los programas de ficción que se emiten a través de los canales abiertos de los 11 países que participan en la red Obitel;
2. La generación de **datos cuantitativos comparables** entre estos países: horarios, programas de estreno, número de capítulos, índices y perfiles de audiencia, temas centrales de la ficción;
3. La identificación de flujos plurales y bilaterales de géneros y formatos de ficción, lo que se traduce en los **diez títulos de ficción más vistos**, los Top Ten, sus temas centrales, *rating* y *share*;
4. El análisis del **contexto audiovisual** que traduce la dinámica propia de cada país (datos de consumo de otros medios y de otros géneros programáticos, inversión en publicidad, acontecimientos legales y políticos concernientes a los medios), así como del escenario que cada equipo de investigación nacional considere como **lo más destacado del año**, especialmente en los cambios en la producción, sus narrativas y los contenidos temáticos preferentes;
5. El análisis de la **recepción transmediática** y las interacciones de la audiencia con la ficción en cada país; la selección del caso a analizar se hizo tomando como referencia alguno de los diez títulos más sobresalientes o, bien, seleccionando uno que por su particularidad haya tenido un comportamiento peculiar a través de la internet o cualquier otra red social;
6. La publicación de los resultados del monitoreo sistemático bajo el formato del *Anuario*, con atención especial a un tema particular. El **tema del año** para este *Anuario* 2011 ha sido la **calidad en la ficción televisiva**.

Nuestra observación se llevó a cabo por una red de equipos de investigación de 11 países de diferentes universidades de la región iberoamericana: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Portugal, Venezuela y Uruguay.

Las fuentes principales de los datos de medición de audiencia fueron proporcionadas por la *partnership* con las entidades encargadas de hacer dichos estudios en los diferentes países: IBOPE (Brasil), Time IBOPE (Chile), IBOPE (Colombia, Uruguay), IBOPE-AGB (México), Media Monitor-Marktest Audimetria (Portugal), Kantar Media and Barlovento Comunicaciones (España), Nielsen (Estados Unidos), AGB Nielsen Media Research (Venezuela). Se trabaja asimismo con los datos generados en el interior de los equipos de investigación, a partir de otras fuentes como notas de prensa, información de internet, material de audio y vídeo, así como aquellas derivadas de contactos directos con agencias y actores del medio audiovisual de cada país.

El tratamiento estadístico de los datos se efectuó en función de *tipologías productivas* (barras de programación, franjas horarias, el tiempo de duración de cada producto de ficción, capítulos o episodios) y *tipologías de medición* (índices de audiencias o *ratings*, y *share*), lo que permite el desarrollo de cuadros comparativos sobre las condiciones de oferta y los perfiles de producción de ficción televisiva en cada país, que incluyen categorías tales como el volumen de programación, formatos, productores, guionistas, creadores y estrategias de exhibición.

El análisis general de este *Anuario* se divide en tres partes.

La primera es un capítulo de introducción que contiene una **síntesis comparativa de la ficción de los países Obitel**. Dicha comparación se hace desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa que permite observar el desarrollo de la ficción dentro de cada país, destacando sus principales producciones, así como la recepción transmediática y el tema del año.

En la segunda parte hay **11 capítulos** (uno por cada país), con una estructura interna donde las secciones del *Anuario* suelen ser fijas, aunque unas más específicas que otras. Las secciones que componen cada uno de los capítulos son las siguientes:

1. **El contexto audiovisual del país.** Presenta información general del sector audiovisual, en relación con la produc-

- ción de ficción televisiva: historia, tendencias y hechos más relevantes;
2. **Análisis de la ficción de estreno.** Esto se muestra a través de diversas tablas que poseen datos específicos de los programas nacionales e iberoamericanos que se estrenaron en cada país. En este apartado se pone singular énfasis en destacar **los diez títulos más vistos** del año;
 3. **Recepción transmediática.** En este apartado se presenta y ejemplifica cuál es la oferta que las televisoras facilitan a sus audiencias para que éstas puedan consumir sus producciones en internet, así como una descripción del tipo de comportamientos que las audiencias por sí mismas realizan para ver, consumir y participar con sus ficciones;
 4. **Producciones más destacadas del año.** Las más importantes no sólo en cuanto promedio de audiencia (*rating*), sino también en términos de impacto sociocultural o de la innovación que generen en la industria de la televisión o el mercado;
 5. Finalmente, se encuentra el **tema del año**, que en esta entrega es **calidad en la ficción televisiva**. Focalizando la atención en cómo la calidad se concibe y cómo los modelos de ficción televisiva (buenos o malos) de cada país Obitel la establecen.

La tercera parte es un **anexo**. Para este *Anuario*, adicionalmente, se decidió modificar algunas tablas para brindar al lector una lectura más fluida de cada uno de los capítulos. De tal forma que las fichas técnicas de los diez títulos de ficción más vistos de cada país, con información básica y necesaria de su producción, ya no forman parte integral de los capítulos sino que se ofrecen al final del libro como un Anexo.

PRIMERA PARTE

LA FICCIÓN EN EL ESPACIO IBEROAMERICANO EN EL 2010

SÍNTESIS COMPARATIVA DE LOS PAÍSES OBITEL EN EL 2010

Maria Immacolata Vassallo de Lopes y Guillermo Orozco Gómez

1. Comparación cuantitativa de la ficción en los países ibero-americanos

Este tópico analiza la producción y la circulación de programas de ficción televisiva en países iberoamericanos en el año 2010. Para ello, se observaron los programas de 69 televisoras abiertas, de alcance nacional, privadas y públicas, de los 11 países que constituyeron el universo Obitel en ese año.

Tabla 1. Países miembros de Obitel y canales analizados – 2010

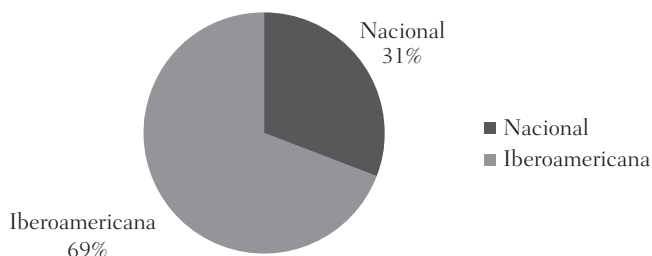
| Países Obitel | Canales privados | Canales públicos | Total de televisoras |
|---------------|--|-------------------------------------|----------------------|
| Argentina | América 2, Canal 9, Telefé, El Trece | Canal 7 Televisión Pública | 5 |
| Brasil | Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Rede tv | tv Brasil | 6 |
| Chile | UC TV, UCV TV, Chilevisión, Mega, Red, Telecanal | TVN | 7 |
| Colombia | RCN, Caracol, Canal Uno | Señal Colombia, Canal Institucional | 5 |
| Ecuador | Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno | ECTV, Gama TV, TC Televisión | 7 |

| Países Obitel | Canales privados | Canales públicos | Total de televisoras |
|----------------|--|---|----------------------|
| España | Antena3, Tele5, Cuatro, LaSexta, Veo 7 | TVE1, La 2 | 7* |
| Estados Unidos | Azteca América, Telefutura, Telemundo, Univision, Estrella tv | -- | 5 |
| México | Televisa, tv Azteca | Once tv, Conaculta | 4 |
| Portugal | SIC, TVI | RTP1, RTP2 | 4 |
| Uruguay | Montecarlo, Saeta, Teledoce | Televisión Nacional del Uruguay (TNU) | 4 |
| Venezuela | Canal i, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, tv Familia, Vale tv, Venevisión | ANTV, C.A. Tele Sur, tvves, VTV, COVETEL, Colombeia, Ávila tv | 15 |
| Total | 47 | 22 | 69 |

* España posee 23 canales de televisión autónoma que produjeron ficción en el año 2009, pero que no son analizados en este capítulo comparativo que reúne solamente las emisoras de alcance nacional de cada país. Los datos más significativos de éstos y de otros canales regionales o locales pueden ser encontrados en los respectivos capítulos nacionales.

Con respecto a los 69 canales abiertos de alcance nacional en los países del ámbito Obitel las emisoras de capital privado son un total de 47 (68%), más que el doble de las públicas que son 23 (32%). Los únicos países que poseen el mismo número de emisoras privadas y públicas son Ecuador, Portugal y México, siendo ese número también bastante cercano en Venezuela y Colombia. En Argentina, Brasil, Chile, España, Estados Unidos y Uruguay predominan ampliamente las emisoras privadas. Estados Unidos es el único país en el que no existe canal público, en el caso que nos interesa, dirigido a la población hispana.

Gráfico 1. Oferta de horas de ficción nacional e iberoamericana – 2010



En el 2010, la oferta de horas de ficción iberoamericana alcanzó más que el doble de las horas de producción nacional, o sea, 69% contra 31%.

Tabla 2. Oferta de horas de ficción nacional e iberoamericana – 2008 al 2010

| Oferta global de horas | 2010 | | 2009 | | 2008 | | TOTAL |
|------------------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|--------|
| | Nacional | Ibero | Nacional | Ibero | Nacional | Ibero | |
| | 9.510 | 20.702 | 9.690 | 13.769 | 9.637 | 10.672 | |
| Total | 30.212 | | 23.459 | | 20.309 | | 73.978 |

En el trienio 2008-2010, la oferta global de ficción inédita totalizó 73.978 horas. En la comparación de esos años, se nota que el mayor crecimiento ocurre del 2009 al 2010, un aumento de casi 30%, contra 15% del 2008 al 2009. Ese avance, entre otros factores, está relacionado a la entrada de Ecuador y al retorno de Colombia al ámbito Obitel. Sin embargo, cuando los datos de producción na-

cional son analizados sin los números relativos a esos dos países, se verifica, en el 2010, una fuerte reducción en aproximadamente un 20% en la producción de horas nacionales de los países del ámbito Obitel, como podrá observarse con mayor detalle en el análisis de la Tabla 3.

En lo que atañe al total de horas de producción iberoamericana, en el 2010, hubo un crecimiento del 50% con relación al 2009, porcentaje bastante superior al promedio del 29% de ese segmento observado anteriormente, lo que confirma una tendencia notada desde 2007, cuando se inició la serie histórica. Ese porcentaje sugiere una mayor circulación de las producciones iberoamericanas frente a la acentuada disminución de la producción nacional en algunos países, conforme se observa en la Tabla 3.

Tabla 3. Oferta de horas de ficción nacional e iberoamericana por país – 2008 al 2010¹

| Horas | Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Ecuador | España | EE.UU. | México | Portugal | Uruguay | Venezuela | TOTAL |
|--------------------------|-----------|--------|-------|----------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|-----------|--------|
| Nacional 2010 | 1.035 | 1.288 | 671 | 1.671 | 305 | 657 | 911 | 1.194 | 1.351 | 47 | 380 | 9.510 |
| Nacional 2009 | 1.228 | 1.605 | 644 | - | - | 1.123 | 833 | 1.582 | 1.408 | 49 | 1.218 | 9.690 |
| Nacional 2008 | 1.598 | 2.026 | 667 | - | - | 1.167 | 1.248 | 1.612 | 1.319 | 0 | - | 9.637 |
| Nacional 2008-2010 | 3.861 | 4.919 | 1.982 | 1.671 | 305 | 2.947 | 2.992 | 4.388 | 4.078 | 96 | 1.598 | 28.837 |
| Iberoamericana 2010 | 2.048 | 267 | 2.103 | 952 | 2.288 | 380 | 3.387 | 394 | 1.032 | 2.629 | 5.222 | 20.702 |
| Iberoamericana 2009 | 2.168 | 32 | 2.787 | - | - | 272 | 2.649 | 444 | 961 | 2.662 | 1.794 | 13.769 |
| Iberoamericana 2008 | 2.270 | 248 | 1.653 | - | - | 408 | 1.672 | 782 | 1.038 | 2.601 | - | 10.672 |
| Iberoamericana 2008-2010 | 6.486 | 547 | 6.543 | 952 | 2.288 | 1.060 | 7.708 | 1.620 | 3.031 | 7.892 | 7.016 | 45.143 |
| Total 2008-2010 | 10.347 | 5.466 | 8.525 | 2.623 | 2.593 | 4.007 | 10.700 | 6.008 | 7.109 | 7.988 | 8.614 | 73.980 |

1 En todas las tablas el número cero [0] en la columna de un país significa que no hubo producción, mientras que el símbolo [-] indica que el país no participaba de la red Obitel.

En el 2010, Colombia lideró la producción nacional de horas de ficción, correspondiendo a Portugal el vice liderazgo y a Brasil el tercer lugar. Siguen, por orden, México, Argentina, Estados Unidos y Chile. Se observa que, con excepción de Estados Unidos y Chile, todos los demás países disminuyeron la producción de horas nacionales con relación al 2009, demostrando que la tendencia de aumento de exhibición de horas de ficciones iberoamericanas, apuntada desde el 2009, se mantiene y puede ser observada en el crecimiento de las importaciones de las ficciones iberoamericanas registrado por diversos países. Dentro de ese cuadro, cabe destacar la fuerte disminución del número de horas nacionales verificada en Venezuela y en España.

En el caso de España, la disminución se debió a la reducción de ocho títulos de ficción nacional. Hecho que no impidió el liderazgo de horas nacionales en el *prime time*, pero que ocasionó el aumento de horas de ficción latinoamericana en la programación de las emisoras españolas. Además de eso, se observó también en España el fortalecimiento de la tendencia de que las emisoras estatales programaran la exhibición de telenovelas en sus segundos canales.

Venezuela, a su vez, fue el país que más importó horas de producción iberoamericana, tres veces más que en el año 2009, importando 25% del total verificado entre los países en el 2010.² Esa fue la mayor importación realizada por un único país dentro del Obitel. En esa secuencia, en importación de horas de ficciones iberoamericanas, están Estados Unidos, Uruguay y Ecuador. Brasil aumentó significativamente el número de horas de exhibición de ficciones iberoamericanas, volviendo al nivel del 2008, pero aun así, entre todos, fue el país que menos importó. España y Portugal también presentaron aumento de importación, mientras que Argentina, Chile, México y Uruguay

2 Este resultado demuestra una disminución relevante en el número de horas nacionales de ese país ocurrida debido a la censura gubernamental aplicada a dos telenovelas. Venezuela exhibió más horas de producción colombiana y mexicana que la propia Colombia y el propio México, en el 2010.

disminuyeron las importaciones en comparación con el 2009.

Analizando el trienio 2008-2010, se constata que Brasil permanece en primer lugar en la producción de horas de ficción nacional, con México en segundo, Portugal en tercero, y Argentina en cuarto, o sea, los cuatro países permanecieron en el mismo lugar con relación al trienio 2007-2009.

En el trienio 2008-2010, el grupo de los *grandes productores de ficción*,³ formado por Brasil, México y Portugal, produjo el 46% de las horas nacionales del universo Obitel. No obstante ello, cabe enfatizar que aun en ese grupo la disminución en la producción de horas nacionales registrada en el 2010 fue dos veces superior a la verificada en el año anterior, reforzando la tendencia de caída de producción de horas nacionales. En un momento de disminución general de la producción nacional de horas, se hace importante acompañar más de cerca las estrategias de producción de ficciones nacionales en esos tres países.⁴ Además se deben observar con bastante atención las estrategias de distribución de las ficciones exportadas/importadas por/en los países del ámbito Obitel, además de las emergentes coproducciones, para que se pueda tener un cuadro mejor delineado de la capacidad productiva de los países en ficción televisiva.

Los *productores medios* en el trienio son Argentina, Estados Unidos y España, que mantienen la misma colocación del trienio 2007-2009. Así como el grupo anterior, esos países tuvieron una caída gradual en la producción de horas nacionales, año a año.

Chile aparece en el trienio como *pequeño productor*, mientras que Uruguay, por el reducido número de horas de producción nacional, aún no alcanza ninguno de los tres niveles de capacidad pro-

3 La metodología Obitel define los países en grandes, medios y pequeños productores en función de su capacidad productiva presentada, cuyo índice principal es el promedio anual del número de horas de ficción producidas.

4 Notar, por ejemplo, el caso de Colombia, cuya producción de horas nacionales, en el 2010, superó en aproximadamente un 20% la producción del segundo colocado, Portugal.

ductiva en ficción televisiva. Fue el país que más importó horas de ficciones iberoamericanas en el trienio 2008-2010, responsable por el 21% de las importaciones del trienio, seguido por Chile y Argentina. Brasil fue el país que menos importó, sólo el 1% con relación al total de importaciones del trienio.

Respecto a la cantidad de horas tanto nacionales como iberoamericanas de ficciones en el trienio, los países que exhibieron más horas de ficción son Estados Unidos y Argentina en la franja 10 mil horas, siguiéndolos Venezuela y Chile, en la franja de 8 mil horas; Uruguay y Portugal en la de 7 mil horas; México 6 mil; Brasil 5 mil y España 4 mil. El total de horas de ficción televisiva en el trienio 2008-2010 fue de 73.979 horas, lo que equivale a más de ocho años de exhibición ininterrumpida de ese género en la televisión abierta.⁵

Tabla 4. Oferta de títulos de ficción nacional e iberoamericana – 2008 al 2010

| Títulos | Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Ecuador | España | EE.UU. | México | Portugal | Uruguay | Venezuela | Total |
|--------------------|-----------|--------|-------|----------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|-----------|-------|
| Nac. 2010 | 15 | 49 | 24 | 34 | 5 | 48 | 17 | 21 | 31 | 3 | 9 | 256 |
| Nac. 2009 | 24 | 41 | 29 | - | - | 56 | 7 | 20 | 28 | 3 | 15 | 223 |
| Nac. 2008 | 26 | 38 | 31 | - | - | 47 | 12 | 27 | 26 | 0 | - | 207 |
| Nacional 2008-2010 | 65 | 128 | 84 | 34 | 5 | 151 | 36 | 68 | 85 | 6 | 24 | 686 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| Ibero 2010 | 33 | 6 | 30 | 20 | 32 | 6 | 45 | 9 | 16 | 34 | 58 | 289 |
| Ibero 2009 | 30 | 1 | 50 | - | - | 5 | 30 | 6 | 12 | 26 | 15 | 175 |
| Ibero 2008 | 27 | 5 | 26 | - | - | 7 | 19 | 13 | 11 | 35 | - | 143 |
| Ibero 2008-2010 | 90 | 12 | 106 | 20 | 32 | 18 | 94 | 28 | 39 | 95 | 73 | 607 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|-----|-----|-----|----|----|-----|-----|----|-----|-----|----|-------|
| Total general 2008-2010 | 155 | 140 | 190 | 54 | 37 | 169 | 130 | 96 | 124 | 101 | 97 | 1.293 |
|-------------------------|-----|-----|-----|----|----|-----|-----|----|-----|-----|----|-------|

5 Recordar que los datos de Colombia, Ecuador y Venezuela no pudieron ser analizados en términos de trienio en razón de no haber completado ese período en la red Obitel.

En el 2010, Brasil lideró la oferta de títulos de ficción nacional, seguido muy de cerca por España. Estados Unidos, México y Portugal también aumentaron la oferta con relación al año anterior, al contrario de Argentina, Chile y Venezuela. Por su lado Uruguay mantuvo el número del año anterior.

Venezuela, reflejando un movimiento ya constatado en el análisis de la Tabla 3, fue el país que más importó títulos iberoamericanos casi cuadruplicando la cantidad registrada en el 2009. Le cupo a los Estados Unidos el segundo lugar y el tercero a Uruguay.

Chile fue el único país que disminuyó el número de títulos iberoamericanos volviendo aproximadamente al nivel registrado en el 2008. A pesar de haber aumentado la importación de títulos iberoamericanos en el 2010, Brasil continúa siendo, de lejos, el país que menos los importa.

**Tabla 5. Formatos de ficción nacional en
número de títulos – 2008 al 2010**

| Formatos | | Telenovela | Serie | Miniserie | Telefilme | Otros | Total |
|-----------------|------|------------|-------|-----------|-----------|-------|-------|
| Argentina | 2010 | 6 | 2 | 0 | 0 | 7 | 15 |
| | 2009 | 18 | 3 | 2 | 0 | 1 | 24 |
| | 2008 | 14 | 4 | 1 | 0 | 7 | 26 |
| Total 2008-2010 | | 38 | 9 | 3 | 0 | 15 | 65 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|----|----|---|----|-----|
| Brasil | 2010 | 13 | 12 | 4 | 1 | 19 | 49 |
| | 2009 | 15 | 11 | 6 | 1 | 8 | 41 |
| | 2008 | 16 | 7 | 3 | 0 | 12 | 38 |
| Total 2008-2010 | | 44 | 30 | 13 | 2 | 39 | 128 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|----|---|----|----|----|
| Chile | 2010 | 12 | 3 | 1 | 2 | 6 | 24 |
| | 2009 | 8 | 12 | 3 | 5 | 1 | 29 |
| | 2008 | 7 | 14 | 2 | 5 | 3 | 31 |
| Total 2008-2010 | | 27 | 29 | 6 | 12 | 10 | 84 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|---|----|---|----|----|
| Colombia | 2010 | 20 | 1 | 0 | 0 | 13 | 34 |
| | 2009 | - | - | - | - | - | 0 |
| | 2008 | - | - | - | - | - | 0 |
| Total 2008-2010 | | 20 | 1 | 13 | 0 | 0 | 34 |

| Formatos | Telenovela | Serie | Miniserie | Telefilme | Otros | Total |
|----------|------------|-------|-----------|-----------|-------|-------|
|----------|------------|-------|-----------|-----------|-------|-------|

| | | | | | | | |
|-----------------|------|---|---|---|---|---|---|
| Ecuador | 2010 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 |
| | 2009 | - | - | - | - | - | 0 |
| | 2008 | - | - | - | - | - | 0 |
| Total 2008-2010 | | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|----|----|---|----|-----|
| España | 2010 | 0 | 26 | 13 | 3 | 6 | 48 |
| | 2009 | 9 | 26 | 11 | 2 | 8 | 56 |
| | 2008 | 6 | 27 | 7 | 0 | 7 | 47 |
| Total 2008-2010 | | 15 | 79 | 31 | 5 | 21 | 151 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|---|---|---|---|----|
| EE.UU. | 2010 | 13 | 1 | 1 | 0 | 2 | 17 |
| | 2009 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| | 2008 | 11 | 1 | 0 | 0 | 0 | 12 |
| Total 2008-2010 | | 31 | 2 | 1 | 0 | 2 | 36 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|----|---|---|---|----|
| México | 2010 | 13 | 8 | 0 | 0 | 0 | 21 |
| | 2009 | 14 | 4 | 0 | 0 | 2 | 20 |
| | 2008 | 15 | 8 | 0 | 0 | 4 | 27 |
| Total 2008-2010 | | 42 | 20 | 0 | 0 | 6 | 68 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|----|----|---|---|----|
| Portugal | 2010 | 8 | 12 | 7 | 0 | 4 | 31 |
| | 2009 | 9 | 15 | 3 | 0 | 1 | 28 |
| | 2008 | 11 | 10 | 1 | 1 | 3 | 26 |
| Total 2008-2010 | | 28 | 37 | 11 | 1 | 8 | 85 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|---|---|---|---|---|---|
| Uruguay | 2010 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 3 |
| | 2009 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 3 |
| | 2008 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total 2008-2010 | | 0 | 4 | 2 | 0 | 0 | 6 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|----|---|---|---|---|----|
| Venezuela | 2010 | 4 | 3 | 1 | 0 | 1 | 9 |
| | 2009 | 9 | 5 | 0 | 0 | 1 | 15 |
| | 2008 | - | - | - | - | - | 0 |
| Total 2008-2010 | | 13 | 8 | 1 | 0 | 2 | 24 |

| | | | | | | | |
|----------------------------|--|-----|-----|----|----|-----|-----|
| Total general 2008-2010 | | 238 | 218 | 68 | 20 | 103 | 647 |
|----------------------------|--|-----|-----|----|----|-----|-----|

En el 2010, Colombia fue el país que más produjo **telenovelas** con un total de 20 títulos, consecuentemente, también fue el país que tuvo mayor producción de horas nacionales en virtud de la larga serialidad del formato. Aun con relación al formato telenovela, en segundo lugar, se observa un empate entre Brasil, Estados Unidos y México, mientras que Chile ocupa el tercer lugar en la producción del formato. En el año 2009, Argentina lideró el *ranking* de telenovelas, seguido por Brasil y México. Ya en el 2008, el liderazgo le cupo a Brasil seguido por México y Argentina.

Cabe destacar la vertiginosa caída en la producción de telenovelas en Argentina verificada en la comparación entre el 2009 y el 2010. En el año 2009, Argentina lideró el *ranking* de telenovelas con 18 títulos. Ya en el 2010, la producción argentina cayó a un tercio de lo que se produjo en el 2009, o sea, fue de seis títulos. La reducción se explica por la entrada de más títulos de telenovelas de origen iberoamericano. Además de eso, se debe señalar una mayor exhibición de programas humorísticos en el *prime time* substituyendo los de ficción. Debe destacarse además que se trata de la menor cantidad de títulos nacionales en telenovela observada desde el 2006, año que marca el comienzo del monitoreo efectuado por Obitel.⁶

En lo que hace al formato **serie**, en el 2010, España lidera la producción presentando más que el doble que los segundos colocados, Brasil y Portugal. México aparece en tercer lugar en la producción del formato. Se debe observar que, desde el 2007, España se mantiene como el mayor productor de ese formato entre los países Obitel. En el 2009, España ocupó el primer lugar, mientras que Portugal estuvo en segundo lugar y Chile en tercero.

En el formato **miniserie**, España también fue el país que más produjo en el 2010, presentando casi el doble de la producción con relación al segundo colocado, Portugal, y el triple con relación al ter-

6 Cf. *Anuario Obitel 2007* y *Anuario Obitel 2008*, en el 2006, la producción argentina de telenovelas fue de 16 títulos; en el 2007, fueron 11 títulos.

cer lugar, Brasil. España confirma su liderazgo en este formato, como ejemplo de lo que ocurrió en los años 2009 y 2008. En el 2009, se observó a Brasil en segundo lugar seguido por Portugal y Chile empatados en el tercer lugar. Con relación al 2008, correspondió a Brasil el segundo lugar en la producción de títulos en el formato *miniserie* y a Chile, el tercero.

Los datos relativos a la producción de **series** y **miniseries** traducen la hegemonía de España en lo que respecta a los formatos de corta serialidad, mientras reafirman la superioridad de las **telenovelas** y, por lo tanto, de las narrativas de larga serialidad en América Latina, particularmente en Brasil, Colombia, México y Argentina. Portugal, país europeo, parece ser excepción en la producción de telenovelas en función de la “proximidad cultural” con la telenovela brasileña.

En el año 2010, en lo que hace a los **telefilmes**, sólo tres países produjeron ese formato. El mayor productor del año fue España con tres títulos, Chile con dos y Brasil con uno. En el 2010, la producción de Chile cayó más de la mitad con respecto al 2009, pero, a pesar de eso, continúa siendo el mayor productor de telefilmes en el **trienio 2008-2010**, con un total de 13 títulos seguido por España, con cinco producciones.

En **otros**, que comprende los formatos: unitario, docudrama, *dramatizado*, telenovela, cuadros de ficción, Brasil aparece como líder en la producción de títulos tanto en el 2010, como en los últimos tres años. En el 2010, Brasil produjo 19 títulos en esos formatos, seguido por Colombia, con 13 y Argentina, con siete. En el año 2009, Brasil y España empataron en el primer lugar con ocho producciones cada uno, seguidos por México con dos títulos. En el 2008, el primer lugar le correspondió a Brasil con 12 producciones, seguido por Argentina y España con siete títulos, y, en tercer lugar, México, con cuatro títulos.

Analizando **los datos del trienio**, en lo que se refiere a los formatos, el mayor productor de **telenovelas** de los países Obitel fue

Brasil, seguido por México. Argentina, a pesar de haber presentado una caída en la producción de ese formato en el 2010, aparece en tercer lugar en el trienio. Juntos, Brasil, México y Argentina produjeron 124 telenovelas, lo que corresponde al 52% de toda la producción inédita de los países Obitel en los últimos tres años. El mayor productor de **series** en el trienio fue España, con el doble de la producción de los segundos colocados Portugal y Brasil. España también es líder en la producción de **miniseries** en el trienio, seguido de lejos por Brasil y Colombia. En lo que se refiere al número de títulos de **miniseries en el trienio**, España aparece en primer lugar, seguido por Brasil y Portugal.

Con relación a los formatos más producidos en el trienio, en primer lugar está **telenovela**, seguida por **serie**. Los formatos variados de **otros** aparecen en tercer lugar, seguidos por miniserie y telefilme. En el trienio 2007-2009, las telenovelas también aparecieron como el formato más producido en los países Obitel. Esos datos apuntan, por un lado, que las producciones de larga serialidad figuran entre los títulos más producidos y, por otro, que pocos países concentran su producción en formatos de corta serialidad. Cabe, no obstante, resaltar que, aun distantes de la hegemonía de España en los formatos de corta serialidad, en el cómputo general, países como Portugal, Brasil, Chile y México vienen presentando, a lo largo del trienio, una fuerte inversión en producciones de corta serialidad (principalmente series y miniseries), lo que denota una tendencia a la diversificación de formatos involucrando a países del Obitel como un todo.

Tabla 6. Oferta de capítulos/episodios de ficción nacional e iberoamericana – 2008-2010

| Capítulos/ episodios | Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Ecuador | España | EE.UU. | México | Portugal | Uruguay | Venezuela | Total |
|-----------------------------|-----------|--------|--------|----------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|-----------|--------|
| Nacional 2010 | 1.173 | 1.838 | 1.304 | 2.630 | 313 | 793 | 935 | 1.766 | 1.741 | 43 | 380 | 12.916 |
| Nacional 2009 | 1.279 | 2.307 | 1.233 | - | - | 1.652 | 910 | 1.995 | 1.874 | 44 | 1.426 | 12.720 |
| Nacional 2008 | 1.682 | 2.372 | 1.135 | - | - | 1.710 | 1.307 | 2.195 | 1.565 | 0 | - | 11.966 |
| Nacional 2008-2010 | 4.134 | 6.517 | 3.672 | 2.630 | 313 | 4.155 | 3.152 | 5.956 | 5.180 | 87 | 1.806 | 37.602 |
| Iberoamericana 2010 | 2.296 | 447 | 3.138 | 1.128 | 2.497 | 623 | 3.265 | 676 | 1.322 | 2.691 | 5.429 | 23.512 |
| Iberoamericana 2009 | 2.204 | 54 | 3.867 | - | - | 340 | 2.728 | 610 | 1.166 | 2.543 | 1.794 | 15.306 |
| Iberoamericana 2008 | 2.214 | 273 | 2.514 | - | - | 545 | 1.693 | 947 | 1.182 | 2.779 | - | 12.147 |
| Iberoamericana 2008-2010 | 6.714 | 774 | 9.519 | 1.128 | 2.497 | 1.508 | 7.686 | 2.233 | 3.670 | 8.013 | 7.223 | 50.965 |
| Total 2008-2010 | 10.848 | 7.291 | 13.191 | 3.758 | 2.810 | 5.663 | 10.838 | 8.189 | 8.850 | 8.100 | 9.029 | 88.567 |

En el 2010, el **número de capítulos/episodios nacionales** puesto en el aire fue de 12.916, lo que denota relativa estabilidad considerando el total de títulos del trienio. Colombia presenta 2.630 capítulos/episodios, el mayor número entre los países Obitel, debido a la gran producción de telenovelas. Brasil aparece en segundo lugar como el mayor productor de capítulos/episodios, a pesar de registrar una caída de casi 500 capítulos con respecto del 2009. Esa disminución está asociada al hecho de que, con excepción de la Globo – que mantuvo su producción de telenovelas –, hubo una disminución en los títulos de ese formato en otras emisoras. Además de eso, hubo una mayor producción de series y unitarios en el país. México aparece en tercer lugar con una caída de poco más de 200 capítulos/episodios con respecto al 2009, debido a que presentó la caída de un título en el formato telenovela. En los años 2009 y 2008, Brasil aparecía con el mayor número de capítulos/episodios nacionales entre los países Obitel, lo que justifica la hegemonía de Brasil en esa categoría en el trienio.

En lo que se refiere a las **producciones iberoamericanas**, en el 2010, se observa que Brasil, España y México fueron los países que menos las exhibieron. A pesar de ocupar el primer lugar como el país que menos transmitió esas producciones, Brasil registró un aumento de casi 400 capítulos/episodios iberoamericanos en su programación con respecto al 2009. Eso se debió, nuevamente, a la exhibición de producciones iberoamericanas (principalmente telenovelas) en otras emisoras pero no en la Globo, que sólo exhibe producción propia. Ya en países como Argentina, Chile, Ecuador, Estados Unidos, Uruguay y Venezuela, las producciones iberoamericanas prevalecieron sobre la ficción nacional. En el 2010, Venezuela, en especial, fue el país que más capítulos/episodios iberoamericanos transmitió, los que ocuparon el 93% de su programación de ficción. Esa constatación señala un cambio en la programación venezolana que tuvo una caída de más de mil capítulos/episodios nacionales con respecto al 2009. Destáquese también Uruguay, donde las

producciones iberoamericanas fueron responsables por el 98% del total de ficciones exhibidas en el país. Vale aun señalar que, en el 2010, Brasil, Colombia, España, México y Portugal presentaron un mayor número de **capítulos/episodios nacionales** con respecto a los iberoamericanos.

Considerando los **datos del trienio**, los países Obitel produjeron 37.602 capítulos/episodios nacionales y exhibieron 50.965 capítulos/episodios iberoamericanos. Brasil, en los últimos tres años, fue el responsable por la mayor oferta de capítulos o episodios nacionales, lo que puede justificar que esté en el primer lugar del país también en el *ranking* de mayor productor de títulos de telenovela en el trienio. Después de Brasil, están México y Portugal. El país que menos exhibió capítulos/episodios iberoamericanos, en el trienio, también fue Brasil.

Tabla 7. Número de capítulos o episodios por tiempo de duración – 2008 al 2010

| Duración | Corta | | | Media | | | Total | | | Larga | | | Total | Total General |
|-----------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|------|------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| | 2010 | 2009 | 2008 | 2010 | 2009 | 2008 | 2010 | 2009 | 2008 | 2010 | 2009 | 2008 | | |
| Argentina | 0 | 20 | 150 | 487 | 760 | 1.523 | 2.770 | | | 686 | 499 | 9 | 1.194 | 4.134 |
| Brasil | 295 | 350 | 350 | 1.519 | 1.847 | 2.019 | 5.385 | | | 24 | 110 | 3 | 137 | 6.517 |
| Chile | 832 | 760 | 415 | 443 | 411 | 644 | 1.498 | | | 29 | 62 | 76 | 167 | 3.672 |
| Colombia | 1.712 | - | - | 1.273 | - | - | 1.273 | | | 1.180 | - | - | 1.180 | 4.165 |
| Ecuador | 57 | - | - | 1.623 | - | - | 1.623 | | | 1.130 | - | - | 1.130 | 2.810 |
| España | 151 | 540 | 667 | 323 | 1.548 | 738 | 2.609 | | | 319 | 719 | 305 | 1.343 | 5.310 |
| EE.UU. | 276 | 166 | 9 | 3.353 | 3.322 | 537 | 7.212 | | | 571 | 150 | 761 | 1.482 | 9.145 |
| México | 0 | 89 | 48 | 2.412 | 2.498 | 2.131 | 7.041 | | | 0 | 18 | 16 | 34 | 7.212 |
| Portugal | 45 | 40 | 0 | 1.667 | 1.772 | 1.441 | 4.880 | | | 19 | 62 | 124 | 205 | 5.170 |
| Uruguay | 56 | 50 | 0 | 1.974 | 1.001 | 0 | 2.975 | | | 704 | 1.536 | 0 | 2.240 | 5.321 |
| Venezuela | 609 | 120 | - | 5.200 | 1.306 | - | 6.506 | | | 0 | 0 | - | 0 | 7.235 |
| Total | 4.033 | 2.135 | 1.639 | 20.274 | 14.465 | 9.033 | 43.772 | | | 4.662 | 3.156 | 1.294 | 9.112 | 60.691 |

La Tabla 7 muestra que Colombia fue el país que más produjo **capítulos/episodios de corta duración** (hasta 30 minutos). En segundo lugar aparece Chile, seguido de Venezuela. Otros países tuvieron caídas acentuadas como es el caso de España y Brasil. Ya Argentina y México no exhibieron nada de corta duración en el 2010. Aun con esa caída en número de capítulos/episodios de corta duración en el 2010, el total general es superior, en más del 30%, con relación al 2009.

En lo que respecta al total de **capítulos/episodios de media duración** (30 a 60 minutos), el año 2010 presenta números superiores a los del 2009, correspondiendo al mayor del trienio. En el 2010, Venezuela fue el país que lideró con bastante ventaja la exhibición de ficciones de media duración, seguido por Estados Unidos y Uruguay. En el trienio, el mayor número de ficciones de media duración fue exhibido en los Estados Unidos, seguido por México y Venezuela.

En el 2010, Colombia presentó el mayor número de **capítulos/episodios de larga duración** (arriba de 60 minutos), seguido por Estados Unidos. Ya Uruguay y Brasil tuvieron una reducción considerable con relación al 2009.

Observando los totales de **capítulos/episodios de corta, media y larga duración en el trienio**, a pesar de las variaciones presentadas por los países, es posible afirmar que ciertos países como Brasil, Argentina, México, Estados Unidos, Portugal y Venezuela prefieren particularmente las ficciones de media duración; mientras que en Chile hay mayor incidencia de la corta duración; en Uruguay igualmente de la media y larga duración; y en España la preferencia está más distribuida entre las tres duraciones.

Tabla 8. Coproducciones – 2008 al 2010

| Coproducciones | Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Ecuador | España | EE.UU. | México | Portugal | Uruguay | Venezuela | TOTAL |
|-----------------|-----------|--------|-------|----------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|-----------|-------|
| 2010 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 12 |
| 2009 | 3 | 0 | 2 | - | - | 6 | 0 | 1 | 0 | 4 | 2 | 18 |
| 2008 | 2 | 1 | 0 | - | - | 2 | 3 | 1 | 0 | 0 | - | 9 |
| Total 2008-2010 | 6 | 4 | 2 | 0 | 0 | 10 | 4 | 3 | 1 | 7 | 2 | 39 |

Brasil y Uruguay se destacaron en el 2010 en la realización de coproducciones. Es necesario, sin embargo, observar con más cuidado las coproducciones brasileñas realizadas por la *Globo*, ya que ninguna de ellas fue o será exhibida en Brasil, pues la emisora ha tenido como regla exhibir sólo teledramaturgia nacional. Tales coproducciones evidencian un modelo de negocios que busca la internacionalización, no sólo por la exportación de producción nacional, sino también por el establecimiento de asociaciones con países que se caracterizan por la buena aceptación del formato telenovela. En el caso específico del 2010, los países de las coproducciones fueron Estados Unidos, México y Portugal.

A pesar de la importancia estratégica de las coproducciones en el proceso de internacionalización de la producción ficcional televisiva, hubo en el 2010 una caída de casi el 35% respecto al 2009, año en el que las coproducciones se habían duplicado frente a las del 2008. La mayor caída del año quedó por cuenta de España que tuvo dos coproducciones en el 2010 contra seis en el 2009, volviendo al nivel del 2008. Otra caída acentuada ocurrió con Argentina que realizó sólo una coproducción, contra tres en el 2009. Chile y Venezuela que en el 2009 llegaron a realizar dos coproducciones, cada uno, en el 2010 no produjeron ninguna. Sin embargo, cuando se observa el total del trienio por país, se nota que España mantiene el liderazgo, con diez coproducciones, seguido por Uruguay, con siete, y Argentina con seis.

Tabla 9. Horas de ficción nacional por franja horaria

| Franja Horaria | Total | | | | | | | | | |
|-------------------------|-----------|--------|-------|----------|---------|--------|--------|--------|----------|---------|
| | Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Ecuador | España | EE.UU. | México | Portugal | Uruguay |
| Mañana | 2010 | 0 | 0 | 2 | 9 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| | 2009 | 0 | 2 | 87 | - | - | 12 | 7 | 0 | 27 |
| | 2008 | 0 | 0 | 31 | - | - | 0 | 127 | 0 | 122 |
| Total 2008-2010 | 0 | 2 | 120 | 9 | 0 | 12 | 134 | 0 | 155 | 0 |
| Tarde | 2010 | 361 | 331 | 91 | 449 | 0 | 269 | 0 | 376 | 274 |
| | 2009 | 569 | 304 | 78 | - | - | 564 | 141 | 482 | 341 |
| | 2008 | 821 | 389 | 47 | - | - | 542 | 417 | 481 | 346 |
| Total 2008-2010 | 1.751 | 1.024 | 216 | 449 | 0 | 1.375 | 558 | 1.339 | 961 | 0 |
| Prime time | 2010 | 674 | 613 | 545 | 1.060 | 305 | 409 | 910 | 705 | 1.071 |
| | 2009 | 170 | 746 | 451 | - | - | 539 | 674 | 1.027 | 1.040 |
| | 2008 | 355 | 1.196 | 566 | - | - | 614 | 494 | 1.118 | 801 |
| Total 2008-2010 | 1.199 | 2.555 | 1.562 | 1.060 | 305 | 1.562 | 2.078 | 2.850 | 2.912 | 49 |
| Noche | 2010 | 0 | 344 | 32 | 153 | 0 | 21 | 1 | 113 | 0 |
| | 2009 | 489 | 553 | 28 | - | - | 8 | 11 | 73 | 0 |
| | 2008 | 422 | 441 | 23 | - | - | 11 | 210 | 13 | 50 |
| Total 2008-2010 | 911 | 1.338 | 83 | 153 | 0 | 40 | 222 | 199 | 50 | 47 |
| Total general 2008-2010 | 3.861 | 4.919 | 1.981 | 1.671 | 305 | 2.989 | 2.992 | 4.388 | 4.078 | 96 |

Fuente: Obitel

| | | |
|--|-------|--------|
| | 1.598 | 28.878 |
|--|-------|--------|

En lo que se refiere a la distribución de la ficción nacional por franjas horarias en el año 2010, hubo un crecimiento del *prime time* con relación al 2009, al mismo tiempo que todas las demás franjas cayeron, si se las compara con el mismo período. A pesar de la entrada de Colombia y del comienzo de la transmisión matutina en Venezuela, el número de horas de ficción exhibidas en el período de la **mañana** presentó una caída de casi un 80% causada por la gran reducción de horas transmitidas por Chile, Portugal y España. Portugal mantuvo el puesto de país que más produjo y puso en el aire en el *prime time* su propia ficción, seguido por Colombia y Estados Unidos. México, Argentina y Brasil tiene buena presencia en el período de la **tarde**, y Brasil tienen el país que más exhibió su ficción en el horario de la **noche**, aun reduciendo horas con relación al 2009. El horario matutino sufrió una enorme caída en las horas de ficción con referencia al año anterior.

En el **trienio**, Portugal, México y Brasil lideraron la exhibición de ficción nacional en el *prime time*. Las horas dedicadas a la ficción en esa franja horaria suman más que el doble del período de la tarde. Ese panorama ratifica el importante espacio que ocupa la ficción en el horario de mayor audiencia y mejor comercialización de la programación de televisión. Brasil lidera en el horario nocturno, seguido por Argentina y, bien de lejos, por Venezuela. En la franja vespertina, Argentina se destaca, seguido por España y México.

Tabla 10. Época de la ficción

| País | Presente | | Pasado | | Histórica | | Otra | |
|-----------|----------|------|--------|------|-----------|------|------|------|
| | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 |
| Argentina | 14 | 23 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Brasil | 52 | 36 | 1 | 2 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| Chile | 18 | 25 | 2 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 |
| Colombia | 33 | - | 0 | - | 1 | - | 0 | - |
| Ecuador | 34 | - | 1 | - | 2 | - | 0 | - |
| España | 35 | 68 | 12 | 17 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| EE.UU. | 60 | 35 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 |

| País | Presente | | Pasado | | Histórica | | Otra | |
|-----------|----------|------|--------|------|-----------|------|------|------|
| | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 |
| México | 28 | 25 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| Portugal | 25 | 23 | 2 | 2 | 4 | 3 | 0 | 0 |
| Uruguay | 33 | 27 | 4 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Venezuela | 62 | 9 | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 394 | 271 | 27 | 27 | 18 | 11 | 1 | 3 |

Fuente: Obitel

En todos los países del Obitel se nota la preferencia por historias que se ambientan en el presente, totalizando cerca del 90% de las ficciones presentadas en el 2010. Aun así, todos los países exhibieron por lo menos una ficción ambientada en el pasado o en época histórica, a excepción única de Argentina. España es un caso excepcional con 25% de sus producciones ambientadas en época pasada y responsable por aproximadamente un 45% de las ficciones de todos los países, cuyas historias se desarrollan en el pasado.

2. Las diez ficciones más vistas del año

Tabla 11. Los diez títulos más vistos – origen, formato, rating y share

| | Título | Rating % | Share % | Formato | Canal | Casa productora | TV privada o pública | País de origen del guión | País de exhibición |
|----|-----------------------------------|----------|---------|---------------------|----------|----------------------|----------------------|--------------------------|--------------------|
| 1 | <i>A corazón abierto</i> | 40,2 | 51,8 | Telenovela | RCN | Vista y RCN | Privada | EE.UU. | Colombia |
| 2 | <i>Viver a vida</i> | 39,2 | 62,2 | Telenovela | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 3 | <i>La Pola</i> | 38,4 | 49,7 | Telenovela | RCN | RCN | Privada | Colombia | Colombia |
| 4 | <i>Amor sincero</i> | 36,7 | 49,1 | Otros (Dramatizado) | RCN | Vista y RCN | Privada | Colombia | Colombia |
| 5 | <i>Caras e bocas</i> | 36,0 | 64,9 | Telenovela | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 6 | <i>Passione</i> | 35,8 | 57,7 | Telenovela | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 7 | <i>Chepe Fortuna</i> | 33,5 | 44,2 | Telenovela | RCN | RCN | Privada | Colombia | Colombia |
| 8 | <i>Rosario Tijeras</i> | 32,4 | 46,3 | Otros (Dramatizado) | RCN | RCN | Privada | Colombia | Colombia |
| 9 | <i>Ti-ti-ti</i> | 31,3 | 54,9 | Telenovela | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 10 | <i>Daba e Herivelto</i> | 31,2 | 50,2 | Miniserie | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 11 | <i>Oye bonita</i> | 30,1 | 39,5 | Telenovela | Caracol | Colombiana | Privada | Colombia | Colombia |
| 12 | <i>Las detectivas y el Víctor</i> | 29,9 | 39,7 | Telenovela | RCN | RCN | Privada | Colombia | Colombia |
| 13 | <i>Papai Noel existe</i> | 29,3 | 49,7 | Otros (Unitario) | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 14 | <i>Valientes</i> | 29,3 | 44,3 | Telenovela | El Trece | Pol-ka | Privada | Argentina | Argentina |
| 15 | <i>Escrito nas estrelas</i> | 29,2 | 52,8 | Telenovela | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 16 | <i>Amor en custodia</i> | 29,0 | 40,2 | Telenovela | RCN | Teleset y Coestrella | Privada | Colombia | Colombia |

| | Título | Rating % | Share % | Formato | Canal | Casa productora | TV privada o pública | País de origen del guión | País de exhibición |
|----|---------------------------------------|----------|---------|------------------|-----------|---------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------|
| 17 | <i>Cana de gato</i> | 28,7 | 56,2 | Telenovela | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 18 | <i>El capo</i> | 27,7 | 37,4 | Telenovela | rcn | Fox Telecolombia | Privada | Colombia | Colombia |
| 19 | <i>A grande família</i> | 27,7 | 46,9 | Serie | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 20 | <i>Batendo o ponto</i> | 27,7 | 46,3 | Otros (Unitario) | Globo | Globo | Privada | Brasil | Brasil |
| 21 | <i>A mano limpia</i> | 27,0 | 40,1 | Telenovela | RCN | RCN | Privada | Colombia | Colombia |
| 22 | <i>Los 80, más que una moda</i> | 26,8 | 38,6 | Serie | 13 | Wood | Privada | Chile | Chile |
| 23 | <i>Soy tu dueña</i> | 25,7 | 36,8 | Telenovela | Televisa | Televisa | Privada | México | México |
| 24 | <i>Soy tu dueña</i> | 22,5 | 34,0 | Telenovela | Univision | Univision | Privada | México | EE.UU. |
| 25 | <i>Malparida</i> | 22,4 | 32 | Telenovela | El trece | Pol-ka | Privada | Argentina | Argentina |
| 26 | <i>El capo</i> | 22,0 | 31,1 | Telenovela | RCN | Fox Telecolombia para RCN | Pública | Colombia | Ecuador |
| 27 | <i>Sortilegio</i> | 22,0 | 33,0 | Telenovela | Univision | Univision | Privada | México | EE.UU. |
| 28 | <i>Triunfo del amor</i> | 20,3 | 30,9 | Telenovela | Televisa | Televisa | Privada | México | México |
| 29 | <i>40 y tantos</i> | 20,1 | 28,1 | Telenovela | TVN | TVN | Pública | Chile | Chile |
| 30 | <i>Conde Vrolok</i> | 19,4 | 27,7 | Telenovela | TVN | TVN | Pública | Chile | Chile |
| 31 | <i>Llena de amor</i> | 19,1 | 29,6 | Telenovela | Televisa | Televisa | Privada | Venezuela | México |
| 32 | <i>Hasta que el dinero nos separe</i> | 19,1 | 30,0 | Telenovela | Univision | Univision | Privada | Colombia | EE.UU. |
| 33 | <i>Mujeres de lujo</i> | 18,3 | 26,4 | Telenovela | CHV | CHV | Privada | Chile | Chile |
| 34 | <i>En nombre del amor</i> | 18,3 | 29,0 | Telenovela | Univision | Univision | Privada | México | EE.UU. |
| 35 | <i>Martín Rivas</i> | 18,2 | 27,3 | Telenovela | TVN | TVN | Pública | Chile | Chile |

| | Título | Rating % | Share % | Formato | Canal | Casa productora | TV privada o pública | País de origen del guión | País de exhibición |
|----|------------------------------|----------|---------|-------------------|------------|--|----------------------|--------------------------|--------------------|
| 36 | <i>Cuando me enamoro</i> | 18,1 | 29,9 | Telenovela | Televisa | Televisa | Privada | México | México |
| 37 | <i>El primer golpe</i> | 17,8 | 25,6 | Telefilme | Ecuavisa | Universal | Privada | EE.UU. | Ecuador |
| 38 | <i>Teresa</i> | 17,4 | 30,7 | Telenovela | Televisa | Televisa | Privada | México | México |
| 39 | <i>Rosario Tijeras</i> | 17,2 | 24,4 | Telenovela | TC | Teleset para RCN | Pública | Colombia | Ecuador |
| 40 | <i>Amor sincero</i> | 17,0 | 23 | Telenovela | TC | Vista para RCN | Pública | Colombia | Ecuador |
| 41 | <i>Infieles</i> | 16,7 | 25,6 | Telefilme | CHV | CHV | Privada | Chile | Chile |
| 42 | <i>¿Dónde está Elisa?</i> | 16,7 | 23,4 | Telenovela | Ecuavisa | Film In Florida para Telemundo | Privada | EE.UU. | Ecuador |
| 43 | <i>Zacatillo</i> | 16,6 | 29,6 | Telenovela | Televisa | Televisa | Privada | México | México |
| 44 | <i>Eva Luna</i> | 16,1 | 25,0 | Telenovela | Univision | Univision y Venevisión | Privada | EE.UU. | EE.UU. |
| 45 | <i>Más sabe el diablo</i> | 16,0 | 25,4 | Telenovela | Ecuavisa | Telemundo | Privada | EE.UU. | Ecuador |
| 46 | <i>La familia de al lado</i> | 15,8 | 26,2 | Telenovela | TVN | TVN | Pública | Chile | Chile |
| 47 | <i>Botineras</i> | 15,5 | 25,2 | Telenovela | Telefé | Underground, Endemol Argentina, Telefé | Privada | Argentina | Argentina |
| 48 | <i>Mi recinto</i> | 15,4 | 17,8 | Serie | TC | TC | Pública | Ecuador | Ecuador |
| 49 | <i>Deixa que te leve</i> | 15,1 | 43,6 | Telenovela | TVI | TVI y Plural | Privada | Portugal | Portugal |
| 50 | <i>Para vestir santos</i> | 15,0 | 25,4 | Otros (Unitario) | El Trece | Pol-ka | Privada | Argentina | Argentina |
| 51 | <i>El día menos pensado</i> | 15,0 | 21,1 | Otros (Docudrama) | Geo Imagen | Geo Imagen | Pública | Chile | Chile |
| 52 | <i>Doña Bella</i> | 14,8 | 22,1 | Telenovela | TC | RCN y Telefuturo | Pública | Colombia | Ecuador |

| | Título | Rating % | Share % | Formato | Canal | Casa productora | TV privada o pública | País de origen del guión | País de exhibición |
|----|-------------------------------------|----------|---------|------------------|-----------|-------------------|----------------------|--------------------------|--------------------|
| 53 | <i>Locas de amor</i> | 14,6 | 21,4 | Serie | Televisa | Televisa | Privada | Argentina | México |
| 54 | <i>Mujeres asesinas 3</i> | 14,6 | 23,0 | Serie | Univision | Univision | Privada | Argentina | EE.UU. |
| 55 | <i>Para volver a amar</i> | 14,4 | 26,3 | Telenovela | Televisa | Televisa | Privada | Colombia | México |
| 56 | <i>Rosita, la taxista</i> | 14,1 | 21,5 | Telenovela | Ecuavisa | Ecuavisa | Privada | Ecuador | Ecuador |
| 57 | <i>Mi pecado</i> | 13,6 | 25,0 | Telenovela | Univision | Univision | Privada | México | EE.UU. |
| 58 | <i>Los ángeles de Estela</i> | 13,2 | 26,5 | Telenovela | TVN | TVN | Pública | Chile | Chile |
| 59 | <i>Espíritu indomable</i> | 13,1 | 36,9 | Telenovela | TVI | TVI y Plural | Privada | Portugal | Portugal |
| 60 | <i>El clon</i> | 13,1 | 23,2 | Telenovela | Televisa | Telemundo | Privada | Brasil | México |
| 61 | <i>Águila roja</i> | 13,0 | 29 | Serie | Lal | Globomedia | Pública | España | España |
| 62 | <i>Gritos de muerte y libertad</i> | 12,9 | 20,5 | Serie | Televisa | Televisa | Privada | México | México |
| 63 | <i>Men amor</i> | 12,4 | 39,6 | Telenovela | TVI | TVI y Plural | Privada | Portugal | Portugal |
| 64 | <i>Volver a mí</i> | 12,1 | 21,3 | Serie | 13 | 13 | Privada | Chile | Chile |
| 65 | <i>Chepe Fortuna</i> | 12,1 | 18,3 | Telenovela | TC | RCN | Pública | Colombia | Ecuador |
| 66 | <i>Llena de amor</i> | 12,1 | 21,0 | Telenovela | Univision | Univision | Privada | Venezuela | EE.UU. |
| 67 | <i>Casi ángeles, la resistencia</i> | 11,5 | 19,9 | Telenovela | Telefé | Cris Morena y RGB | Privada | Argentina | Argentina |
| 68 | <i>Destino inmortal</i> | 11,5 | 33 | Miniserie | TVI | TVI y Plural | Privada | Portugal | Portugal |
| 69 | <i>La rosa de Guadalupe</i> | 11,4 | 21,0 | Otros (Unitario) | Univision | Univision | Privada | México | EE.UU. |
| 70 | <i>La señora</i> | 11,1 | 23,3 | Serie | TVE | Diagonal TV | Pública | España | España |
| 71 | <i>Cuéntame cómo pasó</i> | 11,0 | 24,7 | Serie | Lal | Grupo Ganga | Pública | España | España |

| | Título | Rating % | Share % | Formato | Canal | Casa productora | TV privada o pública | País de origen del guión | País de exhibición |
|----|------------------------------|----------|---------|------------|------------|-------------------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------|
| 72 | <i>Felipe y Letizia</i> | 10,6 | 22,8 | Miniserie | Tele5 | Tele5, Brutal Media | Privada | España | España |
| 73 | <i>Sedução</i> | 10,4 | 32,1 | Telenovela | TV1 | TV1 y Plural | Privada | Portugal | Portugal |
| 74 | <i>Hispania, la leyenda</i> | 10,2 | 23,6 | Serie | Antena3 | Bambú | Privada | España | España |
| 75 | <i>¿Dónde está Elisa?</i> | 9,9 | 29,7 | Telenovela | Saeta | TVN Chile | Pública | Chile | Uruguay |
| 76 | <i>Mar de paixão</i> | 9,7 | 36,5 | Telenovela | TV1 | TV1 y Plural | Privada | Portugal | Portugal |
| 77 | <i>Un gancho al corazón</i> | 9,6 | 25,0 | Telenovela | Univision | Univision | Privada | Argentina | EE.UU. |
| 78 | <i>La duquesa</i> | 9,5 | 22,2 | Miniserie | Tele5 | Tele5, Ficciones Media (zzj) | Privada | España | España |
| 79 | <i>Caín & Abel</i> | 9,4 | 14,3 | Telenovela | Telefé | ONTV Llorente & Villarruel y Telefé | Privada | Argentina | Argentina |
| 80 | <i>Perfeito coração</i> | 9,1 | 25,1 | Telenovela | SIC | SIC y SP Televisão | Privada | Portugal | Portugal |
| 81 | <i>Porque te quiero así</i> | 9,0 | 27 | Serie | Saeta | Saeta | Privada | Uruguay | Uruguay |
| 82 | <i>Gran reserva</i> | 8,9 | 21,3 | Serie | TVE | Bambú | Pública | España | España |
| 83 | <i>Niní</i> | 8,8 | 18,5 | Telenovela | Telefé | Kaberplay, Endemol y Telefé | Privada | Argentina | Argentina |
| 84 | <i>Alguien que me quiera</i> | 8,8 | 15,1 | Telenovela | El Trece | Pol-ka | Privada | Argentina | Argentina |
| 85 | <i>Días felices</i> | 8,6 | 31 | Miniserie | TV1 | TV1 y Plural | Privada | Portugal | Portugal |
| 86 | <i>El pacto</i> | 8,6 | 20,3 | Miniserie | Tele5 | Videomedia | Privada | España | España |
| 87 | <i>La mujer perfecta</i> | 8,6 | 51 | Telenovela | Venevisión | Venevisión | Privada | Venezuela | Venezuela |

| | Título | Rating % | Share % | Formato | Canal | Casa productora | TV privada o pública | País de origen del guión | País de exhibición |
|-----|-------------------------------|----------|---------|------------|------------|------------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------|
| 88 | <i>Laços de sangue</i> | 8,4 | 23,9 | Telenovela | SIC | SIC, SP Televisão y TV Globo | Privada | Portugal/Brasil | Portugal |
| 89 | <i>República</i> | 8,4 | 21,2 | Miniserie | RTP 1 | RTP/Ukbar Filmes | Pública | Portugal | Portugal |
| 90 | <i>El secuestro de Anabel</i> | 8,4 | 18,1 | Telefilme | Tele5 | Pedro Costa PC | Pública | España | España |
| 91 | <i>Soy tu dueña</i> | 8,3 | 47 | Telenovela | Venevisión | Televisa | Privada | México | Venezuela |
| 92 | <i>El clon</i> | 8,1 | 52,2 | Telenovela | Televen | RTI para Telemundo | Privada | Brasil | Venezuela |
| 93 | <i>¿Dónde está Elisa?</i> | 8,0 | 48,3 | Telenovela | Televen | Telemundo | Privada | EE.UU. | Venezuela |
| 94 | <i>Todos contra Juan 2</i> | 8,0 | 16,4 | Miniserie | Telefé | Rosstoc y Farfán | Privada | Argentina | Argentina |
| 95 | <i>Malparida</i> | 7,9 | 25,1 | Telenovela | Teledoce | Pol-ka | Privada | Argentina | Uruguay |
| 96 | <i>Los protegidos</i> | 7,7 | 18,1 | Serie | Antena 3 | Ida y Vuelta | Privada | España | España |
| 97 | <i>Acuarela de amor</i> | 7,5 | 29,3 | Telenovela | Teledoce | Globo | Privada | Brasil | Uruguay |
| 98 | <i>Más sabe el diablo</i> | 7,5 | 55,6 | Telenovela | Televen | Telemundo | Privada | EE.UU. | Venezuela |
| 99 | <i>Chape Fortuna</i> | 7,4 | 37,5 | Telenovela | Televen | RCN | Privada | Colombia | Venezuela |
| 100 | <i>Doña Bárbara</i> | 7,4 | 49,5 | Telenovela | Televen | RTI y Telemundo | Privada | Colombia-EE.UU. | Venezuela |
| 101 | <i>El capo</i> | 7,2 | 34,6 | Serie | Televen | Fox TeleColombia y RTI | Privada | Colombia | Venezuela |

| | Título | Rating % | Share % | Formato | Canal | Casa productora | TV privada o pública | País de origen del guión | País de exhibición |
|-----|------------------------------|----------|---------|------------|------------|--|----------------------|--------------------------|--------------------|
| 102 | <i>A corazón abierto</i> | 6,9 | 47,7 | Telenovela | Venevisión | Disney Media Network Latin America, Vista Producciones y RCN | Privada | Colombia-EE.UU. | Venezuela |
| 103 | <i>Rosario Tijeras</i> | 6,9 | 44,8 | Serie | Venevisión | Teleset para RCN | Privada | Colombia | Venezuela |
| 104 | <i>La niñera</i> | 6,8 | 32,4 | Serie | Saeta | Telefé y Sony | Privada | EE.UU. | Uruguay |
| 105 | <i>Ciudad paraíso</i> | 6,8 | 32,4 | Telenovela | Teledoce | Globo | Privada | Brasil | Uruguay |
| 106 | <i>Águila roja</i> | 6,5 | 20,1 | Serie | Saeta | Globomedia | Pública | España | Uruguay |
| 107 | <i>Alguien que me quiera</i> | 6,3 | 20,2 | Telenovela | Teledoce | Pol-ka | Privada | Argentina | Uruguay |
| 108 | <i>Mujeres de lujo</i> | 6,3 | 20 | Telenovela | Saeta | Chilevisión | Privada | Chile | Uruguay |
| 109 | <i>Más sabe el diablo</i> | 6,2 | 19,1 | Telenovela | Montecarlo | Telemundo | Privada | Colombia | Uruguay |
| 110 | <i>Sueña conmigo</i> | 6,1 | 18,2 | Telenovela | Telefé | Nickelodeon Latinoamérica; Illusion Studios y Televisa | Privada | Argentina/México | Argentina |

Fuente: Obitel

La lista general de las **diez ficciones más vistas en cada uno de los países Obitel** comporta un total de 110 títulos clasificados por índices de audiencia. En los diez primeros lugares, cinco títulos son de Brasil,⁷ cuatro de Colombia y uno de Estados Unidos. Prevalen los títulos producidos por emisoras privadas, pero las emisoras públicas aparecen con casi el 20% de ellos. Entre los diez títulos de mayor audiencia, siete son telenovelas⁸ evidenciando la preferencia del público de los países Obitel por ese formato de larga serialidad. Dos de los títulos que aparecen entre los diez más vistos son otros y una miniserie.

El primer lugar en audiencia entre los diez títulos de mayor éxito en los países del ámbito Obitel le correspondió a la telenovela *A corazón abierto* producida en Colombia, una coproducción con guión importado. Los otros nueve títulos presentan guiones originales de sus propios países, en los cuales obtuvieron los mejores resultados de audiencia.

Aun con relación al primer lugar entre las ficciones más vistas en los países del ámbito Obitel, cabe destacar que la telenovela *A corazón abierto* es una coproducción entre RCN y Vista Producciones con guión de origen norteamericano, basado en la serie *Grey's Anatomy*. El hecho llama la atención, pues desde el inicio del monitoreo realizado por Obitel el primer lugar nunca fue ocupado por una coproducción con guión importado. Al repetirse, ese hecho puede indicar una posible tendencia en la producción de ficción en países de América Latina. De los cuatro títulos de la colombiana RCN que figuran entre los Top Ten en la Tabla 11, dos son coproducciones de la RCN con la Vista Producciones, empresa colombiana asociada en algunas producciones con la norteamericana Buenavista International Television.

7 La Globo mantuvo el liderazgo entre los Top Ten del trienio: 2008 (nueve títulos), 2009 (ocho títulos) y 2010 (cinco títulos).

8 En los años 2007, 2008 y 2009, entre las diez ficciones más vistas, el número de telenovelas fue de nueve, seis y siete, respectivamente.

También, con relación a la casa productora, se puede observar que de los 110 Top Ten de todos los países Obitel, cerca del 20% (18 títulos) fueron realizados por medio de coproducciones principalmente con productoras norteamericanas de porte, HBO y Fox se encuadran en esa categoría, evidenciando un modelo de negocios basado en las coproducciones de grandes productoras con productoras locales.

Las diez ficciones más vistas en cada país presentaron bajo índice de circulación entre sí, desde el momento que 70 de las 110 ficciones más vistas (64%) lo fueron en el propio país en el que se produjeron, y sólo 40 de ellas (36%) lograron quedar entre las diez más vistas de otro país que no fuese el suyo. Entre las 110 ficciones más vistas, incluyendo coproducciones, el país que tuvo más ficciones de éxito en otros países fue Colombia (trece), seguida por México (seis) y Brasil (cinco). Esos datos parecen indicar que las ficciones que tuvieron más éxito en el país de origen no fueron necesariamente exitosas en otros. Esta es una cuestión importante en la que el proyecto Obitel deberá profundizar y buscar respuestas *pari passu* con continuidad de investigaciones sobre la recepción.

Cabe destacar aun la aparición de cinco coproducciones a partir de la 85a posición, exhibidas por Portugal, Venezuela y Argentina. *Laços de sangue*, producida por Portugal y Brasil, y *Sueña conmigo*, por Argentina y México, tuvieron éxito en por lo menos uno de los países que las produjo. Las otras dos fueron coproducidas por Estados Unidos y Colombia, con éxito de exhibición en Venezuela. Si se compara con el 2009, cuando sólo una coproducción apareció en el cómputo de las ficciones más vistas de cada país, ese aumento podría indicar una creciente formación de asociaciones para la producción de ficción entre los países de Obitel.

Tabla 12. Formatos y franja horaria de los diez títulos más vistos

| País | Formatos | | | | | Franja horaria | | | |
|-----------|------------|-------|-----------|-----------|-------|----------------|-------|------------|-------|
| | Telenovela | Serie | Miniserie | Telefilme | Otros | Mañana | Tarde | Prime time | Noche |
| Argentina | 8 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 4 | 6 | 0 |
| Brasil | 6 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 2 | 4 | 4 |
| Chile | 6 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 9 | 1 |
| Colombia | 8 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 7 | 3 |
| Ecuador | 8 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 10 | 0 |
| España | 0 | 6 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 10 | 0 |
| EE.UU. | 8 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 9 | 1 |
| México | 8 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | 2 |
| Portugal | 7 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 9 | 0 |
| Uruguay | 7 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 7 |
| Venezuela | 9 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 4 |

Fuente: Obitel

Observando la **producción de los diez** títulos más vistos en cada país, se nota el liderazgo absoluto del **formato** telenovela, con un 68,2% de participación. Esa tendencia, que se confirma año a año, ratifica la preferencia por ese formato entre los países observados. En primer lugar está Venezuela, que tuvo en el año nueve telenovelas entre los diez títulos más vistos en el país. Argentina, Colombia, Ecuador, Estados Unidos y México produjeron ocho, seguidos por Portugal y Uruguay, con siete cada uno, y Brasil y Chile, con seis.

Por su lado, España no produjo telenovelas, pero se destaca por el número de series, seis entre los diez más vistos en el país. Ese formato, sin embargo, tuvo menor incidencia entre los Top Ten de los demás países: Portugal y Uruguay produjeron tres series, Chile y México, dos, y Brasil y Venezuela sólo una serie.

El *prime time* se destacó como la principal **franja horaria** de exhibición de las producciones Top Ten de los países, con el 70% de

los títulos. El período nocturno viene en segundo lugar con 20% de los títulos y el vespertino en tercero con el 10% de los títulos.

3. Interacciones transmediáticas de las audiencias con la ficción en los países Obitel

La recepción transmediática como un fenómeno de reciente incorporación en las prácticas comunicativas tanto de los medios como de las audiencias iberoamericanas posee potencial y, sobretudo, formas de apropiación que varían de país a país conforme se podrá constatar en las páginas que siguen. Páginas en las que se trata, un poco a la manera de Martín-Barbero (2001, 2004), de *cartografiar* principalmente las apropiaciones ocasionadas por la transmedialidad en el contexto de las mediaciones que se construyen en torno a la teledramaturgia en los diferentes países del ámbito Obitel. Así, para la realización de esa primera investigación exploratoria, el equipo investigativo de cada país buscó reflexionar sobre el fenómeno transmediático más allá de la simple constatación del uso o no uso de determinada plataforma. Se buscó, sobretudo, reflexionar sobre los usos sociales y las prácticas culturales de las audiencias involucradas en la dinámica comunicativa pensada con base en la especificidad sociocultural de cada país.

De esa forma, nuestra *cartografía* partió, por lo tanto, de la apropiación de modelos con la finalidad de rediseñarlos para que en ellos cupiesen, según Martín-Barbero (2004, p. 19), “nuestras diferentes realidades, con la consecuente e inapelable necesidad de hacer lecturas oblicuas de esos modelos, lecturas ‘fuera de lugar’, a partir de un lugar diferente a aquél en el cual fueron escritos”. La apropiación de modelos de interpretación de los fenómenos de transmedialidad, como aquellos relatados por Jenkins (2008), permitió la comprensión, aunque parcial e inacabada, de algunos aspectos de la creación y diseminación de los universos narrativos creados por la teledramaturgia en los países del ámbito Obitel. Tales universos se extien-

den, dinámica y dialógicamente, por medio de discursos verbales y de imágenes que una vez más ponen en jaque conceptos estancados de producción y de recepción. Estamos ante mundos ficcionales, conforme Eco (1997), inmersos en universos cuyas fronteras tenuemente demarcadas se mueven continua y aleatoriamente en busca de sentidos, ya sea en la correlación con otros mundos ficcionales, en la correlación compleja y problemática con la realidad, o en la correlación entre géneros/formatos industrializados y *modelos de negocios* en Canitto (2008), dentro de una *business logic*, propuesta por Castells (2009, p. 71), que esté todavía operando en la intersección de todas esas variables. Esa variedad de enfoques y posibilidades de análisis esboza la complejidad de las mediaciones involucradas en la tesitura de los procesos de comunicación, sobretudo, de los procesos transmediáticos.

Algunas de esas correlaciones pueden ser observadas, en este *Anuario*, a lo largo de los relatos hechos en el capítulo de cada uno de los países participantes del Obitel los cuales, de una forma o de otra, se depararon con dificultades de varios órdenes para trabajar con el universo nuevo y poco conocido de la llamada *cultura de la convergencia* por Jenkins (2008).⁹ La adopción de un Protocolo Metodológico único que permitió exploraciones a partir de la observación empírica de las relaciones de comunicación mediadas, sobretudo, por la internet posibilitó a cada país la adopción de estrategias de cotejo y análisis que tuviesen en cuenta su propia realidad comunicacional, propiciando la creación/lectura de una *cartografía* peculiar de los países del ámbito Obitel.

Lo que se busca, en la presente síntesis, es ofrecer aspectos del universo transmediático descrito por los países con la finalidad de presentar algunos elementos para que se puedan establecer corre-

9 De acuerdo con Jenkins (2008), la cultura de la convergencia implica mucho más que transformaciones tecnológicas y culturales en los polos productores y consumidores de productos mediáticos, pues involucra las formas con que esos polos pasan a interactuar entre sí.

laciones que posibiliten una aproximación al mismo tiempo exploratoria y crítica de los diferentes contextos comunicacionales de los países miembros. De esa forma, lo que aquí se relata es una síntesis que necesariamente debe ser amparada por la lectura del capítulo de cada país en el que se encuentran los detalles del contexto local.

Recepción en la red: la construcción de espacios para compartir y fruir

En los países, en general, se observó que la participación de la audiencia en la internet demuestra cierto comprometimiento positivo con las ficciones, más específicamente con escenas desarrolladas en algunos capítulos. Los usuarios dejan fluir en sus comentarios el “capital emocional” que van acumulando a lo largo del tiempo de exhibición de las producciones por medio de elogios y discusiones sobre el enredo, guión y atributos físicos de los personajes/actores (híbridos entre ficción y realidad, sin diferencia alguna). En algunos países, como **España** y **Portugal**, la internet parece cumplir el papel de rejuvenecer a la audiencia televisiva al atraer una recepción joven, cada vez más personalizada y carente de interactividad. Se destaca el apego de los espectadores a los pares románticos y a las enseñanzas que sus historias traen a lo cotidiano. Esa identificación recupera aires de confidencialidad por parte de los internautas que emiten comentarios directamente destinados a los productores y actores, esperando de ellos una respuesta. Ese tipo de interacción es relatado por **Argentina, Brasil, España, México, Venezuela y Uruguay**.

A pesar de esa participación, se observó que son pocos los usuarios que postan comentarios críticos sobre la ficción y sus contenidos. Esa característica no debe ser interpretada apenas como falta de sentido crítico con relación a las producciones que son objeto de comentarios, sino que debe ser analizada a la luz de la propia dinámica que conduce las relaciones en las redes sociales. Así, se debe recordar que, al compartirse cualquier tipo de opinión o sentimiento dentro de un ambiente o plataforma en el cual se reúne un gran

número de fans el posicionamiento crítico puede generar actitudes contrarias de no aceptación y la sugerencia de que el descontento se retire de la comunidad. Se trata de la creación de espacios para compartir experiencias que se caracterizan por la creación y por el accionar de un repertorio común que incluye diversas instancias de producción de sentido que pasan por diversas capas de interpretación que van de la manifestación cargada de emoción que una escena o imagen suscitó (como en el caso, principalmente, del Twitter) hasta la reconstrucción narrativa o la crítica estética presente en *fan-fiction*, blogs o sitios de usuarios.

Fue posible observar, en principio, que las audiencias migran sus asuntos de conversación hacia otras pantallas más por un vínculo emocional que crítico, ya que el carácter polisémico y dialógico de la narrativa, así como su estructura multidimensional organizada en *subplots*, les ofrecen la oportunidad de abrir espacios de construcción de sentido en diversas comunidades que se propagan en múltiples plataformas. Las acciones de los fans traducen una disposición de ir a cualquier lugar, a cualquier parte, en busca de experiencias de entretenimiento como argumenta Jenkins (2008).

En todos los países se observó que la mayoría de esas prácticas tienen inicio en los sitios oficiales de los productores y se extienden a otros puntos de encuentro en las redes sociales (Facebook, Twitter, blogs, *videostreaming*), en los cuales los fans pueden simultáneamente apreciar, hablar, escribir, *postar* o *linkar* el contenido de las ficciones favoritas.

Se debe enfatizar que estamos presenciando, en los diversos países, sólo el inicio de ese diálogo que se expresa por medio de una gran diversidad de prácticas y usos de la recepción transmediática. El hecho de que cada país posea especificidades en sus expresiones culturales y modos diferenciados de usar la red evidencia la complejidad de la que se reviste ese nuevo objeto de investigación en un sentido amplio; sobretodo, en lo que concierne más específicamente a la recepción. El desafío de seguir una propuesta metodológica

capaz de abarcar la investigación empírica de la recepción transmediática es, ciertamente, uno de los puntos de mayor relevancia del presente informe que se define por su carácter precursor, por ser comparativo entre once países, y explorador, porque se refiere a procesos emergentes, en términos de las reflexiones que se propone. Cabe además destacar que el desarrollo de una metodología capaz de responder a las principales cuestiones ocasionadas por ese objeto es una tarea a ser construida de año a año por los países miembros del Obitel. Se trata de un proceso de construcción metodológica en el que se busca, con base en las características específicas de cada país, elaborar modelos de interpretación de los flujos de interacción y de recepción de las ficciones en la red con el uso de nuevas herramientas, elaborando criterios de análisis e interpretación que permitan aproximaciones cada vez más precisas de análisis.

Recepción transmediática en cada país: la selección de las ficciones

Como primer ejercicio de observación de la recepción transmediática, cada país tuvo que seleccionar una ficción que le sirviera de estudio de caso. Las ficciones son de diferentes formatos y fueron escogidas con base en distintos criterios. Entre los criterios adoptados se encuentran:

- Mayor audiencia entre los Top Ten del país.
- Variedad de recursos ofrecidos por el productor en sitios, blogs o canales oficiales.
- Franja etaria de la audiencia.
- Mayor audiencia entre las ficciones nacionales.
- Gran repercusión de comentarios en la internet.
- Número de accesos al sitio de la ficción.
- Fracazos o censura.

Gráfico 2. Recepción transmediática: ficciones seleccionadas



Fuente: Obitel 2011

En la secuencia, resumimos las justificativas presentadas por los países para la elección de los títulos que fueron objeto de la investigación de recepción transmediática.

Tabla 13. Ficciones seleccionadas por país, formato y justificativa

| PAÍS | TÍTULOS | ORIGEN | EMISORA | FORMATO | JUSTIFICATIVA |
|-----------|---|---------------------------------|----------------------|--------------------------|---|
| Argentina | 1. <i>Valientes</i> 2. <i>Casi ángeles, la resistencia</i> | Nacional Nacional | El Trece El Trece | Telenovela Telenovela | Mayor audiencia. Telenovela destinada a los <i>nativos digitales</i> |
| Brasil | <i>Passione</i> | Nacional | Globo | Telenovela | Mayor audiencia en la internet en el 2010 |
| Colombia | 1. <i>A corazón abierto</i> 2. <i>La Pola</i> | EE.UU. Nacional | RCN RCN | Telenovela Telenovela | 1º lugar en audiencia en la TV 2º lugar en audiencia en la TV |
| Ecuador | <i>Mi recinto</i> | Nacional | TC | Serie | Movimiento de fans generó contenidos y comentarios en el YouTube |
| España | <i>El internado</i> | Nacional | Antena 3 | Serie | Página oficial en el Facebook proporcionó la generación de contenido por público usuario de la franja etaria de 13 a 24 años |
| EE.UU. | <i>Alguien te mira</i> | Nacional | Telemundo | Telenovela | Buscar en la internet el motivo de la baja audiencia televisiva de esa ficción |
| México | <i>Soy tu dueña</i> | Nacional | Televisa | Telenovela | Mayor audiencia en el 2010 y mayor respuesta de audiencia en la internet |
| Portugal | 1. <i>Espírito indomável</i> 2. <i>Laços de sangue</i> | Nacional Portugal/ Brasil | TVI SIC | Telenovela Telenovela | Estudio comparativo: fueron escogidos respectivamente el 2º y el 9º lugar en las audiencias, privilegiando la coproducción con la Globo |
| Uruguay | <i>Porque te quiero así</i> | Nacional | Canal 10 | Serie | Más vista entre las tres ficciones nacionales exhibidas en el 2010 |
| Venezuela | 1. <i>El capo</i> 2. <i>La mujer perfecta</i> | Colombia Nacional | Telegen Telegen | Telenovela Telenovela | Ficción retirada del aire por censura Audiencia en la internet |

Fuente: Obitel 2010

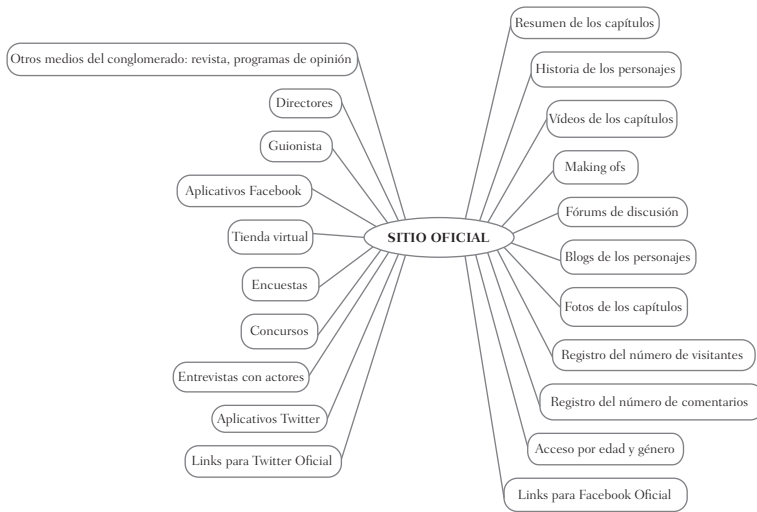
Verificamos que México, Argentina y **Colombia** seleccionaron las ficciones conforme la audiencia entre los diez más vistos. **España y Portugal** privilegiaron en sus elecciones las franjas etarias del público, definiendo las telenovelas o series exhibidas para un público juvenil como títulos más convenientes para el análisis de la recepción transmediática. **Uruguay** justificó su estudio de caso considerando sólo las ficciones nacionales. **Brasil y Colombia** consideraron las opciones de mayor interactividad ofrecidas en los sitios oficiales de las telenovelas más vistas. **Estados Unidos** seleccionó una telenovela de baja audiencia con el objetivo de buscar en las redes sociales la causa del fracaso de audiencia en la TV; mientras que **Ecuador** justifica su elección con base en el movimiento de los fans en el YouTube que generaron un gran número de contenidos transmediáticos.

Venezuela hizo su elección considerando cuestiones políticas, pues uno de sus títulos para análisis, la telenovela *El capo*, fue retirado del aire por censura estatal. Hubo, además, países que escogieron más de un título para análisis, estableciendo un comparativo entre recepciones.

Recepción a partir del polo de la producción: la construcción de un espacio compartido aun bajo condiciones

En la mayoría de los países Obitel, los procesos transmediáticos fueron, puede decirse, iniciados o inducidos por el propio canal de televisión, o sea, por el productor de una ficción por medio de la creación de sitios, blogs, perfiles y páginas en el Facebook, Twitter y Orkut especialmente destinados a la audiencia de esa ficción. Tales espacios propusieron la interactividad por medio de menús que

Productores: menú à la carte para la recepción



Fuente: Obitel 2011

Otros medios del conglomerado: revista, programas de opinión

Directores

Guionista

Aplicativos Facebook

Tienda virtual

Encuestas

Concursos

Entrevistas con actores

Aplicativos Twitter

Links para Twitter Oficial

SITIO OFICIAL

Resumen de los capítulos

Historia de los personajes

Videos de los capítulos

Making ofs

Fóruns de discusión

Blogs de los personajes

Fotos de los capítulos

Registro del número de visitantes

Registro del número de comentarios

Acceso por edad y género

Links para Facebook Oficial

permitían ver cualquier capítulo a cualquier hora como bien lo explicitó la mayoría de los países. En **Argentina** (El Trece) y **España** (Antena 3), los productores colocaron a disposición de los usuarios diferentes perspectivas de interacción en los sitios de las telenovelas de acuerdo con las franjas etarias: cuanto más jóvenes, mayores las posibilidades ofrecidas a los usuarios. En **Colombia** (RCN), **México** (Televisa), **Portugal** (TVI y SIC) presentaron modelos semejantes de ofertas de acceso a los usuarios. En **Ecuador** (TC) el sitio de los productores no fue capaz de cumplir los criterios metodológicos para el análisis propuesto por Obitel, siendo definido el YouTube como *locus* para investigación empírica. Las páginas oficiales en el Facebook de **España** (Antena 3), **Estados Unidos** (Telemundo) y **Uruguay** (Canal 10) pusieron a disposición grupos en los cuales las discusiones acerca de la telenovela fueron más intensas que en los sitios oficiales. Al mismo tiempo en que convocó explícitamente la interacción por parte del usuario, en algunos países, las herramientas ofrecidas por las emisoras limitaron la participación de los internautas en los comentarios como en el caso de **Brasil** (Globo) o a la “pregunta del día”, conforme demostró el estudio de **Argentina**.

A pesar de eso, se constató en **México**, que aun cuando el sitio del productor permitía hacer comentarios, solamente una minoría de usuarios dejó algún mensaje o comentario en los sitios oficiales. En ese país, el número de visitas al sitio oficial de la telenovela fue mil veces mayor que el número de comentarios dejados, demostrando que hubo más interés de ver, seguir y volver a ver la telenovela en la internet que comentar o establecer una conversación crítica con otros fans. Ya **Venezuela** (Televen), a pesar de la censura del gobierno impuesta a la ficción, al sitio oficial y a otros canales en la internet, los usuarios utilizaron de manera creativa y crítica otros espacios en la red tales como Twitter, YouTube, El Noticiero Digital y Total TV tanto para solicitar que la telenovela volviera al aire como para apoyar la censura.

La mayoría de los productores ofreció en los sitios oficiales de la ficción un resumen de los capítulos, vídeos interactivos, descripción de los personajes, ficha técnica, *making of* y fotos de los capítulos. Muchos sitios oficiales permitieron comentarios y registro de visitas como fue el caso de **Argentina, España, México y Colombia**. Otros sitios exhibieron *links* para páginas oficiales en el Facebook como en el caso de las telenovelas de **Uruguay, Portugal, Venezuela, Colombia, España**, en los cuales la interacción entre usuarios a partir de una ficción ocurría en mayor grado en los medios sociales que en los sitios oficiales. Muchos sitios ofrecían tiendas virtuales y aplicativos para el Twitter y el Facebook como en el caso de **Brasil**. Otros ofrecieron encuestas y concursos como en el caso de **España y Ecuador** con espacio para grupos de discusión y *links* para otros medios como revistas y sitios de opinión que auxiliaban a alimentar las posibilidades de interacción con los usuarios, en el caso, de **Colombia, México y Brasil**.

Con base en esas posibilidades ofrecidas por el productor se hizo posible identificar prácticas transmediáticas relativas a las telenovelas y series observadas, como mostramos en la tabla a seguir.

Tabla 14. Plataformas y aplicativos ofrecidos por el productor

| País | Blog de la ficción | Sitio oficial | Blogs de los personajes | Twitter | Facebook | Comentarios o grupos |
|-----------|--------------------|---------------|-------------------------|---------|----------|----------------------|
| Argentina | - | x | x | x | x | x |
| Brasil | - | x | x | x | x | - |
| Colombia | - | x | x | x | x | x |
| Ecuador | - | x | - | x | x | x |
| España | - | x | - | - | x | x |
| EE.UU. | - | x | - | x | x | x |
| México | - | x | - | - | - | x |

| País | Blog de la ficción | Sitio oficial | Blogs de los personajes | Twitter | Facebook | Comentarios o grupos |
|-----------|--------------------|---------------|-------------------------|---------|----------|----------------------|
| Portugal | x | x | - | x | x | x |
| Uruguay | | x | - | - | - | - |
| Venezuela | - | - | - | x | x | - |

Fuente: Obitel 2011

Es importante observar los diferentes medios utilizados por el productor para orientar las prácticas comunicativas de los usuarios. Se nota que la construcción del sitio oficial y la inserción de páginas en el Facebook constan en la mayor parte de los países.

En **Argentina**, fue posible observar un número relevante de recursos de interactividad ofrecidos por el productor resultando una estrategia transmidiática que mereció destaque en relación a los demás países:

- *Valientes*: blog del canal El Trece, oficial, exhibiendo momentos importantes de la telenovela, comentarios a partir de cuestiones hechas por el productor. Capítulos *online*, enredo, personajes, fotografía. Registro de visitas.

- *Casi ángeles, la resistencia*: sitio oficial de la telenovela, con *links* para Twitter y Facebook. Canal oficial en el YouTube. Registro de usuarios y visitas. Espacio para la formación de comunidades o grupos. Personajes, capítulos, fotos. Información sobre la banda con *links* para otros medios. Panel del Twitter y TweetCam: interacción o contacto directo con protagonistas.

En **Brasil**, los productores de *Passione* ofrecieron los siguientes recursos para la interactividad *online*: sitio oficial de la telenovela; vídeos, con capítulos íntegros para suscriptores y trechos pa-

ra no subscriptores; escenas extendidas; encuestas; acciones especiales interactivas; fotonovela; *links* para blogs de personajes; buscas; juegos; concursos; acciones especiales interactivas; aplicativos para Facebook/Orkut/Twitter. Tienda virtual con banda sonora y otros productos en venta. El sitio oficial no permitía comentarios de internautas y no ofrecía la posibilidad de creación de grupos de discusión.

En **Colombia**, las telenovelas *A corazón abierto* y *La Pola* presentaron características semejantes sobre las posibilidades de interacción ofrecidas por los productores a los internautas. Ambas poseían sitios oficiales que presentaban capítulos, vídeos, fotos, *links* para Facebook y Twitter oficiales; comentarios y la creación de grupos de discusión eran permitidos. Algo muy parecido se observó en **Ecuador**, en el sitio oficial de la serie *Mi recinto*.

En **España**, las posibilidades de interacción ofrecidas por el productor con relación a la serie *El internado* se concentraron en el sitio oficial y en la página de la serie en el Facebook. El sitio oficial presentaba vídeos, fotos, entrevistas, concursos, comentarios y *making of*. Sin embargo, la página institucional del Facebook obtuvo mayor interacción con los usuarios que utilizaron recursos como mural, amigos, eventos, críticas y reseñas.

En **Estados Unidos**, *Alguien te mira* ofrecía en su portal entrevistas, *making of*, vídeos de momentos memorables, encuestas, diversas galerías de fotos, capítulos de la telenovela, informaciones, así como *links* para páginas oficiales en Facebook, Twitter y fórums.

En **México**, Tvolucion, el sitio de vídeos oficial de Televisa, ofrecía a los visitantes y fans, en el espacio destinado a la telenovela *Soy tu dueña*, la posibilidad de escribir comentarios sobre la ficción, sobre los capítulos cruciales o predilectos de la trama, disponibles en vídeo. El sitio además presentó el registro de visitas y permitía el acceso a los resúmenes semanales de la telenovela y el histórico de los personajes.

En **Portugal**, *Laços de sangue* y *Espírito indomável* presentaron diferentes acciones de interacción por parte de los diferentes pro-

ductores. En común, ambas presentaron episodios, sinopsis, personajes, galería de fotos. Por su lado, *Espírito indomável* no permitía comentarios de usuarios en su sitio, mientras que, en *Laços de sangue*, el productor ofreció vídeos, blogs, *links* para Twitter y Facebook oficiales, fórums de discusión y comentarios.

El sitio oficial de la telenovela *Porque te quiero así* de **Uruguay** ofreció vídeos, histórico de los personajes, capítulos, *making of*. Los productores no permitieron comentarios. La telenovela no presentó *link* para el perfil en el Facebook.

En **Venezuela**, las interacciones ocurrieron en otros espacios, más allá de aquellos del productor, como el blog Total tv, Noticiero Digital y Facebook. Se debe notar que ninguno de esos espacios era oficial, ya que cualquier posibilidad de interacción con los usuarios a través del canal del productor fue vedada por la Agencia Nacional de Comunicaciones. Cabe observar que el Twitter oficial del canal @RRPPTeleven borró registros de mensajes hechos por usuarios después que la telenovela salió del aire.

Recepción transmediática en países Obitel: cuantificación de los datos empíricos

De manera general, fue posible observar a través de la investigación empírica realizada en los diversos países que la interacción de la audiencia con las ficciones en la web tuvo lugar principalmente en los espacios interactivos de los sitios o blogs de las ficciones creados por los productores y a través de tres redes sociales que más se destacaron: Facebook, YouTube y Twitter.

Argentina recogió datos cuantitativos de la telenovela *Casi ángeles*, *la resistencia*, que presentó 809.024 usuarios registrados en el sitio, 550 páginas en el Facebook con 286.500 fans o personas que “curtieron” el tema en esa red social. El análisis de los comentarios fue aplicado sobre la última semana de exhibición de *Casi ángeles* a partir de los *posts* dejados en la página oficial del Facebook. En total: 276 comentarios, 879 personas que “curtieron.”

Brasil recogió datos sobre *Passione* en diversas redes sociales durante su última semana de exhibición: 68.937 *tweets*; 33 comunidades en el Orkut con 44 mil miembros; 7 mil *links* en el YouTube; 13.556 fans en el Facebook; 138 mil blogs; 1.096 grupos de discusión y presencia de entrada en Wikipedia. El análisis de los comentarios tuvo como foco el Twitter a través de una muestra de 1.437 *tweets* de la última semana.

Colombia trató de dos telenovelas *A corazón abierto* y *La Pola*, durante la última semana de exhibición, desde el punto de vista de lo que podría ofrecer el sitio del productor y sus características de poca interacción. No recogió datos empíricos, registrando sólo un blog de *A corazón abierto* en el cual se contaban 108 comentarios.

Ecuador escogió la serie *Mi recinto*, cuyo período de observación se dio en mayo de 2010, a través de los vídeos puestos a disposición por usuarios en el YouTube, así como comentarios y registros de visitas. En total fueron 35.455 visualizaciones del primer capítulo de la serie, registrando 38 comentarios.

España monitoreó la recepción de la serie *El internado* durante la última semana de exhibición. En el Facebook fueron contabilizados 288.168 fans que publicaron, aproximadamente, 4 mil comentarios espontáneos para 47 *posts* oficiales que suscitaron 13.035 respuestas. Un promedio de 400 a 1.400 respuestas de usuarios por *post* oficial. En el Facebook se encontraron 14 páginas, ocho grupos y tres perfiles, siendo sólo uno de ellos el que fue creado por los productores de la telenovela. El número de personas a las que les gustó la novela durante la última semana saltó de 33 mil a 34 mil.

En **Estados Unidos**, la telenovela *Alguien te mira* fue analizada en su última semana de exhibición a partir de datos recogidos del fórum oficial de la serie y de la página en el Facebook. Durante el período de exhibición de la telenovela, se registraron 146 mil visitas en el fórum y 19 páginas con 542 discusiones y 2.646 respuestas fueron creadas. Durante la última semana el movimiento en el

fórum registró 27 discusiones y 97 respuestas. Ya en el Facebook la telenovela revela 17.233 fans, que en la última semana escribieron 1.642 comentarios.

En **México**, *Soy tu dueña* recibió 116 perfiles en el Facebook, que agruparon 140 mil fans. En el YouTube, 600 vídeos fueron postados, siendo que el capítulo final recibió 615 mil visitas con 75 comentarios.

En **Portugal**, *Espírito indomável* apuntó la existencia de un sitio oficial; cuatro páginas de grupo y uno perfil en el Facebook; una página en Twitter y tres blogs de fans. En el Facebook 2.179 personas “curtieron” la página, 2 mil eran amigas del perfil y 293 miembros del grupo. En el Twitter la telenovela poseía 23 seguidores. *Laços de sangue* presentó un sitio institucional y dos blogs. El análisis de los comentarios fue hecho sobre el sitio oficial de la telenovela *Laços de sangue* que alcanzó 154 comentarios de una audiencia adulta, participativa, de clase media.

En **Uruguay**, la serie *Porque te quiero así* recibió mayor interacción por parte de los usuarios a través del Facebook: 5 mil fans, aproximadamente, de los cuales el 72% es de mujeres, jóvenes de 18 a 24 años.

En **Venezuela**, la polémica generada por el embargo de la telenovela *El capo* fue investigada a través de comentarios en el Twitter (9.580 seguidores) y en diferentes páginas de grupo en el Facebook tales como: *El capo* (802 fans), *Venezuela quiere de vuelta a Rosario Tijeras* y *El capo* (1.886 fans).

La experiencia de recepción transmediática de Obitel provocó reflexiones sobre las dificultades encontradas en los escenarios de la transmediación. Los **Estados Unidos** listan el acceso restringido a los sitios oficiales de las telenovelas, sólo para suscriptores. En **Brasil**, la dificultad fue la de la falta de permiso por parte del productor de comentarios en el sitio oficial. Junto a **Brasil**, **Colombia** y **España** apuntaron a los sitios oficiales de las ficciones que no poseían registro del número de visitantes, a pesar de observar-

se un aumento continuo del número de visitantes, especialmente durante la exhibición de capítulos polémicos y de los últimos capítulos de las ficciones. **México** resaltó la dificultad e incerteza referentes a la franja etaria y sexo de los usuarios, y la problemática de rastrear otros locales de interacción de la audiencia (blogs, *wikis*, *microblogs*) que no estaban vinculados al sitio oficial de la telenovela. Esta también fue la dificultad encontrada por **Venezuela**, debido al embargo de espacios del productor en la internet hubo la necesidad de buscar la interacción de los usuarios en otros lugares, eligiendo otras redes aleatorias para la recolección de testimonios. En la mayoría de los países no ocurrió la relación tiempo de exhibición/mayor número de comentarios, siendo que éstos fueron generados a partir de temáticas polémicas o de carácter humorístico de las ficciones.

¿Una recepción abierta y creativa?

Se puede afirmar que cuando los fans/usuarios toman el control de los flujos de contenidos de las ficciones, la recepción transmediática adquiere *status* de una apropiación cultural (aunque mediada por plataformas de los productores), pues son los usuarios que, de forma más abierta, deciden usar las diversas plataformas para hablar de sus “gustos y desagradados” ficcionales. Sin embargo, si los usuarios no toman el control en la interacción, superando los meros “gustar” o “gustar”, no ocurre esa ganancia cualitativa imprescindible para una participación real.

El año 2010, caracterizado por el *boom* de redes sociales como Facebook y Twitter en los países iberoamericanos,¹⁰ determinó, en cierto sentido, las formas de intervención comercial y, por lo tanto, “cultural” mediante las cuales las televisoras iberoamericanas es-

10 En los países iberoamericanos existen 83 millones de usuarios del Facebook y 43 millones del Twitter. Disponible en: <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>> y <<http://www.socialbakers.com/twitter-statistics/>>. Acceso en: marzo 2011.

tán buscando “enredar” nuevamente en sus narrativas a las nuevas generaciones que, paulatinamente, han abandonado la inmovilidad provocada por la tradicional pantalla del televisor. Se debe, por eso, destacar que a partir de las interacciones que las propias audiencias tejen con las redes sociales es que las ficciones iberoamericanas están encontrando un nicho importante para extender su narrativa y generar en torno de ella una “interacción más horizontal” entre las personas que las verán y las consumirán.

En su mayoría, **los países de Obitel destacan que fue el Facebook** el lugar de mayor concentración y participación de la audiencia en torno a la ficción televisiva, pues la plataforma permite la creación de grupos en los cuales fácilmente los usuarios pueden encontrarse para comentar la telenovela, hacer *upload* de capítulos disponibles en el YouTube, tener informaciones o noticias respecto a la trama o simplemente para sentirse comprometido con una comunidad. Comunidad que es principalmente formada por jóvenes y que se concentró en torno a producciones dirigidas a la franja etaria infantil y juvenil (entre 13 y 24 años), como es el caso de **España y Argentina**.

Pero es necesario mencionar que otro tipo de ficción, pensada para un público de mayor edad también creó un eco importante en la red como sucedió con *Passione*, en **Brasil**, *Soy tu dueña* en **México**, *A corazón abierto* en **Colombia**, *Porque te quiero así* en **Uruguay** y *Valientes* de **Argentina**.

No obstante, como advierten **Argentina, Brasil, Ecuador, Colombia, España, México, Portugal y Uruguay** no son sólo el dinamismo y la manera horizontal de las interacciones de la audiencia en las redes que cambian en términos cualitativos su participación. La participación efectiva dependerá, además, como siempre, de las mediaciones que se establecen entre las diversas instancias e instituciones involucradas en los procesos de comunicación. Mediaciones que, en el caso de las ficciones televisivas iberoamericanas, adquieren contornos propios permeados por la fuerza de la matriz

melodramática que moviliza la recepción en torno de temas culturales, políticos y sociales.

La participación de usuarios en el Facebook se diluye, en su gran mayoría, en la opción “gustar” o “gustar”, herramienta que, en esa red social, funciona como una etiqueta simbólica que indica a los otros participantes que a un determinado usuario le gustó tal cosa, pero que no necesariamente se convierte en manifestación de gusto o participación activa. Ese comportamiento puede ser comprobado en esta exploración inicial en los países Obitel, cuando solamente un pequeño grupo de usuarios del Facebook alimentó de contenidos reales la interacción con una telenovela, mientras que el restante formó parte “inerte” de la estadística en la mayoría de los países. Sin embargo, hubo manifestaciones como, por ejemplo, en **España** en torno a *El internado*, con espacio destinado a críticas y reseñas escritas por los fans sobre la serie.

En el caso del Twitter, muchos usuarios indican/comentan lo que acontece en sus telenovelas o series favoritas a través de *tweets* sobre villanos y pares románticos, principalmente durante la última semana de exhibición de las tramas. Nuevamente, son pocos los que retroalimentan esa conversación *retwittando* o insiriendo *links* que agregarían valores a las conversaciones.

De modo general, fue posible identificar que la recepción transmediática presentó intensidades variables de interacción, desde la expresión de un comentario sobre la producción o los actores hasta el momento en que los consumidores se convierten también autores, creando otras narrativas a partir de las ficciones exhibidas. En términos generales, la principal crítica hecha por la mayor parte de los países fue que los comentarios dejados por los usuarios en las diferentes plataformas presentaron, en su mayoría, poca expresión creativa, siendo respuestas directas a las intervenciones de los productores como concursos, encuestas y *postages* oficiales, hasta inclusive la solicitud de informaciones respecto a otros temas, creando, por eso mismo, una conversación fragmentaria. Además,

la presencia constante de determinados temas de las ficciones en las redes sociales mostraron ampliación del proceso de reiteración y propagación de esos temas.

Sin embargo, la exploración empírica permitió aprehender la existencia de tal diversidad de acciones por parte de los espectadores en la red. Dentro de esa perspectiva, consideramos que algunos puntos merecen ser analizados, posteriormente, en una comparación metodológica más extensa. Entre ellos, se hizo posible notar:

- El criterio Top Ten para la elección de las ficciones televisivas expone o establece una identificación primaria entre la audiencia en la internet y las audiencias televisivas. Esa identificación mereció una mayor atención por parte de los investigadores, ya que no siempre los capítulos de mayor audiencia constituyeron el foco de las acciones transmediáticas en las redes sociales. El caso más ejemplar fue el de **Venezuela**, en que el estudio de caso en recepción transmediática focalizó la telenovela que había sido retirada del aire, viniendo de ahí la repercusión del asunto en la internet. Y, finalmente, ¿la equivalencia de las audiencias televisivas y en la internet no sería el motivo de encontrarse tantos datos en los diversos países de una audiencia caracterizada como “pasiva”?
- La conquista de la audiencia joven en las ficciones televisivas, por medio de los recursos de interacción ofrecidos por los productores en la red, fue un resultado importante apuntado por la investigación empírica. Esa tendencia, por lo tanto, merece ser mejor acompañada en investigaciones futuras, no sólo a través de la observación de los recursos ofrecidos por los productores, sino a través de una investigación que contemple entrevistas y directrices de las emisoras y de los departamentos de transmedios de las mismas.

- Un análisis más profundo y comparativo exige la explicitación de la metodología definida por las herramientas de asignaciones de redes digitales utilizadas por los investigadores que posibilitaron a cada país la extracción de los datos de la internet sobre los temas y las ficciones. A pesar de correrse el riesgo y culminar en una reflexión efímera (puesto que las herramientas de “credibilidad” y filtros se encontraban en constante actualización), el estudio permitiría compartir ese conocimiento y establecer criterios metodológicos en la investigación de recepción más precisos para los años siguientes en los países del ámbito Obitel.

En conclusión, lo que resta, es el comienzo de un trabajo de cartografía que debe continuar progresando en el monitoreo, buscando ampliar los dispositivos de análisis a fin de contribuir con la construcción de un abordaje teórico-metodológico cada vez más robusto con relación a la recepción transmediática.

4. El contexto audiovisual en los países Obitel

El papel que jugaron las telecomunicaciones en la definición de las políticas de comunicación en los países Obitel, fue el tema más relevante dentro del contexto que engloba la producción de ficción en Iberoamérica.

La multiplicación de los canales de comunicación y la necesidad de contar con nuevos marcos legislativos que garanticen tanto el derecho de visibilidad como el de participación de las audiencias, fueron temas recurrentes en las discusiones sociales y políticas que se generaron a consecuencia de la convergencia tecnológico-digital que está sucediendo, con mayor o menor fuerza, en todos los países que conforman este *Anuario*. No obstante, esta aparente apertura comunicativa, comandada por las nuevas tecnologías de la comunicación, también está siendo condicionada por dos factores importantes: el mercado y los gobiernos.

El primero de ellos, el mercado, se ha opuesto rotundamente a la implementación de nuevas políticas de comunicación que incidan directamente en la concentración de los mercados televisivos, por considerar que atentan contra la libertad mercantil, como son los casos de **Argentina** y **México**. Sin embargo, cuando las modificaciones legales en lugar de desfavorecer los intereses corporativos se acomodan a sus planes mercantiles existe una especie de “espaldarazo” o apoyo tácito que busca garantizar la legalidad de la hegemonía de la televisión privada, como sucede con **Chile** y **Colombia**, países que a pesar de su larga tradición en la televisión pública y/o universitaria, en años recientes han dejado pasar estos medios de carácter público a manos de industrias mediáticas transnacionales.

Ante este mismo panorama, los gobiernos han adoptado dos medidas, una netamente proteccionista, que intenta salvaguardar el dominio de la opinión pública, como pasa en **Venezuela** con la reciente aprobación de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos*; y otra, que con posiciones más abiertas y plurales busca darle poder a las audiencias frente a los contenidos mediáticos, tal y como se propone en **Uruguay** con la *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* o como sucede en **Brasil** con la revisión del *Código de Telecomunicaciones*, que data de 1962, y que en el 2010 se replanteó como proyecto legislativo con el objetivo de crear legislaciones sobre nuevos medios (principalmente internet) y tv Digital, así como fijar incentivos para la producción nacional y normas legales para la entrada de capital extranjero en el sistema de concesiones de radiodifusión.

En el caso de **Ecuador**, la *Ley de Comunicación*, aprobada en el 2008, ha resultado polémica debido a la polarización existente entre el gobierno y los sectores mediáticos. Lo cual ha dificultado la creación e instalación de un *Consejo de Regulación* destinado a garantizar la defensa de la libertad de expresión y evitar la injerencia gubernamental en los contenidos. Este mismo Consejo también intervendría en materia de responsabilidad ulterior sobre “los

contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios”.

Otro fenómeno presente en las políticas iberoamericanas de telecomunicaciones es, sin duda, el paso de la televisión analógica a la Televisión Digital Terrestre (TDT). En el 2010, **España**, **Portugal** y **Argentina** inauguraron la transmisión digital de sus señales televisivas, con sus marcadas diferencias por supuesto tanto de forma, contenido como momento específico. Todo un acontecimiento con múltiples significados en lo tecnológico, en lo mercantil, en lo político y en lo cultural que marcará una buen etapa ya desde hoy para el futuro.

En **Argentina**, el Estado puso en funcionamiento dos señales y repartió 350 mil decodificadores entre los sectores de más bajos ingresos. En **España** se trató de un apagón analógico, que vino a exacerbar la marcada competitividad presente en los últimos años entre las empresas mediáticas tanto estatales (TVE 1 y 2) como privadas (Tele5, La Cuatro, La Sexta y Antena 3). Todas están buscando la mejor manera de sacar provecho de la Web 2.0, lejos de confrontarse con ella. Lo sucedido en **Portugal** no sólo requirió correcciones legislativas, en materia de TDT, sino que también implicó un replanteamiento que colocó el tema como una prioridad nacional. A través de la *Entidade Reguladora da Comunicação* (ERC) se revocó el certificado de distribución de la señal de TDT a *PT Comunicações*, empresa líder en telecomunicaciones en este país, por pretender querer hacer de la TDT un servicio de paga.

Un efecto totalmente contrario sucedió en **México**, donde por Decreto Presidencial se anunció que el “apagón analógico” se adelantaría de la fecha prevista del 2021 para el año 2012. No obstante, la iniciativa fue rechazada ante diversas críticas que señalaban que ese Decreto no tenía base constitucional y que dicho plan favorecería aún más la concentración del mercado por parte de Televisa, empresa que ese mismo año perdió la licitación que la pondría como

el líder del emergente (así llamado) *Cuádruple Play* (telefonía fija y celular, internet y televisión digital).

Estados Unidos, en cambio, amplió y desarrolló la competencia del mercado de la televisión latina, proceso que se caracterizó por cuatro tendencias importantes: crecimiento, reestructuración, digitalización y diversificación. El principal motivo de estos cambios fue el crecimiento de la población latina, la que se prevé que para finales del 2011 alcance una cifra histórica de cerca de 50 millones de personas (Pew Hispanic, 2011). Esto, por consecuencia, está generando mayores ganancias publicitarias dado el incremento natural de las audiencias.

5. Lo más destacado del año en los países Obitel

Innovaciones e inercias en la producción de ficción

Argentina y Colombia se siguen afianzando como las grandes “fábricas de historias” latinoamericanas, tanto para el mercado audiovisual doméstico como para el exterior. Sin embargo, encontramos grandes diferencias entre ambas industrias. Para poder comprender la cantidad y la densidad de los contenidos en la televisión argentina se hace necesario primero explicar que se trata de una industria que se considera a sí misma “en crisis” y con una audiencia esquivada y escurridiza que acude al rito de mirar televisión en torno a dos programas: *Showmatch* y *Justo a tiempo*, productos que hacen gravitar el resto de la programación a su alrededor. Para decirlo en palabras de los autores del capítulo: “En términos generales puede considerarse que frente a una situación que es vivida como crítica, canales y productores intentan introducir novedades (en el relato o temáticas) que les permitan diferenciarse e interesar a audiencias masivas. Dentro de este contexto se quiebran algunas de las convenciones clásicas como la de un final feliz y edificante o se introducen cuestiones controversiales (homosexualidad, violencia de género) de un modo mucho más franco que en otros años. De estas

variantes la que resulta ampliamente exitosa es la que produce un *aggiornamento* de los modelos genéricos clásicos narrados a través de un estilo costumbrista y alejándose de las inclusiones de temas sociales bajo una perspectiva realista. Se desarrolla así una variante que se acerca más a la lógica del ámbito del entretenimiento con sus personajes arquetípicos, tendientes a la exageración de rasgos y sin un perfil psicológico con pretensiones realistas. Las propuestas que apelan a las formas más conocidas de los géneros pierden peso dentro del gusto del público”.

Mientras que en Argentina hay en la ficción cierta innovación temática, y se han asumido riesgos para transgredir el formato y el lenguaje que componen tradicionalmente las telenovelas, en **Colombia**, que es el otro “manantial” creativo de la ficción latinoamericana, aún no se atreven los productores a “traicionar” el formato. Al contrario, se ha replegado en las historias tradicionales sin que ello repercuta en su capacidad de exportación, como bien se puede dar cuenta en la presencia de telenovelas colombianas en gran parte de los países Obitel.

Al repasar la industria audiovisual en **España**, se puede afirmar que en este momento es la más evolucionada, diversificada, competitiva y rentable dentro del espacio iberoamericano. Sus cuotas de audiencia son muy altas y resaltan muchas diferencias con respecto al resto del espectro de países Obitel. Mientras que del lado latinoamericano del Atlántico pareciera que se gira sobre los mismos temas, sin arriesgar en términos de lenguaje en la telenovela, el producto de ficción más popular y emblemático del continente (salvo **Argentina**, como se ha mencionado líneas arriba) y se aprecia un “estancamiento” en cuanto a legislación de nuevas reglas del juego dentro de los medios de cara a la Televisión Digital Terrestre y su convergencia con la Web 2.0.

En **España** la producción de ficción se muestra robusta, muy creativa y en sintonía con los nuevos tiempos. En lo formal resalta como dentro de sus Top Ten, tanto los que ellos llaman “estatal” (es

decir, la televisión que se ve en toda la península, como en las televisiones autonómicas o televisión regional) absolutamente todos sus títulos son originales, escritos dentro de España y existe una clara tendencia por contar historias bajo el formato de la serie y la miniserie. Llama la atención el modo en el que las audiencias se enganchan a narrativas que hablan de épocas históricas, ya sean remotas (como en el caso de *Hispania* o *Águila roja*) o recientes (*La duquesa*, o *Felipe y Letizia*) e, igualmente, se destaca la producción que realizan las televisoras españolas para que las narrativas televisivas se extiendan a través de plataformas móviles como el celular o por medio de la internet.

Fenómeno que igualmente comienza a tomar importancia en **Brasil y Portugal**, pues cada vez más sus telenovelas se construyen con la intención de extender sus narrativas lo cual no sólo tiene implicaciones en los procesos de recepción de sus audiencias sino también en los procesos creativos de la producción de ficción nacional. En el caso de **Portugal**, estos cambios e innovaciones provocaron que la producción *Meu amor* ganara un Premio Emmy como la “Mejor Telenovela Internacional”.

En **Brasil**, se cumplieron en 2010 sesenta años de vida de la televisión en el país. Las telenovelas brasileñas se han destacado por su alta manufactura estética y narrativa, lo cual se incrementó con la inclusión y producción de nuevos formatos como: el *sitcom* y las miniseries, ambos más próximos a la industria televisiva norteamericana que a la iberoamericana. Esto ha conllevado una buena dosis de experimentación con formatos de ficción relativamente novedosos para la industria brasileña, y a la vez con estrategias de interacción con los usuarios en redes sociales.

Esta inclusión de nuevos formatos también se manifestó en **Uruguay**, país que adjudicó la recuperación de su industria nacional de ficción a las innovaciones temáticas de estos nuevos formatos. Producciones como *Porque te quiero así*, *Correr el riesgo* y *Charly en el aire 2* situaron nuevamente a la producción uruguaya dentro del

gusto de sus audiencias. Es para destacar el caso de *Charly en el aire* 2, programa que tuvo una segunda temporada por la fuerte interacción que sus seguidores tuvieron con ella a través de las redes sociales. Un efecto contrario fue el ocurrido en **Venezuela**, donde se tuvo que sacar del aire a las telenovelas colombianas *El capo* y *Rosario Tijeras* a pesar del gran apoyo que ambas producciones tuvieron en las redes sociales. El motivo de su salida se adjudicó a que ambas transmitían contenidos violentos relacionados al narcotráfico.

En cambio, el tema del crimen organizado significó un pilar narrativo importante para la ficción de **México**, pues el panorama de violencia social ocasionado por el combate al narcotráfico (emprendido por el gobierno) fue retomado por las telenovelas mexicanas con dos objetivos: legitimar las acciones gubernamentales y naturalizar el contexto de violencia generalizada. Pese a sus contenidos violentos ninguna telenovela salió del aire. Otro elemento a destacar en el contexto mexicano, es la intromisión abierta de las televisoras más importantes del país, Televisa y tv Azteca, en la política social. Ya que por medio de la coproducción *Iniciativa México* estas empresas buscaron erigirse como paladines sociales capaces de copar aquellos vacíos de poder que el gobierno ha abandonado. El programa, que es un *reality show* dominguero, consistió en el apoyo financiero y de visibilidad a la labor de organizaciones civiles mexicanas.

Un elemento significativo a destacar en países Obitel como **Ecuador** y **Uruguay** es el repunte de sus industrias de ficción, ya que éstos han pasado en el 2010 de ser importadores de telenovelas a productores de sus propios contenidos. **Ecuador**, incluso, colocó en su Top Ten cinco producciones nacionales que se ubicaron en *prime time*, desplazando de ese sitio a las telenovelas mexicanas, venezolanas, brasileñas y, más recientemente, colombianas. Este crecimiento de la industria de ficción se debe a que los productores ecuatorianos de ficción encontraron en el género humorístico una marca regional y de contenido. Títulos como *Rosita, la taxista* son un ejemplo característico del rumbo que pretende seguir la ficción ecuatoriana.

El mercado de ficción que más creció en 2010 fue el de **Estados Unidos**, pues las televisoras latinas Univision, Telefutura y Telemundo alcanzaron records históricos de audiencia con sus telenovelas *Soy tu dueña*, *El capo* y *¿Dónde está Elisa?*, respectivamente. Esto, a su vez, reditúo en el crecimiento empresarial de las cadenas latinas a un ritmo que sus homólogas estadounidenses dejaron de ver hace una década.

La resaca de los festejos bicentenarios en la región

El 2010 fue un año de celebraciones nacionales por el Bicentenario de la Independencia en cuatro de los países latinoamericanos participantes en Obitel, y en **México** además se conmemoraron los 100 años del inicio de la Revolución. Algunos productos de ficción dieron cuenta de ello, aunque con significativas variaciones e intencionalidades. En algunos países se produjeron y transmitieron series, donde se resalta más la épica de esas contiendas independentistas, como ha sido el caso de **Chile**, que generó cuatro títulos en diversos formatos para dar cuenta no sólo de momentos históricos del Bicentenario sino también para ahondar en su historia reciente relacionada con la dictadura militar que padeció en los años 1980, de ahí el nombre de su más destacado producto *Los 80: más que una moda*.

Mientras que en otros como **México**, el Estado parece haber alentado un reenganchamiento con la historia y las luchas de independencia eliminando las auras mágicas que las historias oficiales habían colocado a las figuras emblemáticas de la Independencia, y desnudar emocional e intelectualmente a esas mismas figuras, al presentar sus partes más humanas, más tristes y miserables. Toda su condición humana puesta en escena, quizá buscando desmitificar sus gestas heroicas. Pero además, se cuidaron mucho los discursos para favorecer la actual lucha por la nueva “independencia del yugo” del crimen organizado, como se pudo apreciar en la serie *Gritos de muerte y libertad*. El otro título mexicano generado en virtud del Bicentenario fue el de *Los Minondo*, producción hecha por la televi-

sión pública que pasó prácticamente desapercibida. **Colombia** sólo produjo un título (*La Pola*) que habla de una heroína nacional muy popular en ese país, sus niveles de recepción la colocaron como la segunda ficción más vista. El caso más dramático es **Argentina**, que no produjo ninguna telenovela o serie que tuviera como eje narrativo sus luchas de Independencia.

La abundancia de títulos de carácter histórico en **España** hace palidecer los intentos realizados en las Américas por realizar series o telenovelas históricas, justo en el año en el que **México, Chile, Colombia** y **Argentina** conmemoraron el inicio de sus luchas de Independencia de la corona española, lo cual no deja de ser inquietante. Existen otras “preocupaciones”; ese es el mensaje que los dueños de las empresas mediáticas parecen pretender lanzar a sus audiencias nacionales, como el caso de **México**, donde el 90% de las historias se ubican en el presente, y muchas de ellas se encuentran permeadas del discurso estatal de lucha contra el crimen, o validando discursos oficialistas con respecto a cómo deben ser “la familia”, las relaciones de pareja, el conducirse como ciudadano etc. Hablando de problemas de violencia, resulta digno de mencionar una vez más a **Colombia**, un país lastimado profundamente por una guerrilla y castigado en la escena internacional por sus vínculos con el narcotráfico. En este sentido, los escritores de ficción colombianos han encontrado la manera de extraer historias de ambos hechos, y hacerlo como ejercicios de exorcismo nacional y los televidentes responden positivamente a ello, lo cual, es un acontecimiento en sí mismo.

El 2010 fue el año que marcó un rumbo distinto para la televisión chilena. El Canal 13 de la emblemática Universidad Católica fue vendido en un 67% al grupo privado Luksic, mientras que Turner Broadcasting System se hizo de la señal Chilevisión. El gran interrogante para los chilenos es hacia dónde se dirigirá su industria en los tiempos venideros, una preocupación que no es de segundo término. De suyo, los industriales chilenos están decididos a recuperar la franja horaria de 20 horas, la estelar, donde tradicionalmen-

te se ha congregado la audiencia a mirar ficción nacional. Ahora mismo, el debate está centrado en **Chile** a partir de la irrupción de la paradigmática sitcom *Don diablo* en el sentido de si vale la pena hacer grandes inversiones para producir melodramas que ayuden a recuperar el horario vespertino, cuando justo esta serie de comedia vino a demostrar que la audiencia se puede conectar con productos “baratos” y aparentemente sencillos. No hubo quien arrasara en términos de índices de audiencia de escándalo en la televisión chilena, la competencia es claramente fuerte, por lo que desde las casas productoras se piensa y se repiensa la viabilidad de ciertos proyectos, justo cuando la telenovela no parece dar más de sí. Al parecer la apuesta se moverá en la dirección que indica el camino a la diversificación, tanto de géneros, como de productos y formatos.

6. Tema del año: La Calidad En La Ficción Televisiva

La calidad televisiva en general, y más aun aquella vinculada a la programación de ficción, es un tema polisémico, como se aprecia a lo largo de los reportes de los países Obitel, donde se destaca que la calidad de la ficción puede considerarse muchas cosas a la vez, ya que está enraizada en las particularidades de los modelos televisivos de cada país y responde a su historia, a sus tradiciones mediáticas, a su cultura televisiva y a sus expectativas sobre la televisión, cumplidas o no.

El debate mayor sobre calidad televisiva

Después de más de medio siglo de televisión, mucho se ha aprendido, transformado, avanzado y consolidado industrial, comercial y académicamente como para poder hablar con mayor certeza de calidad de cualquier programación, pero no es así. Lo cual lleva a constatar que el concepto de calidad es relativo y cambiante, y en él no sólo intervienen elementos objetivos, sino también subjetivos, ocasionales incluso, lo que convierte el objetivo de definir calidad en algo prácticamente

imposible. Más difícil aun cuando se reconoce que la televisión no es sólo lo que “está en la pantalla”, sino también lo que “está detrás de ella” y, sobre todo lo que “está al frente de ella” y a su “alrededor”.

A veces el ángulo desde el cual se considera la calidad radica en la producción misma, justo en eso que está detrás de la pantalla, ya sea en los factores técnicos puestos en juego en su manufactura industrial o en la importancia de su temática o en la adecuada selección de sus protagonistas o en la inversión financiera para su producción o en la exitosa combinación de todos estos factores. Otras veces la comprensión de calidad se despliega desde la relevancia y pertinencia o aun deseabilidad cultural, social o política intrínsecas de los contenidos narrativos, esto es desde lo que está “alrededor de la pantalla”. Otras más, la calidad se define a partir de su estética, colorido, simpatía, belleza de personajes, escenarios y paisajes, actuación, movimientos de cámara, resolución de imagen, iluminación, efectos técnicos etc., o sea desde lo que aparece “en pantalla”. Y, finalmente, otras veces la calidad es considerada desde lo que sucede al frente del televisor, ya que el juicio se basa sobre todo en el impacto que, la ficción en este caso, tiene en sus audiencias. Impacto medido de manera inmediata en *rating* y *share* de su visionado, registrado por las agencias conocidas que realizan estas mediciones, o de manera más mediata, aquel impacto estimado por las críticas o crónicas de prensa y memorias de la ficción volcadas en diversos medios de información.

No obstante la aclaración anterior, apreciamos una confusión congénita en el debate sobre calidad referido a la programación de ficción. Coincidimos con Buonanno (2004) cuando advierte que a veces se hace referencia a la “ficción de calidad” y otras a la “calidad en la ficción”, lo cual nos parece relevante tenerlo en cuenta para ir despejando este campo cargado de significados y subjetividad y abordar de manera más objetiva y sistemática el tema de la calidad.

Una “ficción de calidad” entonces, será la resultante del cumplimiento de una serie de elementos de calidad, más otros ingredientes

ocasionales, que escapan al recuento riguroso de la observación. En cambio la “calidad en la ficción” tiene aspectos más concretos y visibles, y es en todo caso lo que puede observarse para emitir juicios sobre ella, conseguirla, mantenerla, o mejorarla.

La mediación mercantil en la calidad televisiva de la ficción

Aunque no exista una comprensión más compartida de lo que es calidad en la ficción entre todos los que de una u otra manera estamos involucrados en ella, productores, emisores y audiencias, que la disfrutamos o la padecemos, se aprecia en las empresas televisivas una tendencia a la “auto referencialidad” de su programación como estrategia para remitirse a sus éxitos y apoyarse en esos logros y esa tradición y desde ahí proclamar y eventualmente convencer a sus audiencias de la alta calidad que conllevan sus productos (Tous, 2008).

La construcción de la marca tiene que ver con lo anterior. No sólo es un esfuerzo mercantil de moda en la mayoría de los productos, sino que en buena parte y por razones obvias, es un resultado que lleva tiempo, incluye trayectoria y un estilo distintivo, así como una serie de esfuerzos bien logrados y medidas publicitarias para difundirlos y afinar o redondear su grandiosidad.

Esencialmente, la calidad de lo audiovisual y en particular de los productos televisivos hoy en día, es una “relación altamente mediada por el mercado”, como menciona la investigadora mexicana Ortega (2010). Las variaciones y las distancias se manifiestan y se acortan o agrandan según casos específicos y momentos históricos concretos, y según se trate de medios privados o medios públicos, pero uno de los criterios más aceptados para evaluar la calidad es a partir de su éxito mercantil, esto es de su rentabilidad, la mayoría de las veces medida en audiencias. A veces se enfatiza más una “rentabilidad social” y otras veces una esencialmente mercantil.

Hay un debate a este respecto: de un lado, desde fuera de las empresas de televisión, se argumenta que la audiencia no necesariamente refleja calidad, sino otros elementos. Entre ellos la oportuni-

dad, la manufactura técnica, la inclusión de estrellas favoritas de las audiencias. Y tratándose de ficción, el horario de transmisión, abordajes que mezclan lo viejo y lo nuevo de manera reconocible, pero a la vez impactante y sorpresiva para los televidentes y mucha mercadotecnia (Orozco, 2011). Del otro lado, desde dentro de las empresas televisivas, se contra argumenta que es la rentabilidad mercantil lo principal, ya que se asume con respecto a la mayoría de los productos, que si ésta se logra es porque reunió suficientemente bien aquellos factores que constituyen un buen programa. La apuesta aquí finalmente es que el éxito mismo define sus condiciones y necesariamente conlleva calidad, ya que de no ser así, no se lograría. Esto, hay que explicitarlo, conlleva una lógica de éxito mercantil, que contrasta con otras lógicas de tipo social, cultural, axiológico e incluso estético desde las cuales también se debate la calidad de la ficción. En buena medida, el entendimiento de calidad hace referencia a su vez otros entendimientos, por ejemplo de éxito, de impacto o de logro de ciertos objetivos, que siempre son variables según se trate de uno u otro tipo de modelo económico que respalda la producción televisiva (Ortega, 2010).

Pensamos, a partir de los recuentos nacionales sobre calidad en la ficción vertidos en este *Anuario*, que hay dos grandes hemisferios desde donde evaluar la calidad: el mercantil y aquel que no persigue esos fines, pero que la tendencia es hacia una fusión de ambos. Los demás criterios de una u otra manera se supeditan a éstos o derivan de este primer posicionamiento. Se advierte que en las empresas televisivas se ha ido confeccionando una “receta del éxito” como en los casos de Rede Globo, Brasil y Televisa, México, por citar sólo los más hemisféricos, que funciona bien, pero también suele fallar. No hay entonces una “receta infalible” para conseguir la calidad, ni necesariamente el éxito, manifiesto en alta audiencia, se logra por la mejor calidad o mejor combinación de elementos de calidad.

Por otra parte, es necesario especificar la calidad en qué, o calidad de qué, ya que una producción televisiva conlleva varias dimen-

siones objeto de juicios cualitativos: contenido, tecnología, inversión realizada, estética, narrativa, producción, dirección, guión y relevancia social del contenido o tema etc. (Ellis, J. et al., 2010). Cada una de estas dimensiones tiene criterios de calidad. El punto de debate aquí es cuál es entonces la dimensión principal sobre la cual discutir la calidad. Y esto, como lo vemos en los informes nacionales aquí reportados, varía según otra serie de elementos históricos, políticos, económicos culturales propios de cada escenario nacional.

Con todo, hay avances significativos para una comprensión generalizada sobre calidad en la televisión y en la ficción en particular. Hoy sabemos más que nunca sobre calidad de la ficción, pero no lo sabemos todo al respecto.

Además de objetos en los que debe manifestarse la calidad, esto es, hacerse visible, Borges (2008) propone una serie de “14 funciones” a las que debe responder una producción televisiva que se precie de tener calidad y según sea la vinculación con cada una, será más o menos calificada. Entre estas funciones se encuentran la informativa, la educativa, la cultural, la de preservación de los derechos democráticos, la de identidad etc.

La metáfora que nos viene a la mente para tratar de ubicar la calidad de la ficción es esa esfera o pelota de varias capas sucesivas internas con movilidad independiente unas de otras, donde en cada una de ellas hay que tomar acuerdos, evaluar tradiciones, costumbres y a la vez expectativas, capacidades y destrezas de percepción también, pero que dada la complejidad difícilmente podrán ajustarse, y eso dificulta haciendo casi imposible hacer converger todas las capas de decisión y lograr concentrarlas para poder atravesarlas y llegar al fondo o al centro de la esfera.

Por otra parte, se puede cuestionar qué elementos hacen que cada dimensión sea de calidad. Por ejemplo, ¿qué hace que el contenido lo sea? Y las respuestas seguro que variarán, aunque quizá, advertimos, habrá consensos por lo menos temporales o parciales.

La calidad en las ficciones de los países Obitel

No obstante la discusión mayor y pese a la divergencia de situaciones, en los países Obitel se establecen diversas directrices que vinculan a la calidad, primero, con la programación de medios públicos (en contraposición con los comerciales) segundo, con la generación de contenidos educativos (versus los de entretenimiento) y tercero, con la estética visual y narrativa (más enraizada en el formato cinematográfico). Pero sobre todo se destaca en esta observación que para la mayoría de los países iberoamericanos, la calidad en los medios se mida a través de las políticas gubernamentales que se crean (en diversas etapas históricas) para definir lo que es y lo que significa la cultura (Hernández, 2008).

En la línea que vehicula la calidad con la programación de medios públicos frente a los contenidos comerciales se encuentran **México y Colombia**, países que señalan la falta de compromiso de las televisoras para ofrecer un servicio de *interés público*. Razón por la cual argumentan que debe ser a través de los medios públicos donde se recobre el sentido de responsabilidad que tanto hace falta ahora, ya que sus historias de ficción están tan cargadas de violencia y alegorías (a favor) de la cultura del narcotráfico. Por ello, quizá, desde la visión mexicana tiende a promoverse que la calidad televisiva es directamente proporcional a la función educativa o la promoción de la “alta cultura” dentro de la programación, como cine de arte o de autor, bellas artes, entrevistas a personajes.

En **Estados Unidos** también se destaca la calidad de la programación vinculada al *interés público* desde los orígenes del sistema televisivo en los años 1950, pero a diferencia de lo que se entendió por este tipo de “interés” en otros países latinos, en el país del norte se ha entendido más bien como el fluir del “libre mercado de las ideas”.

Asimismo, se van consolidando ciertos modelos percibidos como de alta calidad en la ficción. Como sucede con el “estándar de calidad” de la programación educativa de la BBC de Londres, que co-

mo bien se señala en el capítulo de **Portugal**, se ha convertido en el modelo a seguir en la producción de televisión en Europa. Este mismo efecto de modelaje sucede con las producciones de ficción de TV Globo en **Brasil**, ya que desde hace algunos años sus telenovelas y series se han convertido en un ejemplo de “calidad” para el resto de las industrias de ficción en Iberoamérica.

La calidad en las ficciones de TV Globo no está peleada con la audiencia; al contrario, gran parte de su éxito narrativo y estético se debe a que “asumen una narrativa nacional” que abriga la cotidianidad social alimentando el “repertorio común” que hace que los televidentes se reconozcan a través de sus narrativas (Lopes, 2011). Todo bajo el cuidado minucioso de los aspectos técnicos, estéticos y dramáticos, como se ejemplifican en el capítulo de **Brasil** y en el análisis que ahí se realiza de la telenovela *Passione*.

En esta misma tesitura, en **Chile**, su análisis de la serie *Los 80*, precisa que “la calidad televisiva” no está peleada ni con el entretenimiento ni con los niveles de audiencia. Lo cual tampoco recae en el axioma “audiencia igual a calidad”, como se ha querido vender desde el *marketing* televisivo. Al contrario, la calidad aquí se sitúa en la capacidad de la narrativa para generar empatía con la audiencia a través de la construcción de una identificación cultural, misma que se logra si se “conjunta una mayor inversión en talento” para bajar las incertidumbres. Es decir, la calidad para las ficciones chilenas, indudablemente, está vinculada a una fuerte inversión monetaria que garantiza la calidad de la producción.

Tal y como se aprecia en **España, Uruguay y Venezuela**, donde se considera que un elemento central para apreciar la calidad de un producto ficcional tiene que ver con su constitución estética manifiesta, no sólo por la calidad de la imagen (grabada en formato de cine en alta definición) o por la complejidad narrativo-temática de la ficción sino también por la calidad escénica de sus actores. Características todas que bien pueden elevar o garantizar la calidad de una ficción cuando se acompañan de premios naciona-

les o internacionales, tal y como sucedió con la telenovela portuguesa *Meu amor*, ganadora del Emmy a mejor telenovela internacional. Los Premios también son sinónimo de calidad para la industria de la ficción y sus audiencias.

Dos países que escapan de las directrices generales desde las cuales se aprecia la calidad de la ficción en Iberoamérica son **Argentina** y **España**, ya que ambos países agregan a la noción de calidad otros elementos como la “capacidad social” de la ficción y la posibilidad de “extensión mediática” de sus narrativas. Ambas conectadas con un entendimiento de calidad entendido como ese potencial de la ficción de ir más allá de las pantallas.

En **Argentina** se ancla la calidad de su ficción a la capacidad que tiene “para crear representaciones sociales de gran arraigo y posibilitar la interpretación de formas narrativas complejas” que están directamente relacionadas con la manera en que la ficción destaca, apoya u obvia temas de interés político-social.

En contraparte, en **España** se coloca la calidad de la ficción en relación a la capacidad transmedial que ésta pueda generar para extender sus contenidos narrativos a otras pantallas. Con lo cual la ficción iberoamericana, al igual que como lo hacen sus homónimas americanas, podría convertirse en un futuro en el punto de partida para la construcción de narrativas transmediáticas.

Ecuador vincula el tema de la calidad al poco desarrollo de las artes audiovisuales en este país, pues sin contar con elementos estéticos mínimos, la televisión ha adoptado una “maquila audiovisual” impuesta únicamente por factores mercantiles, lo cual hace confundir o parecer que la calidad televisiva es sinónimo de audiencia. Sin embargo, se destaca que la creatividad narrativa debe colocarse como un elemento de calidad básico, pues esto en el 2010 provocó que su industria por primera vez colocara cinco títulos entre los diez más vistos del año.

Todas estas propuestas abren un nuevo panorama para entender que la calidad de la ficción ya no estriba únicamente en la estética

visual, en la propuesta educativa o en la labor de los medios públicos, sino también en la responsabilidad que pasa por sus representaciones político-sociales e, igualmente, por la capacidad que le brinda su doble lógica comercial y simbólica para potencializar la participación de sus audiencias a través de diversas plataformas mediáticas y discursos en múltiples direccionalidades.

La calidad por venir en la ficción televisiva

Con una perspectiva pragmática, es posible visualizar al menos un par de elementos que serán indispensables para definir la calidad en la ficción del futuro. Uno de ellos es su **factura técnica**. Que tiene que ver más que nada con la calidad en su producción. Pero no sólo atendiendo a una alta definición de su imagen, y otros elementos ya conocidos, sino a la confección de narrativas audiovisuales cada vez “más transparentes”, que puedan ser adaptadas a cualquier pantalla y disfrutarse desde ahí por sus usuarios. Esto conlleva cambios desde en la iluminación de los estudios o *plateaux* de producción televisiva para que la dimensión digital florezca en todo su esplendor, hasta movimientos de cámara y encuadres, que permitan al televidente no perderse en detalles o lejanías de tomas generales, sino ir al punto, ver los rostros, las expresiones al máximo posible. Gozar el drama en plenitud en cualquier tamaño y condición de la pantalla o dispositivo con el que interactúa.

El otro elemento donde se podrá ver la realidad es en su capacidad de convocatoria e inspiración para múltiples interacciones con sus audiencias. La nueva ficción de calidad tendrá que provocar la interactividad y participación para permitir su deconstrucción por parte de todos los involucrados. Esto tiene que ver sobre todo, con la capacidad de “interpelación de sus audiencias” que se logre desde las narrativas de ficción (Orozco, 2011b).

Por interpelación no se hace referencia solamente al modo en que se hable al televidente sino a los modos de implicarlo en la propia narrativa y sobre todo a la manera de contarle la trama, de crear

el suspenso y el drama y de vincular a ellos en la dimensión emocional elementos del contexto sociopolítico y cultural significativos.

En el capítulo de **Estados Unidos** se hace referencia explícita a este punto entre la convocatoria de la producción y el involucramiento de la audiencia. Lo que ahí se denomina “complejidad narrativa” término retomado de Jason Mittell por Michael Kackman (2010) como un modelo, que le da al espectador un rol más importante en la definición de la calidad con la propuesta del concepto de audiencias y complejidad cultural. Como enfatiza Piñón (2011), se argumenta que las operaciones estéticas, resultado de una estructura compleja narrativa, son también innegablemente parte de la “estetización de las prácticas creativas de la recepción cultural”. Así, el placer que las audiencias experimentan ante estas narrativas no es una operación estética, es una operación cultural. Es así que la habilidad de identificar una narrativa compleja es un acto de reconocimiento. Y quizá la condición para ello sea lo que Straubhaar (1991) denomina “proximidad cultural”.

El reconocimiento de la audiencia hacia el drama de las ficciones debe lograrse de manera integral, para que éstas se inspiren y comiencen a recrear, “rumiar”, dialogar y eventualmente problematizar y contra producir sus propias ficciones. Supone por parte de la ficción lograr esa empatía entre la narrativa y los televidentes, lo cual es un tema de manejo de equilibrios, viejos y nuevos entre la verosimilitud y la fantasía, entre modelos blandos de telenovela al estilo mexicano y modelos duros, al estilo brasileño. De todos estos elementos y sus equilibrios seguirá dependiendo el éxito o el fracaso de una ficción y el involucramiento simbólico, pasivo o activo de sus audiencias.

Referencias bibliográficas

- ANDREJEVIC, MARK. “Watching Television without Pity: The Productivity of Online Fans”. *Television & New Media*, 9(1): 24-46, 2008.

- BORGES, G. "Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica". *Revista Comunicação Audiovisual da Intercom*, São Paulo, vol. 1, n. 1, 2008.
- BORGES, G. Y REIA-BAPTISTA, V. (Coords.). *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte Editor, 2008.
- BUONANNO, M. "La qualità della fiction. Dal prodotto all'ambiente produttivo". In Buonanno, Milly. (Org.). *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction tv*. Napoli: Liguori Editor, 2004.
- CANNITO, NEWTON. *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus Editor, 2010.
- CASTELLS, MANUEL. *Communication power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- COSTELLO, V. Y MOORE, B. "Cultural outlaws: an examination of audience activity and online television fandom". *Television & New Media*, 8(2): 124-143, 2007.
- ECO, UMBERTO. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras Editor, 1997.
- ELLIS, J. et al. "Esigere (e valutare) una tv di qualità". *Vita e Pensiero*, n. 2. Milano: Università Cattolica del Sacro Cuore, 2010. Traducción al español: Alejandro Huizar.
- GRAY, J., C. SANDVOSS Y C. L. HARRINGTON. "Why study fans?". In J. Gray, C. Sandvoss y C. L. Harrington (Eds.). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: New York University Press, 2007.
- HERNÁNDEZ, F. "A programação da televisão mexicana: entre o lucro e o interesse público". In Borges, G. y Reia-Baptista, V. (Coords.), *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte Editor, 2008.
- JENKINS, HENRY. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph Editor, 2008.

- KACKMAN, MICHAEL. "Quality Television, Melodrama, and Cultural Complexity". *FlowTV*, 2010. Disponible en: <<http://flowtv.org/2010/03/flow-favorites>>.
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS. *Ofício de cartógrafo – travessias latino-americanas da comunicação e da cultura*. São Paulo: Loyola Editor, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: ufrj Editor, 2001.
- OROZCO, G. (a) "Entre espectáculo, mercado y política: la telenovela mexicana en más de cinco décadas". In Ibope et al. México: Ibope agb, 2011. (en prensa).
- OROZCO, G. (b) "Desafíos de la participación de las audiencias en sus interacciones con las pantallas. Una propuesta de educomunicación". In Aparici, R. (Coord.). *Educación y cultura digital*. España: uned, 2011. (en prensa).
- ORTEGA, P. "Comunicación y calidad. Una relación mediada por el mercado". In Andión, M., McPhail, F. y Ortega, P. (Coords.). *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternatividad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Miguel Ángel Porrúa, Editors, 2010. ic Center. Country of origin profiles. Pew Hispanic Research Center. Disponible en: <<http://pewhispanic.org/data/origins/>>. Acceso el: 5 de enero de 2011.
- PIÑÓN, JUAN. "The growth, restructuring, digitalization and diversification of Hispanic television". In Vassallo de Lopes, M. I. y Orozco, G. (Eds.). *Obitel Yearbook 2011. Quality in television fiction and audiences' transmedia interactions*. São Paulo: Globo Editor, 2011.
- STRAUBHAAR, J. "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity". *Critical Studies in Mass Communication* 8, 1991.
- TOUS, A. "El surgimiento de un nuevo imaginario en la ficción televisiva de calidad". *Quaderns del CAC* 31-32. Barcelona: cac, 2008.
- VASSALLO DE LOPES, M. I. "Telenovela as a communicative resource". *MATRIZES*, vol. 3, n. 1, 2009. Disponible en: <http://www.matrizes.usp.br/ojs/index.php/matrizes/article/view/79/pdf_84>.

SEGUNDA PARTE

LA FICCIÓN EN LOS PAISES OBITEL

1.

ARGENTINA: LA FICCIÓN PIERDE ESPACIO Y UN ESTILO DOMINA

Gustavo Aprea y Mónica Kirchheimer¹

1.1. El contexto audiovisual

La televisión abierta argentina

En la República Argentina desde 1990 existen cinco cadenas de televisión abierta, todas ellas con sede en la ciudad de Buenos Aires. Cuatro son de gestión privada y una pública. Todas ellas están radicadas en la ciudad de Buenos Aires.

Tabla 1. Cadenas nacionales de televisión abierta en el país

| Cadenas Privadas (4) | Cadenas Públicas (1) |
|--------------------------|----------------------|
| América 2 | |
| Canal 9 | |
| Telefé | |
| El Trece | |
| | Televisión Pública |
| Total Cadenas = 5 | |

Fuente: Obitel Argentina

1 Colaboró en la preparación de este capítulo María Victoria Bourdieu.

El año 2010 marcó una innovación dentro del marco del sistema televisivo argentino con la aparición de la Televisión Digital Terrestre. De acuerdo a lo planificado el estado nacional puso en funcionamiento una señal infantil e inauguró otra para la transmisión de filmes y programas ficcionales.² Al mismo tiempo que repartió 350 mil decodificadores en sectores de bajos recursos. Más allá de estas innovaciones tanto la televisión abierta como la de cable persisten con la estructura de los años anteriores. Las señales de tv abierta se desarrollan del mismo modo. Tanto sus propietarios como sus sistemas de producción continúan como en años anteriores.

Detractores e impulsores de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual reglamentada en septiembre de 2009 previeron una serie de transformaciones que aún no se produjeron. La aplicación del nuevo instrumento legal está trabada en varios aspectos. Por una parte, las acciones judiciales interpuestas por quienes se oponen a ella – una parte significativa de los actuales permisionarios de los medios – retrasan su aplicación plena. Por otra, los mismos medios que se oponen mediante recursos legales son reticentes en la aplicación de otros aspectos a los que no cuestionan jurídicamente.

En este contexto trabajan las cinco cadenas. Tres de ellas cubren el mayor espectro dentro del país (Televisión Pública, El Trece, Telefé) y otras dos (América 2 y Canal 9) tienen una difusión mucho menor a través de la televisión abierta aunque pueden ser vistas por cable. La Televisión Pública, aunque es la que cuenta con mayor cobertura territorial (295 repetidoras que llegan al 99,5% del país), está muy alejada de las principales cadenas privadas en cuanto a calidad de audiencia, al menos en los grandes centros urbanos. Las otras dos señales con alcance nacional son los dos canales que encabezan la audiencia: El Trece y Telefé. Ambas llegan a todas las provincias a través de las principales emisoras comerciales locales.

2 La señal infantil es *Paka Paka* que continúa una experiencia comenzada en el canal educativo *Encuentro* y el canal de cine y ficción se organiza en conjunto con el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales.

La Televisión Pública forma parte de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, que es una empresa pública que administra los medios de comunicación de propiedad estatal: la agencia de noticias Telam, Radio Nacional, Radiodifusión Argentina al Exterior, Canal 7, la señal de cable Encuentro, la de la Televisión Digital Terrestre Paka Paka. El sistema de medios público está dirigido desde el 2008 por el cineasta Tristán Bauer. América 2 forma parte del grupo América Medios que pertenece al empresario y político Francisco de Narvaéz y al grupo Uno de Daniel Vila, propietario de varios medios gráficos y audiovisuales en el interior del país. Canal 9 está integrado al grupo Albavisión del mexicano Ángel González. Por su parte, Telefé es propiedad de Telefónica de Argentina, subsidiaria de la empresa española del mismo nombre. En Argentina el grupo desarrolla actividades en telefonía fija y móvil, internet y posee varios canales de televisión en el interior del país. Luego de diez años, Sergio Villarruel y Bernarda Llorente abandonaron la dirección de programación de esta cadena que fue asumida durante 2010 por Marisa Badía. El Trece está bajo la explotación de la empresa Artear que está integrada en el conglomerado conocido como grupo Clarín. Este *holding* es propietario de diarios, una agencia de noticias (DyN), canales de televisión, la cadena de cable más importante del país, una empresa de tv digital, productoras cinematográficas y televisivas, es socia en la única fábrica de papel de diarios y una importante cantidad de empresas al margen de la comunicación masiva.

Desde 2008 mantiene un fuerte enfrentamiento con el gobierno nacional de múltiples consecuencias pero, hasta el momento, esto no ha tenido demasiadas influencias en la producción ficcional. Desde el año 2001 el gerente de producción es Adrián Suar, copropietario de Pol-ka, la productora que generó los programas de ficción más exitosos de El Trece durante el 2010.

La orientación general y la envergadura de los canales diseñan su posicionamiento y determinan las políticas de exhibición que ca-

da emisora adopta. Las dos cadenas de mayor audiencia (El Trece y Telefé) ofrecen una programación de tipo generalista pero la ficción juega un rol diferenciado en cada caso. A su vez, las otras dos señales privadas tienden a la especialización. América 2 presenta variaciones dentro del campo de la información y Canal 9 combina la ficción con la información. En este sentido las propuestas de estos canales sufren transformaciones con respecto a las de años anteriores. América 2 prácticamente elimina la ficción producida por los países iberoamericanos durante 2010, sólo presenta una reposición nacional en su pantalla y no produce ningún estreno ficcional. Mientras tanto Canal 9 mantiene casi inalterados los estrenos de ficción (22, uno menos que en 2009) pero avanza en el espacio dedicado a la información. Por su parte, la Televisión Pública conserva la política de mantener parte de los horarios *prime time* dedicados a la ficción inaugurada en 2009 y sostiene la continuidad para la producción nacional.

El Trece organiza su programación en torno a su gran éxito desde 2006, *Showmatch*.³ La ficción televisiva ocupa el lugar de principal complemento del suceso ineludible. Por esta razón el número de estrenos es acotado (sólo seis) y únicamente de producción nacional. Pese a la cantidad escasa los programas ocupan lugares clave que le permiten acceder a muy buenos niveles de audiencia, aunque no se llega a las cifras conseguidas por éxito de *Valientes* en 2009. Telefé dedica proporcionalmente más tiempo de su programación a la ficción iberoamericana: 14 estrenos, siete nacionales y siete extranjeros. Dentro de la barra de programación de Telefé este tipo de ficción resulta un componente fundamental durante el 2010. Sin embargo, los proyectos planteados para competir en los horarios cen-

3 *Showmatch*, producido y conducido por Marcelo Tinelli, lidera las audiencias en el campo del entretenimiento desde 1989. A lo largo de los años adoptó diversos formatos en los que tiene como línea de continuidad la utilización de un sentido del humor reconocible con claridad. Desde que ingresó a El Trece triunfa con las variantes *Bailando*, *Cantando o Patinado por un sueño*.

trales y algunos de la tarde no alcanzan las cotas de audiencia esperadas. Parte de la abundancia de títulos se relaciona con la inestabilidad generada por el incumplimiento de las expectativas previas y un cambio notable en política de mantenimiento de la programación. Como agravante a esta situación es necesario agregar que en el 2010 Telefé pierde por primera vez en 19 años su liderazgo en el total en el promedio anual de la programación: 10,1 % para El Trece versus 9,9 % para Telefé.

Canal 9 continúa otorgándole el espacio mayoritario de su programación a las ficciones de origen iberoamericano y excluyendo la producción local. A diferencia de otras cadenas los costos y los riesgos de la emisión de telenovelas (el formato excluyente dentro de esta señal) son amortizados por la exhibición de los productos en distintos países en los que Albavisión tiene emisoras. Las ficciones no constituyen grandes éxitos pero se mantienen dentro del promedio de audiencia del canal y cubren muchas horas de programación. En cuanto a la Televisión Pública, ésta mantiene durante la mayor parte del año un lugar destacado⁴ para las dos ficciones locales, alguna de las dos miniseries brasileñas o una serie española, consolidando el espacio de una ficción que apuesta a la originalidad y calidad.

En cuanto a la forma en que se integra la producción local con las cadenas televisivas sigue el sistema por el que las productoras son instancias independientes de los canales. Aunque, en algunos casos, como Pol-ka o Telefé Contenidos, existe una relación más que evidente entre las productoras y los canales que emiten sus productos. Más allá de estos ejemplos continúan desarrollando su labor productoras independientes (Undergroud, Cris Morena Group, On TV, Rosstoc) que asociadas a los canales o a productores extran-

4 La posición en el *prime time* de estas ficciones se supedita a los horarios siempre cambiantes en la barra de programación del canal estatal en la que tiene prioridad las transmisiones de fútbol y el programa insignia de la emisora 6, 7, 8 que está dedicado a la discusión política y la crítica de medios, especialmente los ligados al grupo Clarín.

jeros generan programas de alto grado de especialización o innovación. Además de estas casas especializadas en ficción aparecen productoras que son reconocidas en otras áreas como Ideas del Sur (*Showmatch*), Endemol Argentina (*Gran Hermano*), TYC (transmisiones deportivas), entre otras. Dentro de este panorama vale la pena señalar la quiebra de una de ellas, Rosstoc, y la aparición de una nueva On tv-Llorente & Villarruel Contenidos, con la que los exitosos directores de programación de Telefé inician su actividad como productores independientes.

La ficción televisiva más allá de la televisión abierta

Los canales de cable argentinos dedicados al tema no dejan espacios para estrenos de ficciones televisivas iberoamericanas. En algunos ligados al grupo Clarín (*Volver y Magazine*) se ponen al aire repeticiones tanto de la producción local como de la importada. A diferencia de otros años, en 2010 no surgen emprendimientos creados específicamente para el cable. Pese al crecimiento de la internet no abundan las producciones ficcionales para este espacio como expansión de las televisivas. El caso más destacable en el año es el de *La pareja del mundial*, que El Trece emite durante la tanda publicitaria en época del torneo internacional de fútbol, se trata de una escena cuyo desenlace debe buscarse en la red.

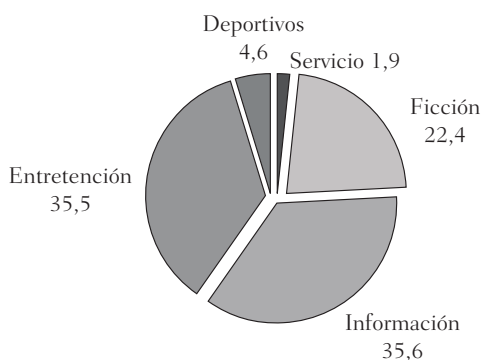
Por su parte el sistema de medios públicos se involucra en la producción del telefilme histórico *Belgrano – La película*, como parte de los festejos del Bicentenario de la Independencia. El filme se estrena el 27 de noviembre de 2010 en el Monumento a la Bandera de Rosario y es exhibido en diversos espacios públicos del interior del país antes de su presentación televisiva. A su vez, se difunden los resultados de un concurso realizado junto con el Incaa para la realización de 30 series televisivas a realizarse en el 2011 en el marco de la nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

*Performance general: géneros, niveles de encendido y publicidad***Tabla 2. Géneros ofertados por la tv**

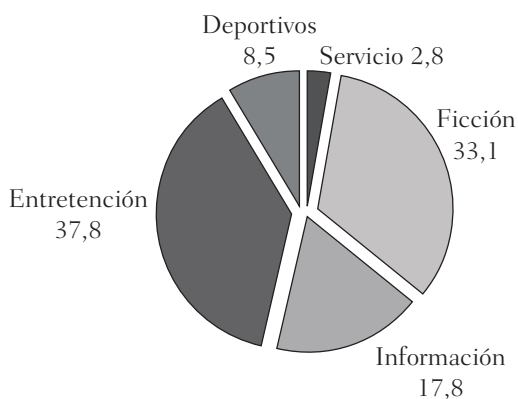
| Género | Duración (%) | Rating hogares |
|----------------------|--------------|----------------|
| Ficción | 22,4 | 24,5 |
| Comedia | 1,9 | 7,8 |
| Filmes | 8,5 | 3,6 |
| Miniserie | 0,1 | 1,1 |
| Telenovela | 6,3 | 6,3 |
| Serie | 5,7 | 5,6 |
| Información | 35,6 | 13,2 |
| Cultural | 1,2 | 1,0 |
| Documental | 0,1 | 0,9 |
| Evento | 3,7 | 1,4 |
| Noticias | 16,8 | 5,4 |
| Periodístico | 13,9 | 4,5 |
| Entretenición | 35,5 | 28,0 |
| Entretenimiento | 6,9 | 6,4 |
| Humorístico | 1,7 | 14,6 |
| Infantil | 5,3 | 2,7 |
| Musical | 1,5 | 2,1 |
| Variedad | 20,0 | 2,2 |
| Deportivo | 4,6 | 6,3 |
| Deportivo | 4,6 | 6,3 |
| Servicio | 1,9 | 2,1 |
| Femenino | 0,6 | 0,9 |
| Religioso | 1,3 | 0,8 |
| Solidario | 0,0 | 0,4 |

Fuente: Obitel Argentina – Ibope Argentina

Programación%



Rating Hogares%

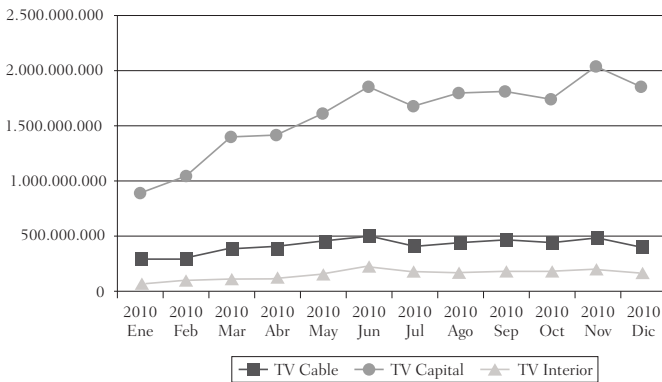


La distribución de los géneros televisivos en la barra de programación comparada con la de años anteriores sufre algunos cambios que afectan negativamente el campo de la ficción. La proporción de horas en pantalla descende del 26,7 % en 2009 al 22,4% en 2010. La mayor parte de este porcentaje de horas de emisión se traslada a los programas deportivos (es el año de los mundiales de fútbol, hoc-

key femenino y baloncesto, y se transmiten todo el año por aire los partidos del campeonato local) y el resto es ocupado por el espacio siempre en crecimiento de la entretenición. En este contexto, el porcentaje de participación dentro de los niveles de audiencia se reduce en favor de la entretenición y el deporte. Pasa del 35,4% del *rating* en 2009 al 24,5 % en 2010.

En el plano de las inversiones publicitarias se produce un aumento importante (el 28,10%) con respecto al año 2009 y la televisión abierta sigue siendo el principal vehículo para su canalización. Más allá de la presencia de eventos especiales como el Campeonato Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010 se mantiene el crecimiento de la inversión publicitaria durante la segunda parte del año. La situación genera una fuerte puja – especialmente entre los dos canales líderes – por capturar una porción mayor de la torta publicitaria. Este hecho genera una inestabilidad notable dentro de la programación y una apuesta mayor al espacio de la entretenición que es más barato, fácil de reemplazar y menos riesgoso que el de la ficción.

Evolución anual de la inversión publicitaria por tipo de vehículo%



Caída de la oferta

TABLA 4. Total de ficción de estreno en 2010

| Ficción | Títulos | % | Capítulos/ Episodios | % | Horas | % |
|--|-----------|------------|-------------------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional * | 15 | 31,3 | 1.173 | 33,8 | 1.034:48:30 | 33,6 |
| Iberoamericana | 33 | 68,7 | 2.296 | 66,2 | 2.048:11:00 | 66,4 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 24 | 50,0 | 1.633 | 71,1 | 1.455:53:00 | 71,1 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| EE.UU. (producción hispana) | 2 | 4,2 | 185 | 8,1 | 125:55:00 | 6,1 |
| Ibérica | 2 | 4,2 | 285 | 12,4 | 300:11:00 | 14,7 |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | 5 | 10,4 | 193 | 8,4 | 166:12:00 | 8,1 |
| Total | 48 | 100 | 3.469 | 100 | 3.082:59:30 | 100 |

Fuente: Obitel Argentina – Ibope Argentina

TABLA 5. Ficción de estreno exhibida en cada país

| País | Títulos | % | Capítulos/ Episodios | % | Horas | % |
|---|-----------|------------|-------------------------|------------|--------------------|------------|
| Brasil | 8 | 16,6 | 510 | 14,7 | 397:14:00 | 12,9 |
| Argentina | 15 | 31,3 | 1.173 | 33,8 | 1.034:48:30 | 33,6 |
| Chile | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Colombia | 6 | 12,5 | 409 | 11,8 | 291:22:00 | 9,4 |
| Ecuador | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| España | 2 | 4,2 | 285 | 8,2 | 300:11:00 | 9,7 |
| EE.UU. (producción hispana) | 2 | 4,2 | 185 | 5,3 | 125:55:00 | 4,1 |
| México | 10 | 20,8 | 714 | 20,6 | 767:17:00 | 24,9 |
| Portugal | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Uruguay | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Venezuela | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | 5 | 10,4 | 193 | 5,6 | 166:12:00 | 5,4 |
| Total | 48 | 100 | 3.469 | 100 | 3.082:59:30 | 100 |

Fuente: Obitel Argentina – Ibope Argentina

Durante el año 2010 se produce en la televisión argentina un descenso visible del número de las ficciones iberoamericanas (cinco estrenos menos) y notable en el caso de las nacionales (nueve menos) con respecto al 2009. Continúa la tendencia a la baja de la producción nacional así como el incremento de espacio de pantalla de la ficción iberoamericana. A diferencia de 2009 en que los títulos iberoamericanos superaban a los argentinos por un margen reducido (seis títulos), en 2010 esta distancia se agranda (19 títulos). No obstante, la cantidad de capítulos y tiempo en pantalla mantiene una proporción similar a la de años anteriores.

En cuanto al origen de los estrenos iberoamericanos, no se observan grandes diferencias de un año a otro con la excepción de un aumento importante en las coproducciones que pasan de tres a seis, incluyendo una coproducción argentino-mexicana.

TABLA 6. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franja horaria

| Franjas horarias | Nacionales | | | | Iberoamericanos | | | | Total | | | |
|----------------------------|------------|------|-------------|------|-----------------|------|-------------|------|-------|------|-------------|------|
| | C/E | % | H | % | C/E | % | H | % | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 0 | 0 | 0 | 0 | 449 | 19,5 | 334:47:30 | 16,3 | 449 | 12,9 | 334:47:30 | 10,9 |
| Tarde (12:00h-21:00h) | 475 | 40,5 | 360:53:00 | 34,9 | 1.431 | 62,3 | 1.386:21:00 | 67,7 | 1.906 | 54,9 | 1.747:14:00 | 56,7 |
| Prime time (21:00h-24:00h) | 698 | 59,5 | 673:55:30 | 65,1 | 406 | 17,7 | 316:56:30 | 15,5 | 1.104 | 31,8 | 990:52:00 | 32,1 |
| Noche (00:00h-6:00h) | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 0,5 | 10:06:00 | 0,5 | 10 | 0,4 | 10:06:00 | 0,3 |
| Total | 1.173 | 100 | 1.034:48:30 | 100 | 2.296 | 100 | 2.048:11:00 | 100 | 3.469 | 100 | 3.082:59:30 | 100 |

Fuente: Obitel Argentina – Ibope Argentina

TABLA 7. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Formatos | Nacionales | | | | | Iberoamericanos | | | | | | |
|----------------------------------|------------|------|----------------------|------|-------------|-----------------|---------|------|----------------------|------|-------------|------|
| | Títulos | % | Capítulos /Episodios | % | Horas | % | Títulos | % | Capítulos /Episodios | % | Horas | % |
| Telenovela | 6 | 40 | 427 | 36,4 | 391:47:30 | 37,9 | 29 | 87,9 | 1.996 | 87 | 1.732:48:00 | 84,6 |
| Serie | 2 | 13,3 | 126 | 10,8 | 128:15:30 | 12,4 | 1 | 3,0 | 242 | 10,6 | 233:14:00 | 11,4 |
| Miniserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6,1 | 15 | 0,6 | 15:12:00 | 0,7 |
| Telefilme/tv movie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| Comedia | 7 | 46,7 | 620 | 52,8 | 514:45:30 | 49,7 | 1 | 3,0 | 43 | 1,8 | 66:57:00 | 3,3 |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| Total | 15 | 100 | 1.173 | 100 | 1.034:48:30 | 100 | 33 | 100 | 2.296 | 100 | 2.048:11:00 | 100 |

Fuente: Obitel Argentina – Ibope Argentina

TABLA 8. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|------------------------|--------|---|-------|-----|------------|-----|-------|---|-------|------|
| Telenovela | 0 | 0 | 2 | 40 | 4 | 40 | 0 | 0 | 6 | 40 |
| Serie | 0 | 0 | 1 | 20 | 1 | 10 | 0 | 0 | 2 | 13,3 |
| Miniserie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Telefilme/tv movie | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Comedia | 0 | 0 | 2 | 40 | 5 | 50 | 0 | 0 | 7 | 46,7 |
| Otros (docudrama etc.) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 0 | 0 | 5 | 100 | 10 | 100 | 0 | 1 | 15 | 100 |

Fuente: Obitel Argentina – Ibope Argentina

TABLA 9. Duración de capítulos/episodios (sin intervalos comerciales)

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|------------------|---------------------|------|
| Corta (30') | 0 | 0 |
| Media (30'- 60') | 487 | 41,5 |
| Larga (60'+) | 686 | 58,5 |
| Total | 1.173 | 100 |

Fuente: Obitel Argentina – Ibope Argentina

TABLA 10. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|---------|------|
| Presente | 14 | 93,3 |
| Pasado | 0 | 0 |
| Histórica | 0 | 0 |
| Otra | 1 | 0,7 |
| Total | 15 | 100 |

Fuente: Obitel Argentina

En el plano de la distribución de los programas en las franjas horarias se produce un cambio importante: el *prime time* se atrasa (pasa de 19:00h-22:00h a 21:00h-24:00h) ya que las ficciones de mayor audiencia y nivel de producción ocupan este espacio. La extensión del tiempo de la duración de los programas de entretenimiento (el centro de la programación) obliga a mantener una pantalla competitiva hasta mucho más tarde que en otras temporadas. Dentro de este nuevo panorama los títulos nacionales continúan dominando el *prime time*, mientras que durante la tarde prevalecen los iberoamericanos. En este contexto los programas nacionales desaparecen de la mañana y la noche, dejando un espacio residual para algunos productos importados.

El formato dominante continúa siendo la telenovela (35 estrenos sobre un total de 48). Sin embargo si se compara la ficción argentina con la iberoamericana la proporción entre la telenovela y otros formatos varía. En el caso nacional la proporción a favor de la telenovela es menor: abarca sólo el 40% de los estrenos argentinos, frente al 72,9% en el total de lo exhibido en el año. Esto señala una mayor diversificación en los formatos dentro de la producción argentina. De este modo la comedia nacional gana un espacio propio dentro de la barra de programación. Más allá de estas diferencias la duración estándar de la programación ficcional en Argentina se establece abrumadoramente en torno de los 60 minutos. Los casos en que se supera esta cantidad de tiempo se relacionan con una extensión del límite de los programas en el marco de una barra de programación dominada por el manejo del *rating* minuto a minuto.

Con respecto a la época de la ficción continúa el predominio absoluto de la ambientación en el presente con la excepción de la última temporada de la saga *Casi ángeles* que se desarrolla en una ucronía emplazada en el futuro. Pese a que el tema del Bicentenario de la Independencia ocupó un lugar más destacado en otros aspectos de la programación no logró encontrar una expresión dentro del campo de la ficción televisiva.

TABLA 11. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| Título | País de origen de la idea original o guión | Casa productora | TV privada/ pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | Rating | Share |
|--|--|--|---------------------|------------|--|--------|-------|
| 1° <i>Valientes</i> | Argentina | Pol-ka | Privada | Telenovela | Marcos Carnevale y Lily Ann Martin | 29,3 | 44,3 |
| 2° <i>Malparida</i> | Argentina | Pol-ka | Privada | Telenovela | Lily Ann Martin, Pablo Junovich y Cecilia Guerty | 22,4 | 32,0 |
| 3° <i>Botineras</i> | Argentina | Underground Contenidos, Endemol Argentina, Telefé Contenidos | Privada | Comedia | Esther Feldman, Alejandro Maci, Nuri Abramowicz, Alejandro Quesada y Martín Méndez | 15,5 | 25,2 |
| 4° <i>Para vestir santos</i> | Argentina | Pol-ka | Privada | Unitario | Javier Daulte | 15,0 | 25,4 |
| 5° <i>Casi ángeles, la resistencia</i> | Argentina | Cris Morena Group, RGB Entertainment | Privada | Telenovela | Leandro Calderone | 11,5 | 19,9 |
| 6° <i>Cám & Abel</i> | Argentina | On tv Llorente & Villarruel Contenidos y Telefé Contenidos | Privada | Telenovela | Guillermo Salmerón | 9,4 | 14,3 |
| 7° <i>Niní</i> | Argentina | Kaberplay, Endemol y Telefé Contenidos | Privada | Comedia | Gabriela Fiore y Jorge Chernov | 8,8 | 18,5 |
| 8° <i>Alguien que me quiera</i> | Argentina | Pol-ka | Privada | Telenovela | Alejandro Ocón, Solange Keolegian y Sebastián Parrotta | 8,8 | 15,1 |
| 9° <i>Todos contra Juan 2</i> | Argentina | Rosstoc y Farfán Televisión | Privada | Comedia | Gabriel Nesci | 8,0 | 16,4 |
| 10° <i>Sueña conmigo</i> | Argentina/México | Nickelodeon Latinoamérica, Illusion Studios y Grupo Televisa | Privada | Telenovela | Claudio Lacelli | 6,1 | 18,2 |
| Total de producciones: 10 | | Guiones originales nacionales | | | Guiones extranjeros | | |
| 100% | | 90% | | | 10% | | |

Fuente: Obitel Argentina

TABLA 12. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año de producción | Número de capítulos | Duración del capítulo/ episodio | Fecha de la primera emisión | Fecha de la última emisión | Franja horaria |
|--|------------|----------------------------|-------------------|---------------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------|
| 1° <i>Valientes</i> | Telenovela | Melodrama costumbriata | 2009-2010 | 31 en 2010 | 60 minutos | 9/2/2009 | 28/2/2010 | Prime time |
| 2° <i>Malparida</i> | Telenovela | Melodrama | 2010 | 153 | 60 minutos | 20/4/2010 | Continúa 2011 | Prime time |
| 3° <i>Botineras</i> | Telenovela | Melodrama / Policial | 2009-2010 | 123 en 2010 | 60 minutos | 24/11/2009 | 25 /8/2010 | Prime time |
| 4° <i>Para vestir santos</i> | Unitario | Comedia dramática | 2010 | 35 | 60 minutos | 24/4/2010 | 29/12/2010 | Prime time |
| 5° <i>Casi ángeles, la resistencia</i> | Telenovela | Comedia juvenil fantástica | 2007- 2010 | 113 en 2010 | 60 minutos | 21/3/2007 | 29 /11/2010 | Tarde |
| 6° <i>Caín & Abel</i> | Telenovela | Melodrama | 2010 | 49 | 60 minutos | 15/9/2010 | 15/12/2010 | Prime time |
| 7° <i>Niní</i> | Telenovela | Comedia juvenil | 2009 -2010 | 62 | 45 minutos (desde 2010) | 7/9/2009 | 16/4/2010 | Tarde |
| 8° <i>Alguien que me quiera</i> | Telenovela | Comedia costumbriata | 2010 | 137 | 60 minutos | 1/2/2010 | 15/11/2010 | Tarde |
| 9° <i>Todos contra Juan 2</i> | Miniserie | Comedia | 2010 | 13 | 45 minutos | 15 /4/2010 | 16/7/2010 | Prime time |
| 10° <i>Sueña conmigo</i> | Telenovela | Comedia juvenil / Musical | 2010 | 24 | 50 minutos | 30/11/2010 | Continúa en 2011 | Tarde |

Fuente: Obitel Argentina

Los programas ubicados en el Top Ten sólo fueron exhibidos en los dos canales privados de mayor audiencia El Trece y Telefé. Aunque Telefé aporta más títulos a la lista (seis), los estrenos de El Trece ocupan un lugar destacado alcanzando el primer, segundo y cuarto puestos. Es necesario destacar que todos los programas de El Trece en la lista pertenecen a una misma productora, Pol-ka, que ubica la totalidad de sus programas en el Top Ten. Telefé coproduce la mitad de sus estrenos y cede su pantalla a productoras especializadas en una clase de género para la otra mitad. Tal como ha venido sucediendo durante los últimos años las ficciones locales ocupan el 90% de la lista. La novedad de 2010 es que en este año el décimo título es una coproducción argentino-mexicana y no un título brasileño.

La mayor parte de los programas (60%) y los más exitosos (los cuatro primeros) fueron exhibidos en el *prime time*. Más allá de estos parámetros normales es necesario señalar que se registra una merma significativa con respecto al año anterior en los niveles de audiencia. A partir del quinto puesto del 2010 se registran *ratings* inferiores a los que aparecen en el Top Ten del 2009. En este sentido vale la pena señalar que los seis primeros títulos de la lista están entre los 20 primeros de los programas de ficción en general, pero los restantes se distribuyen entre los puestos 21 y 54 de la misma lista, lo que implica una merma significativa en la audiencia general de la ficción de origen iberoamericano.

TABLA 13. Temáticas en los diez títulos más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|---------------------|---|--|
| 1° <i>Valientes</i> | Venganza y amores cruzados; hermanos separados al nacer. | Corrupción política; diferencias sociales. |
| 2° <i>Malparida</i> | Venganza y ambición desmedida; amores cruzados; asesinatos. | Corrupción empresarial. |
| 3° <i>Botineras</i> | Casos policiales, identidades secretas, amores imposibles. | Historias de homosexualidad; el mundo del fútbol, búsqueda de fama y dinero. |

| | | |
|--|--|---|
| 4° <i>Para vestir santos</i> | Desencuentro amoroso, búsqueda de la felicidad; historias cruzadas. Musicales. | Herencia familiar; construcción de familia y pareja; adicción al juego y la bebida; madre soltera, homosexualidad femenina. |
| 5° <i>Casi ángeles, la resistencia</i> | Viaje en el tiempo; enfrentamientos entre el bien y el mal. Musicales. | Formas de gobierno, corrupción, libertad de expresión; sexualidad adolescente, embarazo adolescente. |
| 6° <i>Caín & Abel</i> | Enfrentamiento entre hermanos, ambición, amores cruzados. | Violencia de género, pérdida de un hijo, corrupción empresarial. |
| 7° <i>Niní</i> | Doble identidad, amor imposible. | Problemas de la ancianidad, monopaternidad, rebeldía adolescente. |
| 8° <i>Alguien que me quiera</i> | Enfrentamiento entre hermanas por el mismo amor. Regreso perturbador del pasado escondido. | Trabajo duro y sacrificado; discapacidad. |
| 9° <i>Todos contra Juan 2</i> | Triunfar en la profesión. Encontrar el amor duradero. | Ayuda incondicional a los amigos. Ecologismo. |
| 10° <i>Sueña conmigo</i> | Búsqueda de la fama, identidad oculta, grupo de amigos, musicales. | Tensión entre familiar y laboral; rebeldía adolescente. |

Fuente: Obitel Argentina

Entre las temáticas que se observan en el Top Ten, las dominantes están claramente identificadas con aquellas que caracterizan a los géneros clásicos de la ficción popular en sus versiones más tradicionales. En el marco de las temáticas sociales se pueden señalar dos tendencias. Una que aborda asuntos relacionados con la actualidad desde una óptica que se acerca a las visiones de los géneros en que se inscriben: corrupción, rebeldía adolescente, trabajo duro etc. La otra incluye cuestiones y enfoques más rupturistas en relación con los tratamientos habituales como sucede con la violencia de género o la homosexualidad en el ámbito del fútbol en el año de la sanción de la legislación que permite el matrimonio entre personas del mismo sexo.

TABLA 14. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

| | Programa | Canal/ Cadena | Género % | | Franjas de edad % | | | | | Nivel socioeconómico % | | |
|----|-------------------------------------|------------------|----------|---------|-------------------|-------|-------|-------|------|------------------------|----------------|--------------|
| | | | Mujeres | Hombres | 4-12 | 13-19 | 20-34 | 35-49 | 50+ | Alto (ABC+) | Medio (CD+) | Bajo (DE) |
| 1 | <i>Valientes</i> | El Trece | 55,7 | 44,3 | 21,4 | 19,9 | 17,8 | 19,7 | 21,2 | 34,1 | 34,2 | 31,7 |
| 2 | <i>Malparida</i> | El Trece | 57,8 | 42,2 | 23,3 | 20,5 | 15,4 | 21,1 | 20,7 | 30,5 | 36,1 | 33,4 |
| 3 | <i>Botineras</i> | Telefé | 52,4 | 47,6 | 24,1 | 13,3 | 19,1 | 20,5 | 23,0 | 27,9 | 38,9 | 33,2 |
| 4 | <i>Para vestir santos</i> | El Trece | 59,2 | 40,8 | 23,0 | 17,9 | 17,5 | 21,1 | 20,4 | 32,4 | 34,3 | 23,8 |
| 5 | <i>Casi ángeles, la resistencia</i> | Telefé | 56,6 | 43,4 | 27,1 | 36,2 | 18,5 | 13,5 | 4,7 | 25,2 | 35,8 | 39,0 |
| 6 | <i>Cafín & Abel</i> | Telefé | 51,1 | 48,9 | 22,9 | 15,9 | 18,3 | 11,6 | 13,0 | 28,6 | 32,2 | 39,2 |
| 7 | <i>Niní</i> | Telefé | 56,7 | 43,3 | 22,2 | 27,1 | 25,4 | 15,6 | 9,7 | 37,2 | 38,0 | 24,8 |
| 8 | <i>Alguien que me quiera</i> | El Trece | 59,0 | 41,0 | 23,9 | 21,1 | 17,2 | 15,9 | 21,9 | 32,5 | 35,9 | 31,6 |
| 9 | <i>Todos contra Juan 2</i> | Telefé | 49,4 | 50,6 | 22,9 | 12,5 | 17,9 | 21,9 | 19,1 | 20,5 | 41,8 | 37,7 |
| 10 | <i>Sueña conmigo</i> | Telefé | 55,9 | 44,1 | 22,3 | 29,6 | 25,3 | 8,6 | 14,2 | 38,3 | 41,7 | 21,0 |

Fuente: Obitel Argentina - Ibope Argentina

En el análisis de los perfiles de audiencia vale la pena destacar algunas cuestiones. Si bien en general el predominio de las mujeres sigue siendo fuerte en el terreno de la ficción (en algunos casos la diferencia llega casi al 20%), en uno de los títulos (*Todos contra Juan 2*) el público masculino supera al femenino. Dentro de los niveles etarios se registra una caída en la presencia de jóvenes (20-24) y adultos (34-49) como espectadores de ficción. Con respecto al nivel socioeconómico de los espectadores es necesario reiterar que los sectores altos tienen una participación baja, excepto en algunas de las tiras infanto-juveniles. Por su parte los sectores bajos concentran su presencia en diferentes programas emitidos por Telefé, mientras que el nivel medio se distribuye de un modo homogéneo y predominante a través de toda la lista.

1.3. La recepción transmediática

Para analizar la manera en que ha sido recibida la ficción estrenada en el año 2010 en el caso de Argentina se han elegido dos títulos presentes entre las diez ficciones con mayor audiencia. Estos dos títulos resultan de interés por el peso específico que ha tenido en pantalla cada una. En el caso de *Valientes*, se trata de la ficción más vista del año – estrenada en horario *prime time* –, programa que además, al finalizar, vuelve a exhibirse con muy buena recepción – en horario de la tarde. El otro título seleccionado es el de *Casi ángeles. La resistencia*, que a pesar de ocupar el quinto lugar entre las ficciones más vistas, fue seleccionada por tratarse de una telenovela infanto-juvenil, esto es, está destinada a un público nativo digital.

Valientes. Propone un espacio poco dinámico

Valientes propone una vida *apenas expandida* en la *web*, habilitando un blog⁵ dependiente de El Trece, canal en el que se emite. En el

5 Disponible en: <<http://weblogs.eltrecetv.com.ar/valientes/>>.

margen superior derecho de la pantalla aparece siempre el logo del canal. En este sitio se destacan los momentos nucleares y de riesgo del relato, así como se invita a la participación de los espectadores a través de comentarios de los extractos que allí se ofrecen y de preguntas directas desde el blog. En el blog de *Valientes* se pauta de manera muy cerrada los espacios en los que los usuarios/visitantes pueden interactuar. Sólo se habilita la posibilidad de dejar comentarios cuando seguido del resumen del capítulo se formula alguna pregunta: “¿Qué te pareció Valientes? ¿Te gustó el final? ¿Cuál fue la escena que más te gusto?” (1/3/2010).

El blog presenta escasos recursos de navegabilidad. Se estructura dividido en dos espacios verticales. En la mitad izquierda de la pantalla aparecen las entradas recientes y sus titulares y fotos, mientras que del lado derecho se ofrecen cuatro entradas destacadas “Ver capítulos anteriores”, “La historia”, “Los personajes” y “Capítulo por capítulo”.

En “Los personajes”, se presenta a los ocho personajes principales de la novela. Este espacio no permite interacción por parte del usuario. El resumen que presentan de los personajes es breve, y en ellos se privilegia la imagen fotográfica, la que repite los estereotipos y estética de la telenovela. En el espacio “Capítulo por capítulo” se presentan resúmenes escritos de cada uno de los 216 episodios emitidos, que son acompañados por una pequeña fotografía del capítulo, y las entradas destinadas a los comentarios de los usuarios que acompañan toda la emisión, desde un momento previo en el que se anuncia el lanzamiento de la novela hasta las repercusiones posteriores al final. En este desarrollo también se incluyen notas sobre rodaje.

En relación con el nivel de participación, el sitio no ofrece contador o registro sobre la cantidad de visitantes del blog. Su presencia está sólo evidenciada en los posteos vinculados con las preguntas que se formulan desde el blog y/o en los comentarios sobre los capítulos.

Casi ángeles. Nativo digital

A diferencia de lo que propone *Valientes*, *Casi Ángeles*. *La resistencia* presenta una multiplicidad de espacios y plataformas *online* con las que la audiencia puede establecer contacto. Desde su sitio oficial⁶ se ofrece la posibilidad de “seguir” a los *Casi ángeles* tanto en Facebook como en Twitter, además de contar con un canal en YouTube. Si bien el sitio informa sobre la cantidad usuarios registrados (809.024) no lo hace en relación con la de seguidores que visitan la página, ni sobre el número de visitas diaria. Por su parte, en su página de Facebook pueden contabilizarse más de 286.500 seguidores.⁷

La página oficial permite interacción en todas sus secciones, ofreciendo incluso que los usuarios armen en los espacios de “Comunidad” y “Grupos” sus propios temas de discusión. Como en el caso de *Valientes*, se destina un lugar para los “Personajes” y “Capítulos” (en los que se ofrecen especialmente fotos), pero no son los más destacados. Estas noticias aparecen acompañadas por un posteo importante de informaciones de y sobre los actores. Esto es, se informa y pone a disposición la información de otros medios en los que se los menciona o participaron, así como se destina un espacio muy importante a las actividades de la banda musical que integran los protagonistas. Esta multiplicidad de materiales no opaca los espacios de interacción, los que son destacados desde la página inicial por un *banner* ubicado en el margen derecho de la pantalla en el que aparecen las intervenciones de los visitantes registrados más recientes y/o usuarios de Twitter. Las notas destacadas por el sitio presentan tanto fotografías como videos. Todas las opciones de navegación y los espacios del sitio tienen múltiples entradas (las “solapas” ubicadas en la parte superior de la página y/o los destacados en la página inicial).

6 Disponible en: <<http://www.casiangeles.com/2010/argentina/blog>>.

7 En Facebook, además del sitio “oficial” ofrecido por la página de *Casi Ángeles* hay más de 550 páginas dedicadas al programa, sin contar los sitios vinculados con la banda musical de los protagonistas (*Teen Angels*).

En lo que refiere estrictamente con los espacios destinados al internauta, además de las mencionadas de “Comunidad” y “Grupos”, se destaca una destinada a “Usuarios” en la que pueden encontrarse a los registrados y sus actualizaciones; la de “TweetCam”, que permite un contacto, aunque pautado, directo con los protagonistas.

Análisis de los comentarios. Entre la evaluación y el llanto

Para la realización del análisis de los comentarios sobre las ficciones seleccionadas se tomaron las fechas de las últimas emisiones de las telenovelas estudiadas. Se trabajó con los sitios oficiales de los programas y la página oficial de Facebook de *Casi ángeles*. Se tomaron los espacios vinculados con los capítulos, los que en el caso de *Valientes* no habilita a comentarios más que una vez a la semana en promedio,⁸ por lo que puede pensarse que es un espacio destinado a un intercambio de mediano plazo, mientras que en el caso de *Casi ángeles* la multiplicación cotidiana de espacios de contacto hace que los posteos no estén estrictamente dirigidos, y que la temática sea amplia. Esta amplitud obedece también a los reportes y comentarios que se hacen de las obras derivadas de la tira: presentaciones teatrales y recitales. El espacio destinado a los capítulos no es necesariamente el que más visitas tiene,⁹ ya que se combina con las interacciones del foro. No obstante, además de los comentarios, los visitantes tienen la opción de votar cada capítulo, y el número de vo-

8 Las preguntas que se formulan desde el sitio las encontramos, para el último tramo de la telenovela, asociadas con las acciones determinantes del cierre de la trama: en el capítulo 202, la pregunta “¿Leo se animará a matar a Laureano?” recibió 21 comentarios, en el 205 “La verdad que más le duele a Alma” obtuvo 26 respuestas, en el 210 “Alma se enfrentó a su padre” contó con sólo 13 y finalmente para el capítulo 216 en el que se pregunta “¿Qué te pareció Valientes? ¿Te gustó el final? ¿Cuál fue la escena que más te gustó?” obtuvo 29 comentarios.

9 En la página se reporta para el capítulo final, Cap. 113 del 29/11 46 comentarios, para el 112 del 25/11 11 posteos; para el 111 emitido el 24/11 sólo dos; para el 110 del 23/11 10 intervenciones; y para el 109 del 18/11, cuatro comentarios.

tos es considerablemente más elevado que el de comentarios.¹⁰ Algo similar sucede con los posteos publicados en Facebook, que para el último capítulo se contabilizan 276 posteos y “879 personas a las que les gusta esto”.¹¹

Los comentarios que los usuarios de las distintas plataformas dejan no son tan distintos en cuanto a su contenido. Los posteos no se cruzan por lo general entre sí, sino que cada uno de los internautas le habla a la telenovela. Las tópicas predominantes en ambos casos se asocian con los agradecimientos y expresiones de amor hacia los personajes; y sobre todo, una cierta nostalgia por el final. En relación con este tema, en los comentarios destinados a *Casi ángeles* es habitual leer un fragmento de motivo musical que utilizó la telenovela en sus primeros años “Que nos volvamos a ver”:

“La verdad es que estoy muuuy triste de que alla terminado:(. Pero lo único que puedo decir es: GRACIAS porque han sido cuatro años de aprender a vivir a través de una historia llena de emoción y enseñanzas verdaderas, pero por sobretodo una historia llena del significado del amor, el valor de la amistad y la diversión aunque se haya terminado es el recuerdo más lindo de mi adolescencia.” (rochy\2010 30/11/2010 en el sitio de *Casi ángeles*.)

“La verdad que extraño mucho la novela, me falta algo a esa hora, yo nunca me había enganchado con telenovelas para esta me encantó, fue bárbara, desde el libro, el casting, las actuaciones etc.” (Alejandra 3/3/2010 en el sitio de *Valientes*.)

Más allá de estas similitudes encontramos diferencias entre los comentarios de ambos sitios. En el espacio de *Valientes* los posteos

10 En el pié de cada presentación de fotos de los capítulos figura el número de votos obtenidos, los que son para el capítulo final, Cap. 113, 1.115, para el 112, 410; para el 111, 207; para el 110, 223; y para el 109, 364 votos. Esto señala claramente el interés creciente de contacto, aunque no necesariamente de asunción de una palabra pública.

11 Disponible en: <<http://www.facebook.com/casiangelesweb/posts/164618346907722>>.

tienden a ser más extensos y valorativos que los de las páginas de *Casi ángeles*, en los que se encuentran análisis tanto de las historias como de los modos de recepción de las mismas:

“Valientes fue una excelente novela que nos hacia sentir identificados con la gente de barrio y todos los conflictos que se viven hoy en día. Además fue un programa de los clásicos donde se dejó un poco de lado el modernismo que nos hizo recordar viejos tiempos de televisión.

Valientes fue excelente todo el año pero el final nos decepcionó a la mayoría ya que fue un final predecible desde el primer capítulo, yo como tantos otros esperábamos un final sorprendente, si bien fue bueno porque fue un final feliz, no dejó de ser predecible.

Mi conclusión se basa en que fue un programa muy intenso en cuanto a capítulos durante todo el ciclo pero ya para el final no había nada que nos sorprendiera así que esa puede ser una justificación.

Otra cosa es que me dio la sensación de que se aprovechó el éxito que tenían y por eso extendieron tanto la programación lo que genera que los espectadores pierdan un poco el interés pero obviamente no la iban a dejar de ver. Personalmente pienso que se deformó y tal vez si hubiese terminado en diciembre hubiese sido PERFECTA.

Felicito a toda la producción y especialmente a los actores que fueron la combinación perfecta! nunca en mi vida vi una novela así y no creo volver a verla! (Antonela 2/3/2010)

Y especialmente, y como en el caso anterior, hay un número importante de comentarios que se manifiestan descontentos con el final, a modo de ejemplo:

MUCHA NOVELA PARA TAN POCO FINAL!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! (LA SILVI 4/3/2010)

el final fue horrible!!! a muy poca gente le gusto...en cima pusieron como pareja principal a alma y leo y según sus encuestas isa y second son la preferida de la gente...

a mí me parece que mucho no les importa contentar a la gente... total sabían que todo el mundo iba a mirar el final entonces di-

jeron, bue ya fue... igual gracias por entretenernos durante todo el año (Naty 1/3/2010)

En los múltiples espacios que destina *Casi ángeles*, los posteos tienen un valor sentimental mucho más alto, muy poco carácter crítico respecto de la posible decepción del final, del que se comenta que "FIN?" permite sospechar una quinta temporada. En la mayoría de los comentarios se relata cierto dolor por el final de un recorrido compartido en un momento especialmente difícil como es la adolescencia, como veíamos en el post de rochy\2010. Otros ejemplos:

Acabo de terminar de ver el último capítulo de *casi ángeles*, y una vez más como siempre hicieron que hoy 29 de noviembre del 2010 me emocione y me ría al mismo tiempo, ya llego el final, el final de un programa que no hubo, hay y no va a ver otro igual. Este programa me hizo reír, llorar, divertirme, **además de que me enseñó muchas cosas, dejó en mi marca que nunca se va a borrar, empezó cuando tenía diez ahora tengo catorce y sigo viéndolos**, divirtiéndome con los capítulos y viendo una y otra vez videos de ustedes. **Hoy se y aprendí que hay que resistir al mundo, a la vida**, y a no poder verlos más en la tele o en el teatro, pero igual ahí van a estar en cada uno de esos videos que vi una y otra vez matándome de risa, en esos capítulos que me llegaron. Hoy les digo gracias, por todo, por hacerme reír, llorar, compartir, estar, y por poder ser parte, desde acá, desde el otro lado, parte de CASI ÁNGELES, GRACIAS! (mariass, 30/11/2010) (el destacado es nuestro)

me parecio UN FINAL ESPECTACULAR! mas alla de los viajes en el tiempo, la historia nos deja un mensaje hermoso, creo q todos debemos luchar y resistir por un mundo mejor! (sofi anahi 1/12/2010)

Así, en el caso de *Casi ángeles*, se valora el programa, la actuación, la producción tanto o más que una experiencia compartida de cuatro años, un conjunto de enseñanzas. En el caso de *Valientes*, esta valoración, en cambio, viene asociada con el estilo de la telenovela, muy fuertemente la defensa de unos valores tradicionales y del valor de compañía que construyó la telenovela (como en el caso

del comentario de Antonela antes citado) y de Lucia (3/3/2010) que transcribimos a continuación

La verdad que extraño mucho la novela, me falta algo a esa hora, yo nunca me había enganchado con telenovelas para esta me encantó, fue bárbara, desde el libro, el casting, las actuaciones etc.

El final fue bueno, no me gustó que Juana termine así, me parecía que era una victima tanto de su padre y su madrastra como de Leo, era la mas débil, la mas vulnerable y la que estaba mas sola.

Esto es, a quienes les gustó y a quienes no el final de *Valientes* comparten la misma razón, fue de género, alejado de las novedades que pudo presentar el título a lo largo del año, cerrando su ciclo en una negociación a favor de la tradición: los buenos ganan, los malos son castigados.

1.4. Lo más destacado del año

Durante 2010 las diversas emisoras y productoras buscan ubicar y sostener sus programas en un ámbito que se reduce dentro de un medio cada vez más dedicado al campo de la entretención. Dentro del *prime time* deben competir, no siempre con éxito, con los “tanques” del entretenimiento (*Showmatch*, *Justo a tiempo*) alrededor de los que se organiza la barra de programación. Al mismo tiempo, en el seno del espacio ficcional la producción iberoamericana pierde terreno frente a filmes y series de origen mayoritariamente hollywoodenses.

Como forma de cubrir tiempo de programación y garantizar un nivel de audiencia estos productos resultan menos conflictivos que los programas iberoamericanos que son más difíciles de interrumpir dado el tipo de serialidad que adoptan. Más problemáticas aún resultan las ficciones locales que, además, deben asumir los riesgos y los costos de la producción.

Esta situación implica la necesidad de generar proyectos para asegurarse un lugar en la pantalla. Así, se valoriza el trabajo con los

géneros conocidos que permiten una conexión efectiva con la audiencia. Al mismo tiempo resulta necesario establecer innovaciones evidentes en el marco de propuestas bien conocidas. Una vez cumplido el ciclo triunfal de *Valientes* es necesario proyectar nuevas estrategias. La más exitosa es la que apela a jugar con las convenciones del género introduciendo transformaciones. Incluye a: *Malparida*, *Para vestir santos*, *Botineras*, *Todos contra Juan 2*. Una tendencia persistente a lo largo de los años es la que incluye diversas variantes de las tiras infanto-juveniles: *Casi ángeles*, *Niní*, *Consentidos*, *Sueña conmigo*. Otros proyectos tienen más dificultades para arraigar en el público. Son aquellos que intentan introducir novedades apelando a problemas sociales con una mirada más realista: *Caín & Abel*, *Secretos de amor*, *Contra las cuerdas*. Finalmente aquellos que sostienen las versiones más tradicionales de los géneros narrativos televisivos como *Alguien que me quiera* (comedia) o *Herencia de amor* (melodrama sentimental) deben reubicarse para encontrar su público.

Los primeros meses de la programación están dominados por el final de *Valientes* que sostiene su éxito extraordinario trabajando hasta la exasperación todas las convenciones del melodrama costumbrista. Tras su finalización, sus productores apuestan sostener el trabajo con los géneros clásicos, pero invirtiendo el sentido de la “pureza” de *Valientes*. El programa que lo sucede es *Malparida*. Todo aquello que aparece como representación de un mundo de valores transparentes desaparece. La protagonista de este melodrama emitido en horario central es una asesina que se inscribe en una trama de venganzas y ambición. Las luchas de poder que se desatan producen a lo largo del programa 30 muertes, incluido el suicidio final de la protagonista. Renata, la protagonista de *Malparida*, encarna al mismo tiempo a la heroína y la villana de la historia. Más exactamente, a una de los malvados que se mueven dentro de un universo en el que parece no haber límites claros entre la maldad y la bondad. En este caso se desarrolla un juego con algunas de las convenciones del melodrama. La maldad es exagerada (la tradicional hipérbole me-

lodramática) y es desplazada de personaje, pero falta su oposición frente a la bondad infinita de las heroínas clásicas. Pol-ka, la misma productora del mayor suceso en la ficción de 2010, desarrolla una estrategia similar en sus otros programas. En *Para vestir santos*, se narra la vida sentimental de cuatro hermanas. El centro del relato pasa por las relaciones familiares y los problemas que las protagonistas tienen para armar parejas estables. En este marco se abordan problemas sociales como la maternidad sin pareja, el lesbianismo y diversas adicciones. Pero, al mismo tiempo, en este clima de comedia dramática con ambiciones realistas irrumpen escenas de comedia musical actuadas, cantadas y bailadas por las protagonistas. En este aspecto se produce un juego con las convenciones genéricas poniendo énfasis en su artificialidad y quebrando el dramatismo tradicional de los unitarios (programas semanales) emitidos por El Trece.

En una lucha por captar y sostener un público esquivo, se generan otro tipo de recursos. Para *Botineras* la estrategia consiste en intensificar la mezcla de géneros (policial, historia romántica, comedia alrededor del deporte) e incluir cuestiones relacionadas con la actualidad mediática: la relación homosexual entre dos jugadores de fútbol – así se incluyen escenas de sexo entre estos dos personajes como culminación de una serie de escenas eróticas heterosexuales previas; comentarios sobre el Mundial; participación de personalidades del mundo del deporte y el espectáculo. Aunque con menor éxito que en su primera parte, *Todos contra Juan 2* desarrolla un juego paródico alrededor de una ex estrella adolescente que busca volver a reinsertarse dentro del mundo de la televisión y triunfar como adulto en Hollywood. En una historia de perdedores y actores fracasados aparecen figuras reconocidas del ambiente televisivo burlándose de sí mismos.

La presencia de programas infanto-juveniles ha quedado establecida como una tendencia ineludible de la programación televisiva argentina. Desde hace años existe un alto grado de especialización en este tipo de programas tanto por parte de los productores como

del público. Por ello puede desarrollarse una saga como *Casi ángeles* que culmina luego de cuatro años narrando una historia sumamente compleja que involucra saltos en el tiempo y la existencia de un futuro en el que los mismos personajes del presente combaten para lograr un mundo más justo. A las complejidades de la trama es necesario agregarle los clásicos aspectos de una comedia juvenil y la presencia de un grupo musical, los *Teen Angels*, que logra una vida que excede su presencia en la telenovela. Al mismo tiempo que *Casi ángeles* culmina un ciclo exitoso se multiplican las opciones para su tipo de público aunque sin el potencial de la serie producida por Cris Morena. Alguna se sostiene sobre una estrella del género (Flores Bertotti en *Niní*). Otras (*Consentidos*, *Sueña conmigo*) apelan a la fórmula más clásica de seguir las peripecias de un grupo conformado alrededor de una institución educativa.

Por su parte la nueva productora On TV sostiene y profundiza la política implementada por sus creadores Bernarda Llorente y Sergio Villarruel cuando eran directores de programación de Telefé. En sus tres programas de 2010 plantean dentro de géneros clásicos de la televisión historias que de alguna manera introducen aspectos controversiales de la vida social. En *Caín & Abel* se narra un enfrentamiento entre hermanos y la búsqueda de una venganza en el seno de una familia dividida por sus ambiciones. Pero además se habla del enriquecimiento de grupo económico a partir de sus vínculos con la última dictadura militar y se narra con mucha precisión un caso violencia de género sobre uno de los personajes femeninos. El Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo declara al programa de interés público por el tratamiento del caso de violencia de género. Pese a estos reconocimientos el programa es levantado del aire por no cumplir con las expectativas previas. Esta terminación abrupta permite un final coherente con el relato pero disruptivo frente a las normas clásicas de la telenovela. *Secretos de amor*, una telenovela romántica de la misma productora, comienza con la historia de una mujer madura que en la búsqueda

de su realización personal conoce a un hombre más joven que ella y se enamora. Los avatares de la baja audiencia generan un cambio sustancial en la narración y la protagonista original cede su lugar a una más joven, el público continúa siendo exiguo y finalmente la novela es levantada. Por último la On tv exhibe por la Televisión Pública *Contra las cuerdas*, un relato sobre los problemas de un grupo de personas que vive en el conurbano bonaerense. Con esta historia se busca desestigmatizar a las personas humildes que en otro tipo de programas (noticieros, *reality shows*) son presentados como delincuentes. En el canal oficial los proyectos no quedan atrapados en la lógica de los niveles de audiencia y el programa continúa en 2011. La idea de relacionar las ficciones televisivas con una mirada de tipo más naturalista sobre ciertos problemas sociales todavía parece no haber encontrado el momento o la forma de acceder a audiencias mayoritarias.

En términos generales puede considerarse que frente a una situación que es vivida como crítica canales y productores intentan introducir novedades (en el relato o temáticas) que les permitan diferenciarse e interesar a audiencias masivas. Dentro de este contexto se quiebran algunas de las convenciones clásicas como la de un final feliz y edificante o se introducen cuestiones controversiales (homosexualidad, violencia de género) de un modo mucho más franco que en otros años. De estas variantes la que resulta ampliamente exitosa es la que produce un *aggiornamento* de los modelos genéricos clásicos¹² narrados a través de un estilo costumbrista y alejándose de las inclusiones de temas sociales bajo una perspectiva realista. Se desarrolla así una variante que se acerca más a la lógica del ámbito del entretenimiento con sus personajes arquetípicos, tendientes a

12 El juego de renovación funciona únicamente en el marco de la producción local. Programas como la serie española *Los hombres de Paco*, aunque tienen una buena acogida de la crítica, logran poca repercusión aún en los niveles bajos de audiencia de la Televisión Pública. El manejo del componente costumbrista argentino parece ser uno de los determinantes del suceso de los proyectos de *Pol-ka*.

la exageración de rasgos y sin un perfil psicológico con pretensiones realistas.¹³ Las propuestas que apelan a las formas más conocidas de los géneros pierden peso dentro del gusto del público. Al mismo tiempo los proyectos que logran una apertura hacia nuevas variantes temáticas y sostienen una narración de tipo más realistas todavía no parecen encontrar la repercusión esperada. Sin embargo los cambios producidos, aunque en todos los casos no logren convocar a la audiencia deseada fijan innovaciones importantes dentro de la narrativa televisiva.

1.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

El debate sobre la calidad televisiva, en general, y en el espacio de la ficción, en particular es una cuestión sobre la que se generan múltiples y permanentes disputas sin que resulte sencillo arribar a conclusiones comunes entre todos los interesados en el tema. Desde un punto de vista teórico adherimos a las posiciones que definen la calidad como el producto de la relación entre una característica y un conjunto de valores.¹⁴ En consecuencia el concepto puede ser abordado desde diversos puntos de vista. Gracias a esta cualidad se abre un amplio espacio para los debates en torno de qué es la calidad en la televisión, cómo se logra y quién accede a ella.

Argentina no es la excepción dentro de esta práctica polémica y no son pocos los intentos de definir la *auténtica calidad* en la televisión e identificarla en alguno de sus productos existentes o futuros. Uno de los espacios en los que la controversia aparece reiteradamente es la ficción televisiva, frente a otras esferas como la entretención y la información con la prerrogativa de tener una tradición sobre la

13 El título que lidera ampliamente las audiencias en Argentina, *Showmatch*, lanza a la pantalla una serie de personajes estafalarios que tienen una vida por fuera del programa que les da origen y que son conocidos como “los mediáticos”.

14 Tal como plantea Gabriela Borges y Nando Pagnoncelli que trabajan sobre los conceptos de Rosergren, Carlson y Tageraud.

cual asentar los pedidos de calidad. Sin embargo esta ventaja también se transforma en un inconveniente ya que en muchos casos para evaluar la calidad de la ficción televisiva se transcribieron (y aún se transcriben) criterios propios de otros medios como el cine o el teatro. La discusión en torno de la calidad de la información parece quedar dentro del ámbito exclusivo de la política y la crítica se orienta en hacia los criterios de verdad o falsedad, seriedad o amarillismo. Por su parte la entretención, como parte fundamental del tiempo libre, o no es valorada o sólo es considerada en función de criterios de buen o mal gusto.

Para orientar una descripción del modo en que se viene desarrollando el debate sobre la calidad de la ficción televisiva resulta útil organizarla, primero, definiendo los grandes ejes alrededor de los que se articula y, luego, identificando alguno de los espacios en los que lleva a cabo. Sintetizando y simplificando un poco puede afirmarse que existen tres grandes líneas a partir de las cuales se evalúa la calidad de los programas televisivos. La primera de ellas está relacionada con los valores educativos que tiene un tipo específico de programación. La segunda se refiere a la calidad técnica de los productos televisivos. Finalmente, la tercera se preocupa por el interés social que tiene la temática emitida por la televisión.

La valorización de los programas a partir de sus potencialidades educativas tiene dos variantes. Una, tradicional, se preocupa por los valores, en general negativos, que transmite la programación televisiva a la infancia y la adolescencia. Dentro de este marco se pone el acento sobre la capacidad persuasiva y el tipo de uso de la lengua hablada de la ficción. Como ejemplo de esta postura puede citarse una declaración emitida por la Academia Nacional de Educación y refrendada por más de 50 entidades ligadas a las artes y la pedagogía.¹⁵ La otra, se relaciona con las propuestas de educación en me-

15 Fue publicada entre otros medios en el *Boletín de la Academia Nacional de Educación* n. 63 aparecido en octubre de 2005.

dios que parten de la idea de que la relación entre escuela y medios está basada en prejuicios y malentendidos que se propone disminuir. Rescata por un lado el valor de la televisión en la socialización y como fuente de conocimiento para las nuevas generaciones, por otro. El interés por la ficción pasa, entonces, por la capacidad que tiene para crear representaciones sociales de gran arraigo y posibilitar la interpretación de formas narrativas complejas. En este sentido la escala de valores se desarrolla en función del tipo de representaciones construidas y la capacidad de plantear estructuras narrativas novedosas y comprensibles.¹⁶

La calidad técnica es evaluada considerando parámetros relacionados con la factura de los programas. Plantea por lo general una distinción entre los diferentes factores que construyen un programa desde los que implican la utilización de la tecnología audiovisual (iluminación, sonido, edición etc.) hasta aquellos que se relacionan con la narración dramática (guión, actuación, puesta en escena). En los habituales cometarios periodísticos sobre los programas de ficción las referencias que predominan son las segundas. La utilización de los elementos propios de la producción televisiva es considerada como un estándar ya definido que debe ser remarcada **sólo en los casos en que falla. El ejemplo más evidente que permite una serie comparativa para comprender la transformación de la evaluación de los valores técnicos son los premios Martín Fierro otorgados** por la Asociación de Periodistas de Radio y Televisión desde 1959. Los criterios de evaluación de los rubros técnicos o artísticos sostienen un compromiso entre la eficacia frente al público y el nivel de innovación. Además resulta evidente que buena parte de los parámetros utilizados son transcripciones de las usuales para otro tipo de obras ficcionales (cine y teatro) y en muchos casos incorporan cuestiones ligadas a un deber ser estético y político que excede lo específicamente televisivo.

16 Un ejemplo de este tipo de trabajo son los libros de Roxana Morduchowicz.

Por último, la valoración de la calidad en torno al interés social de los programas se construye a partir de parámetros más evidentemente políticos. Aquellos temas que vale la pena destacar o apoyar y el modo en que debe abordárselos definen validan un programa frente a otro. En las señales de interés público quedan fijados a través de un compromiso entre los planteos de las emisoras y la disposición del público. En los de servicio público deberían ser producto de un debate social. Por lo general, en Argentina las discusiones en torno de la calidad sobre valores sociales no suelen tener una influencia efectiva.¹⁷ Por esta razón situaciones en las que la televisión aborda de manera esporádica e inorgánica temas que coinciden con aquellos que la agenda mediática considera de valor social son inmediatamente destacados.¹⁸ Más allá de estas experiencias frustrantes durante el debate que generó la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se planteó como interés primordial la multiplicidad de perspectivas como objetivo central de la legislación.

Un proyecto pretende sistematizar la evaluación de calidad articulando diferentes perspectivas. Desde 2006 la Universidad Austral realiza mediciones bimestrales que valoran a las emisoras incluyendo algunos de sus programas de ficción según la variedad ofrecida, los niveles técnicos alcanzados y lo que denomina su adecuación a la realidad en la que consideran su grado de verosimilitud, el uso de la lengua y los valores/desvalores utilizados. El Observatorio de la calidad de la televisión busca generar un debate a partir de los resultados de sus mediciones que difunde sistemáticamente. De esta manera articula al menos dos series de criterios: uno interno propio de los textos y el otro relacionado con su repercusión en la sociedad. Quizás una de las causas del limitado alcance que recibe esta

17 Un ejemplo de estas iniciativas es la impulsada por el Fondo Nacional de las Artes durante 2006, conocida como “Compromiso frente a la ciudadanía” en la que intelectuales y productores exigieron una mejor televisión.

18 Un ejemplo claro es la valoración de *Caín & Abel* por el tratamiento de la violencia de género.

propuesta radique en la dificultad para comprender los indicadores con los que se maneja.

Pese a la variedad de los enfoques producidos resultan interesantes algunas coincidencias en el conjunto. El problema de la calidad es visto más como una cuestión del total de la programación que como algo pertinente para abordar programas específicos. Los criterios de evaluación tienden a considerar factores aislados que van desde los rubros técnicos hasta la inclusión de temáticas pertinentes o el uso de la lengua. La utilización del lenguaje televisivo tiende a verse como una instancia transparente que sirve como vehículo a contenidos de interés o cuestiones formales.

Existen elementos que no suelen considerarse en Argentina en el análisis de calidad de la ficción televisiva. Los vinculados con cierta especificidad de la narrativa seriada. A esta altura del desarrollo no considerar los aportes y las variantes del trabajo con géneros como la telenovela o la *sitcom* hace perder un factor muy importante al momento de la evaluación.

Más allá de estas discusiones, en términos concretos el debate sobre la calidad suele empantanarse en una oposición entre lo que aparece como preferido por el público – posición defendida por la producción – y lo que responde a valores educativos, técnicos o de interés social. Repasando lo sucedido alrededor de la producción de 2010 vale la pena recordar lo visto en el análisis de la recepción transmediática. Los televidentes de *Casi ángeles* terminan rescatando cuestiones que pueden coincidir con las consideradas por aquellos que se preocupan por la calidad educativa de la televisión, aunque no las valoren del mismo modo. Si se plantean los trabajos que mayores aportes intentan en el nivel técnico (el guión, la puesta en escena y la edición) es necesario poner el foco sobre las productoras independientes como Rosstoc u On tv. Finalmente, se considera que el espacio en que los temas de interés social encuentran su mayor continuidad es el de la Televisión Pública.

Referencias bibliográficas

- ACADEMIA NACIONAL DE EDUCACIÓN. "Compromiso con la ciudadanía frente al lenguaje en los medios audio-visuales". *Boletín de la Academia Nacional de Educación* 63, Buenos Aires, octubre de 2005.
- APREA, G. Y KIRCHHEIMER M. "Argentina. El temor a la crisis y la retracción a lo seguro". In Oroszco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. I. (Coords.), *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva/Obitel 2010*. Rio de Janeiro: Globo Comunicação, 2010.
- BORGES, G. "Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica". *Revista Nau*, São Paulo, vol. 1, n. 1, enero-junio 2008.
- JENKIS, J. *Convergence culture. La cultura de la convergencia*. Buenos Aires: Paidós, 2008 [2006].
- JENKIS, J. *Fans, bloggers y videojuego. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós, 2009 [2006].
- MORDUCHOWICZ, R. *La tv que queremos. Una televisión de calidad para chicos y adolescentes*. Buenos Aires: Paidós, 2010.
- OBSERVATORIO DE LA TELEVISIÓN. *Presentación del Observatorio de la tv e índice de calidad televisiva*. Buenos Aires: Universidad Austral, 2006.
- PÁGINA/12. "Compromiso ante la ciudadanía". Buenos Aires, 16 de octubre de 2006.
- PAGNONCELLI, N. "¿Se puede medir la calidad de la televisión?". In Esigere (e valutare) una tv di qualità. *Vita e Pensiero* 2. Milano: Università Cattolica del Sacro Cuore, 2010.
- PRIMER ENCUENTRO DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA ARGENTINA. *Comunicación para la integración social y cultural*. Buenos Aires: IEC-SNMP, 2008.

2.

BRASIL: CAMINOS DE LA FICCIÓN ENTRE VIEJOS Y NUEVOS MEDIOS

*Maria Immacolata Vassallo de Lopes,
Maria Cristina Palma Mungioli, Clarice
Greco Alves y Ligia Maria Prezia Lemos*

2.1. El contexto audiovisual

Brasil vivió en el 2010 tres hechos que, cada uno a su manera, generaron gran repercusión en el ambiente comunicacional del país. Ellos fueron: la elección de Dilma Rousseff a la Presidencia de la República, sucediendo a Luiz Inácio Lula da Silva y convirtiéndose en la primera mujer en ocupar ese cargo; la estabilidad económica interna ante la todavía presente crisis internacional; y la entrada de 30 millones de brasileños al mercado de trabajo y de consumo, a quienes se optó por llamar la “nueva clase C”. La importancia de esos hechos se notará a lo largo del análisis que sigue a continuación.

Panorama de la televisión abierta en el país

Brasil posee seis redes nacionales de televisión abierta, siendo cinco de ellas privadas: Globo, SBT, Record, Band y Rede TV! y una pública, la tv Brasil. En el 2010, todas las televisoras tanto las privadas como la pública produjeron y emitieron ficción televisiva, a excepción de la Rede TV.

Tabla 1. Emisoras nacionales de televisión abierta en Brasil

| Emisoras privadas (5) | Emisoras públicas (1) |
|-----------------------|-----------------------|
| Globo | tv Brasil |
| Record | |
| SBT | |
| Band | |
| Rede tv! | |
| Total Emisoras = 6 | |

Fuente: Obitel Brasil

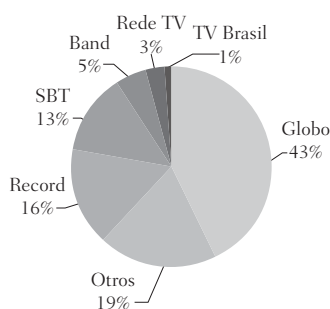
La audiencia de televisión abierta en el 2010

En el 2010, la Globo mantuvo el liderazgo de audiencia de tv abierta con un promedio nacional de 47% de *share*, aun presentando una caída del 2% con relación al año anterior. En segundo lugar aparece la Record, con 18% y crecimiento del 0,4% respecto al 2009; sigue en tercer lugar el SBT con 14%, mientras Band y Rede tv! presentaron prácticamente los mismos promedios del año anterior, 6% y 3%; y la tv Brasil presentó un *share* de casi 2%. En términos porcentuales, entre las tvs abiertas, la Globo obtuvo más que la suma de todas las demás emisoras, 47% contra 41%.

Gráfico 1. Audiencia individual de tv por emisora en el 2010

| Emisora | % |
|-----------|-------|
| Globo | 42,4 |
| Record | 16,0 |
| SBT | 13,3 |
| Band | 5,2 |
| Rede tv! | 2,6 |
| TV Brasil | 1,3 |
| Otros* | 19,2 |
| Total | 100,0 |

Fuente: Ibope/Obitel Brasil

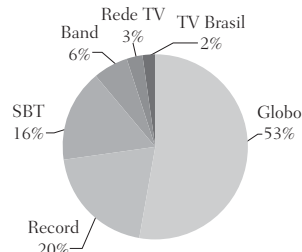


* El ítem *Otros* incluye datos referentes a MTV, Record News, otros canales, otros aparatos, sintonías no identificadas y sintonías no registradas.

Gráfico 2. Share por emisora en el 2010

| Total Encendidos Especial (TLE) * | Share individual | % |
|-----------------------------------|------------------|----|
| Globo | 46,64 | 53 |
| Record | 17,79 | 20 |
| SBT | 13,67 | 16 |
| Band | 5,52 | 6 |
| Rede tv! | 2,57 | 3 |
| TV Brasil | 1,68 | 2 |

Fuente: Ibope/Obitel Brasil



* Total Encendidos Especial (TLE): totaliza la audiencia de todas las emisoras de TV y excluye los índices recogidos para VCR (videocasete), *pay-per-view*, videojuegos, DVD, internet, circuito interno, canales de audio (transmiten programación de radios AM y FM) y como monitor de computadora. Con el TLE es posible calcular el *share* de las emisoras en base a la audiencia “pura” de televisión.

El análisis de audiencia como de *share* demuestra que la Globo permanece hegemónica, muy al frente de la segunda colocada. Aun así, el cuadro de la audiencia en el 2010 dio lugar a muchos debates en los medios que intentaron seguir la rapidez y la extrema mutabilidad de las decisiones destinadas a mantener o conquistar al público telespectador.

Hubo cambios de hábitos y usos de la televisión, la audiencia se pulverizó por otros canales, otros horarios. En los años 1990, la audiencia comenzaba a subir a las 17:30h. Hoy, sube a las 19:00h y puede alcanzar su pico después de las 22:00h, segmento que, años atrás, marcaba la caída del número de TVs encendidos. Según el Ibope, la tendencia en el futuro será la medición de la audiencia móvil, cuyo objetivo será el contenido, independientemente de la plataforma de vehículo. Eso se dará, principalmente, porque cada vez más habrá innumerables pantallas a disposición del espectador (TV, tablets, celulares, PC) y la TV de la sala no será más el centro de captación de la audiencia.¹

1 Cf. materia “Ibope muestra que el volumen de espectadores de la TV abierta no encogió” publicada en el periódico *Folha de São Paulo*, 26 de diciembre de 2010.

Las discusiones sobre la audiencia de la televisión fueron pautadas en el 2010 por el fenómeno de la “nueva clase C”.² En el mercado de las tecnologías de comunicación se observó un crecimiento muy significativo de la compra de electro/electrónicos.³ Esos datos tuvieron consecuencias importantes tanto para la formatación de la programación como para los contenidos en tvs abiertas y por suscripción, principalmente porque la clase C dedica más tiempo a la tv que las clases AB y prefiere telenovelas, programas humorísticos y de auditorio.⁴ La entrada de esos nuevos consumidores provocó cambios visibles en la programación que se tradujeron en estrategias para su fidelización, como por ejemplo, canales que pasaron a exhibir programas y películas doblados y la inclusión de contenido nacional en canales internacionales.⁵

2 Del 2003 al 2009, 29 millones de brasileños de las clases D y E ingresaron a la clase C, haciendo que ésta correspondiese al 50,5% de la población y concentrase el 46,24% del poder de compra, superando el 44,2% de las clases AB. El ascenso de esa gran parte de la población fue acompañado por un aumento de su renta *per capita* evidenciando disminución de los índices de desigualdad social. Cf. Informe “la nueva clase media: el lado brillante de los pobres” coordinado por el prof. Marcelo Cortes Neri, de la Fundación Getulio Vargas. Disponible en: <<http://www.fgv.br/cps/ncm/>>.

3 Cf. estudio del Instituto Data Popular con base en datos del IBGE publicado en el periódico *Folha de São Paulo*, 15 de diciembre de 2010, la clase C es responsable por la compra del 45% de los electrodomésticos en el país, contra el 27% registrado en el 2002. Son computadoras, televisores y aparatos de DVD, paquetes de servicios de tv por suscripción, celulares (la mayoría, prepagos) y acceso a internet por banda larga.

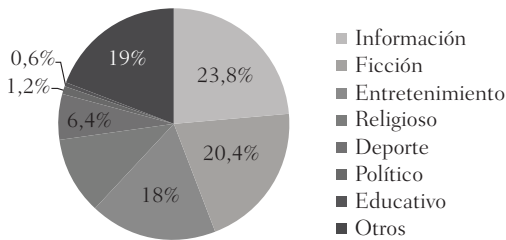
4 Datos referentes a la investigación del Ibope disponibles en: <http://www.ibope.com.br/maximidia2010/download/Classe_C.pdf>.

5 Cf. materia “tv para todos” publicada en el periódico *O Estado de São Paulo*, 13 de febrero de 2011. Recientemente la Fox Brasil anunció la creación del canal BemSimples que deberá contar con el 60% de producción nacional (producida en Argentina) y que tendrá como principal foco la clase C. Cf. materia “Fox crea canal para clase C”, publicada por el informativo *m&m online*, del 23 de febrero de 2011. Disponible en: <http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Fox_cria_canal_para_classe_C&id_noticia=148470>.

Géneros de programas transmitidos por la TV en el 2010

| Géneros Transmitidos | Horas de exhibición | % |
|----------------------|---------------------|-------|
| Información | 12.528:44:00 | 23,8 |
| Ficción | 10.545:55:00 | 20,4 |
| Entretenimiento | 9.467:49:00 | 18,0 |
| Religioso | 5.575:00:00 | 10,6 |
| Deporte | 3.352:39:00 | 6,4 |
| Político | 617:05:00 | 1,2 |
| Educativo | 324:00:00 | 0,6 |
| Otros | 10.087:11:00 | 19,0 |
| Total | 52.498:23:00 | 100,0 |

Gráfico 3. Géneros y horas transmitidos por la TV



Fuente: Ibope/Obitel Brasil

Información: Documental, Entrevista, Periodismo, Reportaje

Ficción: Telenovela, Serie, Miniserie, Película, Dibujo animado adulto, Infantil

Entretenimiento: Auditorio, Game show, Humorístico, Musical, Reality show, Show, Premiación, Femenino

Deporte: Deporte y Fútbol

Otros: Televentas, Rural, Turismo, Salud, Sorteo, Espacio Empresarial

Los géneros información y ficción dividieron el liderazgo en las horas de exhibición, con 23,8% y 20,4%, respectivamente, demostrando el lugar privilegiado ocupado por los productos ficcionales. Siguió entretenimiento y programas religiosos, estos últimos incluidos entre los cinco géneros más exhibidos, muy adelante de los

programas deportivos, aun en el año del Mundial de Fútbol y en el llamado “país del fútbol”. Se observa además que el género político, en el año electoral, superó a los programas educativos.

Reuniendo el conjunto de las horas exhibidas por la televisión en el 2010, 20% de la programación está ocupada por ficción y 80% por otros géneros.

| Género | Horas exhibidas | % |
|------------|-----------------|-----|
| Ficción | 10.525:55:00 | 20 |
| No Ficción | 41.952:28:00 | 80 |
| Total | 52.498:23:00 | 100 |

Televisión pública

La tv Brasil es a única red nacional de televisión pública que funciona por canal abierto. Implantada en diciembre del 2007, continúa enfrentando dificultades en lo referente a su sintonización.⁶ La Webtv, en el sitio de la emisora, pone a disposición programas periodísticos, culturales, infantiles y documentales exhibidos las 24 horas. Está también presente en las redes sociales del Twitter y Facebook. Un marco importante en el 2010 fue el lanzamiento del canal internacional transmitido para América Latina, Estados Unidos, Portugal y África. Como canal público, realiza producción de contenidos a través de la apertura de edictos públicos, habiendo producido por primera vez programas de ficción seleccionados por medio del edicto *FICTV/Mais Cultura*. Fueron ocho pilotos exhibidos,⁷ de los cuales tres deben resultar miniseries en el año 2011.

6 Es asequible vía parabólicas, parabólicas digitales, tvs por suscripción de todo Brasil y canales abiertos en algunos estados. Disponible en: < <http://tvbrasil.org.br>>. Acceso en: enero 2011.

7 Títulos de los pilotos: *Brilhante F.C.*, *Natália*, *Vida de estagiário*, *Elvis e o cometa*, *Última saída-A passagem*, *Alfavela*, *Pulo do gato*, y *3%*, cada uno con una duración de 26 minutos.

Televisión regional

La Rede Brasil-Sul, con la RBS TV de Porto Alegre, asociada de la Globo, aumentó la oferta de producción de series de ficción: *Histórias curtas*, *Contos de Natal* e *Histórias extraordinárias*. El sitio de la emisora pone a disposición las producciones y actualiza el *Cortos gaúchos*⁸ por el Twitter, Facebook y por el Blog *Bastidores da TV*. La RPC TV Paranaense, asociada a la Globo, sigue exhibiendo los dominicos, la *Revista rpc* con tres series de ficción: *Casos e causos*, *Coisas de casal* y *Três feras e uma bela*. Las producciones están disponibles en el sitio de la emisora que posee el núcleo de dramaturgia desde 2007.⁹ La tv Cultura de São Paulo presentó *Autor por autor*, coproducción con la Sesc tv. Es la única emisora regional abierta con multiprogramación, que pone a disposición la producción *Teleteatro* en su canal digital 2.2, el Univesp tv,¹⁰ con obras consagradas del teatro brasileño e internacional especialmente adaptadas para la televisión.

Panorama de la televisión por suscripción en el país

Crecimiento de la tv paga

En los últimos cuatro años, la tv paga hizo más que duplicar su penetración en el país, hecho ese atribuido principalmente al continuo crecimiento de la clase C y al Mundial de Fútbol del 2010. Las regiones Norte y Nordeste fueron las que presentaron mayor crecimiento porcentual, a pesar del número absoluto de adquisiciones haber sido mayor en el Sudeste.¹¹ Los casi 10 millones de suscrip-

8 Disponible en: <<http://www.rbstv.com.br/curtasgauchos>>. Acceso en: enero 2011.

9 Disponible en: <<http://www.rpctv.com.br/revista-rpc-tv/casos-e-causos/>>; <<http://www.rpctv.com.br/revista-rpc-tv/arquivo/rede/x/x/x/154/>> y <<http://www.rpctv.com.br/revista-rpc-tv/coisas-de-casal/>>. Acceso en: diciembre 2010.

10 Disponible en: <<http://www.univesp.tv.br/sobre-a-univesp-tv>>. Acceso en: enero 2011.

11 Fuente: *Folha de São Paulo*. Disponible en: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/866358-tv-paga-cresce-30-e-soma-98-milhoes-de-assinantes-em-2010.shtml>>. Acceso en: 27 de enero de 2010.

ciones, según datos de Anatel, representan más de 32 millones de brasileños que consumen tv paga.¹²

En el 2010 la **ficción brasileña en la tv paga** presentó un crecimiento significativo en los títulos inéditos de series, con 15 títulos representando un aumento del 180% con relación a los cinco del 2009. El canal Multishow, principal responsable por el aumento, exhibió diez títulos: *Quase anônimos*, *Open bar*, *Morando sozinho*, *Na fama e na lama*, *Adorável psicose*, *Os gozadores*, *Amoral da história*, *Bicicleta e melancia*, *Vendemos cadeiras* y *Desprogramado*. La MTV exhibió la serie *Tô frito* y el Canal Brasil, tres series de producción propia, *Elvirão ou como vovó já dizia*, *Bipolar* y *Quando a noite cai*. La HBO Latin America transmitió la segunda temporada de la serie *Alice*. En lo que hace a la **ficción hispanoamericana** hubo cinco títulos: la segunda temporada de la serie mexicana *Capadocia* (HBO Latin America); las series colombianas *Los caballeros las prefieren brutas* (Sony) y *Kdabra* (Fox Telecolombia); la argentina *Impostores* (Fox) y el docudrama *Instinto assassino* (Discovery Channel Latin America).¹³ Hubo también la producción musical chilena *Karkú*, dirigida al público joven y exhibida por Nickelodeon y tv Brasil.

12 Considerando el número promedio de personas por domicilio, según el IBGE, de 3,3 personas. Con eso, Brasil pasa a liderar el sector de TV paga en América Latina, con 9,9 millones de suscriptores, seguido por México (9,2 millones) Argentina (6,7 millones), Colombia (3,5 millones), Chile (1,7 millón) y Perú (1 millón). Fuente: Anatel (Agencia Nacional de Telecomunicaciones) con el Instituto SNL/Kagan, publicado en el periódico *Folha de São Paulo*, 26 de enero de 2011 Disponible en: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1003201103.htm>>. Acceso en: 1° de marzo de 2011.

13 Tanto las ficciones hispanoamericanas como las brasileñas con las redes HBO y Fox forman parte de una creciente política de coproducción y de distribución de series por esas emisoras, norteamericanas para el mercado latino. Para ello, se utiliza infraestructura operacional y tradición dramática locales para crear historias predominantemente de géneros de acción, policial, realismo fantástico, *gangster* y aun drama realista (de la brasileña *Alice*).

Nuevas tecnologías: internet, redes sociales, tv digital

En el 2010, Brasil superó los 67 millones de usuarios de internet¹⁴ (35% de la población), conectados dos horas más que el promedio mundial.¹⁵ La mayoría se habituó a consumir tv, radio o cine por la *web*.¹⁶ Esos datos también parecen confirmar una tendencia ya señalada por nosotros: no se ve menos tv, los contenidos televisivos son los que se expanden por múltiples plataformas.¹⁷ Acceden a las redes sociales 25 millones de brasileños,¹⁸ lo que nos convierte en las personas que más las utilizan en el mundo.¹⁹ La red Orkut continuó liderando, a pesar de que Facebook multiplicó cinco veces su audiencia en el año. El Twitter y el consumo de vídeo *online* también están arriba del promedio y Brasil es el quinto país en accesos al YouTube.²⁰

A fines del 2010, la tv digital alcanzó la cobertura de 425 municipios (90 millones de personas) en todos los estados del país, un crecimiento del 15% con relación al 2009. Aun con relación a la tv digital, la Globo lanzó, durante el Mundial de Fútbol, la interactividad digital disponible solamente en aparatos de televisión en alta definición y también utilizada en las telenovelas *Passione* y *Ti-ti-ti*.

14 Según datos del Ibope en *fndc*, 13 de septiembre de 2010.

15 F/Nazca. Disponible en: <<http://www.adnews.com.br/Internet/110788.html>>. Acceso en: 3 de diciembre de 2011.

16 Noticia sobre F/Radar (estudio de la F/Nazca) publicada en el periódico *O Estado de São Paulo*, 3 de diciembre de 2010.

17 *Anuario Obitel 2010*, p. 131.

18 Cf. datos do Ibope Medios en *Tela Viva News* del 9 de noviembre de 2010. Acceso en: 20 de enero de 2011.

19 Según estudio *Consumerização de ti*, Unisys/IDC. Fuente: *Tela Viva News*, 15 de octubre de 2010.

20 Cf. materia "Número de internautas brasileños crece 20% en el 2010". Fuente: *Tela Viva News*, 2 de febrero de 2011.

Panorama de las políticas de comunicación

En el 2010, las políticas de radiodifusión y de telecomunicaciones en Brasil fueron marcadas por debates que discutieron la regulación del sector. Parte de esa discusión tuvo inicio con la primera Conferencia Nacional de Comunicación, realizada en diciembre del 2009. Dentro de ese cuadro, algunos temas pautaron los debates. La propuesta de un nuevo **marco regulatorio de las comunicaciones** tiene lugar debido a la necesidad de revisión del Código Brasileño de Telecomunicaciones, que data de 1962, y con el objetivo de incluir legislación sobre los nuevos medios de comunicación y la TV digital, incentivos a la producción independiente, regulación de la entrada de capital extranjero y del sistema de concesiones de la radiodifusión.

Con el fin de redefinir normas y criterios vigentes, el Ministério da Justiça abrió, vía la internet, una consulta pública sobre el sistema de **clasificación indicativa** sobre contenidos de TV, cine, teatro, juegos electrónicos y de interpretación.

El proyecto de la **nueva ley de TV por suscripción**, discutido desde el 2007, fue aprobado en junio del 2010 por la Comisión de Constitución, Justicia y Ciudadanía de la Cámara de Diputados y encaminado al Senado como Proyecto de Ley de la Cámara (PLC 116), donde aguarda su reglamentación. El proyecto causa polémica, pues involucra cambios estructurales en el sector como reglamentación de los servicios de TV paga, permiso de entrada de las operadoras de telecomunicaciones en el mercado y definición de límites para la colocación de contenido nacional.

Publicidad y merchandising en la televisión

Repitiendo lo sucedido en el 2009, en el año 2010, la mayor parte de las inversiones publicitarias fue para la televisión, con aproximadamente 52% de los casi 36 mil millones de reales²¹ destinados a la publicidad en el país, lo que significa un aumento de cerca de

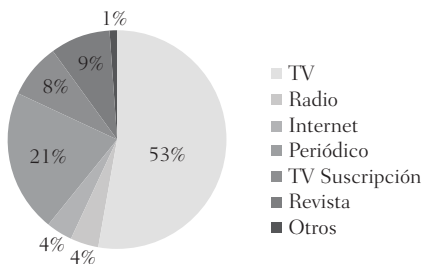
21 Fuente: Ibope.

18% de la torta publicitaria en relación al 2009. Las inversiones en la tv aumentaron cerca de 20% en el 2010, sin embargo, el mayor crecimiento relativo ocurrió con la internet, 74% superior al 2009, pero aun representando sólo un 4% del total de inversiones publicitarias del año.

Gráfico 4. Inversión publicitaria en el 2010, por medio

| Medio | Inversión % |
|-------------------|-------------|
| Televisión | 52,7 |
| Periódico | 21,2 |
| Revista | 8,4 |
| TV Suscripción | 8,3 |
| Internet | 4,1 |
| Radio | 4,0 |
| Cine | 0,6 |
| Mobiliario urbano | 0,3 |
| Outdoor | 0,1 |

Fuente: Ibope



Otros: Cine 0,6%, Mobiliario urbano 0,3% y Outdoor 0,1%

Merchandising en la ficción

El *merchandising* siguió siendo muy utilizado en el 2010. Los segmentos que lideraron las inserciones fueron cosméticos y vehículos, seguidos por moda, alimentos, servicios, mercado financiero, comercio, utilidades domésticas, telecomunicaciones y bebidas.²² Cabe destacar la realización de la serie de ficción *Tô frito* por una empresa de alimentación.

Merchandising social

Considerada la marca central de la telenovela brasileña, el *merchandising* social es una estrategia de comunicación que consiste en la conducción de tramas de teledramaturgia y en programas de entretenimiento de mensajes socioeducativos. En la Globo, esas acciones

22 Fuente: tv Globo.

se destacaron en las telenovelas *Passione*, *Araguaia*, *Ti-ti-ti*, *Viver a vida* y *Cama de gato*.²³ En el SBT, *Vende-se um véu de noiva* abordó el embarazo en la adolescencia, el uso de drogas y el SIDA.²⁴

2.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

Tabla 2. Producciones exhibidas en el 2010 y sus respectivas emisoras

| | | | |
|-------------------------------------|---|--|--|
| Globo: 31 títulos nacionales | | 21 | <i>Papai Noel existe</i> (unitario) |
| 1 | <i>A cura</i> (miniserie) | 22 | <i>Passione</i> (telenovela) |
| 2 | <i>A grande família</i> (serie) | 23 | <i>Por toda a minha vida</i> (docudrama) |
| 3 | <i>A princesa e o vagabundo</i> (unitario) | 24 | <i>Programa piloto</i> (unitario) |
| 4 | <i>A vida alheia</i> (serie) | 25 | <i>S.O.S Emergência*</i> (serie) |
| 5 | <i>Afinal, o que querem as mulheres?</i> (miniserie) | 26 | <i>S.O.S Emergência*</i> (serie) |
| 6 | <i>Araguaia</i> (telenovela) | 27 | <i>Separação?!</i> (serie) |
| 7 | <i>As cariocas</i> (serie) | 28 | <i>Tal filho, tal pai</i> (unitario) |
| 8 | <i>Batendo ponto</i> (unitario) | 29 | <i>Tempos modernos</i> (telenovela) |
| 9 | <i>Cama de gato</i> (telenovela) | 30 | <i>Ti-ti-ti</i> (telenovela) |
| 10 | <i>Caras e bocas</i> (telenovela) | 31 | <i>Viver a vida</i> (telenovela) |
| 11 | <i>Clandestinos</i> (serie) | | |
| 12 | <i>Dalva e Herivelto - Uma canção de amor</i> (miniserie) | TV Brasil: 8 títulos nacionales | |
| 13 | <i>Diversão&Cia</i> (unitario) | 32 | <i>3%</i> (unitario) |
| 14 | <i>Escrito nas estrelas</i> (telenovela) | 33 | <i>Alfavela</i> (unitario) |
| 15 | <i>Força-tarefa</i> (serie) | 34 | <i>Brilhante F.C.</i> (unitario) |
| 16 | <i>Ger@l.com</i> (serie) | 35 | <i>Elvis e o cometa</i> (unitario) |
| 17 | <i>Malhação</i> (telenovela) | 36 | <i>Natália</i> (unitario) |
| 18 | <i>Na forma da lei</i> (serie) | 37 | <i>Pulo do gato</i> (unitario) |
| 19 | <i>Nosso querido trapalhão</i> (docudrama) | 38 | <i>Última saída</i> (unitario) |
| 20 | <i>O relógio da aventura</i> (serie) | 39 | <i>Vida de estagiário</i> (unitario) |

23 Esas acciones son detalladas y analizadas en la Tabla 12 de este capítulo.

24 En el segundo semestre, la Globo condujo una campaña institucional sobre sus acciones de *merchandising* social mostrando a lo largo del tiempo escenas de telenovelas que se hicieron famosas, como en: *Laços de família* (2000), *O clone* (2001), *A favorita* (2008), *Viver a vida* (2009), *Caminho das Índias* (2009) y *Passione* (2010).

| | | | |
|--------------------------------------|--|-----------------------------------|--|
| Record: 7 títulos nacionales | | Band: 3 títulos importados | |
| 40 | <i>A história de Ester</i> (miniserie) | 53 | <i>Isa TKM*</i> (serie - Venezuela) |
| 41 | <i>As mãos de meu filho</i> (telefilme) | 54 | <i>Isa TKM*</i> (serie - Venezuela) |
| 42 | <i>Balada, baladão</i> (unitario) | 55 | <i>Quase anjos</i> (telenovela - Argentina) |
| 43 | <i>Bela, a feia</i> (telenovela) | | |
| 44 | <i>Nascemos para cantar</i> (docudrama) | REPRISES | |
| 45 | <i>Poder paralelo</i> (telenovela) | | Globo: |
| 46 | <i>Ribeirão do tempo</i> (telenovela) | 1 | <i>Alma gêmea</i> (telenovela) |
| | | 2 | <i>Sete pecados</i> (telenovela) |
| SBT: 3 títulos nacionales | | 3 | <i>Sinhá moça</i> (telenovela) |
| 47 | <i>Uma rosa com amor</i> (telenovela) | | SBT: |
| 48 | <i>Vende-se um véu de noiva</i> (telenovela) | 4 | <i>A história de Ana Raio e Zé Trovão</i> (telenovela) |
| | | 5 | <i>Canavial de paixões</i> (telenovela) |
| Band: 1 título nacional | | 6 | <i>Esmeralda</i> (telenovela) |
| 49 | <i>Tô frito</i> (serie) | 7 | <i>Pérola negra</i> (telenovela) |
| | | | Record: |
| TÍTULOS IMPORTADOS | | 8 | <i>Os mutantes - Caminhos do coração</i> (telenovela) |
| tv Brasil: 1 título importado | | | |
| 50 | <i>Karkú</i> (telenovela - Chile) | COPRODUCCIONES | |
| | | | Globo: |
| SBT: 2 títulos importados | | 1 | <i>El clon</i> (telenovela - Telemundo) |
| 51 | <i>As tontas não vão ao céu</i> (telenovela) | 2 | <i>Entre el amor y el deseo</i> (telenovela - tv Azteca) |
| 52 | <i>Camaleões</i> (telenovela) | 3 | <i>Laços de sangue</i> (telenovela - sic) |

*La serie presentó dos temporadas.

Fuente: Obitel Brasil

En el 2010, el conjunto de las producciones televisivas exhibidas en canales abiertos en Brasil fue de 63 ficciones, siendo 55 inéditas y ocho reprises, representando un aumento del 28% con relación al 2009. La Globo produjo 31 títulos inéditos, que equivalen al 60% del total, seguida por la tv Brasil con ocho títulos, Record, con siete, SBT, con dos y Band, con sólo uno.

Tabla 3. Total de ficciones de estreno en el 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional | 49 | 89,0 | 1.838 | 80,4 | 1.288:15:00 | 82,8 |
| Iberoamericana | 6 | 11,0 | 447 | 19,6 | 267:35:00 | 17,2 |
| Hispanoamericana (ámbito Obitel) | 6 | 11,0 | 447 | 19,6 | 267:35:00 | 17,2 |
| Hispanoamericana (ámbito no Obitel) | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispanica) | - | - | - | - | - | - |
| Ibérica | - | - | - | - | - | - |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 55 | 100 | 2.285 | 100 | 1.555:50:00 | 100 |

Fuente: Obitel Brasil

La producción nacional alcanzó 49 títulos que corresponden al 89% del total de ficciones de estreno. El aumento de la producción nacional, 19% con relación al año anterior, representó el mayor número de títulos registrado en los años analizados por el Obitel.²⁵ Por otro lado, la producción importada, que también creció, registró seis títulos, u 11% de las ficciones de estreno. El aumento del número de títulos nacionales se debió, sobretudo, al estreno de ocho unitarios de la tv Brasil y de una miniserie de la Band. Globo y SBT mantuvieron el número del año anterior, mientras que la Record disminuyó un título. En lo que se refiere al número de horas, fueron transmitidas 1.555:50:00 horas de ficción. De esas, 83% son de origen nacional y 17% son importadas. Sin embargo, se verifica que mientras el número de títulos nacionales aumentó, el número de horas de ficción nacional tuvo una caída de casi 20% con relación al 2009. Esa retracción parece tener dos razones: la primera, la reducción de horas de las producciones de la Record y SBT y, la segunda, la diversificación en los formatos de las ficciones televisivas brasileñas, con el crecimiento de las producciones

25 En el 2009 el número de títulos nacionales fue 41; en el 2008, 38; en el 2007, 40, y en el 2006, 30.

de corta serialidad. La Globo coprodujo tres telenovelas internacionales para exhibición sólo fuera del país. En Portugal, *Laços de sangue*, en asociación con la SIC; en México, *Entre el amor y el deseo*, con la tv Azteca; y en los EE.UU., *El clon*, con la Telemundo.²⁶

Tabla 4. Ficciones de estreno exhibidas en cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|--|---------|------|-------|------|-------------|------|
| Brasil | 49 | 89,0 | 1.838 | 80,4 | 1.288:15:00 | 82,8 |
| Argentina | 1 | 1,8 | 195 | 8,5 | 117:00:00 | 7,5 |
| Chile | 1 | 1,8 | 76 | 3,3 | 30:25:00 | 1,9 |
| Colombia | - | - | - | - | - | - |
| Ecuador | - | - | - | - | - | - |
| España | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispánica) | - | - | - | - | - | - |
| México | 2 | 3,7 | 120 | 5,3 | 92:00:00 | 6,0 |
| Portugal | - | - | - | - | - | - |
| Uruguay | - | - | - | - | - | - |
| Venezuela | 2 | 3,7 | 56 | 2,5 | 28:10:00 | 1,8 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países hispanoamericanos/ iberoamericanos) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 55 | 100 | 2.285 | 100 | 1.555:50:00 | 100 |

Fuente: Obitel Brasil

Seis títulos hispanoamericanos fueron importados de países del ámbito Obitel, cinco veces más que en el año anterior. La Band transmitió la venezolana *Isa tkm*, y la argentina *Quase anjos*; el SBT exhibió la mexicana *As tontas não vão ao céu* y *Camaleões*, y la tv Brasil exhibió *Karkú*, de Chile. Se trata de un dato importante, pues revierte una tendencia de caída en la exhibición de títulos importados observada desde el 2006.²⁷

26 Ya que esas tres producciones no fueron exhibidas en el país, ellas no fueron contabilizadas en los cuadros.

27 En el 2006 fueron importadas siete ficciones; en el 2007, fueron seis; en el 2008, cinco, y en el 2009, sólo una.

Tabla 5. Capítulos/Episodios y horas exhibidos por franja horaria

| Franjas horarias | Nacionales | | | | Iberoamericanos | | | | Total | | | |
|----------------------------|------------|------|-------------|------|-----------------|------|-----------|------|-------|------|-------------|------|
| | C/E | % | H | % | C/E | % | H | % | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | - | - | - | - | 170 | 38 | 102:00:00 | 38,2 | 170 | 7,4 | 102:00:00 | 6,6 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 578 | 31,4 | 331:20:00 | 25,7 | 196 | 43,8 | 122:25:00 | 45,7 | 774 | 33,9 | 453:45:00 | 29,2 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 835 | 45,4 | 612:35:00 | 47,6 | 81 | 18,2 | 43:10:00 | 16,1 | 916 | 40,1 | 655:45:00 | 42,1 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 425 | 23,2 | 344:20:00 | 26,7 | - | - | - | - | 425 | 18,6 | 344:20:00 | 22,1 |
| Total | 1.838 | 100 | 1.288:15:00 | 100 | 447 | 100 | 267:35:00 | 100 | 2.285 | 100 | 1.555:50:00 | 100 |

Fuente: Obitel Brasil

El **prime time** lideró con relación a las demás franjas horarias, concentrando casi el 48% de las horas producidas en el año, mientras hubo prácticamente la misma distribución entre las franjas de la mañana y de la noche, alrededor del 26%. Ya el 40% de las horas importadas fueron exhibidas **por la mañana y por la tarde**, sugiriendo el horario matutino como tendencia de inauguración del nuevo horario de ficción importada dirigido al público infanto-juvenil. Sin embargo, la inserción de la ficción importada en esta franja horaria puede representar apenas una opción para completar los horarios de la programación.

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Nacionales | | | | | | |
|----------------------------------|---------|------|-------|------|-------------|------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 13 | 26,6 | 1.381 | 75,1 | 1.074:40:00 | 83,5 |
| Serie | 12 | 24,5 | 147 | 8,0 | 78:10:00 | 6,0 |
| Miniserie | 4 | 8,2 | 31 | 1,7 | 20:15:00 | 1,6 |
| Telefilme/tv movie | 1 | 2,0 | 1 | 0,1 | 00:50:00 | 0,05 |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | 19 | 38,7 | 278 | 15,1 | 114:20:00 | 8,8 |
| Total | 49 | 100 | 1.838 | 100 | 1.288:15:00 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 4 | 66,7 | 391 | 87,5 | 239:25:00 | 89,5 |
| Serie | 2 | 33,3 | 56 | 12,5 | 28:10:00 | 10,5 |
| Miniserie | - | - | - | - | - | - |
| Telefilme/tv movie | - | - | - | - | - | - |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 6 | 100 | 447 | 100 | 267:35:00 | 100 |

Fuente: Obitel Brasil

Se nota la tendencia, iniciada en el 2008, del aumento de la participación de las series, con 12 títulos.²⁸ El formato miniserie pre-

²⁸ En el 2008 fueron 7, y en el 2009, 11. Fuente: *Anuarios Obitel*.

sentó una pequeña caída en el número de títulos, que fueron cuatro.²⁹ Y, repitiendo el 2009, hubo sólo un telefilme. Ya los 13 títulos nacionales de telenovela producidos en el 2010 representan una caída del 15% con relación a los 15 títulos del 2009. Eso se debe al hecho de que la Record haya producido tres telenovelas frente a las cinco del 2009. Los formatos iberoamericanos, en el 2010, fueron cuatro telenovelas y dos series aumentando su presencia con relación al 2009 cuando sólo una serie fue exhibida. La categoría **otros** tuvo un aumento del 137% respecto al 2009. En el 2010, fueron exhibidos 19 unitarios frente a ocho en el 2009. Ese aumento se debe, principalmente, a los ocho unitarios exhibidos por la tv Brasil. El aumento de la diversificación de los formatos se produce por segundo año consecutivo, pero todavía no se define como tendencia de la producción brasileña.

Tabla 7. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|------------------------------|----------|----------|-----------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|------------|
| Telenovela | - | - | 3 | 6,1 | 6 | 12,2 | 4 | 8,2 | 13 | 27,1 |
| Serie | - | - | 2 | 4,1 | - | - | 10 | 20,4 | 12 | 22,9 |
| Miniserie | - | - | - | - | - | - | 4 | 8,2 | 4 | 8,3 |
| Telefilme/ tv movie | - | - | - | - | - | - | 1 | 2,0 | 1 | 2,1 |
| Otros (docudrama etc.) | - | - | 9 | 18,4 | - | - | 10 | 20,4 | 19 | 39,6 |
| Total | 0 | 0 | 14 | 28,6 | 6 | 12,2 | 29 | 59,2 | 49 | 100 |

Fuente: Obitel Brasil

En la franja de la **mañana**, la Band exhibió dos títulos importados, la telenovela argentina *Quase anjos* y la segunda temporada de la serie venezolana *Isa tkm*. En el horario de la **tarde**, la Globo exhibió seis títulos, siendo tres telenovelas (*Cama de gato*, *Escrito nas*

29 En el 2008, hubo tres títulos, en el 2009, seis. Fuente: *Anuarios Obitel*.

estrelas y *Araguaia*), dos series (*Ger@l.com* y *O relógio da aventura*) y la telenovela *Malhação*. Iniciando su producción de ficción, la tv Brasil exhibió ocho unitarios, además de la telenovela chilena *Karkú*. El SBT presentó las telenovelas mexicanas *As tontas não vão ao céu* y *Camaleões*, destaque del 2009 en su país de origen. El comienzo de la exhibición de producciones de productores en el horario vespertino en otras emisoras, además de la Globo, hizo aumentar el porcentaje de la franja del 21% al 29%.

El año 2010 **reafirmó la disminución gradual de telenovelas exhibidas en el prime time**. Se transmitieron seis en el 2010, contra ocho en el 2009, una caída del 25%. La Globo mantuvo cinco títulos: *Caras e bocas*, *Tempos modernos*, *Viver a vida*, *Passione* y *Ti-ti-ti*. El SBT, que en el 2009 no exhibió telenovelas en esa franja, en el 2010 presentó *Uma rosa com amor*. La caída fue causada por el desplazamiento de la telenovela de la Record al horario de la noche y la inserción en el *prime time* de la serie norteamericana *csi*. Se trata de una estrategia adoptada también por Band y SBT que, compitiendo por la audiencia, colocan en el aire un producto más barato y de éxito anterior.

En el horario de la **noche** se observa la mayor diversidad de formatos. Además de aumentar un 26% el número de títulos, elevando la participación nocturna en la programación nacional del 56% al 60%. Fueron 20 producciones de la Globo, que reafirmó el liderazgo en ese horario con el 70% de los títulos, entre ellos: nueve series, seis unitarios, tres miniseries y dos docudramas. En la Record fueron exhibidos tres telenovelas, un docudrama, un unitario, una miniserie y un telefilme. SBT y Band presentaron una telenovela y una serie, respectivamente. Sobre el horario de la noche es importante observar que el desplazamiento de la programación de la ficción para después de las 22:00h viene ocurriendo discretamente desde el 2008. La extensión del *prime time* y el aumento de la producción del horario de la noche parecen ser factores derivados de los nuevos hábitos de audiencia de la televisión brasileña.

Tabla 8. Capítulos/Episodios (sin intervalos comerciales)

| Duración | Capítulos/ Episodios | % |
|------------------|-------------------------|------------|
| Corta (30') | 295 | 16,5 |
| Media (30'- 60') | 1.519 | 82,5 |
| Larga (60'+) | 24 | 1 |
| Total | 1.838 | 100 |

Fuente: Obitel Brasil

Desde el 2008, las producciones de media duración predominan en la televisión brasileña. Sin embargo, episodios de corta duración (unitarios, especiales y series) han presentado un pequeño, pero continuo, crecimiento en los últimos tres años. Por otro lado, la exhibición de capítulos y episodios de larga duración presentan una reducción desde el 2009. Se verá más adelante si estamos ante una tendencia de preferencia por historias cortas, como por ejemplo los *sitcoms* norteamericanos.

Tabla 9. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|------------|
| Presente | 52 | 94,6 |
| Pasado | 1 | 1,8 |
| Histórica | 2 | 3,6 |
| Otra | 0 | 0 |
| Total | 55 | 100 |

Fuente: Obitel Brasil

La ficción continúa privilegiando la época presente con casi el 95% del total de las producciones, un crecimiento del 7% respecto al 2010. Las producciones históricas y de pasado presentan una reducción frente al año anterior. Las series y miniseries producidas por la Globo y el gran número de pilotos exhibidos por la tv Brasil contribuyeron a la predominancia de historias contemporáneas en las narrativas.

Tabla 10. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| Título | País de Origen de la Idea Original o Guión | Emisora | Tv Privada/ Pública | Guionista o Autor de la Idea Original | Rating % | Share % |
|--------------------------------|--|-----------------------------------|---------------------|---|----------|---------|
| 1° <i>Viver a vida</i> | Brasil | Globo | Privada | Manoel Carlos | 39,2 | 62,2 |
| 2° <i>Caras e bocas</i> | Brasil | Globo | Privada | Walcyr Carrasco | 36,0 | 64,9 |
| 3° <i>Passione</i> | Brasil | Globo | Privada | Silvio de Abreu | 35,8 | 57,7 |
| 4° <i>Ti-ti-ti</i> | Brasil | Globo | Privada | Maria Adelaide Amaral | 31,3 | 54,9 |
| 5° <i>Dalva e Herivelto</i> | Brasil | Globo | Privada | Maria Adelaide Amaral | 31,2 | 50,2 |
| 6° <i>Papai Noel existe</i> | Brasil | Globo | Privada | Guel Arraes | 29,3 | 49,7 |
| 7° <i>Escrito nas estrelas</i> | Brasil | Globo | Privada | Elizabeth Jhin | 29,2 | 52,8 |
| 8° <i>Cama de gato</i> | Brasil | Globo | Privada | Duca Rachid y Thelma Guedes | 28,7 | 56,2 |
| 9° <i>A grande família</i> | Brasil | Globo | Privada | Claudia Jouvin, Mauricio Rizzo y Bernardo Guilherme | 27,7 | 46,9 |
| 10° <i>Batendo o ponto</i> | Brasil | Globo | Privada | Paulo Cursino | 27,7 | 46,3 |
| Total de producciones: 10 | | Guiones originales nacionales: 10 | | Guiones extranjeros: 0 | | |
| 100% | | 100% | | 0% | | |

Fuente: Obitel Brasil/Ibope

Las ficciones de la Globo, por cuarto año consecutivo, componen las diez mayores audiencias. Los tres programas de mayor audiencia (*rating*) domiciliaria fueron telenovelas exhibidas en el horario de las 21:00h: *Viver a vida* con 39,2%, *Caras e bocas* con 36% y *Passione* con 35,8%. Todos los Top Ten son producciones nacionales con guiones originales, siendo seis de ellos telenovelas, una miniserie, una serie y dos unitarios. Sin embargo, cuando se analiza el *share* de esas producciones, se observan algunos cambios importantes: *Caras e bocas* pasa a ocupar el primer lugar de la lista; *Cama de gato* sube del octavo al cuarto, pasando a ocupar el lugar de *Ti-ti-ti*; *Escrito nas estrelas* sube del séptimo al quinto, en el lugar de *Dalva e Herivelto*. Eso significa que las telenovelas continúan liderando la preferencia del público entre los diez programas más vistos, ocupando nada menos que los seis primeros lugares de la lista.

Tabla 11. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año de producción | Número de capítulos | Duración capítulos/episodios | Fecha de la primera emisión | Fecha de la última emisión | Franja horaria |
|--------------------------------|------------|-------------------|-------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1° <i>Viver a vida</i> | Telenovela | Drama | 2009-2010 | 115 | 52 minutos | 1/1/2010 | 15/5/2010 | <i>Prime time</i> |
| 2° <i>Caras e bocas</i> | Telenovela | Comedia romántica | 2009-2010 | 7 | 60 minutos | 1/1/2010 | 9/1/2010 | <i>Prime time</i> |
| 3° <i>Passione</i> | Telenovela | Drama | 2010-2011 | 197 | 60 minutos | 17/1/2010 | 31/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| 4° <i>Ti-ti-ti</i> | Telenovela | Comedia | 2010-2011 | 143 | 48 minutos | 19/7/2010 | 31/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| 5° <i>Dalva e Herivelto</i> | Miniserie | Drama | 2010 | 5 | 35 minutos | 4/1/2010 | 8/1/2010 | Noche |
| 6° <i>Papai Noel existe</i> | Unitario | Humorístico | 2010 | 1 | 36 minutos | 22/12/2010 | 22/12/2010 | Noche |
| 7° <i>Escrito nas estrelas</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 143 | 40 minutos | 12/4/2010 | 25/9/2010 | Tarde |
| 8° <i>Cama de gato</i> | Telenovela | Comedia romántica | 2009-2010 | 85 | 36 minutos | 1/1/2010 | 10/4/2010 | Tarde |
| 9° <i>A grande família</i> | Serie | Humorístico | 2010 | 35 | 36 minutos | 8/4/2010 | 23/4/2010 | Noche |
| 10° <i>Batendo o ponto</i> | Unitario | Humorístico | 2010 | 1 | 32 minutos | 28/12/2010 | 28/12/2010 | Noche |

Fuente: Obitel Brasil/Ibope

Tabla 12. Temáticas y los diez títulos más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|-----------------------------|--|--|
| 1° <i>Viver a vida</i> | Relaciones familiares; paraplejia; adulterio; bastardía; relaciones amorosas; busca por la felicidad y por la realización profesional; relaciones profesionales; tratamientos médicos. | Movilidad y calidad de vida de paráliticos ; tratamiento de enfermedades y anorexia alcohólica; uso de células madre en el tratamiento de enfermedades; ausencia de la figura paterna. |
| 2° <i>Caras e bocas</i> | Relaciones familiares; ambición y disputa por el poder en el mundo empresarial; revelación de identidad; falsedad ideológica; bienes heredados; amor. | Prejuicio racial y de clase social; tráfico de animales; casamiento en la tercera edad; valorización del trabajo; inclusión social de personas portadoras de deficiencia visual. |
| 3° <i>Passione</i> | Relaciones familiares; ambición; disputa por el poder en el mundo empresarial; venganza; falsedad ideológica; cambio de identidades; revelación de identidad; bastardía; adulterio; compulsiones; asesinatos; adopción de niños abandonados. | Embarazo en la adolescencia y aborto; casamiento consanguíneo, formas de combate a la pedofilia; trabajo infantil y formas de combatirlo; tratamiento contra drogas; sustentabilidad, adopción de niños abandonados. |
| 4° <i>Ti-ti-ti</i> | Relaciones familiares; ambición; disputa por prestigio y poder en el mundo de la moda; falsedad ideológica; pérdida de memoria; envidia; venganza; revelación de identidad. | Homosexualidad; ausencia de la figura paterna; vida de ancianos en casas de salud; ética. |
| 5° <i>Dalva e Herivelto</i> | Amor; adulterio; radio brasileña y escenario musical de los años 1930-1950. | Sensacionalismo de la prensa, alcoholismo. |
| 6° <i>Papai Noel existe</i> | Dificultades de un niño pobre para conseguir un regalo de Papá Noel; dificultades financieras; valores y gustos de los vendedores de región comercial popular en el centro de Rio de Janeiro. | Negligencia hacia la infancia por parte del Estado, desigualdad social. |

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|-------------------------------|---|---|
| 7° <i>Escritoras estrelas</i> | Relaciones familiares; ambición; falsedad ideológica; inseminación artificial; espiritualidad; vida después de la muerte; videncia; destino; diferencias entre clases sociales. | Inclusión social de jóvenes, diversidad cultural; ecumenismo. |
| 8° <i>Cama de gato</i> | Relaciones familiares; disputa por el poder en el mundo empresarial; revelación de identidad; amor; falsedad ideológica; ambición y venganza. | Prejuicio de clase social; tratamiento de la deficiencia auditiva; <i>bullying</i> en la escuela; abandono y explotación económica de ancianos. |
| 9° <i>A grande família</i> | Relaciones familiares suburbanas; unión familiar; relaciones entre vecinos; el cotidiano de las familias de los suburbios; soluciones familiares para problemas de vivienda y trabajo en la clase media baja. | Vigilancia sanitaria (cuidados con limpieza de lugares de alimentación y conservación de alimentos). |
| 10° <i>Batendo o ponto</i> | Relaciones sociales en ambiente de trabajo; tensiones y presiones originadas en el trabajo. Honestidad versus viveza entre empleados de una oficina de ventas de una fábrica de cola. | Ética en el trabajo. |

Fuente: Obitel Brasil

El análisis de las temáticas dominantes en los Top Ten revela una fuerte presencia de temas tradicionales como relaciones amorosas y familiares, bastardía, ambición, adulterio, venganza, revelaciones de identidad que denotan elementos característicos de la matriz melodramática presentes en la mayor parte de las narrativas. Esa característica, sin embargo, cuando es analizada en correlación con las temáticas sociales, trae nuevos elementos a las tramas brasileñas de ficción. Elementos que se distinguen por su proximidad con los problemas cotidianos. En general, esa rica aproximación se observa

principalmente en las telenovelas, formato que, debido a la estructura abierta y a la larga serialidad, permite aproximaciones de naturaleza intratextual y extratextual. En el primer caso, nos referimos al tratamiento discursivo dado al tema por los diversos núcleos dramáticos de las narrativas y que posibilitan la matización de los problemas a partir de las diversas perspectivas características de esos núcleos. En el segundo caso, ganan relevancia las discusiones provocadas por la tematización de un determinado problema en periódicos, revistas, noticieros, programas de variedades, *talk shows* etc. Tales discusiones y la movilización generada pueden ser incorporadas a las tramas por medio de discursos que reflejan y refractan las diversas posibilidades de lectura del problema por parte de los brasileños. Así, la correlación entre el tratamiento discursivo dado a las temáticas dominantes de la matriz melodramática y a las temáticas sociales en la telenovela brasileña produce una narrativa cuyo análisis tiene mucho que decirnos sobre la sociedad y las relaciones vividas en nuestro país.

Tabla 13. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad y nivel socioeconómico

| PROGRAMA | | Emisora | Gênero % | | Franja etaria % | | | | | | Nível socioeconômico | | |
|----------|----------------------|---------|----------|---------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------------|-------|-------|
| | | | Hombres | Mujeres | 4a11 | 12a17 | 18a24 | 25a34 | 35a49 | 50+ | AB | C | DE |
| 1 | Viver a vida | Globo | 35,6 | 64,4 | 9,7 | 8,4 | 9,5 | 16,8 | 23,7 | 32 | 30,8 | 51,1 | 18,1 |
| 2 | Caras e bocas | Globo | 34,9 | 65,1 | 9,8 | 8,2 | 10,0 | 15,4 | 23,5 | 33,1 | 28,1 | 51,5 | 20,4 |
| 3 | Passione | Globo | 36,08 | 63,92 | 9,20 | 8,00 | 9,10 | 15,93 | 23,58 | 34,18 | 29,34 | 52,08 | 18,58 |
| 4 | Ti-ti-ti | Globo | 33,60 | 66,40 | 10,19 | 9,01 | 9,02 | 15,71 | 23,16 | 32,94 | 26,26 | 52,32 | 21,42 |
| 5 | Dalva e Herivelto | Globo | 36,2 | 63,8 | 8,3 | 8,1 | 10,8 | 16,6 | 24,3 | 32,0 | 34,6 | 49,9 | 15,5 |
| 6 | Papai Noel existe | Globo | 37,09 | 62,91 | 9,94 | 9,26 | 10,82 | 16,50 | 25,46 | 28,02 | 32,36 | 49,08 | 18,57 |
| 7 | Escrito nas estrelas | Globo | 32,71 | 67,29 | 9,68 | 9,70 | 9,91 | 14,90 | 22,23 | 33,58 | 26,71 | 52,17 | 21,11 |
| 8 | Cama de gato | Globo | 32,7 | 67,3 | 10,3 | 10,5 | 10,8 | 15,1 | 21,2 | 32,2 | 26,2 | 52,9 | 20,9 |
| 9 | A grande família | Globo | 37,93 | 62,07 | 9,33 | 9,21 | 10,01 | 17,62 | 24,58 | 29,25 | 32,97 | 51,07 | 15,96 |
| 10 | Batendo o ponto | Globo | 37,65 | 62,35 | 9,49 | 10,13 | 10,01 | 20,06 | 23,00 | 27,31 | 29,84 | 50,75 | 19,41 |

Fuente: Ibope

La audiencia femenina predominante se hace presente en el horario de la tarde y *prime time* viendo *Cama de gato*, *Escrito nas estrelas* y *Ti-ti-ti*. Ya el público masculino privilegió el horario de la noche viendo, principalmente, la serie *A grande família* y programas unitarios, compartiendo también la audiencia de las telenovelas en el *prime time* *Passione* y *Viver a vida*. El público de 50 años y más, franja etaria predominante en todos los títulos más vistos, se dedicó, sobretodo, a las telenovelas. Adultos (25-49 años) y jóvenes (12-24 años) componen la audiencia preferencial de series y unitarios en el horario de la noche. Los jóvenes vieron tanto telenovelas vespertinas como unitarios nocturnos; ya la clase C, mayor audiencia de los “diez más”, prefirió las telenovelas; la clase AB, la serie *A grande família* y la miniserie *Dalva e Herivelto*.

2.3. La recepción transmediática

Analizar el comportamiento de la audiencia frente al fenómeno de la convergencia de los medios y de la transmediación que se hace cada vez más presente en las ficciones televisivas brasileñas, en particular en las telenovelas, se constituye como algo peculiar, complejo y exige, principalmente, nuevas explotaciones metodológicas en los estudios de Comunicación. Dicho eso, emprendemos aquí, a manera de estudio piloto o exploratorio del referido fenómeno, la observación de una de las telenovelas del Top Ten de 2010.

Hace algunos años, las emisoras buscan ampliar los sitios y portales de telenovelas y miniseries apuntando a explorar nuevas posibilidades de interactividad de esas narrativas en la internet, junto a viejas y nuevas audiencias, públicos, usuarios, consumidores, prosumidores, fans, o cualquier otro nombre que se le quiera dar a la recepción. El levantamiento sobre el uso de sitios y medios sociales identificó cinco tipos de usuarios brasileños.

Tipos de usuarios brasileños en las redes sociales



Fuente: Ibope Nielsen Online

Como era de esperar, la base de la pirámide es constituida por la gran mayoría de los usuarios que aparecen divididos en dos franjas, de los 90% y de los 80%, como *espectadores* y *compartidores* con bajo grado de participación: sólo ven, leen, oyen o divulgan; arriba, en la tercera franja, del 40%, están los *comentadores*, cuya participación en las redes se da a través de comentarios y evaluaciones; arriba, en la franja del 30% aparecen los *productores* que publican en las redes, crean y mantienen sitios, blogs; y, finalmente, en la franja del 10% están los *curadores*, que editan, realizan moderaciones y poseen influencia en los medios sociales. Esa tipología es bastante interesante y se mostró operacional para la investigación de la recepción transmediática que emprendimos, teniendo como objeto la telenovela *Passione*. Su sitio fue el que ofreció mayor número de recursos y aplicativos para interacción con la audiencia por medio de las redes sociales y tuvo como resultado la mayor participación en la internet, traducida en números de comentarios en las redes sociales cuando se la compara con las demás telenovelas del 2010. La recolección de datos se hizo en las redes sociales con mayor relevancia en Brasil, o sea, Twitter, Orkut, YouTube, Facebook, Blogs, Grupos de Discussão/Fóruns y Wikipédia. El período de recolección fue del 10 al 17 de enero de 2011, correspondiendo a la última semana de exhibición

de *Passione*, y además hubo el seguimiento por parte de los investigadores de un mes posterior en las otras redes sociales.

En el Twitter: se realizó la recolección de *tweets* en el período a través de la herramienta de busca Researchly.com;³⁰ en el Orkut: buscas con la *tag* o término “nombre de la telenovela” fueron hechas en la sección comunidades;³¹ en el YouTube: total de *links* publicados por usuarios referentes a la telenovela con el uso de la *tag* o del término “novela + nombre de la telenovela”; en el Facebook: busca por perfiles o grupos utilizando el término “nombre de la telenovela”; en Blogs: investigaciones a partir del recorte de Blogs de lengua portuguesa, durante o período de exhibición de la telenovela;³² *Grupos de Discusión/Fóruns*: se consideró el recorte temporal del período en que la telenovela estaba en exhibición,³³ con la selección de grupos de lengua portuguesa, que contenían la expresión exacta “novela + nombre de la telenovela”. El resultado está en el cuadro abajo presentado.

| Telenovela <i>Passione</i> | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| Período de busca: 10-17/1/2011 | |
| Twitter | 68.937 <i>tweets</i> |
| Orkut | 33 comunidades; 44.000 miembros |
| YouTube | 7.000 links |
| Facebook | 13.556 les gustó |
| Blogs | 138.000 |
| Grupos de Discusión/Fóruns | 1.096 |
| Wikipedia | 1 |

Fuente: Obitel Brasil

30 Esa herramienta de busca se encuentra disponible en: <<http://research.ly/>>. Acceso en: 2 de febrero de 2011.

31 A los efectos de la investigación fueron consideradas sólo las comunidades con más de cincuenta miembros, apuntando a los espacios informacionales que aglomeraron mayor número de comentarios.

32 La herramienta de investigación se encuentra disponible en: <http://Blogsearch.google.com.br/Blogsearch/advanced_Blog_search>. Acceso en: 20 de enero de 2011.

33 La herramienta de investigación se encuentra disponible en: <https://groups.google.com/advanced_search?hl=pt&q=&h=pt>. Acceso en: 20 de enero de 2011.

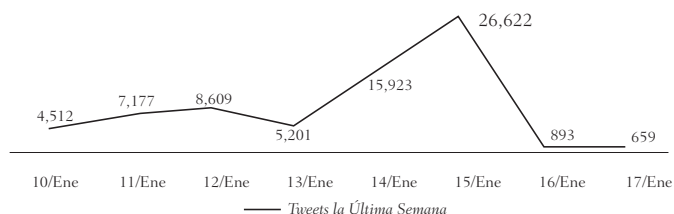
El sitio de la telenovela *Passione*, divulgado antes del inicio de la telenovela, exhibió contenido exclusivo para internautas, destacándose por dar acceso a versiones extendidas de las escenas exhibidas en la tv, con la inclusión de cortos monólogos de los personajes. El resultado fue un fenómeno de audiencia en la internet. Más de 130 mil *posts* en blogs de todo el país y cerca de mil grupos de discusión fueron generados por los usuarios para comentar el contenido y compartir capítulos *online*, opiniones y banda sonora. Fueron 33 comunidades en el Orkut con más de 44 mil miembros.

Sin embargo, no pudimos conocer la repercusión de cada uno de los capítulos de la última semana de *Passione*, pues el sitio de *Passione* no permitía comentarios de usuarios y tampoco no ponía a disposición herramientas de recuento del número de visitantes. Igualmente, en el Facebook, no había el registro de la página o perfil oficial de la telenovela. No obstante, usuarios y fans crearon perfiles y grupos y publicaron comentarios y opiniones en sus propios murales, diseminando enormemente la conversación virtual de la telenovela en esa red social y también en el Twitter. Y, por lo que todo indica, más de lo que en los espacios físicos tradicionales donde la telenovela era discutida en la comunicación cara a cara; hoy, el espacio por excelencia de la diseminación del *repertorio compartido* por su audiencia es el ciberespacio y la interactividad virtual es el modo de comunicación más colectivamente movilizado.

El proceso de transmediación de *Passione* también puede ser observado por medio de las innúmeras narrativas generadas por los usuarios y puestas a disposición en el YouTube. Uno de los temas recurrentes de esas narrativas fue “O segredo de Gérson”, personaje de la telenovela que demostraba angustia y satisfacción ante la pantalla de la computadora generando curiosidad y suspenso acerca de su vicio. Con más de 500 *links*, muchas narrativas transmediáticas fueron producidas con el aplicativo *mashups*, en el que el secreto del personaje es motivo de enredos de fútbol, opiniones sexuales, política, candidatos a la Presidencia de la República etc. Otro secreto

de la telenovela que también se transformó en *mashups* en el YouTube fue “Quem matou Saulo?”, con más de 300 narrativas en vídeos postados sobre el posible asesino de ese antagonista que sólo fue revelado en el último capítulo. El Twitter fue la segunda red social más utilizada por el público de *Passione*. El *microblog* oficial de la telenovela alcanzó 43 mil seguidores. Estaba además el Twitter oficial de personajes o que favoreció a construcción de narrativas paralelas à telenovela. *Passione* obtuvo el record de repercusión en la última semana de exhibición: casi 27 mil *tweets* en el día siguiente al último capítulo.

Tweets en la última semana de *Passione* – 10-17/1/2011



Fuente: Obitel Brasil

Observar el número de *tweets* referentes a la última semana de *Passione* reveló dos hechos: la explosión de comentarios con la *#Passione* que fueron publicados después de la exhibición del último capítulo de la telenovela, un sábado, cuando ocurrió su representación, así como la repentina y abrupta caída del número de *tweets* los días que siguieron, al inicio de la nueva semana, cuando entra en el aire una nueva novela en el horario de las 21:00h. Esos hechos demuestran claramente el flujo y el carácter efímero de aquello que circula en la red, principalmente en el Twitter, en el que los usuarios llevan asuntos y acontecimientos a grandes reverberaciones y, en poco tiempo, alteran el objeto-tag de sus conversaciones que, como dijo un usuario, pasaría a ser la próxima novela, *Insensato coração*.

Con base en una muestra aleatoria, realizamos una clasificación sucinta de los *tweets* que circularon durante la emisión del último capítulo de *Passione* considerando sus destinatarios.

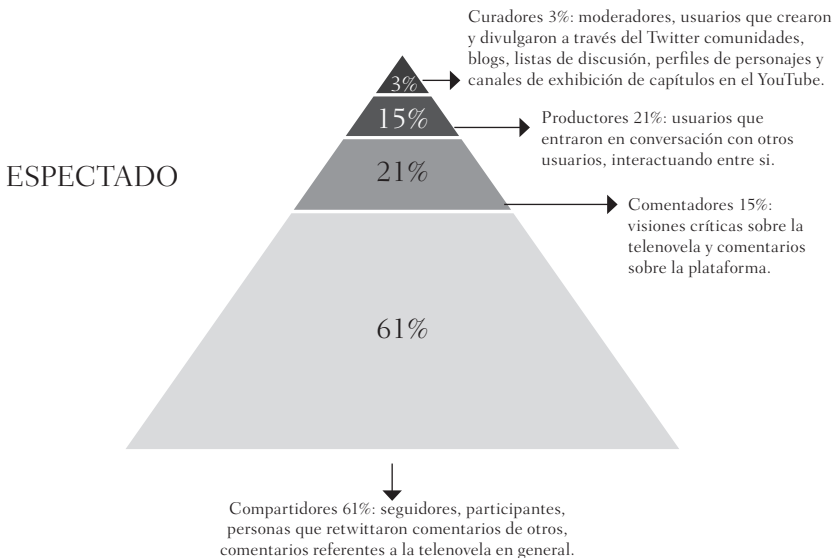
Comentarios en el Twitter en la última semana de *Passione*

| Tipos de comentarios en el Twitter | Número de comentarios |
|--|-----------------------|
| Dirigidos a la telenovela (personajes/contenido) | 878 |
| Dirigidos a otros usuarios | 297 |
| Dirigidos al Twitter | 220 |
| Dirigidos a links de otras redes sociales | 42 |
| Total | 1.437 |

Fuente: Obitel Brasil

Teniendo como referencia ese cuadro comparamos el comportamiento de la audiencia de *Passione* en la internet con la tipología de usuarios en forma de pirámide:

Público de la última semana de *Passione* en el Twitter



Una primera observación es que no fue posible mensurar la franja de los *espectadores*, aquellos que no dejaron registros, pero suponemos que debe haber tenido el mayor número. Descartada esa franja, vemos que al utilizar el Twitter la mayoría de los usuarios asumió el comportamiento de *compartidores* (61%), colocando en circulación opiniones, en su gran mayoría, dirigidas a la telenovela *Passione*, a sus personajes, a las diversas tramas (núcleos) y, principalmente, al suspenso sobre “*Who did it?*” (¿Quién lo hizo?). Los *comentadores* (15%) son los que establecieron una visión crítica, evaluaron el final de la telenovela y el comportamiento de los personajes, emitiendo opiniones valorativas sobre justicia (crimen sin castigo) y moral (pedofilia, explotación infantil). También fue expresiva la presencia de *productores* (21%) que entraron en conversación con otros usuarios interactuando entre sí. Y, finalmente, coincidiendo con la cima de la pirámide, los denominados *curadores* (2%) fueron el menor número, editaron vídeos y blogs e indicaron *links* para otras redes sociales que discutían la telenovela. Todos los usuarios se encajaban en la condición de espectadores.

La densidad del flujo de comunicación de *Passione* puede ser observada a través de la figura de una red³⁴ formada por *nodos* (*nodes*) a partir de la página principal del sitio oficial de la telenovela *Passione*.³⁵ Ella exhibe gran variedad de *links*, aproximadamente 1.600, y se configura como una red densa debido a la multiplicidad de pequeños *links* replicadores.

34 Herramienta utilizada: SocNetv-0.81. Disponible en: <<http://socnetv.sourceforge.net/>>. Acceso en: 10 de noviembre de 2010.

35 Disponible en: <<http://passione.globo.com/index.html>>.

Links a partir del sitio de la telenovela *Passione*



Vik Muniz.

Fuente: Obitel Brasil

Aun después de salir al aire el último capítulo de *Passione*, muchos fans que acompañaron la trama siguieron comentando el desarrollo de la historia en el Twitter.

Por todo lo que fue presentado en ese estudio piloto, *Passione* puede ser considerada un caso exitoso de interacción entre los usuarios de internet con la exhibición de varias acciones de transmediación y de convergencia mediática, reafirmando tendencias mostradas por muchos estudios sobre las redes sociales, o sea, la emergencia de una cultura participativa con diversas modalidades de participación y la existencia de una audiencia activa y creativa representada por una minoría nada despreciable.

Como dijimos, los datos presentados forman parte de una sondeo de exploración de esta audiencia protagonista en redes sociales, cuyos números en Brasil alcanzan escalas de destaque ante el escenario internacional. Ciertamente, ella merece ser mejor explorada a través de estudios posteriores que serían desarrollados por Obitel.

2.4. Lo más destacado del año

Formatos: recepción, experimentación, estética

Series norteamericanas en el prime time

En el 2010, SBT, Record y Band continuaron utilizando, con resultados variados, la estrategia de exhibir series norteamericanas en el

prime time para enfrentar la audiencia de las telenovelas de la Globo. La Band no tuvo éxito con la presentación de varios títulos en días alternados, al contrario de Record y SBT que exhibieron las series diariamente. Eso lleva a indagar si el hábito de ver diariamente las mismas tramas sería determinante para la buena aceptación de la ficción seriada. Se observa además que no siempre la estrategia fue duradera como se pudo notar a mediados del año cuando el SBT retiró las series del *prime time*, retomando la línea de shows en esa franja horaria.

Series nacionales: temas y estructuras

En la Globo, estructuralmente, se destaca la adopción de un modelo de *sitcom* más cercano al norteamericano con escenarios fijos y diálogos rápidos tendiendo al humor irónico y al sarcasmo, como ocurre en *S.O.S. Emergência*,³⁶ *A vida alheia*³⁷ (20 episodios cada uno), *Separação?! (24 episodios)*.³⁸ Se observa además que el número de episodios prácticamente se duplicó con relación a años anteriores, sugiriendo no sólo una mayor aceptación de la audiencia, sino también un mayor acierto respecto al género y al ritmo de la trama. Aun en términos de género, en el 2010, se destacan *Força-tarefa*³⁹ (segunda temporada) y la inédita *Na forma da lei*,⁴⁰ como las únicas series

36 Escrita por Marcius Melhem y Marcelo Adjafre. Dirigida por Mauro Mendonça Filho. Exhibida del 4 de abril de 2010 al 8 de julio de 2010 y del 24 de octubre de 2010 al 19 de diciembre de 2010.

37 Escrita por Miguel Falabella. Dirigida por Cininha de Paula. Exhibida del 8 de abril de 2010 al 26 de agosto de 2010.

38 Escrita por Fernanda Young y Alexandre Machado. Dirigida por José Alvarenga Jr. Exhibida del 9 de abril de 2010 al 24 de septiembre de 2010 (24 episodios).

39 Escrita por Fernando Bonassi y Marçal Aquino. Dirección general: José Alvarenga Jr. Exhibida del 6 de abril de 2010 al 8 de junio de 2010 (diez episodios).

40 Escrita por Antônio Calmon y dirigida por Wolf Maya. Exhibida del 15 de junio de 2010 al 3 de agosto de 2010 (ocho episodios semanales).

del género policial en la tv abierta. Aun con relación al género, *As cariocas*,⁴¹ que tuvo lenguaje cinematográfico en términos de estética y de guión, trajo de vuelta la serie temática adaptada de textos literarios de lenguaje leve y contemporáneo como ocurrió con *Brava gente* (2000) y *Comédia da vida privada* (1995).

Miniseries: innovaciones y experimentaciones

En términos de innovación y experimentación, se destacan las miniseries *A cura*⁴² y *Afinal, o que querem as mulheres?*, sea por la osadía en el tratamiento de las temporalidades narrativas, sea por el acabamiento estético. En *A cura*, tiene lugar la experiencia de alterar la frecuencia de exhibición de la miniserie, de diaria a semanal, lo que llevó a cambios temáticos y estructurales de guión y edición, y a la creación de expectativas de mayor intensidad dramática y de procedimientos de edición. En términos de tratamiento estético, la crudeza de las escenas de cirugía y asesinatos le confirió a la miniserie un realismo poco visto en la tv brasileña. Además de eso, la temática dominante relacionada a lo fantástico (Todorov, 2008) y a lo sobrenatural retomó un género explotado en la teledramaturgia brasileña en la década de 1970 principalmente por Dias Gomes, el realismo fantástico.

Partiendo de la célebre frase atribuida a Freud, la miniserie *Afinal, o que querem as mulheres?* trata del cuestionamiento de la naturaleza humana y, principalmente, de la búsqueda de comprensión del alma femenina por un joven estudiante de doctorado que busca por medio de la ciencia una fórmula que explique la complejidad femenina. Con un acabamiento estético diferenciado en el que el jue-

41 Coproducción entre Globo y Lereby, de Daniel Filho. Basada en la obra homónima de Stanislaw Ponte Preta y escrita por Euclydes Marinho. Dirigida por Daniel Filho. Exhibida del 19 de octubre de 2010 al 21 de diciembre de 2010 (diez episodios).

42 Escrita por João Emmanuel Carneiro. Dirigida por Ricardo Waddington. Exhibida del 10 de agosto de 2010 al 12 de octubre de 2010 (nueve episodios).

go luz/contraluz, aliado al uso de colores extravagantes en el escenario y en el vestuario, remite al ambiente psicodélico y atemporal de las inevitables cuestiones existenciales, el protagonista se inquieta y se construye ante la esfinge femenina. En términos de estructura, la miniserie contiene una trama dentro de otra, lo que indica la complejidad del desarrollo temático anclado a flujos cuyas ramificaciones remiten alegóricamente a los miedos y ansiedades del protagonista.

Canal Viva y Vale tudo: en el aire, la memoria de la teledramaturgia

Creado en mayo del 2009 en la tv paga, el Canal Viva, nuevo canal de la Globosat, se convirtió en éxito inmediato de audiencia con reprises de telenovelas, series, programas humorísticos y de variedades de la Globo y películas dobladas.⁴³ En el 2010, el canal consiguió más con la reprise de *Vale tudo*,⁴⁴ que pasó a ser discutida en los medios y en las redes sociales, a pesar, o hasta como causa, del horario inusitado de su transmisión, 00:45h – en la madrugada. Tal como en el *Anuario 2009* se comentó el gran éxito de la reprise de la clásica *Pantanal*⁴⁵ por el SBT, uno de los destaques de este año es la notable repercusión de la reprise de *Vale tudo* tanto en la tv paga como en las redes sociales, en el Twitter, principalmente.⁴⁶ *Vale tudo*

43 Según datos de la Associação Brasileira de Televisão por Assinatura, el Canal Viva posee de 1,5 millón a 3 millones de suscriptores, entre 15% y 30% del total de suscripciones de esa plataforma. Disponible en: <http://www.midiafotos.com.br/PDF_htm/Manual.pdf>.

44 Escrita por Gilberto Braga, Aguinaldo Silva y Leonor Bassères, exhibida originalmente del 16 de mayo de 1988 al 6 de junio de 1989, con 204 capítulos, fue una reprise de mayo a noviembre de 1992, en horario vespertino. En el 2002, la Globo y la Telemundo coprodujeron la *remake Vale tudo*.

45 Producida y exhibida en 1990 por la extinta TV Manchete, delineó un movimiento de renovación de la ficción seriada brasileña, según Machado y Becker (2008). Su reprise en el 2008 reabrió el debate sobre qué es calidad en la televisión (*Anuario Obitel 2009*, p. 117).

46 Cf. materia “Éxito de la reprise de ‘Vale tudo’ hace que el canal cree límites de

es un marco en la teledramaturgia no sólo por la gran audiencia que obtuvo o por la calidad del texto y del elenco, sino, principalmente, por la fina interlocución con los problemas económicos, sociales y políticos de fines de los años 1980.

La representación de telenovelas que se consolidaron como verdaderos íconos implica una relectura de narrativas producidas en otro momento vivido por el país, evidenciando cambios y permanencias de valores, costumbres y pensamiento de la población. Repercuten en la elaboración de la memoria social y en la (re)construcción de la identidad individual o colectiva y se anclan en la credibilidad y legitimación conseguida por la telenovela, lo que la lleva a actuar como *recurso comunicativo* para la ciudadanía en Brasil (Lopes, 2009).

Coproducciones internacionales de la tv Globo

En el 2010, la Globo adoptó estrategias diferenciadas de coproducción internacional buscando alcanzar principalmente el mercado iberoamericano y latino de los Estados Unidos. Las asociaciones para la producción de tres telenovelas tuvieron lugar con la norteamericana Telemundo Internacional (*El clon*), la mexicana tv Azteca (*Entre el amor y el deseo*) y la portuguesa sic (*Laços de sangue*). El *remake* de *O clone* (2001) de Glória Perez es la segunda asociación entre la Globo y Telemundo.⁴⁷ Para realizarla, la Globo vendió la marca, el guión y un paquete de consultoría de vestuario, elencos y escenarios.⁴⁸ La adaptación del texto y la elección del elenco quedaron a cargo de Telemundo que ambientó la trama en Miami y la grabó en Colombia. *Entre el amor y el deseo*, regrabación de *Louco*

patrocinio con urgencia”, publicada en el periódico *Folha de São Paulo*, 31 de octubre de 2010. Disponible en: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/821778-suceso-da-reprise-de-vale-tudo-faz-canal-criar-cotas-de-patrocinio-as-pressas.shtml>>.

47 La primera ocurrió en el 2001 con la *remake* de *Vale tudo* (*Vale todo*).

48 Cf. materia “Estrena hoy ‘El clon’”, publicada en el periódico *O Estado de São Paulo*, 15 de febrero de 2010.

amor (1983), de Gilberto Braga, primera asociación entre la Globo y la tv Azteca, también presenta un modelo de producción con adaptación de la sinopsis de la emisora mexicana y grabaciones en México, habiendo la Globo ofrecido consultoría en la fase de preproducción y de acompañamiento de todo el proceso de producción. Con *Laços de sangue* en Portugal se adopta un modelo de coproducción diferente a los citados anteriormente, no involucra el guión original brasileño y hay supervisión del brasileño Aguinaldo Silva. Finalmente, se resalta que tales coproducciones no fueron hechas para exhibición en Brasil.

Rehaciendo la memoria: 60 años de TV y la telenovela en Brasil
Nacida en 1950 de las manos del empresario Assis Chateaubriand, la televisión se convirtió en el principal medio de comunicación del país, presente en el 95% de los hogares.⁴⁹ En el 2010, diversas conmemoraciones marcaron los 60 años de tv en Brasil. En documentales, exposiciones, debates y seminarios organizados en varios estados del país se discutieron contenidos, políticas de comunicación y cambios en el actual escenario con la entrada de la tv digital y de otras plataformas. En esos eventos también se recordaron aspectos de la historia de la telenovela como el principal y más característico producto de la industria televisiva brasileña.

2.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

La calidad de los programas de televisión es un tema recurrente a pesar de su compleja definición, que puede referirse a recursos técnicos del medio, a la cuestión estética, a la recepción y al contenido de los programas. Pujadas (2001) afirma que la legitimidad de cualquiera de los significados de la palabra “calidad” encierra

49 Disponible en: <<http://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?vcodigo=FED214&t=domicilios-particulares-permanentes-com-televisao>>.

un cierto relativismo, pues involucra el contexto, la vinculación a determinado grupo social, la subjetividad de quien habla o las estrategias de legitimación utilizadas. De esa forma, la calidad puede depender de diversos factores, entre ellos: quién está analizando el programa; cuáles son las referencias culturales de quien lo analiza; en qué contexto se está analizando; en qué cultura el programa se insiere; cuándo fue producido y cuándo fue transmitido; cuál es el aspecto que se está analizando (técnico, estético, pedagógico); si el análisis se ancla en el punto de vista del receptor, del realizador o de la emisora.

Borges (2008), analizando los diversos estudios existentes sobre el tema, clasifica los criterios de calidad en tres conjuntos básicos: (1) el *plano de expresión*, que se refiere a la calidad de la producción, involucrando conceptos estéticos como los códigos visuales (cámara, iluminación, actuación de actores etc.), sonoros (tipo y calidad del audio), sintácticos (ritmo, edición) y gráficos (grafismos, oráculos etc.); (2) el *plano del contenido*, que involucra la recepción, teniendo en cuenta la democratización del acceso al arte y los debates sobre la cultura y sus funciones de estímulo a la participación sociocultural; (3) el *mensaje audiovisual*, relacionado al mensaje, involucrando aspectos técnicos e innovaciones del lenguaje, originalidad del formato y eficacia del mensaje con relación a la propuesta de la producción y la receptividad activa del espectador. Esos conjuntos deben ser vinculados también a los criterios propuestos por Mulgan (1990), que apunta la importancia de los aspectos técnicos de la producción, la participación pública y la “conmoción social”, más allá de llamar la atención al carácter pedagógico del mensaje, teniendo en cuenta los valores morales y la valorización de las diferencias y derechos de las minorías.

Al contrario de los criterios internos a la propia televisión y de tomar como referencia los recursos y las potencialidades del propio vehículo, la calidad de la televisión es evaluada, en general, por criterios elaborados en conceptos desarrollados en/para otros medios

más tradicionales que cuentan con una fortuna crítica más consolidada como el teatro, el cine y la literatura.⁵⁰

La telenovela, con su especificidad de género y de formato, es generalmente poco valorizada en términos de apreciación estética. Entre los elementos destacados por sus críticos están la propia serialidad con su especificidad estructural y tratamiento temático; la frecuencia diaria que impone a la producción un ritmo frenético; la exigencia por innovaciones para que el público no se canse de la trama; gran esfuerzo de producción, recursos técnicos y mano de obra especializada. En ese sentido, se comprende la serialidad como “falta de buen gusto [...] falta de criterio estético y, sobre todo, con lo popular en su sentido peyorativo” (Motter y Mungiolli, 2006, p. 65). Machado (2003, p. 27) afirma que esa visión sobre la serialidad ha provocado un verdadero divorcio entre creatividad y los productos oriundos de tecnologías que permiten la reproducción. En general, por medio de ese tipo de aproximación se considera la reproducción en larga escala de una obra y su consecuente consumo por un público bastante amplio y heterogéneo como elementos despreciables para el juicio estético. Se debe destacar, por lo tanto, que el rechazo a la serialidad no se funda solamente en cuestiones estéticas, sino en un posicionamiento ideológico que considera la televisión incapaz de producir fruición estética.

Crítica de esa tendencia, Buonanno (2004) hace una distinción entre las dos formulaciones, “ficción de calidad” y “calidad de la ficción”. Ella entiende que la primera acaba siendo materia de opinión, de interés o de imposición de poder, además de constituirse en un consenso genérico sobre principios abstractos. La segunda es vista

50 A pesar de que textos clásicos especializados en estudios de televisión ya hayan apuntado lo impropio de ese uso, como Fiske y Hartley (1978, p. 15), que argumentan que “cada medio tiene su propio y único conjunto de características [...] Cualquier tentativa de decodificar un “texto” de televisión como si él fuera un texto literario no estará solamente destinada al fracaso sino que también probablemente tendrá una evaluación negativa del medio.

siendo *calidad como requisito de sistema* y remite, en primer lugar, a la *calidad del ambiente productivo*, pues ahí se identifica el grado de evolución de una industria y se construye su competitividad. Los factores productivos de ese ambiente implican la creación de un personal altamente calificado y especializado en prácticas de gestión, de organización, prácticas administrativas, productivas, creativas, performáticas, técnicas y de todos los sectores de la industria televisiva. Es la llamada “profesionalidad técnica” de los recursos humanos que es necesaria, pero no es suficiente si no es acompañada por la “profesionalidad cultural”, la que finalmente hace posible saber contar historias que la nación disfrute. Involucrada en la profesionalidad cultural está la categoría autoral de escritores y directores y todo el tipo de acciones formativas de los recursos humanos orientados a la construcción de los perfiles profesionales de actores, productores, realizadores etc.

Existen dos ejes básicos que, según Buonanno, deben sustentar los criterios de calidad de la ficción televisiva. El primero es la ya referida *calidad del ambiente productivo*. Y el segundo es la *indigenización* de la ficción, a través de la cual la naturaleza de la televisión como vehículo local y nacional se vuelve hacia las costumbres, estilos de vida, acentos, paisajes, figuras, todos vinculados y pertenecientes al mundo social propio, y a través de la cual resuenan las esferas de la propia experiencia localmente situada. Es en ese territorio doméstico que la ficción se define como producto destinado, en gran medida, a ser producido y consumido en el mercado interno, siendo las condiciones de la demanda interna una gran determinante de la eventual ventaja competitiva internacional de la ficción doméstica.

La calidad de la ficción televisiva en Brasil

En el caso brasileño, la cuestión de la calidad en la televisión comienza a evidenciarse a partir de los años 1970, cuando la Rede Globo, ya consolidándose como red nacional, decidió optar por una completa reformulación de su programación. Es posible identificar en esa opción la construcción de la calidad del ambiente productivo

al que nos referimos arriba. Es, entonces, acuñada la expresión “Estandar Globo de Calidad” que se populariza.⁵¹

A lo largo de los años 1970, la tv Globo sedimentó, en el imaginario (y en el orgullo) nacional, una concepción mixta de calidad televisiva, capaz supuestamente de armonizar distintos criterios de excelencia: junto al peso del discurso empresarial (éxito comercial; infraestructura; empleos; índices de audiencia; exportación de programas [...]) se firmaba, también, cierta dimensión artística y cultural (precisión técnica; efectos especiales; escenarios; programación visual; modernización de los géneros; divulgación de la tradición, de la cultura, de los artistas y de los autores nacionales) (Freire Filho, 2004, p. 101).

A lo largo de los últimos 40 años, principalmente, la telenovela asumió el lugar de una *narrativa nacional* de carácter peculiar y único, alcanzando el cotidiano de la sociedad, alimentando un repertorio común, por medio del cual personas de clases sociales, generaciones, sexo, etnia y regiones diferentes se posicionan y se reconocen las unas a las otras.

La telenovela conquistó reconocimiento público como producto estético y cultural, convirtiéndose en figura central de la cultura y de la identidad del país. [...] Esa situación alcanzada por la telenovela es responsable por el carácter, si bien no es único, por lo menos peculiar, de ser una “narrativa nacional” que se convirtió en un “recurso comunicativo” que consigue comunicar representaciones culturales que actúan, o al menos tienden a actuar, para la inclusión social, la responsabilidad ambiental, el respecto a la diferencia, la construcción de la ciudadanía (Lopes, 2009, p. 22).

51 A pesar de la popularización de esa expresión, la calidad del ambiente productivo ha sido raramente tematizada en el país en el debate de la ficción televisiva como calidad, tanto en la academia como en el periodismo, como si fuera posible dar por descontado ese factor y usando la expresión como mero *slogan*.

A pesar, o por la causa, del fuerte sentido de identidad nacional de su ficción, la Globo inició un exitoso proceso de exportación en la década de 1970, conquistando buena aceptación en el mercado internacional.⁵² En ese sector, también cabe mencionar al canal internacional⁵³ y al aumento de la presencia en ferias internacionales del mercado de teleficción.

Además de eso, la Globo ha reafirmado su hegemonía a través de la excelencia técnica, desde su señal de transmisión hasta los cuidados con la ficción. Es la emisora que más invierte en las producciones, la única que posee un elenco fijo de actores con contrato exclusivo e igualmente de autores de telenovelas, nombres ya conocidos por la población. Construyó la Central Globo de Producciones (conocido como Projac), el mayor complejo televisivo de América Latina – que abriga los estudios y las ciudades escenográficas de su teledramaturgia. Se observa el creciente número de grabaciones internacionales, grabaciones y entrenamientos en países a veces fuera del circuito turístico convencional (Mazziotti, 2004). Se destaca, además, el cuidado con los aspectos básicos de la producción, como vestuario, escenografía, traslación y cantidad de cámaras, así como de la banda sonora, que genera productos en CD.

52 Conforme afirmamos en este capítulo, en el momento actual, la Globo está entrando en otro escalón de la internacionalización que es la expansión de coproducciones en lengua inglesa, a través de su división Globo tv International.

53 Lanzada en 1999, la tv Globo Internacional es un canal por suscripción, transmitido vía satélite, en cable e IPTV, totalmente en portugués. Su público-objetivo es de aproximadamente 5,5 millones de personas, incluyendo brasileños, portugueses y luso-hablantes. Actualmente, la tv Globo Internacional está disponible en 115 países, con aproximadamente 550 mil suscripciones en los cinco continentes: África, Américas, Asia, Europa y Oceanía. La programación de la tvGI es similar a la de la tv Globo de Brasil, a excepción de los programas incluidos en derechos de transmisión internacional.

Un caso de calidad en la ficción en el 2010: la telenovela Passione

La telenovela, escrita por Silvio de Abreu y dirigida por Denise Sara-ceni, ocupó el tercer lugar entre los diez títulos más vistos. Su elección se debió al hecho de haber alcanzado el éxito de público,⁵⁴ sin dejar de lado el tratamiento estético cuidadoso y por haber combinado contenidos de los géneros de suspenso y de humor con temas sociales de interés nacional. La combinación de esos factores llevó también a una buena recepción de la crítica de televisión.⁵⁵ El análisis de la telenovela *Passione* se basó en los tres planos presentados por Borges (2008) como ejes de los criterios de calidad de programas de televisión.

1. Plano de la expresión: en términos de tratamiento estético y de lenguaje audiovisual *Passione* hizo uso de grandes planos y planos-secuencia en que se destaca no sólo el bello paisaje de Toscana, sino también las relaciones humanas hechas visibles por medio de una mirada escrutadora, revelando una estética bucólica que remite al imaginario de un espacio geográfico en el que se destacan la pureza de las relaciones entre el hombre y la naturaleza y de los valores familiares auténticos. Escenario ése que se contrapone al agitado cotidiano de

54 Además de varios picos de audiencia a lo largo de la historia, *Passione* alcanzó un record de 53 puntos en uno de los capítulos de la última semana, lo que no sucedía desde el 2009 con *Caminho das Índias*.

55 Por ejemplo, la materia “Autor de ‘Passione’ usa viejos recursos de forma magistral y sacude la audiencia, publicada en el periódico *Folha de São Paulo*, 17 de enero de 2011. La buena evaluación de *Passione* puede ser medida también por las diversas premiaciones e indicaciones, entre las cuales se destacan: Premio Extra de “Mejor Telenovela”, “Mejor Actor Secundario” y “Mejor Vestuario”; Premio APCA (Asociación Paulista de Críticos de Arte) de “Mejor Actriz” (Irene Ravache); Premio Arte y Calidad Brasil de “Mejor Actriz” (Gabriela Duarte), que también fue elegida mejor actriz por los sitios iG y UOL. *Passione* fue además indicada para la categoría de “Mejor Telenovela” y Silvio de Abreu fue indicado para la categoría “Mejor Autor de Telenovela”, en el Premio Arte Calidad Brasil.

São Paulo, principal metrópolis brasileña, llena de automóviles, rascacielos y diversidad humana y social. Son espacios que se contraponen ideológica y estéticamente, formando un cuadro de una de las principales contradicciones de nuestra contemporaneidad. La presentación de esos espacios humanos y geográficos se hace por medio de locaciones en Italia y en São Paulo y por la construcción de ciudades escenográficas en los estudios del Projac. La complejidad de esos procedimientos involucrando a centenas de personas en su ejecución denota el empeño en el mantenimiento de un alto estándar de calidad del ambiente productivo. Un buen ejemplo de eso, es también el del entretejido intertextual sobre el cual se construye la narrativa de *Passione*, puede ser observado ya desde el primer capítulo en una escena en que el protagonista ve una película con Marcello Mastroianni y Sophia Loren. La película es proyectada en la pared de una casa de una villa de Toscana, produciendo un intertexto entre *Passione* y la película *Cinema Paradiso* (1988), con la cual la telenovela dialoga más directamente. Además de eso, la calidad del texto, con diálogos bien contruidos, denotan las características de los personajes, su posición social y sus valores. Aun en el plano de la expresión cabe destacar la belleza de la entrada de la telenovela creada por el famoso artista plástico Vik Muniz⁵⁶ que, a través del uso de chatarra y materiales reciclados, creó instalaciones originales con los elementos temáticos de la telenovela.

56 El trabajo de Vik Muniz con los recolectores de residuos de Jardim Gramacho, en Rio de Janeiro, es objeto del documental "Lixo extraordinário", indicado al Oscar como mejor documental, convirtiéndose en el único representante brasileño de la premiación en el 2010. El documental es una coproducción entre Brasil (O2 Filmes) e Inglaterra.



Vik Muniz

2. Plano del contenido: el guión de *Passione* se caracterizó por el fuerte *merchandising* social presente en temas polémicos como aborto, pedofilia, asedio sexual,⁵⁷ y que acabó generando un intenso debate en las redes sociales y también en términos institucionales de esas cuestiones en el país. Todos esos temas afloraron en los diversos núcleos dramáticos, posibilitando diversas temáticas que mantenían algún tipo de relación con la temática dominante de la telenovela, lo que la hace bastante representativa de la estructura de *subplots* de la telenovela brasileña. De esa forma, la temática concretizada intratextual (dentro de la telenovela) y extratextualmente (en el ámbito de la opinión pública y de las instituciones) permite la construcción de discursos que sobresalen por el *carácter socioeducativo* (Mulgan, 1990) y que actúan como *recurso comunicativo* (Lopes, 2009), elementos definidores de la telenovela brasileña.

3. Mensaje audiovisual: Silvio de Abreu es considerado por la crítica nacional un autor con coraje y osadía. Sus telenove-

57 La repercusión del tema de la explotación sexual de menores movilizó a la audiencia a través del Twitter y también fue motivo de artículos en periódicos y noticieros.

las abordan temas polémicos y sobresalen por sus diálogos, al mismo tiempo, ágiles y densos que reclaman del telespectador atención constante a los detalles del carácter de los personajes en interlocución directa con los espacios y los tiempos sociales representados en la trama. También es conocido por presentar en sus guiones constantes operaciones de intertextualidad con el cine, habiendo sido él mismo actor, director y guionista de cine. El propio abordaje de los temas, la calidad de la narrativa y el tratamiento estético confluyeron para producir una gran proximidad entre la audiencia y la ficción que puede ser observada por la participación de los telespectadores en las discusiones en lugares públicos y, ahora, en las redes sociales.

Finalmente, a la luz de los criterios de calidad aquí discutidos, es posible decir que *Passione* justificó, con bastante propiedad, su elección como caso de calidad en la telenovela, en el año 2010.

Referencias bibliográficas

- BORGES, GABRIELA. "Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica". *Revista Intercom*, São Paulo, vol. 1, n. 1, enero-junio 2008.
- BUONANNO, MILLY. "La qualità della fiction. Dal prodotto all'ambiente produttivo". In Buonanno, Milly. (Org.). *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction TV*. Napoli: Liguori, 2004.
- FISKE, JOHN Y HARTLEY, JOHN. *Reading television*. London: Methuen, 1978.
- FREIRE FILHO, João. "Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira". *Galáxia* 7, abril 2004.
- LOPES, MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE. "Telenovela como recurso comunicativo". *MATRIZEs*, vol. 3, n. 1, agosto-diciembre 2009.

LOPES, MARIA IMMACOLATA V. et al. *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.

MACHADO, ARLINDO Y BECKER, BEATRIZ. *Pantanal: a reinvenção da telenovela*. São Paulo: Educ, 2008.

MACHADO, ARLINDO. *A televisão levada a sério*. 3ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2003.

MAZZIOTI, NORA. “A força da emoção. A telenovela: negócios, audiências, histórias”. In Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. (Org.). *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.

MOTTER, MARIA LOURDES Y MUNGIOLI, MARIA CRISTINA PALMA. “Serialidade: o prazer de ver e re-conhecer”. *Communicare*, vol. 6, n. 2, 2006.

MULGAN, GEOFF. “Television’s Holy Grail: seven types of quality”. In Mulgan, Geoff. *The question of quality*. London: British Film Institute, 1990.

PUJADAS, EVA. “Televisión de calidad y pragmatismo”. *Cuadernos del CAC* 13 (monotemático) – Los discursos sobre la calidad de la televisión, mayo-agosto 2002.

TODOROV, TZVETAN. *Introdução à literatura fantástica*. São Paulo: Perspectiva, 2008.

3.

CHILE: 2010 ¿EL FIN DE LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA?

*Valerio Fuenzalida, Pablo Julio Pohlhammer,
Verónica Silva, Alejandro Caloguerea, Soledad
Gutiérrez, Ignacio Polidura y Cristian Amaya¹*

3.1. El contexto audiovisual

Tabla A. Cadenas nacionales de tv abierta en el país

| Tipo de Canal | Identificación |
|-----------------------|--|
| Público | TVN – Televisión Nacional de Chile |
| Universitario | UCV TV – Pontificia Universidad Católica de Valparaíso |
| Privado-Universitario | UC TV Canal 13 – Grupo Luksic –Pontificia Universidad Católica de Chile |
| Privados | Chilevisión, Mega, Red,* Telecanal |

* Red y Telecanal están vinculados al empresario de televisión Ángel González.

1 Este informe tuvo el apoyo económico del Concurso Creación y Cultura patrocinado por la Dirección de Arte y Cultura (DAC) de la Vicerrectoría de Investigación (VRI) de la Pontificia Universidad Católica de Chile y la colaboración de Time Ibope.

El año 2010 hubo dos cambios muy importantes en la tv Abierta chilena. Chilevisión (CHV), fue originalmente el tercer canal universitario creado en Chile el año 1960; pero tuvo una historia llena de altibajos al punto que el año 1995 fue vendido a Venevisión; el año 2000 CHV se vende al grupo Claxson, y luego el año 2005 al político y empresario chileno Sebastián Piñera. El 11 de marzo de 2010 Sebastián Piñera asumió como nuevo Presidente de la República, y en agosto de 2010, CHV fue vendido a la operadora global Time Warner.

El segundo cambio fue la venta (agosto de 2010); del 67% de uc tv, Canal 13 de la Pontificia Universidad Católica de Chile al grupo empresarial chileno Luksic; la Universidad conserva un 33% de la propiedad del canal y tiene una representación proporcional en el nuevo directorio de la empresa. Según la Tabla B, tv 13 ha bajado en el quinquenio desde el primer lugar el año 2005 hasta el cuarto lugar en el *rating* promedio anual. El canal tuvo una errática conducción editorial y empresarial que le hizo perder sintonía, y acumular una deuda de alrededor de 60 millones de dólares.

Con ambas ventas al parecer se cierra la experiencia chilena de tener canales masivos operados por las dos más importantes universidades del país, canales pioneros que comenzaron su operación en 1959-1960.² La discusión acerca de las razones del fracaso de esta original experiencia apuntan a las dificultades propias de la cultura universitaria lecto-escrita para comunicar masivamente a través del lenguaje audiovisual, y también a la incapacidad universitaria para una adecuada gestión de empresas con un carácter industrial, incluyendo un mal diseño de gobierno corporativo.

La tv abierta continúa a la espera del nuevo marco jurídico que deberá normar las transmisiones digitales.

2 La Universidad Católica tiene el derecho de recomprar hasta completar un 50% de la nueva sociedad constituida.

Evolución histórica y momento actual en TV

Tabla B. Rating hogar anual por canal

| Año | 13 | CHV | Mega | TVN | UCV | Red | Telecanal | TV pago |
|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----------|---------|
| 2005 | 9,0 | 5,4 | 8,3 | 8,9 | 0,5 | 4,5 | 0,2 | 6,2 |
| 2006 | 7,3 | 6,3 | 7,5 | 8,5 | 0,6 | 3,7 | 1,4 | 7,3 |
| 2007 | 7,1 | 5,9 | 7,5 | 8,3 | 0,6 | 3,4 | 1,1 | 6,5 |
| 2008 | 6,9 | 6,4 | 7,9 | 7,2 | 0,6 | 2,4 | 1,0 | 5,9 |
| 2009 | 6,9 | 6,6 | 7,4 | 7,7 | 0,6 | 1,8 | 0,6 | 8,7 |
| 2010 | 5,4 | 7,1 | 7,3 | 7,6 | 0,7 | 2,0 | 0,7 | 10,7 |

Fuente: Time Ibope

Los datos históricos muestran que TVN, el canal público se mantiene en primer lugar con un 7,6 de *rating* promedio anual en el año 2010. Mega y CHV ofrecen una fuerte competencia al canal público líder, mostrando una tendencia constante hacia el crecimiento. Un dato histórico importante es el **crecimiento de la audiencia en tv de pago**: el año 2010 el *share* anual de la tv **de pago alcanzó un 25,8%, es decir un cuarto del *share* total a la tv.**

Tabla C. Share hogar promedio total anual por canales³

| Año | 13 | CHV | Mega | TVN | UCV | Red | Telecanal | TV Abierta | TV Pago |
|------|------|------|------|------|-----|------|-----------|------------|---------|
| 2005 | 21,0 | 12,6 | 19,3 | 20,7 | 1,1 | 10,5 | 0,4 | 85,6 | 14,4 |
| 2006 | 17,1 | 14,8 | 17,6 | 19,9 | 1,5 | 8,8 | 3,2 | 82,9 | 17,1 |
| 2007 | 17,6 | 14,6 | 18,5 | 20,6 | 1,5 | 8,3 | 2,8 | 83,9 | 16,1 |
| 2008 | 18,1 | 16,7 | 20,7 | 18,9 | 1,4 | 6,3 | 2,5 | 84,5 | 15,5 |
| 2009 | 17,1 | 16,5 | 18,3 | 19,1 | 1,5 | 4,4 | 1,6 | 78,5 | 21,5 |
| 2010 | 13,0 | 17,1 | 17,6 | 18,4 | 1,6 | 4,8 | 1,7 | 74,2 | 25,8 |

Fuente: Time Ibope

3 Como en un hogar con varios televisores se puede ver más de un canal al mismo tiempo, las cifras aquí mostradas difieren las de mostradas más adelante sobre tiempos de consumo por personas, ya que allí se usó como base el consumo individual.

**Tabla D. Síntesis comparativa en categorías
programación: emisión y audiencia**

| Categoría | Programación Anual 2010 | | | Programación Anual 2009 | | |
|----------------------|-------------------------|-------------|----------------|-------------------------|-------------|----------------|
| | # Horas | % Tiempo | % Audiencia | # Horas | % Tiempo | % Audiencia |
| Ficción | 20.260:00:00 | 38,2 | 36,1 | 19.640:00:00 | 36,9 | 34,9 |
| Información | 11.928:00:00 | 22,5 | 40,0 | 9.515:00:00 | 17,9 | 36,7 |
| Espectáculos | 9.038:00:00 | 17,0 | 10,8 | 10.847:00:00 | 20,4 | 14,8 |
| Servicio | 5.440:00:00 | 10,3 | 8,0 | 5.978:00:00 | 11,2 | 8,6 |
| Deportes | 1.149:00:00 | 2,2 | 1,7 | 1.097:00:00 | 2,1 | 1,6 |
| Otros | 5.234:00:00 | 9,9 | 3,5 | 6.128:00:00 | 11,5 | 3,4 |
| Total General | 53.049:00:00 | 100 | 100 | 53.205:00:00 | 100 | 100 |

Fuente: Time Ibope y Orbitel Chile

El año 2010 persiste la tendencia del **interés de la audiencia en información**, constatada ya el año anterior: un 40% de la sintonía al total de la programación es hacia programas del área de información, subiendo desde el 36,7% del año 2009. Si bien la oferta de información ha subido desde un 17,9% al 22,5% en el año 2010, la audiencia casi duplica esa oferta. En **segundo lugar aparece la ficción** que ha subido levemente en oferta de pantalla (del 36,9% al 38,2%) y ha crecido en rating por parte de la audiencia (del 34,9 al 36,1). **Información y ficción en conjunto representan el 60,7% del tiempo de programación en pantalla y el 76,1% del consumo televisivo.** El interés en la información televisiva se advierte también en el *ranking* de los canales de tv de pago, en donde el canal segmentado de información 24 horas (producido por TVN) y el canal CNN Chile ocupan el octavo lugar y el décimo lugar respectivamente entre los canales de pago. El área de programación de **espectáculos continúa declinando** tanto en oferta de pantalla (baja de un 20,4% al 17,0%) como en la sintonía por parte de la audiencia (baja de 14,8% al 10,8%).

Tabla E. Participación de la ficción televisiva en tiempo de emisión y audiencia según su origen

| Ficción TV 2010 | Nacional (%) | Latinoamérica (%) | Norteamérica (%) | Otros (%) |
|-----------------|--------------|-------------------|------------------|-----------|
| % Tiempo | 21 | 38 | 39 | 2 |
| % Rating | 49 | 31 | 19 | 0,4 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

La Tabla E comparativa de emisión y audiencia otorgada muestra que se mantiene una fuerte primacía en la **preferencia por la ficción nacional**: la emisión de pantalla se mantiene en un tercer lugar de participación frente a la ficción de origen norteamericano y latinoamericano, pero **mantiene el primer lugar de audiencia creciendo al 49%**. La ficción norteamericana tiene el primer lugar de emisión con un 39%, pero mantiene la menor audiencia con solo un 19% de preferencia. La ficción de origen latinoamericano va creciendo en presencia de pantalla (38% el 2010) pero se mantiene en alrededor de un 30-32% de audiencia.

TVN **es el canal que exhibe más ficción nacional** (80% de su exhibición de ficción es de origen nacional), con los más bajos porcentajes de exhibición de ficción externa. Canal 13 ha ido declinando en la exhibición de ficción nacional, así como CHV; ambos canales exhiben importantes porcentajes de ficción norteamericana. Mega mantiene una cuota relativamente constante de horas de ficción nacional, pero es un alto exhibidor de ficción latinoamericana (66,1% de su ficción exhibida).

Asistencia al cine de salas

Tabla F. Asistencia a salas de cine

| Asistencia Al Cine | 2010 | | 2009 | | Variación |
|--------------------|------------|-------|------------|-------|-----------|
| | # | % | # | % | |
| Cine chileno | 351.243 | 2,4 | 547.511 | 3,8 | -35,8 |
| Cine extranjero | 14.362.788 | 97,6 | 13.895.085 | 96,2 | 3,4 |
| Total | 14.714.031 | 100,0 | 14.442.596 | 100,0 | 1,9 |

Fuente: Cámara de Distribuidores Cinematográficos – CADIC

La asistencia al cine chileno exhibido en salas sigue en tendencia a la baja, perdiendo una tercera parte de los 939.835 espectadores alcanzados el año 2008. Estos datos contrastan con la Tabla E, la cual muestra un 49% de sintonía hacia la ficción nacional exhibida en tv.

Internet y telefonía móvil

A octubre del año 2010, según la Subsecretaría de Telecomunicaciones (<www.subtel.cl>), en Chile existen 2.910.244 conexiones a internet, las que pueden ser **conexiones fijas** (dedicadas o conmutadas) o **móviles**. Del total de conexiones, un 61,8% corresponden conexiones fijas (1.801.802) y 38,2% a conexiones móviles (1.108.442), el porcentaje más alto de América del Sur; se proyecta que en el año 2011 la banda ancha móvil superará a la conexión fija, y así la internet constituirá una tecnología más personal que residencial. La telefonía móvil supera los 19 millones de usuarios en un país con 17 millones de habitantes (ATELMO).

Inversión publicitaria en medios

La Asociación de Agencias de Publicidad entrega las estadísticas de inversión publicitaria a mitad del año, por lo que a la fecha de redacción de este informe sólo se conocen cifras del año 2009. Según ellas, la tv abierta sigue siendo el medio de mayor participación (y que por vez primera en los últimos 25 años), concentra algo más de la mitad (51,5% correspondiente a 447 millones de dólares) del total anual de la inversión publicitaria (869 millones de dólares), sin contar el 2% de publicidad en la televisión de pago; si bien la tv abierta crece en participación, exhibe a través de los años con gran estabilidad. Como comparación, la industria de las telecomunicaciones en Chile representa alrededor de 6 mil millones de dólares anuales, de los cuales 600 millones de dólares (10%) representan a abonados a la tv de pago. La telefonía celular representa más de 3 mil millones de dólares del sector telecomunicaciones. El segundo medio en partici-

pación publicitaria son los diarios (25,9%), con una tendencia declinante a través del período. La tv cable y los medios *online* muestran una pequeña participación, pero de sostenido crecimiento.

Debate nacional en políticas de comunicación

Desde el punto de vista de políticas de comunicación, la decisión más importante ocurrida en Chile es la adopción de la norma nipo-brasileña para las transmisiones en televisión digital terrestre (14 de septiembre de 2009). Sin embargo, para que esta decisión sea operativa es necesario que se legisle sobre otros aspectos del sistema televisivo y particularmente de la televisión pública: regímenes de concesiones, asignación de señales, atribuciones del Consejo Nacional de Televisión, configuración y financiamiento de la televisión pública.

Los datos entregados por Obitel en previos informes han llamado la atención hacia los dos disímiles sistemas masivos de producción y emisión de ficción audiovisual en Chile. Las anteriores Tablas E y F permiten advertir que la ficción chilena exhibida en cine de salas y en tv tienen una muy diferente aceptación por parte de la audiencia: alto *rating* para la ficción nacional en tv abierta a pesar de la enorme presencia de ficción norteamericana; en la salas de cine, en cambio, el cine norteamericano arrasa en espectadores y las películas nacionales tienen poca convocatoria total y por título. La información de Obitel permite advertir problemas y contradicciones. Es un llamado de atención hacia la necesidad de profundizar la investigación en estos dos sistemas masivos de producción/emisión del audiovisual chileno y en su apreciación diferencial por parte de las audiencias, para elaborar hipótesis más confiables para la toma de decisiones de realizadores audiovisuales privados y para la propuesta de políticas públicas acerca del audiovisual.

3.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

Tabla 1. Programas de estreno en ficción para televisión exhibidos en 2010 (origen y canal)

| | | | | | |
|------------------|----------------------------------|------------|-----------------------|---------------------------------------|------------|
| Chile | | | | <i>La favorita</i> | Telenovela |
| CHV | <i>Aquí no hay quien viva</i> | Sitcom | | <i>Vivir la vida</i> | Telenovela |
| | <i>Don diablo*</i> | Telenovela | Colombia | | |
| | <i>Manuel Rodríguez</i> | Telenovela | CHV | <i>Drogas y conflictos</i> | Serie |
| | <i>Mujeres de lujo</i> | Telenovela | EE.UU.-Hispano | | |
| | <i>Sin anestesia</i> | Telenovela | CHV | <i>Gabriel: amor inmortal</i> | Miniserie |
| | <i>Cartas de mujer</i> | tv movie | CHV | <i>Eva Luna</i> | Telenovela |
| | <i>Infieles</i> | tv movie | | <i>Más sabe el diablo</i> | Telenovela |
| Mega | <i>Adiós al séptimo de línea</i> | Miniserie | | <i>Niños ricos, pobres padres</i> | Telenovela |
| | <i>BKN Bakan</i> | Serie | | <i>Perro amor</i> | Telenovela |
| | <i>La colonia</i> | Sitcom | | <i>El clon</i> | Telenovela |
| TVN | <i>El día menos pensado</i> | Docudrama | Mega | <i>Persiguiendo injusticias</i> | Docudrama |
| | <i>Los Venegas</i> | Sitcom | | <i>Como ama una mujer</i> | Miniserie |
| | <i>Una pareja dispareja</i> | Sitcom | Red | <i>Decisiones</i> | Docudrama |
| | <i>40 y tantos</i> | Telenovela | México | | |
| | <i>Conde Vrolok</i> | Telenovela | Mega | <i>Corazón salvaje</i> | Telenovela |
| | <i>Karkú</i> | Telenovela | Mega | <i>Hasta que el dinero nos separe</i> | Telenovela |
| | <i>La familia de al lado</i> | Telenovela | | <i>Llena de amor</i> | Telenovela |
| | <i>Los ángeles de Estela</i> | Telenovela | | <i>Mar de amor</i> | Telenovela |
| | <i>Martín Rivas</i> | Telenovela | | <i>Mi pecado</i> | Telenovela |
| 13 | <i>Los 80: más que una moda</i> | Serie | | <i>Sortilegio</i> | Telenovela |
| | <i>Volver a mí</i> | Serie | | <i>Soy tu dueña</i> | Telenovela |
| | <i>Feroz</i> | Telenovela | Red | <i>Lo que callamos las mujeres</i> | Docudrama |
| | <i>Primera dama</i> | Telenovela | | <i>Mujer: casos de la vida real</i> | Docudrama |
| UCV | <i>Secreto a voces</i> | Docudrama | | <i>La rosa de Guadalupe</i> | Serie |
| Argentina | | | | <i>Deseo prohibido</i> | Telenovela |
| Red | <i>Secreto de amor</i> | Telenovela | | <i>La verdad oculta</i> | Telenovela |
| Brasil | | | | <i>Teresa</i> | Telenovela |
| 13 | <i>Acuarela del amor</i> | Telenovela | | <i>Zacatillo</i> | Telenovela |
| 13 | <i>Dos caras</i> | Telenovela | | | |
| | <i>India</i> | Telenovela | | | |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

* *Don diablo* es una producción de características similares a *Amor virtual*, también de Chilevisión. Este último no es incluido ya que se emite como una sección de otro programa, *Yingo*.

Tabla 2. Ficción para televisión de estreno

| Ficción tv de estreno 2010 | Títulos | | Emisiones | | Horas | |
|------------------------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| | # | % | # | % | # | % |
| Nacional – Chile | 24 | 44,4 | 1.304 | 29,4 | 671:02:00 | 18,8 |
| Iberoamericana | 30 | 55,6 | 3.138 | 70,6 | 2.103:19:00 | 81,2 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 21 | 38,9 | 2.387 | 53,7 | 1.603:22:00 | 53,6 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| EE.UU.-Hispano | 9 | 16,7 | 751 | 16,9 | 499:57:00 | 24,6 |
| Ibérica | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,1 |
| Coproducción | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 3,0 |
| Total Obitel | 54 | 100,0 | 4.442 | 100,0 | 2.774:21:00 | 100,0 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Considerando la cantidad de títulos estrenados, la ficción chilena de estreno ha mostrado una cierta **estabilidad**: 29 títulos el año 2006, 31 el 2008, 29 el año 2009, y 24 el año 2010. En términos de horas, la producción ficcional nacional de estreno ha crecido: 667 horas en el año 2008, 644 horas el año 2009 y 707 horas el año 2010. Si bien en títulos de estreno, la ficción nacional representa el 44,4%, en cantidad de horas representa apenas el 18,8 %; la razón aparece en la Tabla 4 ya que la ficción iberoamericana exhibida son telenovelas con gran número de horas; Chile en cambio tiene más títulos en otros géneros con menor cantidad de horas de emisión. En relación al año 2009, ha bajado la cantidad total de títulos exhibidos (de 79 a 54) y de horas de ficción de estreno (3.431:40:00 a 2.774:21:00).

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida en 2010 según país de origen

| Ficción TV de estreno | Títulos | | Emisiones | | Horas | |
|-----------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| | # | % | # | % | # | % |
| Argentina | 1 | 2,5 | 112 | 0,5 | 76:11:00 | 0,6 |
| Brasil | 5 | 8,9 | 481 | 12,6 | 337:52:00 | 13,1 |
| Chile | 24 | 36,7 | 1.304 | 24,2 | 671:02:00 | 18,8 |
| Colombia | 1 | 6,3 | 1 | 5,0 | 0:41:00 | 5,9 |
| EE.UU.-Hispano | 9 | 15,2 | 751 | 21,3 | 499:57:00 | 24,6 |
| España | 0 | 1,3 | 0 | 0,1 | 0:00:00 | 0,1 |
| México | 14 | 25,3 | 1.793 | 33,7 | 1.188:38:00 | 33,8 |
| Portugal | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Uruguay | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Venezuela | 0 | 1,3 | 0 | 0,1 | 0:00:00 | 0,1 |
| Coproducción | 0 | 2,5 | 0 | 2,5 | 0:00:00 | 3,0 |
| Total Obitel | 54 | 100,0 | 4.442 | 100,0 | 2.774:21:00 | 100,0 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

De los 54 títulos de estreno, **Chile ocupa el primer lugar** con 24 títulos, y el resto de países integrantes de Obitel exhibe 30 títulos (frente a 50 del año 2009). Desde el punto de vista del origen de las ficciones importadas aparece México en primer lugar (14 títulos con 1.188:38:00 horas frente a 20 títulos con 1.160 horas el año 2009 y 5 títulos con 489 horas el año 2008); la producción mexicana se ha exhibido especialmente en dos canales: Mega y la Red. La emisión de **producción de origen EE.UU.-Hispana se ubica en segundo lugar** con nueve títulos y 499:57:00 horas, frente a 12 títulos con 844 horas el año 2009 y seis títulos con 344 horas del año 2008.

Tabla 4. Capítulos/Episodios y horas de ficción TV emitidos por franjas horaria

| Franjas horarias | Nacional – Chile | | | | Iberoamericano | | | | Total | | | |
|-------------------------------|------------------|-------|-----------|-------|----------------|-------|-------------|-------|-----------|-------|-------------|-------|
| | Emisiones | | Horas | | Emisiones | | Horas | | Emisiones | | Horas | |
| | # | % | # | % | # | % | # | % | # | % | # | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 2 | 0,2 | 2:17:00 | 0,3 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 | 2 | 0,0 | 2:17:00 | 0,1 |
| Tarde (12:00h-20:00h) | 201 | 15,4 | 91:23:00 | 13,6 | 3.021 | 96,3 | 2.026:30:00 | 96,3 | 3.222 | 72,5 | 2.117:53:00 | 76,3 |
| Prime time (20:00h-24:00h) | 1.060 | 81,3 | 544:53:00 | 81,2 | 102 | 3,3 | 66:07:00 | 3,1 | 1.162 | 26,2 | 611:00:00 | 22,0 |
| Noche (24:00h-6:00h) | 41 | 3,1 | 32:29:00 | 4,8 | 15 | 0,5 | 10:42:00 | 0,5 | 56 | 1,3 | 43:11:00 | 1,6 |
| Total | 1.304 | 100,0 | 671:02:00 | 100,0 | 3.138 | 100,0 | 2.103:19:00 | 100,0 | 4.442 | 100,0 | 2.774:21:00 | 100,0 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Los horarios de la tarde (12:00h-20:00h) y el prime time (20:00h-24:00h) en conjunto concentran cada vez más la exhibición de la ficción de estreno: un 98,3% de las horas de exhibición – frente al 86% del año anterior. Pero, igual que en años anteriores, la **ficción chilena se emite prioritariamente en el prime time** (544:53:00 horas; **el 81,20% de la exhibición de ficción de estreno chilena ocurre en el prime time**). La ficción del resto de Iberoamérica mantiene la tendencia a poblar la tarde televisiva: con 2.026:30:00 horas emitidas en ese horario, concentra allí el 96,3% de su exhibición; según la Tabla 5, el género de telenovela ocupa 22 de los 30 títulos importados.

Tabla 5. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Nacional – Chile | | | | | | |
|---------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Formatos | Títulos | | Emisiones | | Horas | |
| | # | % | # | % | # | % |
| Telenovela | 12 | 50,0 | 938 | 71,9 | 449:49:00 | 67,0 |
| Serie | 3 | 12,5 | 68 | 5,2 | 52:50:00 | 7,9 |
| Miniserie | 1 | 4,2 | 10 | 0,8 | 10:16:00 | 1,5 |
| Sitcom | 4 | 16,7 | 212 | 16,3 | 111:54:00 | 16,7 |
| tv movie | 2 | 8,3 | 57 | 4,4 | 30:42:00 | 4,6 |
| Docudrama | 2 | 8,3 | 19 | 1,5 | 15:31:00 | 2,3 |
| Total Obitel | 24 | 100,0 | 1.304 | 100,0 | 671:02:00 | 100,0 |
| Iberoamericano | | | | | | |
| Formatos | Títulos | | Emisiones | | Horas | |
| | # | % | # | % | # | % |
| Telenovela | 22 | 73,3 | 2.223 | 70,8 | 1.503:55:00 | 71,5 |
| Serie | 2 | 6,7 | 258 | 8,2 | 166:51:00 | 7,9 |
| Miniserie | 2 | 6,7 | 14 | 0,4 | 10:01:00 | 0,5 |
| Sitcom | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| tv movie | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Docudrama | 4 | 13,3 | 643 | 20,5 | 422:32:00 | 20,1 |
| Total Obitel | 30 | 100,0 | 3.138 | 100,0 | 2.103:19:00 | 100,0 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Se incrementa la variedad de títulos en la producción nacional: 12 títulos son telenovelas y 12 pertenecen a otros formatos. La telenovela nacional totaliza 12 de los 24 títulos de estreno, pero el formato totaliza más de la mitad de las horas de emisión – 449:49:00 (67%) de las 671:02:00 horas anuales de estreno ficcional. Los títulos nacionales en géneros diferentes a la telenovela representan sitcom (cuatro títulos), series (tres títulos), ciclos de TV movies y docudramas ambos formatos con dos títulos. **La telenovela es el género importado abrumadoramente presente en la pantalla:** 22 de los 30 títulos que totalizan 1.503:55:00 horas (71,5%) del total de 2.103:19:00 horas de origen importado. El año 2009 fueron 40 telenovelas de 50 títulos; ello indica el éxito del formato en la circulación internacional pero también la gran dificultad de encontrar otros géneros ficcionales de aceptación universal. Esa dificultad puede constituir un obstáculo a la diversificación que se experimenta en Chile: si no hay circulación internacional es difícil la sustentación únicamente en Chile.

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional por franjas horarias

| Formatos | Mañana | | Tarde | | Prime time | | Noche | | Total | |
|--------------|----------|------------|----------|--------------|------------|--------------|----------|--------------|-----------|--------------|
| | # | % | # | % | # | % | # | % | # | % |
| Telenovela | 0 | 0,0 | 1 | 33,3 | 11 | 61,1 | 0 | 0,0 | 12 | 50,0 |
| Serie | 0 | 0,0 | 1 | 33,3 | 1 | 5,6 | 1 | 33,3 | 3 | 12,5 |
| Miniserie | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 5,6 | 0 | 0,0 | 1 | 4,2 |
| Sitcom | 0 | 0,0 | 1 | 33,3 | 2 | 11,1 | 1 | 33,3 | 4 | 16,7 |
| TV movie | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 2 | 11,1 | 0 | 0,0 | 2 | 8,3 |
| Docudrama | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 5,6 | 1 | 33,3 | 2 | 8,3 |
| Total | 0 | 0,0 | 3 | 100,0 | 18 | 100,0 | 3 | 100,0 | 24 | 100,0 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Situando cada **título nacional** en el horario predominante donde es exhibido, se observa que el horario dominante para la exhibición de la ficción televisiva nacional de estreno es el *prime time*. En las mañanas no se exhibe ficción nacional; en las tardes se emi-

ten telenovelas, series y sitcom; el *prime time* es dominado por las telenovelas: 11 de los 18 títulos exhibidos con un 61,1 del tiempo.

Tabla 7. Capítulos/Episodios (duración neta)

| Duración | Nacionales | | Iberoamericanos | | Total | |
|-----------------|------------|-------|-----------------|-------|-------|-------|
| | # | % | # | % | # | % |
| Corta (<30') | 832 | 63,8 | 278 | 8,9 | 1.110 | 25,0 |
| Media (30'-60') | 443 | 34,0 | 2.800 | 89,2 | 3.243 | 73,0 |
| Larga (>60') | 29 | 2,2 | 60 | 1,9 | 89 | 2,0 |
| Total | 1.304 | 100,0 | 3.138 | 100,0 | 4.442 | 100,0 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

En las emisiones iberoamericanas, el 89,2% muestra una duración de alrededor de una hora televisiva en los episodios/capítulos, ya que son principalmente en el formato de telenovela. En el caso chileno, tanto los nuevos formatos como la creciente producción de telenovelas nocturnas para ser emitidas después de los noticiarios centrales, tienden a usar capítulos de duraciones menores a la hora televisiva (habitual en la telenovela tradicional vespertina, anterior a las noticias): ello explica la preeminencia (63,8%) de formatos con menos de 30 minutos televisivos.

Tabla 8. Época de la ficción nacional de estreno

| Temporalidad | Títulos | | Emisiones | | Horas | |
|--------------|---------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | # | % | # | % | # | % |
| Presente | 18 | 75,0 | 899 | 68,9 | 455:03:00 | 67,8 |
| Pasado | 2 | 8,3 | 82 | 6,3 | 42:10:00 | 6,3 |
| Histórica | 4 | 16,7 | 323 | 24,8 | 173:49:00 | 25,9 |
| Otro | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Total | 24 | 100,0 | 1.304 | 100,0 | 671:02:00 | 100,0 |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile. Se consideró como históricas aquellas ambientaciones focalizadas a más de 50 años del presente.

Tabla 9. Perfil de audiencia de los diez títulos nacionales más vistos

| | Programa | Origen del guión | Casa productora | TV pública/ privada | Formato | Guionista | Rating | Share |
|------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------|--------------------------------|------------|-------------------------|--------|-------|
| 1 | <i>Los 80: más que una moda</i> | Chile | Wood Producciones | 13 | Serie | Rodrigo Cuevas | 26,8 | 38,6 |
| 2 | <i>40 y tantos</i> | Chile | Propio canal | TVN (público) | Telenovela | Marcelo Leonart | 20,1 | 28,1 |
| 3 | <i>Conde Vrolok</i> | Chile | Propio canal | TVN (público) | Telenovela | Pablo Illanes y otros | 19,4 | 27,7 |
| 4 | <i>Mujeres de lujo</i> | Chile | Propio canal | chv | Telenovela | Coca Gómez y otros | 18,3 | 26,4 |
| 5 | <i>Martín Rivas</i> | Chile | Propio canal | TVN (público) | Telenovela | Victor Carrasco y otros | 18,2 | 27,3 |
| 6 | <i>Infieles</i> | Chile | Propio canal | chv | TV movies | Variable | 16,7 | 25,6 |
| 7 | <i>La familia de al lado</i> | Chile | Propio canal | TVN (público) | Telenovela | José Ignacio Valenzuela | 15,8 | 26,2 |
| 8 | <i>El día menos pensado</i> | Chile | Geo Imagen | TVN (público) | Docudrama | Carlos Pinto | 15,0 | 21,1 |
| 9 | <i>Los ángeles de Estela</i> | Chile | Propio canal | TVN (público) | Telenovela | Hugo Morales y otros | 13,2 | 26,5 |
| 10 | <i>Volver a mí</i> | Chile | Propio canal | 13 | Serie | María Izquierdo | 12,1 | 21,3 |
| Total producciones: 10 | | Guiones originales nacionales | | Guiones originales extranjeros | | | | |
| | | 100% | | 0% | | | | |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

El canal público TVN mantiene su primacía con seis títulos en los Top Ten, lo cual muestra no solo una fuerte capacidad de producción dramática sino una opción editorial-conceptual por la ficción de la telenovela. Canal 13 mantiene presencia con dos de los Top Ten, pero la serie *Los 80: más que una moda* ha sido un éxito de *rating* y de calificación de calidad. CHV mantiene dos títulos, y *Mega* no figura, al igual que en años anteriores, con ficciones nacionales entre los Top Ten. Se mantiene el comportamiento histórico que muestra el horario de 22:00h a 23:00h como el más atractivo para la audiencia: los cuatro primeros Top Ten se emitieron en ese horario privilegiado y todos los demás el *prime time*, aquí definido como de 20:00h a 24:00h. Otra diferencia con años anteriores es el retorno del formato telenovela: seis de los Top Ten son telenovelas, dos series, un docudrama y un ciclo de TV movies. Pero **las telenovelas de mayor audiencia ya no son las del horario de las 20:00h, sino del horario de las 22:00h, que ya dejó de ser un horario experimental para este formato.**

Tabla 10. Diez títulos nacionales más vistos

| | Programa | Formato | Género | Año producción | Capítulos 2010 | Duración | Primera emisión | Última emisión | Horario |
|----|---------------------------------|------------|--------|----------------|----------------|------------|-----------------|----------------|------------|
| 1 | <i>Los 80: más que una moda</i> | Serie | Drama | 2008-2010 | 10 | 65 minutos | 10/2008 | 12/2010 | Prime time |
| 2 | <i>40 y tantos</i> | Telenovela | Drama | 2010-2011 | 94 | 25 minutos | 7/2010 | Sigue | Prime time |
| 3 | <i>Conde Vrolok</i> | Telenovela | Drama | 2009-2010 | 72 | 25 minutos | 11/2009 | 6/2010 | Prime time |
| 4 | <i>Mujeres de lujo</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 78 | 30 minutos | 1/2010 | 5/2010 | Prime time |
| 5 | <i>Martín Rivas</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 125 | 25 minutos | 3/2010 | 9/2010 | Prime time |
| 6 | <i>Infieles</i> | TV movie | Drama | 2007-2010 | 41 | 30 minutos | 10/2004 | 12/2010 | Prime time |
| 7 | <i>La familia de al lado</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 79 | 25 minutos | 9/2010 | Sigue | Prime time |
| 8 | <i>El día menos pensado</i> | Docudrama | Drama | 1998-2010 | 10 | 50 minutos | - | 12/2010 | Prime time |
| 9 | <i>Los ángeles de Estela</i> | Telenovela | Drama | 2009-2010 | 50 | 25 minutos | 9/2009 | 3/2010 | Prime time |
| 10 | <i>Volver a mí</i> | Serie | Drama | 2010 | 10 | 55 minutos | 10/2010 | 12/2010 | Noche |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

El análisis de las temáticas muestra que además de los temas tradicionales de la ficción melodramática (conflictos privados y relaciones familiares, relaciones amorosas), la ficción introducen aspectos sociales novedosos; *Conde Vrolock* introduce el vampirismo; el formato de serie en *Los 80* permite abordar ficcionalmente el período histórico de la dictadura, desde las vivencias cotidianas de una familia de clase media. Temas sociales como la droga y la drogadicción, el alcoholismo y la rehabilitación, la violencia familiar, la precariedad económica, la movilidad social, y otros se entremezclan con la vida privada de relaciones familiares.

Tabla 11. Temáticas diez títulos más vistos

| | Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|---|---------------------------------|--|--|
| 1 | <i>Los 80: más que una moda</i> | Amor, infidelidad, relaciones familiares, dictadura, terremoto, trabajo. | Inserción mujer mundo laboral, dictadura militar, catástrofes naturales, derechos humanos. |
| 2 | <i>40 y tantos</i> | Amor, infidelidad, relaciones familiares, relaciones amorosas intergeneracionales, sexualidad. | Ciclo vital, drogadicción. |
| 3 | <i>Conde Vrolok</i> | Amor, vampiros, leyendas, erotismo, situaciones paranormales. | Intolerancia, desconfianza ante el extraño. |
| 4 | <i>Mujeres de lujo</i> | Amor, prostitución, venganza, crímenes. | Prostitución, narcotráfico, drogadicción. |
| 5 | <i>Martín Rivas</i> | Amor, aristocracia, costumbres de época colonial, relaciones entre clases sociales, política. | Movimientos políticos y sociales siglo XIX en Chile, clases sociales. |
| 6 | <i>Infieles</i> | Sexualidad, infidelidad, amor. | Precariedad económica y familiar. |
| 7 | <i>La familia de al lado</i> | Amor, relaciones familiares, violencia intrafamiliar, negocios, crimen. | Violencia intrafamiliar, convivencia social (barrio). |

| | Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|----|------------------------------|---|---|
| 8 | <i>El día menos pensado</i> | Sucesos paranormales. | Miedo a lo desconocido. |
| 9 | <i>Los ángeles de Estela</i> | Amor, infidelidad, desarrollo de oficio, secretos de maternidad, crimen, relaciones familiares, traición. | Adopción, movilidad social, justicia penal. |
| 10 | <i>Volver a mí</i> | Drogadicción, rehabilitación, amor, historias de vida. | Adicciones (drogas, alcohol), rehabilitación, reinserción social. |

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Solamente *Infieles* en los Top Ten rompe la proporción de mayor perfil femenino en la audiencia, y atrae a un mayor porcentaje de hombres, por su alto contenido sexual. La serie *Los 80*, tuvo también una alta proporción de audiencia masculina. En general, se confirma que las **ficciones masivas atraen a todos los segmentos sociales y etarios de audiencias**.

Tabla 12. Perfil de audiencia de los diez títulos nacionales más vistos

| Programa | Canal | Sexo (%) | | Edad (%) | | | | | | Nivel socioeconómico (%) | | | | |
|----------------------------|--------------|----------|------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------------|------|------|------|------|
| | | M | F | 4-12 | 13-17 | 18-24 | 25-34 | 35-49 | 50-64 | 65+ | ABCl | C2 | C3 | D |
| 1 Los 80: más que una moda | 13 | 42,4 | 57,6 | 10,9 | 8,1 | 9,4 | 16,1 | 30,7 | 13,8 | 11,0 | 9,1 | 22,1 | 30,2 | 38,6 |
| 2 40 y tantos | TVN | 35,7 | 64,3 | 5,8 | 4,9 | 12,4 | 14,7 | 27,7 | 22,1 | 12,3 | 13,1 | 25,4 | 30,2 | 31,3 |
| 3 Conde Vrolok | TVN | 38,8 | 61,2 | 8,9 | 6,0 | 10,3 | 12,9 | 28,5 | 19,1 | 14,2 | 7,4 | 19,4 | 32,2 | 41,0 |
| 4 Mujeres de lujo | CHV | 37,0 | 63,0 | 6,6 | 5,7 | 11,6 | 19,1 | 25,3 | 17,0 | 14,6 | 7,6 | 16,0 | 29,5 | 46,9 |
| 5 Martín Rivas | TVN | 34,9 | 65,1 | 9,4 | 6,1 | 9,2 | 12,8 | 21,6 | 20,8 | 20,1 | 8,4 | 23,9 | 33,2 | 34,5 |
| 6 Infeles | CHV | 56,4 | 43,6 | 6,0 | 6,2 | 10,7 | 16,9 | 31,9 | 17,4 | 10,9 | 6,7 | 16,7 | 29,2 | 47,4 |
| 7 La familia de al lado | TVN | 32,5 | 67,5 | 7,8 | 4,8 | 11,4 | 14,5 | 24,4 | 21,9 | 15,2 | 9,4 | 23,8 | 27,7 | 39,1 |
| 8 El día menos pensado | TVN | 37,7 | 62,3 | 4,3 | 5,4 | 11,7 | 13,7 | 27,6 | 18,1 | 19,3 | 10,3 | 21,7 | 32,6 | 35,5 |
| 9 Los ángeles de Estela | TVN | 33,2 | 66,8 | 10,6 | 6,6 | 10,8 | 13,4 | 25,7 | 17,8 | 15,5 | 6,2 | 15,8 | 33,4 | 44,6 |
| 10 Volver a mí | 13 | 39,9 | 60,1 | 6,1 | 5,6 | 9,3 | 16,2 | 29,1 | 20,2 | 13,5 | 8,5 | 20,2 | 29,4 | 41,9 |
| Prime time (lunes-viernes) | Broadcast TV | 42,0 | 58,0 | 9,2 | 6,4 | 9,2 | 13,5 | 24,9 | 20,4 | 16,5 | 7,0 | 19,1 | 29,1 | 44,8 |
| Prime time (sábado) | Broadcast TV | 43,8 | 56,2 | 9,1 | 6,0 | 7,8 | 12,4 | 24,2 | 21,4 | 19,0 | 6,0 | 18,2 | 29,3 | 46,4 |
| Prime time (domingo) | Broadcast TV | 47,0 | 53,0 | 8,4 | 5,9 | 8,4 | 13,9 | 26,3 | 20,5 | 16,6 | 7,1 | 19,3 | 28,3 | 45,4 |

Fuente: Time Ibope y Orbitel Chile

Todos los títulos fueron exhibidos en el *prime time* (20:00h-24:00h). *Los 80* y *Volver a mí* fueron exhibidos el día domingo. El resto fue exhibido de lunes a viernes.

3.3. Lo más destacado del año

El año 2010 en la ficción chilena puede definirse por dos programas que están en las antípodas en cuanto a realización, expectativas y calidad: la serie de Canal 13 *Los 80* y la telenovela juvenil de Chilevisión *Don diablo*. La primera tiene el estándar de producción, actuación, ambientación y guión más alto de las series realizadas en el país; la segunda es el subproducto de un programa de entretenimiento, con una historia básica, interpretada por un elenco en su mayoría no profesional.⁴ Pese a las diferencias, ambas marcaron rumbos, fueron fenómenos analizados por la competencia, y supieron conectarse con distintos estados del público.

En términos más generales, la interrogante más amplia está en el rumbo que tomará la industria televisiva chilena, luego de un año con decisivos cambios de propiedad: la Universidad Católica optó por vender el 67% de Canal 13 al grupo Luksic, y Turner Broadcasting System ingresó al mercado chileno comprando Chilevisión.

El escaso efecto Bicentenario

En el año 2010, *Los 80* consiguió subir el *rating* de las dos temporadas anteriores de la serie y obtuvo la sintonía más alta de los programas de ficción. Además, logró fortalecerse fuera de la pantalla, generando pauta en los medios de prensa y conversación entre las personas y en las redes sociales. Y todo a partir de los conflictos de sus personajes. En el crecimiento de su relevancia social aportó un

4 *Don diablo* comenzó como una sección humorística al interior del programa juvenil *Yingo*. Más tarde, al resultar exitosa y contar Chilevisión con una telenovela vespertina en el aire, comenzó a ser incluida en la programación como un título independiente de *Yingo*.

ingrediente clave en esta temporada: se remarcaron nuevos conflictos humanos – pese a que se trata de una serie de época (inspirada en un comienzo en la española *Cuéntame cómo pasó*); por ejemplo, un matrimonio consolidado que se ve amenazado por la entrada definitiva de la mujer al mundo laboral – y la nueva definición de roles en la pareja – y por una tercera en discordia; la aparición de un nuevo personaje, amenaza al núcleo familiar formado por una madre soltera y su hijo.

Otro factor que pudo aportar en la recepción de *Los 80* es que la serie respondió a la expectativa de programación de calidad en el año del Bicentenario. Una intención declarada por los mismos canales de tv abierta, que tomaron la conmemoración de los 200 años de la Independencia del país como motor de realización de espacios locales, generalmente ficción de época. Sin embargo, sólo la serie de Canal 13 logró – gracias a la constancia de su equipo y al apoyo de fondos estatales – transformarse en un fenómeno de audiencia. En segundo plano quedaron otros esfuerzos en la misma línea de programación de Bicentenario. Uno de los grandes emprendimientos de producción y realización fue *Adiós al séptimo de línea*, emitida en Mega: la producción encabezada por Álex Bowen y ganadora del mayor monto (\$500 millones de pesos, algo más de 1 millón de dólares) del concurso estatal de apoyo a la tv (del Consejo Nacional de Televisión), cumplió con una buena recreación histórica y adaptación de la novela de Jorge Inostroza, y destacó en la puesta en escena de episodios bélicos de la Guerra del Pacífico (1879-1883). Sin embargo, sólo consiguió 10,0 puntos de sintonía. El mismo *rating* obtuvo otro proyecto vinculado a la historia, pero con evidente herencia del melodrama latinoamericano: *Cartas de mujer*, emitida por Chilevisión.

Don diablo. ¿Réquiem para un horario?

El informe Obitel ha sido claro en reflejar en los últimos años la crisis de audiencia de las telenovelas de las 20:00h, el horario que marcó el desarrollo y auge del género en Chile. Pese a este declive con-

tinuo, el año 2010 tres canales realizaron telenovelas de gran presupuesto con la meta autoimpuesta de “reconquistar” a la audiencia. Dos de estos proyectos recogían el espíritu del Bicentenario que, se pensaba antes del terremoto del 27 de febrero, dominaría el año.⁵ En TVN se hizo una adaptación de la novela de Alberto Blest Gana *Martín Rivas*, ambientada en la segunda mitad del siglo XIX, y en Chilevisión el experimentado director Vicente Sabatini emprendió un proyecto largamente acariciado: la versión en clave de telenovela de la historia de Manuel Rodríguez, héroe de la Independencia. Canal 13 optó por un camino aparte y realizó *Feroz*, una teleserie en clave de terror, con intenciones de apuntar al público juvenil. Ninguna de las tres producciones arrasó en sintonía. TVN, gracias a su proyecto dramático consolidado, lideró la audiencia (18,2 puntos de promedio), aunque la producción también tuvo críticas, pues se alejaba de la matriz melodramática propuesta por Blest Gana – un joven provinciano que a punta de esfuerzo, convicción y rectitud logra salir adelante y ganar el amor de una caprichosa joven en el convulsionado Santiago de mediados del siglo XIX.

En el segundo semestre de 2010 sólo TVN y Canal 13 estrenaron telenovelas de corte tradicional. *La familia de al lado* abordó el *thriller* en la red pública, mientras *Primera dama* del 13 es una acertada revisión de las bases del melodrama, con una protagonista dividida entre su ansia de poder y el amor verdadero. TVN nuevamente volvió a quedarse con la audiencia disponible (15,9 de promedio en 2010), aunque esta vez el reinado no fue tranquilo.

Pese a que Mega volvió a jugar su carta-comodín para el horario de las 20:00h con la sitcom *La colonia*, que intentaba repetir el éxito de *Casado con hijos*, finalmente el producto más llamativo fue *Don diablo*. El director de este espacio, Álex Hernández, ya había

5 Retrospectivamente, parecía claro que el año estaría marcado por la celebración de Bicentenario; la atención pública, sin embargo, se volcó hacia la información, motivada por el cambio de gobierno (tras 20 años bajo la misma coalición política), el terremoto del 27 de febrero de 2010, y el episodio de los 33 mineros en Atacama.

realizado miniseries y series dramáticas en Mekano de Mega, con la misma estructura que ocupó ahora para *Don diablo* en Chilevisión: una trama básica (con elementos de comedia adolescente norteamericana) en que un joven intenta resistir los impulsos del mal y conquistar a la chica más bella del colegio; y un elenco integrado en su mayoría por los participantes del programa, apoyados por algunos actores de carrera. El declive de las telenovelas tradicionales de las 20:00h permitió que la producción se transformara en un pequeño fenómeno. Debutó con 17 puntos de *rating* y promedió 12,9, y llevó a la industria a reflexionar si valía la pena hacer esfuerzos en una gran producción para la franja vespertina, ya una telenovela hecha en esas condiciones precarias cumplía tanto o más que las otras.

La expectativa

El nuevo contexto del año 2010 marcó los anuncios de producciones para 2011. Las telenovelas vespertinas van en retirada y las estaciones optan por nuevos horarios y géneros. Canal 13 no producirá tele-serie para las 20:00h en el primer semestre del 2011 y optó por una nocturna para mediados de año. CHV tomó el mismo camino, potenciando sus telenovelas para las 22:00h. Mega evalúa proyectos para una nueva *sitcom* y una teleserie nocturna. TVN mantiene el liderazgo y sin detener su ritmo de producción: hará dos telenovelas para las 20:00h, dos nocturnas y un melodrama tradicional para competir con las telenovelas extranjeras en la franja de las 15:00h (*Esperanza*, proyecto que fue apoyado con \$400 millones de pesos por el Consejo Nacional de TV; alrededor de 800 mil dólares).

Con el escenario marcado por los nuevos jugadores del mercado, la ficción se mantiene como una carta decisiva en un horario clave: el estelar. Las nuevas apuestas deberán ensayar innovación y adaptación, para verificar si queda sepultada la franja tradicional de las telenovelas en Chile (20:00h) o si ésta logra compartir territorio con el avance, irrefrenable hasta ahora, de las teleseries nocturnas hechas en el país.

Tendencias en la industria de la ficción audiovisual

Los informes de varios años de Obitel en Chile permiten advertir ciertas tendencias y algunos interrogantes constantes en relación a la producción de ficción audiovisual nacional.

1. Se constata la declinación del área de espectáculos en tv y la consolidación de la información y de la ficción, especialmente desde el punto de vista de preferencia por la audiencia. Sin embargo la programación de las estaciones parece ir por detrás de las preferencias de las audiencias: ¿desconfían de estas tendencias o apuestan a una promesa de innovación en espectáculos que reencante a las audiencias?
2. Se constata el éxito constante de audiencia hacia la ficción chilena, el cual contrasta con su baja exhibición, en relación a ficción norteamericana y latinoamericana. Solo tvn apuesta consistentemente a producir y emitir ficción chilena. Se constata un cierto fracaso de audiencia en la sintonía a la ficción norteamericana: ¿su programación preponderante es por su bajo costo?; el alto costo de producción de la ficción chilena ¿es un obstáculo a su mayor producción y emisión?. Se debe recordar que el año 2009 el costo por episodio de la serie *Los 80* alcanzó los 140 mil dólares, costo ciertamente no sustentable en el pequeño mercado chileno.
3. El aspecto de la exportación programada y constante aparece, entonces, estratégico para sustentar a la producción de ficción nacional. Sin exportación permanente, la diversificación de formatos que aparece como tendencia en la producción ficcional chilena aparece difícilmente sustentable. Parece, en cambio, que en la actual práctica la exportación es un resultado aleatorio y no previsto desde el inicio.

4. En esta nueva perspectiva exportadora, la acción del productor ejecutivo adquiere una dimensión más amplia que el horizonte nacional; aquí aparece una nueva dimensión inédita hace una década atrás.
5. La ficción exhibida en cine de salas y en TV tienen una muy diferente aceptación por parte de la audiencia. Aquí se debe investigar más en la apreciación diferencial de la audiencia para tener hipótesis más confiables acerca de dos realidades de audiencia muy diferentes y que tienen influencia en la producción.

3.4. Tema del año: LA calidad en la ficción televisiva

Calidad en TV es un tema muy complejo y controvertido, en donde aparecen enjuiciamientos diversos según sean formulados desde la audiencia, los realizadores y los académicos. En las breves páginas siguientes se abordará el tema primero desde un programa chileno calificado como de calidad por la crítica y con alto *rating* de audiencia. Posteriormente el tema se ampliará a programación de calidad.

La calidad como producción

En el año 2010, y por tercer año consecutivo, la serie ficcional *Los 80* emitida por Canal 13 ha sido considerada la serie ficcional chilena de mayor calidad; junto al juicio de calidad, la serie ha crecido en *rating*: en la temporada 2008 alcanzó 21,1 puntos promedio hogar; en la temporada 2009 subió a 25,5 puntos, y en la temporada 2010 llegó a 27 puntos promedio. También en el año 2010 ocupó el primer lugar en el *ranking* a ficciones chilenas de estreno por parte de la audiencia (el año anterior ocupó el segundo lugar).

Es frecuente la disociación entre *rating* del público y la calificación de programa de calidad, siendo *Los 80* una notable excepción. Por ello

es necesario examinar las posibles razones de esa disociación, pero también las razones de consistencia, como en el caso de esta serie.

Razones de la disociación

El caso más conocido de inconsistencia es la descalificación como de baja calidad en algunos géneros – como la telenovela – pero su alta sintonía por parte de la audiencia. E inversamente, la petición de la audiencia por mayor oferta de programas supuestamente de alta calidad (como los llamados programas “culturales”) en los canales abiertos y la escasa sintonía que luego le otorga.

Se han propuesto diversas razones para intentar comprender que la audiencia a menudo no otorgue sintonía a programas que ella misma califica como de “calidad”. Las razones más frecuentes que se hipotetizan para explicar esa discrepancia entre conducta efectiva de visionado televisivo y descalificación opinativa se refieren a:

- la cultura occidental hegemónica tiende a descalificar el concepto de Entretenimiento o Entretenimiento como pérdida inútil de tiempo; la vivencia emocional de la entretenimiento televisiva no tendría un valor antropológico, cultural y socialmente productivo. En la mayoría de los medios chilenos de comunicación, especialmente prensa escrita, la sección de espectáculos/entretenimiento es una sección diferente a la sección cultural; es un claro síntoma del divorcio y de la diferente valoración entre “Cultura” y “Entretenimiento”.

- la calificación verbalizada como “calidad” expresaría más bien un “deber ser cultural” ante programas de tv; la audiencia opina asignando esa calificación asumiendo un criterio enjuiciador tomado del modelo cultural hegemónico vinculado a la Alta Cultura y a la Academia, y difundidos socialmente por el sistema educativo y los medios de comunicación.

- en consecuencia, la comprensión de las conductas efectivas de la audiencias ante los programas de tv se deben explicar no solo por sus verbalizaciones explícitas, sino por una observación del comportamiento en la recepción cotidiana de los programas televisivos;

esa situación de recepción es prioritariamente en el hogar y asociado a la necesidad psico-biológica de entretenimiento y descanso.

– la investigación cualitativa de la audiencia con observación etnográfica dentro del hogar permite comprender motivaciones emocional-biológicas de descanso, compañía, relajación, humor, que son satisfechas por géneros televisivos muy diversos. Esas motivaciones actúan al momento de seleccionar programas pero son difícilmente autoverbalizables por los sujetos. Esas motivaciones tienden a ser postergadas o reprimidas para verbalizar opiniones socialmente bien sonantes.

– las técnicas tradicionales de recolección de opiniones de la audiencia han sido criticadas también porque teóricamente no han introducido la variable del género televisivo; así la audiencia no puede discriminar la calidad entre un conjunto homogéneo de programas pertenecientes a un mismo género (cuál telenovela es la de mejor calidad al interior del corpus de telenovelas) sino que es obligada a opinar acerca de la calidad entre programas pertenecientes a géneros muy heterogéneos y disímiles.

– cuando la audiencia opina, por el contrario, entre un corpus de programas diversos pero pertenecientes al mismo género (discriminar la calidad entre varias telenovelas, o discriminar entre varios programas de transmisiones deportivas) los juicios de las audiencias tienden a ser más concordantes entre *rating* y opinión de calidad: la telenovela considerada como la de mejor calidad tiende a coincidir con mayor *rating*.⁶

Rating y calidad en la serie Los 80

El caso de *Los 80* en la tv abierta chilena ha sido consistente entre conducta de alto visionado (*rating* cuantitativo), con calificación de alta calidad por parte de la audiencia y por el juicio de la crítica de

6 En el caso chileno, la audiencia discrimina las telenovelas según su procedencia y distingue de modo general tres grupos de calidad: la telenovela brasileña en primer lugar, luego la telenovela chilena, y luego las otras telenovelas iberoamericanas.

espectáculos. El análisis de la crítica especializada, y de los propios realizadores y sus estudios de audiencia,⁷ apuntan a que la percepción de “calidad” ante esa serie ficcional es una construcción basada en un conjunto de atributos positivos:

1. el aprecio profesional y el afecto de la audiencia hacia los **actores intérpretes**; es un juicio mixto que engloba una valorización de “calidad” acerca del desempeño actoral con un aprecio afectivo personal hacia ellos; indudablemente en este aprecio afectivo hacia los actores con mayor trayectoria hay una percepción de la imagen pública que involucra memoria de la trayectoria profesional con la presencia mediática.
2. un juicio positivo acerca de la “calidad” de la **realización televisiva**, es decir, los aspectos relacionados con la ambientación, la escenografía, el vestuario, maquillaje, iluminación, y la musicalización. “Calidad tiene que ver con factura, con nivel de esfuerzo y trabajo; en la medida que hay más trabajo en la creación, desarrollo, producción y realización de una serie, hay más calidad y se logran productos cualitativamente mejores. La calidad comienza por tener un producto que está bien realizado, pensado y ejecutado” (Alberto Gesswein, productor ejecutivo de *Los 80*).
3. un juicio de “calidad” acerca de la **historia ficcional** televisiva; si bien la audiencia claramente percibe una historia ficcional (la serie no es una narración historiográfica ni un documental) al interior de la ficción imaginaria ocurre el **reconocimiento** hacia una época de la historia chilena re-

7 Se agradece a algunos académicos, a críticos de TV, y a algunos de los realizadores de la serie entrevistas que permitieron recoger sus percepciones e hipótesis, e información de audiencia.

ciente y la identificación del público en ella.⁸ La **identificación** ocurre con los personajes y las vivencias de una familia de clase media popular (audiencia mayoritaria en el país) quienes representan la época desde su vida privada cotidiana. Es un relato de época reciente y reconocible al interior de la matriz melodramática latinoamericana, y no en la matriz racional/conceptual del relato historiográfico o del documental. El reconocimiento y la identificación ocurren por la relación de la audiencia con los significantes gestual-corporales de los actores y con los signos indiciales concretos, propios del lenguaje audiovisual.

Los dos primeros aspectos integrantes del juicio de calidad (actoral y realización) remiten a aspectos muy diversos, como son el aprecio profesional/afectivo hacia los actores⁹ y hacia la realización técnica televisiva. **Estos juicios complejos muestran audiencias más informadas y opinantes para discriminar acerca del desempeño actoral y de la realización.** El tercer aspecto se refiere a la calidad de la historia y del guión televisivo, en donde aparece apreciada la ficción, en tanto metáfora capaz de representar verosímilmente una época e identificar afectivamente a la audiencia. La calidad, en este tercer aspecto, se relaciona con la representación ficcional de la vida y de las vivencias cotidianas de las audiencias, y se aleja del juicio hegemónico que aprecia como calidad la representación de contenidos de Alta Cultura, encarnados en personajes

8 Contribuye a ello que los tipos físicos dominantes en el elenco de *Los 80* sean más próximos a los de la población que los presentes en otras producciones ficcionales. Asimismo, la imagen pública extra ficcional de uno de los protagonistas – el padre – es consistente con la identificación popular al ser un reconocido promotor del rescate del folclor urbano.

9 El aprecio afectivo hacia el actor nacional es claramente más potente que hacia el actor extranjero; y el aprecio es mayor hacia el actor latinoamericano que hacia el actor de ficción norteamericana, europea, o asiática.

destacados de la Historia y la Política, la Ciencia y las Artes. Alberto Gesswein opina que la calidad de la historia televisiva, del guión, ocurre cuando el guionista talentoso tiene la posibilidad de contar procesos muy complejos de forma muy simple, muy cotidiana y coloquial. **Lograr hacer eso es un arte; es hacer una síntesis de lo complejo para llevarlo a lo cotidiano, a lo común y corriente.** Y eso pasa cuando las historias se cuentan desde los personajes, no se cuentan desde el intelecto ni desde las instituciones; la historia no se cuenta desde las instituciones que rodean a los personajes, sino que contamos la historia desde los personajes y desde sus emociones; por lo tanto desde los seres humanos, y esa es la única manera de conectarse con la audiencia. Rodrigo Cuevas, guionista de *Los 80*, estima que las series están construidas desde temas y conflictos de personas comunes y corrientes y se ha hecho una apuesta radical en ese sentido. Cuando a la gente se le entrega un programa que les permite sentir que sus conflictos cotidianos son importantes – como la repitencia de un hijo en el colegio y el problema que significa eso para la familia que ha apostado todo en la educación de sus hijos – se logra que la gente sienta que sus temas y sus vidas son importantes. Y se da la oportunidad para que la gente hable de eso. “Eso tiene el valor cultural de decir que eres parte de este país, que eres valioso como persona, que tus problemas son parte y comunes a todos. Son historias que no segregan, sino que integran, y esa es la virtud de *Los 80*, que muchas personas de distintos sectores socioeconómicos se sienten representadas por la serie. Se produce una suerte de comunión porque, independientemente del nivel cultural y económico de la audiencia de la serie, los temas, conflictos, anhelos y sueños de las personas son muy parecidos, y nosotros los validamos, y la gente se siente escuchada, representada, y entonces sienten que sus vidas son valiosas y que tienen sentido”.

Para el guionista Cuevas, la ficción centrada en personajes comunes y corrientes puede llevar más rápidamente a la reflexión acerca de una época que cuando haces un relato historiográfico o socio-

lógico. Para Gesswein *Los 80* es un interesante ejemplo para el mundo académico sociológico, pues la “serie refleja el cambio de rol de la mujer y de los hijos, cambios generacionales, abarca un período histórico del país etc., pero lo trascendente es que todo esto se vive y se trasunta desde una familia, y no desde la macroeconomía, desde la política, desde las instituciones o desde los discursos expertos”.

Los dos primeros aspectos mencionados acerca de la calidad implican una importante inversión de producción en talento actoral y en talento de artes escénicas. El tercer aspecto de la calidad implica inversión no solo en guionistas sino en las asesorías históricas y culturales indispensables para documentar una época. En el caso de esta serie hubo una enorme inversión en revisar y seleccionar material emitido por los noticiarios de la época por el propio Canal 13, para incorporarlos al guión.

4. un cuarto aspecto de “calidad” tiene un carácter más difuso para la audiencia ya que se relaciona con la producción industrial en el **formato de serie televisiva**. En general, la industria audiovisual en América Latina ha trabajado con la obra única, propia del cine, y con la obra serializada de la telenovela con gran cantidad de capítulos de exhibición diaria. La serie televisiva introduce un formato con otras características: episodios de exhibición semanal, temporadas de más o menos 12-15 semanas, posibilidad de continuar con nuevas temporadas (si la obra es exitosa). El género de la serie está crecientemente introduciéndose en la producción regional y existe por tanto un aprendizaje que realizar. El guión de la serie debe trabajar con nuevos personajes menos estereotipados que los de la telenovela clásica latinoamericana; ofrece nuevas posibilidades dramáticas, como la evolución de los personajes en el transcurso temporal de la narración. Junto a los aprendizajes narrativos, existe el desafío de construir historias con apela-

ción universal (por su potencial de exportación, cuestión clave para la industria chilena con un pequeño mercado nacional de sustentación). Gesswein concuerda en que “no se puede pensar un futuro sin una integración al mercado internacional. De ahí que nace la necesidad de las coproducciones, hacer historias exportables como producto o formato a otros países. Desde ese punto de vista, *Los 80* es una serie difícil de exportar porque es más local, a pesar de que hay elementos universales que tienen que ver con la vida de una familia; habría que adaptar el guión para presentarlo en otro país. Los aspectos universales de las historias la hacen potencialmente más exportable, a pesar que siempre queda una pátina identitaria del lugar donde se hacen u ocurren las historias”. Cuevas agrega: “yo creo en esa frase ‘pinta tu aldea y serás universal’. Cada vez que la tv latinoamericana intenta ser forzosamente universal, con historias neutras, con personajes que hablan de una manera neutra, y con productos que no tienen identidad, esos proyectos que no llegan a ninguna parte. Son un híbrido que no le dicen nada a nadie. El desafío es ser local, y lo importante de la universalidad se juega en el conflicto de los personajes. Esos conflictos son universales”.

El análisis del caso de la serie *Los 80* en su consistencia entre alto *rating* y juicio de calidad devela algunas razones concordantes acerca de esta relación, pero también las dificultades y limitaciones. La calidad se produce, en el sentido que es construida y elaborada, en la realización televisiva y en su fase previa de la guionización; aparecen costos de realización, esto es, una inversión económica en talentos. **Pero también implica arte con las incertidumbres del resultado.** Pero se estima que una mayor inversión en talento podría bajar las incertidumbres. Por ello el aspecto de la recuperación de costos es tan importante para la sustentabili-

dad de la industria; aquí aparecen puntos de vistas e incomprensiones a veces difíciles de compatibilizar entre los productores del audiovisual y los creadores. La historia de las realizaciones cinematográficas y televisivas está llena de casos de grandes inversiones y estruendosos fracasos; y al revés, realizaciones de bajo costo con gran éxito. Existe, pues, un imponderable que debe ser considerado y que rompe la racionalidad según la cual, la alta inversión económica garantizaría la calidad; existen factores como la pasión, el entusiasmo, la fe en un proyecto, la coincidencia inesperada de talentos; no solo es cuestión de dinero; aparece el trabajo apasionado y esa milagrosa creatividad que los españoles llaman crear y producir “en estado de gracia”. Calidad en conjunto con *rating* es una aspiración, para cuyo logro se debe trabajar arduamente; pero cuyo logro efectivo incluye también una dosis de coincidencia maravillosa de múltiples factores imponderables.

Cambio cultural y calidad

Muy a menudo la discusión acerca de la calidad en tv parte del supuesto no explicitado que se podría alcanzar una definición unánime y universal acerca de calidad en la obra televisiva. Especialmente los académicos del audiovisual se esfuerzan por proponer definiciones universales que se apliquen a todo el corpus de obras. Pero la pretensión de universalidad se enfrenta con dos grandes problemas: la diversidad de géneros en las obras audiovisuales y la diversidad de preferencias subjetivas en las audiencias. Para salvar la universalidad se ha pretendido a menudo jerarquizar los géneros, atribuyendo mayor calidad a algunos y a otros menor calidad *per se*; la discusión comienza con Platón y se mantiene secularmente; la comedia sería inferior al drama, la ficción sería inferior al documental (o viceversa, según la subjetividad de los clasificadores), la telenovela sería inferior a la ficción de obra única, la información sería superior a la ficción, la entretenimiento lúdico-emocional sería inferior a la información conceptual-racional etc. La calidad, entonces, se-

ría universal pero restringida a ciertos géneros, los demás géneros serían de baja calidad; calidad en este sentido lleva a programar los géneros así definidos y eliminar los de baja calidad. Las preferencias subjetivas de las audiencias también se han pretendido jerarquizar entre buen gusto por la calidad y mal gusto; el buen gusto de calidad estaría asociado a la formación estética, al aprecio elitario por las obras de Alta Cultura, es decir a la hegemonía cultural académica, tradicional o de vanguardia. Según esta jerarquización, la tv de calidad debería programar para “elevar” el gusto de la audiencia masiva hacia los estándares hegemónicos de calidad; así se entendió por décadas la misión cultural iluminadora que deberían officiar las estaciones públicas de tv.

Las pretensiones de universalidad y jerarquización se enfrentan a las actuales sociedades democráticas y masivas, a la valoración cultural de la subjetividad personal, a la multiplicidad de medios tecnológicos a disposición de las diversas preferencias de las audiencias. La misión de “elevar” los gustos masivos hacia los estándares elitarios o académicos se enfrenta a la crítica de una imposición homogeneizante autoritaria y atentatoria a la diversidad cultural. El **cam-bio cultural**, pues, no abona conceptualmente la pretensión hacia un acuerdo universal en la definición de calidad. Más bien se acepta que los diversos géneros tienen diferentes criterios de calidad y que las audiencias legítimamente tienen diversas apreciaciones acerca de la calidad televisiva.

Las **tecnologías** del cable, satelital, Video on Demand (vod), la tv por internet, y otras, todas apuntan a la **segmentación de contenidos diversos para audiencias diferenciadas** – lo contrario de la homogeneización masiva hacia contenidos universales, supuestamente de calidad.

En este nuevo contexto cultural, la calidad en tv se ha comenzado a definir como una programación diversa en géneros y capaz de satisfacer la legítima diversidad de preferencias de las audiencias (Is-hikawa, 1996). **El nuevo contexto cultural y tecnológico apun-**

ta hacia la comprensión de calidad como segmentación en contenidos y audiencias. Tal segmentación fue comenzada con la tecnología de cable y satelital; hoy la tecnología digital ofrece la posibilidad de segmentar contenidos y audiencias en tv abierta.

Según esta actual conceptualización de programación televisiva de calidad, la tecnología digital terrestre debería inaugurar una nueva etapa para la **misión de los canales públicos de tv**, ofreciendo mayor calidad para la audiencia con una oferta televisiva diversificada. Un canal público tiene la opción técnica de transformarse en una **empresa multioperadora ofreciendo varias señales segmentadas con programaciones temáticas para la audiencia.** Si un canal público se convierte en operador multicanal puede programar varias señales digitales de cobertura nacional, abiertas a todo el público, y segmentadas con contenidos diversificados, tales como: señal generalista de compañía y ficción, señal infantil y juvenil, señal de Alta Cultura y Ciencia, señal de noticias e información socio-política, señales regionales, u otras. En el caso chileno, la tv digital terrestre debería inaugurar una nueva etapa para la misión de tvn, el canal público; etapa en la cual no solo tenga la misión de asegurar una información plural, confiable y masiva – misión relativamente lograda según las tablas iniciales de este informe – sino mayor calidad para la audiencia con una oferta televisiva segmentada en contenidos. Naturalmente, se trata de una opción que, para ser factible, debe enfrentar el problema del financiamiento.

Estas dos perspectivas examinadas acerca de calidad en tv se imbrican: una muestra las condiciones de producción para realizar programas con atributos de calidad – corresponde al nivel de la producción de programas. La otra perspectiva muestra que el concepto de la calidad en tv hoy se debe ampliar hacia las programaciones segmentadas que pueden ser ofrecidas por una empresa multioperadora de tv, responsabilidad especialmente propia de las estaciones públicas de tv.

Referencia bibliográfica

ISHIKAWA, S. (Ed.). *Quality Assessment of Television*. Luton, UK: John Libbey Media/University of Luton Press, 1996.

4.

COLOMBIA: LA TELEVISIÓN Y SENTIDO DE LO PÚBLICO

*Fernando Aranguren, Borys Bustamante,
Olga Gutiérrez, Diana Mendoza, Alejandra
Rusínque, Hugo Sánchez y Mónica Sánchez¹*

4.1. El contexto audiovisual

Tabla 1. Cadenas nacionales de tv abierta en Colombia

| Cadenas Privadas | Cadenas Públicas |
|------------------|---------------------|
| RCN | Señal Colombia |
| Caracol | Canal Institucional |
| Canal Uno | |
| 3 | 2 |

Total cadenas = 5

La televisión colombiana, que surge a mediados del siglo xx como bien público, muestra en su corta historia una tendencia creciente hacia la privatización de este servicio. Y esto con un rasgo muy acusado de relegar la televisión pública frente a la privada como consecuencia de la capacidad financiera y tecnológica de los grupos empresariales que manejan los canales de mayor cobertura nacional (RCN y Caracol). Estas dos cadenas dominan la competencia en el sector privado y son las responsables de la mayoría absoluta de los contenidos que circulan por este medio, y el análisis de su programación, como se mostrará posteriormente, equivale a evaluar, en esa proporción, la representatividad de la programación televisiva. En el

1 Con la colaboración de Ibope Colombia.

canal Uno se agrupan varias programadoras privadas para ofrecer una programación con menos grado de incidencia a nivel nacional salvo algunos espacios de productoras independientes, relativamente fuertes, y con tradición en el medio televisivo colombiano.

La televisión pública, aunque representada en dos canales nacionales y en varios regionales, no muestra la voluntad política, la capacidad tecnológica ni la pretensión de poder competir con los canales privados, lo que refuerza de forma significativa la tendencia del Estado colombiano a delegar lo fundamental de este servicio en el sector privado con el impacto social y cultural que esto implica, pues la tarea de difundir y preservar la diversidad cultural del país queda supeditada a los canales regionales y nacionales con su variada y buena programación, pero con su escasa cobertura y limitadas audiencias. Señal Colombia es la cadena que recoge lo fundamental de la programación de la televisión pública en el país, en su mayor porcentaje muy bien evaluada por diversos estudios y perspectivas críticas tanto por la calidad, representatividad y diversidad de sus contenidos, por la buena factura y recursividad técnica y retórica de sus formatos y realizaciones. Podría decirse que en muchos aspectos sería la televisión “de mostrar”, la más acorde con las expectativas y demandas de visibilización y de recreación de sus realidades cotidianas de la mayoría de las comunidades sociales, particularmente los jóvenes y sus problemáticas concretas, pero con una capacidad de penetración muy limitada lo mismo que las audiencias respectivas frente a la competencia privada. El canal institucional, básicamente, se sintoniza con alguna demanda extraordinaria cuando hay debates públicos que atrapan la atención colectiva.

Durante el año 2010 esta situación alcanzó un punto crítico a raíz de la licitación, fallida hasta el momento, para la adjudicación de un tercer canal privado, lo que muestra la pugna de inmensos intereses políticos y económicos por el control de este servicio público, sin que, a su vez, se derive de ello algún beneficio tangible para el conjunto de la sociedad civil en cuanto a la calidad de la televisión.

Tabla 2. Programación anual 2010

| Categoría | # horas | % tiempo | % audiencia |
|----------------------|--------------|-------------|-------------|
| Ficción | 6.216:00:00 | 18,53% | 35,35% |
| Información | 3.915:00:00 | 11,67% | 26,65% |
| Espectáculos | 6.162:00:00 | 18,37% | 24,64% |
| Deportes | 1.173:00:00 | 3,49% | 2,18% |
| Otros | 16.076:00:00 | 47,92% | 11,18% |
| Total General | 33585 | 100% | 100% |

Fuente: Ibope Colombia

Los géneros de programas ofertados por la televisión, tal como se registra en la Tabla 2, muestran que se mantiene vigente, en términos generales, la estructura de programación, la cual, como es bien sabido depende de las mediciones de audiencias y de su posicionamiento en el mercado. Esto significa que la televisión es, ante todo, un medio para el entretenimiento, con ofertas de programas diferenciadas por grupos de audiencias, en edades, géneros y nivel educativo (ficción, espectáculos, deportes y otros), para más de un 50% del tiempo de programación. Luego está el género de información y opinión con participación promedio entre un 15%-20%. El resto de tiempo se distribuye entre otros tipos de espacios y las franjas educativas y culturales.

Evolución histórica y momento actual en TV

Tabla 3. Rating hogar anual por canal

| Año | RCN | Caracol | Canal Uno | Señal Colombia COLCCol | Regionales | Institucional |
|------|------|---------|-----------|------------------------|------------|---------------|
| 2006 | 4,93 | 4,84 | 0,28 | 0,18 | 0,38 | 0,07 |
| 2007 | 4,90 | 4,89 | 0,33 | 0,22 | 0,36 | 0,10 |
| 2008 | 4,54 | 4,85 | 0,28 | 0,25 | 0,32 | 0,08 |
| 2009 | 4,44 | 4,93 | 0,26 | 0,13 | 0,37 | 0,06 |
| 2010 | 5,38 | 4,79 | 0,24 | 0,17 | 0,38 | 0,06 |

Fuente: Ibope Colombia

Como se advierte en la Tabla 3 es evidente el predominio absoluto con un margen demasiado amplio de las dos grandes cadenas privadas de televisión abierta en relación con índices de audiencias tanto en el comparativo histórico como en lo concerniente al 2010; mientras que la televisión pública abierta nacional en su conjunto no alcanza a materializar un grado suficientemente representativo para reflejar una alternativa real frente a la oferta dominante. Finalmente están los canales regionales (siete en total) también de carácter público, que por las áreas de influencias restringidas que manejan mantienen una cuota de participación nacional muy baja en los índices de audiencias. Esta tendencia, de claro predominio de la oferta de televisión privada, junto a la oferta por cable, según indican los más recientes análisis, no variará en el medio y largo plazo, y más bien se reforzará a raíz de la incursión de tercer canal privado.

En cuanto al *share*, los datos consignados en la Tabla 4 confirman la tendencia ya mencionada en otros registros con indicadores como tiempo de emisión, cantidad de producción, índice de audiencia, de manera que se reproduce la composición identificada: el predominio, prácticamente absoluto, de los canales privados sobre los públicos, la competencia entre las dos grandes cadenas por el control de las audiencias y el mercado, y la muy débil presencia de otras opciones para el televidente, en este caso representada por la televisión pública, nacional y regional. Se trata casi de un círculo vicioso que en parte se quiebra para los abonados a la TV de pago, quienes pueden sufragar este costo adicional y ampliar con ello la oferta de canales y programas disponibles.

Tabla 4. Share hogar promedio total anual por canales

| Año | RCN | Caracol | Canal Uno | Señal Colombia COLCCol | Regionales | Institucional |
|------|------|---------|-----------|------------------------|------------|---------------|
| 2006 | 4,93 | 4,84 | 0,28 | 0,18 | 0,38 | 0,07 |
| 2007 | 4,90 | 4,89 | 0,33 | 0,22 | 0,36 | 0,10 |
| 2008 | 4,54 | 4,85 | 0,28 | 0,25 | 0,32 | 0,08 |

| Año | RCN | Caracol | Canal Uno | Señal Colombia COLCCol | Regionales | Institucional |
|------|------|---------|-----------|------------------------|------------|---------------|
| 2009 | 4,44 | 4,93 | 0,26 | 0,13 | 0,37 | 0,06 |
| 2010 | 5,38 | 4,79 | 0,24 | 0,17 | 0,48 | 0,06 |

Fuente: Ibope Colombia

Políticas de comunicación

El panorama de las políticas pública de comunicación en el país está orientado por el Ministerio de Tecnologías y Comunicaciones y se encamina, básicamente, a armonizar el funcionamiento de los medios de comunicación con las necesidades y demandas sociales. Para el caso de la televisión existe, a partir de la Constitución de 1991, un ente autónomo – la Comisión Nacional de Televisión – encargado de trazar los lineamientos en torno a la calidad de los contenidos del medio y a la función y lugar de la televisión pública y la responsabilidad de la privada frente a la sociedad, velando por la permanente modernización tecnológica del medio y su capacidad de interlocución con la sociedad para representar y preservar los valores fundamentales de la sociedad civil y de un Estado Social de Derecho. El papel estratégico de la televisión en las sociedades del presente hace conflictivo su manejo político y ello se expresa, en nuestro caso, en los constantes intentos de los gobiernos recientes por desmontar el ente regulador y remplazarlo, seguramente, por uno más dependiente del poder ejecutivo. La situación descrita refleja, de algún modo, la conflictividad inherente tanto a las políticas públicas de comunicación como a su entramado jurídico en el país, dada la importancia fundamental de este sector en todos los aspectos de la vida económica, social, política, cultural, lo que se evidencia en el complejo y fallido proceso de adjudicación del tercer canal.

Otros aspectos relevantes en torno a la evolución de la televisión nacional se ligan a la puesta en marcha de la televisión digital en gran parte del territorio a partir del 2011-2012, lo que supone un adelanto notable en relación modernización del medio a nivel global.

También es de relevar el fenómeno inscrito en el posicionamiento, cada vez más fuerte, de la televisión de pago, lo que ha contribuido a alterar sustancialmente el mercado del medio, produciendo alianzas, fusiones y nuevos conglomerados empresariales transnacionales de comunicación multimedial (televisión, internet, telefonía celular y afines, con empresas como Telmex, Directv, Movistar, Une etc.) Los datos más recientes confirman esta tendencia: mientras en televisión abierta el 44,6% de los hogares recibe la señal por antena aérea, el 55,4% reciben la señal por televisión cerrada.² Y a su vez el 73,8% de los hogares que tienen internet, lo reciben a través de una empresa que tiene concesión de televisión por suscripción. Se extiende de esta forma la plataforma tecnológica y con ello se amplifica el esquema de televisión existente con más énfasis al papel dominante del sector privado en el medio, y con un debate, continuamente postergado en torno al futuro inmediato de la televisión pública.

Nuevos escenarios de la audiencia, internet, convergencia y transmediación

Los nuevos escenarios de la audiencia televisiva tienden a integrarse dinámicamente con la multipresencia de las nuevas plataformas digitales en los distintos espacios de la cotidianidad urbana, primordialmente, y participan igualmente de las transformaciones asociadas con las tecnologías móviles, de forma que la televisión se está recepcionando ahora, no sólo en la pantalla “chica”, sino también en el computador portátil o fijo, en el móvil inteligente, en las grandes pantallas de los centros comerciales y lugares de confluencia pública. La creciente presencia de internet y su capacidad para mediar los más diversos procesos y fenómenos culturales, que trae consigo el principio de convergencia tecnológica para repotenciar los usos sociales de la comunicación y la información según las múltiples y

2 Comisión Nacional de Televisión. *Anuario estadístico de la televisión en Colombia 2009*.

casi infinitas necesidades y decisiones de los usuarios hace que la trasmediación comience a operar como dimensión multiplicadora de estos procesos a través de diferentes canales o medios. En el conjunto de estas transformaciones, no obstante la reacomodación y rápido crecimiento de las tecnologías digitales, la televisión, por efecto de la convergencia tecnológica, sigue siendo el medio de mayor audiencia e impacto como lo demuestran las siguientes cifras:

Tabla 5. Audiencias por medios

| Año | Internet | Cine | Televisión |
|------|----------|------|------------|
| 2008 | 29,3 | 3,6 | 94,0 |
| 2009 | 32,6 | 5,1 | 93,7 |
| 2010 | 37,1 | 6,0 | 94,2 |

Fuente: CNTV, EGM III-2010 Módulo de televisión.

Inversión publicitaria en televisión y otros medios

De acuerdo con la misma estructura del mercado tanto a nivel global como nacional, el sector de las comunicaciones, además de resultar prioritario para la implementación de estrategias de posicionamiento e innovación mercantil, también refleja nítidamente, a través de los rubros de la inversión publicitaria, las tendencias que definen el compartimiento de dicha inversión. Como muestra la Tabla 6, la televisión es y sigue siendo el medio que recibe el mayor flujo de inversión publicitaria, ubicándose por encima del 50% del total de los presupuestos destinados para este efecto, y duplicando de lejos a su competidor más importante, como es la radio, que acapara inversión del orden del 25%. Posteriormente está la prensa con un 15% en promedio, seguida de las revistas con un 5% y finalmente la publicidad exterior con algo menos del 2%. En un mundo en el que cada vez es más evidente el predominio de la cultura electrónica multimedia y en el que la publicidad se inscribe discursivamente con un fuerte poder de retórica persuasiva que va más allá de la mera propaganda y se mezcla con ciertas insinuaciones estéticas y artísticas y cierto modelado cultural para favorecer y justificar el consumo, individual

y masivo, a través de la gratificación inmediata, en un mundo tal, es claro que la televisión, en su nueva dimensión funcional, mantendrá el predominio en materia de inversión publicitaria.

Tabla 6. Inversión publicitaria en medios

| Medio | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Prensa | 15,35 | 15,66 | 15,80 | 14,47 | 15,00 |
| Publicidad Exterior | 1,27 | 2,04 | 1,92 | 1,67 | 1,68 |
| Radio | 25,69 | 24,73 | 27,22 | 28,11 | 27,25 |
| Revista | 5,00 | 5,13 | 5,11 | 4,05 | 3,85 |
| Televisión Internacional | 2,09 | 3,69 | 1,77 | 0,88 | |
| Televisión Nacional | 44,38 | 42,01 | 40,86 | 43,25 | 44,65 |
| Televisión Regional | 6,23 | 6,75 | 7,30 | 7,57 | 7,57 |
| Totales | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Fuente: Ibope Colombia

4.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

Tabla 7. Programas de estreno en ficción para televisión exhibidos en 2010 (origen y canal)

| Colombia | | | Argentina | | |
|----------|--------------------------------------|-------------|-------------------|------------------------------------|-------------|
| Caracol | <i>Bella Calamidades</i> | Telenovela | Caracol | <i>Niní</i> | Telenovela |
| | <i>Hilos de amor</i> | Telenovela | | | |
| | <i>La bella Ceci y el Imprudente</i> | Telenovela | Chile | | |
| | <i>Oye bonita</i> | Telenovela | Señal C | <i>Karkú</i> | Telenovela |
| | <i>Perro amor</i> | Telenovela | Señal C | <i>La teleserie joven de tvn</i> | Teleserie |
| | <i>Montecristo</i> | Telenovela | EE.UU. – Colombia | | |
| | <i>La magia de Sofía</i> | Telenovela | Caracol | <i>El clon</i> | Telenovela |
| | <i>Más sabe el diablo</i> | Telenovela | Caracol | <i>Caballeros prefieren brutas</i> | Dramatizado |
| | <i>Secretos de familia</i> | Telenovela | | | |
| | <i>Yo no te pido la luna</i> | Telenovela | Italia | | |
| | <i>Cámara café</i> | Dramatizado | Señal C | <i>Karol: el papa, el hombre</i> | Teleserie |
| | <i>El cartel 2</i> | Dramatizado | | | |
| | <i>Operación jaque</i> | Dramatizado | | | |
| | <i>Clase ejecutiva</i> | Dramatizado | México | | |

| | | | | | |
|-----------|------------------------------------|-------------|------------------|-----------------------------------|------------|
| | <i>Mujeres al límite</i> | Dramatizado | RCN | <i>Cuando me enamoro</i> | Telenovela |
| | <i>Tierra de cantores</i> | Dramatizado | RCN | <i>Inocente de ti</i> | Telenovela |
| | <i>Caso cerrado</i> | Serie | RCN | <i>La usurpadora</i> | Telenovela |
| RCN | <i>A corazón abierto</i> | Telenovela | RCN | <i>Luz Clarita</i> | Telenovela |
| | <i>A mano limpia</i> | Telenovela | RCN | <i>Mar de amor</i> | Telenovela |
| | <i>Amor en custodia</i> | Telenovela | RCN | <i>Nina de mi corazón</i> | Telenovela |
| | <i>Chepe Fortuna</i> | Telenovela | RCN | <i>Preciosa</i> | Telenovela |
| | <i>El capo</i> | Telenovela | RCN | <i>Rubí</i> | Telenovela |
| | <i>El fantasma del gran hotel</i> | Telenovela | RCN | <i>Soy tu dueña</i> | Telenovela |
| | <i>El penúltimo beso</i> | Telenovela | RCN | <i>Teresa</i> | Telenovela |
| | <i>La Pola</i> | Telenovela | RCN | <i>Triunfo del amor</i> | Telenovela |
| | <i>Las detectives y el Víctor</i> | Telenovela | Caracol | <i>Pasión morena</i> | Telenovela |
| | <i>Verano en Venecia</i> | Telenovela | | | |
| | <i>Amor sincero</i> | Dramatizado | Venezuela | | |
| | <i>El man es Germán</i> | Dramatizado | Caracol | <i>Salvador de mujeres</i> | Telenovela |
| | <i>Rosario Tijeras</i> | Dramatizado | Caracol | <i>Mi gorda bella</i> | Telenovela |
| Canal Uno | <i>Hombres de honor</i> | Dramatizado | Caracol | <i>Pecadora</i> | Telenovela |
| Señal C | <i>Bolívar hombre dificultades</i> | Dramatizado | | | |
| | <i>Kondor el mago</i> | Dramatizado | Reino Unido | | |
| | <i>Franja retro</i> | Dramatizado | Señal C | <i>Caen las águilas</i> | Teleserie |
| | | | Señal C | <i>Hamlet</i> | Teleserie |
| | | | | | |
| | | | Irlanda – Canadá | | |
| | | | Señal C | <i>The Tudors</i> | Teleserie |
| | | | | | |
| | | | EE.UU. | | |
| | | | Caracol | <i>Invasión</i> | Teleserie |
| | | | Caracol | <i>La niñera</i> | Teleserie |
| | | | Caracol | <i>Pesadillas y alucinaciones</i> | Teleserie |
| | | | Canal Uno | <i>MacGyver</i> | Teleserie |
| | | | Canal Uno | <i>Magnum</i> | Teleserie |
| | | | Señal C | <i>Rescate vuelo 29</i> | Teleserie |
| | | | Señal C | <i>Wagner</i> | Teleserie |
| | | | Señal C | <i>Miniseries extranjeras</i> | Teleserie |

Fuente: Ibope Colombia

Tabla 8. Ficción de estreno total

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|--|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional | 34 | 62,96 | 2.630 | 70 | 1.671:20:00 | 64 |
| Iberoamericana | 20 | 37,03 | 1.128 | 30 | 952:03:00 | 36 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 18 | 33,33 | 1.077 | 28,65 | 909:18:00 | 34,65 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EEUU (producción hispana) | 2 | 3,70 | 51 | 1,35 | 42:45:00 | 1,61 |
| Ibérica | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 54 | 100 | 3.758 | 100 | 2.623:24:00 | 100 |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

Este ítem que refleja la composición de los estrenos de ficción televisiva, muestra la participación nacional con 34 títulos para un 62,96% y la latinoamericana (ámbito Obitel) con 18 producciones y un 33,33%. Estados Unidos (producción hispana) figura con dos producciones para un 3,70%. La telenovela es el género con mayor presencia y cobertura (19), y es el formato más difundido y apetecido en el género de ficción, seguida del dramatizado (13).

Tabla 9. Ficción de estreno exhibida en cada país

| País | Títulos | % | Capítulos/ Episodios | % | Horas | % |
|-----------|---------|------|-------------------------|------|---------|------|
| Brasil | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Argentina | 1 | 1,85 | 5 | 0,13 | 4:41:00 | 0,16 |

| País | Títulos | % | Capítulos/ Episodios | % | Horas | % |
|--|---------|-------|-------------------------|-------|-------------|-------|
| Chile | 2 | 3,70 | 233 | 6,20 | 193:55:00 | 7,37 |
| Colombia | 34 | 62,96 | 2.630 | 69,98 | 1.671:20:00 | 63,70 |
| España | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EE.UU. (producción hispana) | 2 | 3,70 | 51 | 1,35 | 42:45:00 | 1,61 |
| México | 12 | 22,22 | 780 | 20,75 | 668:12:00 | 25,46 |
| Portugal | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Uruguay | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Venezuela | 3 | 5,55 | 59 | 1,56 | 42:29:00 | 1,61 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 54 | 100 | 3.758 | 100 | 2.623:24:00 | 100 |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

En cuanto a los estrenos de ficción exhibidos durante el año, además de los 34 nacionales, México muestra la mayor presencia con 12 producciones (22,22%), seguido por Venezuela con tres (5,55%), Chile y EE.UU. (producción hispana) con dos (3,70%) y finalmente Argentina con uno (1,85%). Esta situación refleja los centros de gravedad del mercado y de la producción de ficción televisiva en los tiempos más recientes.

Tabla 10. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franjas horarias

| Franjas horarias | Nacionales | | | | Iberoamericanos | | | | Total | | | |
|-------------------------------|------------|-------|-------------|-------|-----------------|-------|-----------|-------|-------|-------|-------------|-------|
| | C/E | % | H | % | C/E | % | H | % | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 16 | 0,60 | 9:06:00 | 0,54 | 522 | 47,54 | 456:40:00 | 46,84 | 16 | 0,60 | 9:06:00 | 0,54 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 557 | 21,17 | 448:44:00 | 26,83 | 425 | 38,70 | 412:30:00 | 43,34 | 557 | 21,17 | 448:44:00 | 26,83 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 1.786 | 67,90 | 1.060:23:00 | 63,44 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1.786 | 67,90 | 1.060:23:00 | 63,44 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 271 | 10,30 | 153:05:00 | 9,15 | 151 | 13,75 | 82:40:00 | 8,66 | 271 | 10,30 | 153:05:00 | 9,15 |
| Total | 2.630 | 100 | 1.671:18:00 | 100 | 1.098 | 100 | 951:22:00 | 100 | 2.630 | 100 | 1.671:18:00 | 100 |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

La composición de la programación de acuerdo con las franjas horarias muestra en el país que tanto para las producciones nacionales como las iberoamericanas, el horario estelar, *prime time*, representa el punto de mayor sintonía y audiencia con el 67,90%, seguido en las tardes con el 21,17% y la franja nocturna con el 10,30%. Las mañanas tienen una participación mínima, 0,60%. Esta tendencia, seguramente, se corresponde con procesos similares en cuanto al comportamiento de públicos y mercados en la región. Es de notar que la mayoría absoluta de la programación de ficción iberoamericana se ubica en las franjas de mañana, tarde y noche.

Tabla 11. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Nacionales | | | | | | |
|----------------------------------|---------|-------|-------------------------|-------|-------------|-------|
| Formatos | Títulos | % | Capítulos/ Episodios | % | Horas | % |
| Telenovela | 20 | 58,82 | 1.579 | 60,03 | 1.063:32:00 | 63,62 |
| Serie | 1 | 2,94 | 7 | 0,26 | 5:30:00 | 0,31 |
| Dramatizado | 13 | 38,23 | 1.044 | 39,69 | 602:17:00 | 36,03 |
| Telefilme / Tv Movie | | | | | | |
| Otros (Docudrama, Unitario Etc.) | | | | | | |
| Total | 34 | 100 | 2.630 | 100 | 1.671:19:00 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | Capítulos/ Episodios | % | Horas | % |
| Telenovela | 18 | 90 | 1,016 | 90 | 865:80:00 | 90 |
| Serie | 1 | 5 | 56 | 5 | 48:10:00 | 5 |
| Dramatizado | 1 | 5 | 56 | 5 | 48:10:00 | 5 |
| Telefilme / Tv Movie | | | | | | |
| Otros (Docudrama, Unitario Etc.) | | | | | | |
| Total | 20 | 100 | 1,128 | | 962:04:00 | 100 |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

En materia de formatos, como se indicó antes, la telenovela predomina y mantiene gran versatilidad para interpelar a los públicos más diversos y mantener con el 58,82% la mayor cuota de producción en este registro. El dramatizado, con el 38,23%, es el otro gran formato en el que se apoya la ficción televisiva para presentar temas, motivos y situaciones de la vida real mediante la fórmula exitosa del tratamiento audiovisual. Finalmente, está la serie con 2,94%, aunque por producciones recientes pareciera estar en perspectiva de ascenso.

Tabla 12. Formatos de la ficción nacional por franjas horarias

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|------------------------|----------|------------|----------|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| Telenovela | 2 | 100 | 4 | 50 | 14 | 63,63 | 13 | 59,09 | 33 | 61,11 |
| Serie | | | | | | | 1 | 4,54 | 1 | 1,85 |
| Dramatizado | | | 4 | 50 | 8 | 36,36 | 8 | 36,36 | 20 | 37,03 |
| Telefilme / TV movie | | | | | | | | | | |
| Otros (docudrama etc.) | | | | | | | | | | |
| Total | 2 | 100 | 8 | 100 | 22 | 100 | 22 | 100 | 54 | 100 |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

Como se desprende de la tabla es claro que los formatos de ficción copan los mayores porcentajes de los tiempos disponibles en las diferentes franjas horarias, lo que a su vez es indicativo de la preeminencia que tiene el género de ficción sobre otros contenidos del medio por encima de la disponibilidad horaria. La telenovela sigue siendo la primera con el 63,63% en *prime time*, con el 59,09% en la noche, con el 50% en la tarde, y el 100% en la mañana. El dramatizado copa el 36,36 en *prime time* y esa misma cifra en la noche y el 50% en la tarde. Es necesario indicar que seguramente por razones de *rating* y sostenibilidad de la inversión, se ha incrementado

la tendencia de los canales privados a trasladar programas al interior de una franja y entre franjas horarias, lo que hace un tanto variable este indicador.

Tabla 13. Capítulos/Episodios (duración neta)

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|-----------------|---------------------|------|
| Corta (-30') | 1.712 | 41,1 |
| Media (30'-60') | 1.273 | 30,5 |
| Larga (60'+) | 1.180 | 28,3 |
| Total | 4.165 | 100 |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

Tabla 14. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|---------|-------|
| Presente | 33 | 97,05 |
| Pasado | | |
| Histórica | 1 | 2,94 |
| Otra | | |
| Total | 34 | 100 |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

El tratamiento en la producción de ficción televisiva muestra una abrumadora tendencia a retratar el presente, 97,05%, frente a un 2,94% de orden histórico: ¿qué significa esto? Sin entrar en mayor detalle podría plantearse que la dimensión del presente, la cotidianidad social de los individuos impregnada de distintos dramas y sucesos minúsculos y extraordinarios, copa la atención de estos programas y consueña de alguna manera, con el interés de los amplios públicos y la figura del consumidor simbólico actual, básicamente modelado por el consumo mediático, en cuanto a privilegiar, sino a reducir el horizonte existencial a ese presente que está y no está por la velocidad con que se suceden los hechos y las historias.

Tabla 15. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| Título | País de origen de la idea original o guión | Casa productora | TV privada/pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | Rating | Share |
|-----------------------------------|--|-------------------------------|--------------------|---------------------|--|--------|-------|
| <i>A corazón abierto</i> | EE.UU. | Vista Producciones y RCN | Privada | Telenovela | Shonda Rhimes | 40,19 | 51,82 |
| <i>La Pola</i> | Colombia | RCN | Privada | Telenovela | Juan Carlos Pérez Flores | 38,41 | 49,73 |
| <i>Amor sincero</i> | Colombia | Vista para RCN | Privada | Dramatizado | Fabiola Carrillo y Rodrigo Holguín | 36,74 | 49,1 |
| <i>Chepe Fortuna</i> | Colombia | RCN | Privada | Telenovela | Miguel Angel Baquero y Eloísa Infante | 33,5 | 44,2 |
| <i>Rosario Tijeras</i> | Colombia | RCN | Privada | Dramatizado | Jorge Franco | 32,42 | 46,26 |
| <i>Oye bonita</i> | Colombia | Colombiana de Televisión | Privada | Telenovela | Artleth Castillo | 30,05 | 39,48 |
| <i>Las detectives y el Víctor</i> | Colombia | RCN | Privada | Telenovela | Juan Manuel Cáceres | 29,91 | 39,74 |
| <i>Amor en custodia</i> | Colombia | Teleset y Coestrella | Privada | Telenovela | Juliana Lema y Julio Castañeda | 28,98 | 40,23 |
| <i>El capo</i> | Colombia | Fox Telecolombia | Privada | Telenovela | Gustavo Bolívar | 27,71 | 37,4 |
| <i>A mano limpia</i> | Colombia | RCN | Privada | Telenovela | Diego Vivanco, Julio Contreras y Andrés Guevara | 26,95 | 40,09 |
| <i>Total de producciones: 10</i> | | Guiones originales nacionales | | Guiones extranjeros | | | |
| 100% | | 90% | | 10% | | | |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

Tabla 16. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año de producción | Número de capítulos | Duración del Capítulo/ Episodio | Fecha de la primera emisión | Fecha de la última emisión | Franja horaria |
|----------------------------|-------------|---------|-------------------|---------------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| A corazón abierto | Telenovela | Ficción | 2010 | 186 | 45 minutos | 4/1/2010 | 3/3/2010 | Prime time |
| La Pola | Telenovela | Ficción | 2010 | 126 | 60 minutos | 13/9/2010 | 16/12/2010 | Prime time/ Noche |
| Amor sincero | Dramatizado | Ficción | 2010 | 156 | 30 minutos | 25/2/2010 | 12/10/2010 | Prime time |
| Chepe Fortuna | Telenovela | Ficción | 2010 | 120 | 60 minutos | 27/7/2010 | 30/12/2010 | Noche |
| Rosario Tijeras | Dramatizado | Ficción | 2009 | 70 | 60 minutos | 8/2/2010 | 28/7/2010 | Noche |
| Oye bonita | Telenovela | Ficción | 2010 | 120 | 30 minutos | 4/1/2010 | 3/3/2010 | Prime time/ Noche |
| Las detectives y el Víctor | Telenovela | Ficción | 2009 | 79 | 30 minutos | 12/1/2010 | 26/4/2010 | Prime time |
| Amor en custodia | Telenovela | Ficción | 2010 | 251 | 60 minutos | 4/1/2010 | 29/11/2010 | Prime time |
| El capo | Telenovela | Ficción | 2009 | 102 | 60 minutos | 12/1/2010 | 10/2/2010 | Noche |
| A mano limpia | Telenovela | Ficción | 2010 | 120 | 60 minutos | 22/11/2010 | 30/12/2010 | Prime time |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

Es de anotar que por razones de audiencia y mercadeo, factores claves en la competencia que libran las dos grandes cadenas televisivas por dominar la sintonía tanto en la franja estelar como en aquellos bloques horarios de mayor impacto en el consumo, se ha vuelto demasiado frecuente el traslado de programas, sin previo aviso, de una franja horaria a otra para introducir nuevos títulos y defender el *rating* del canal. Esta situación, obviamente mortificante para el

televidente, ha sido protestada ante el ente regulador del medio por parte de los usuarios. Obviamente, esa permanente variación incide los datos y consolidados finales del análisis.

Tabla 17. Temáticas en los diez títulos más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|-----------------------------------|---|---|
| <i>A corazón abierto</i> | Prácticas médicas, amor, intrigas, traición, odio, infidelidad. | Conflictos interpersonales. |
| <i>La Pola</i> | Amor, venganza, mentira, traición, relaciones familiares de época. | Discriminación social y política, rebelión, movimiento independentista. |
| <i>Amor sincero</i> | Vida familiar, amor, odio, violencia, agresión, envidia, intriga. | Conflictos generacionales, ascenso social, éxito artístico. |
| <i>Chepe Fortuna</i> | Azar, destino, amor, pasión, mentiras, envidia, drama. | Identidad regional, cultura local, folclor musical. |
| <i>Rosario Tijeras</i> | Violencia, muerte, mentira, amor, dolor, venganza, ajusticiamiento. | Narcotráfico, subcultura del sicariato, arribismo, vida mafiosa. |
| <i>Oye bonita</i> | Amor, pasión, deseo, intrigas, juventud, vejez. | Identidad regional, cultura local, folclor musical, ascenso social. |
| <i>Las detectivas y el Víctor</i> | Amor, odio, traición, mentira, sinceridad. | Ascenso social, relaciones interpersonales, machismo. |
| <i>Amor en custodia</i> | Amor, infidelidad, sorpresa, traición, pasión, venganza. | Arribismo, conflicto social, ascenso social. |
| <i>El capo</i> | Violencia, muerte, mentira, amor, dolor, venganza, ajusticiamiento. | Narcotráfico, subcultura del sicariato, arribismo, vida mafiosa. |
| <i>A mano limpia</i> | Amor, mentira, sinceridad, nobleza, violencia. | Marginalidad, problemática juvenil, conflicto social. |

Fuente: Obitel-Ibope Colombia

Las temáticas predominantes tanto a nivel de contenido como en el marco social y cultural muestran el predominio del drama humano entretejiendo las historias y puestas en escena para que los programas ofrecidos al televidente en sus formatos más apetecidos lo sintonicen con el mundo cotidiano que es interpelado por el medio y que constituye la clave de su éxito para acompañar al individuo contemporáneo.

4.3. La recepción transmediática

El fenómeno de la trasmediación es inseparable, por un lado, de la convergencia tecnológica propia de los medios y las tecnologías de la información digitales, que generan o transforman las plataformas existentes para la circulación de productos y formatos mediáticos y concretamente televisivo, y por el otro lado, también tiene que ver con la transformación y reestructuración de las audiencias de acuerdo con los grupos sociales que las integran y sus inclinaciones, hábitos de consumos, gustos y formas específicas de apropiación y usos de las tecnologías; el entrecruzamiento de estos factores es lo que se incluye en la categoría de transmediación para explorar las nuevas formas de producción, distribución, consumo y uso de los programas y formatos televisivos en la actual situación de industrialización y mercadeo global.

Las redes de información, internet y similares, las redes sociales que surgen en ellas y que generan nuevas formas y modalidades de comunicación e información, impulsando una muy ágil dinámica que altera la relación producción masiva/consumo masivo e introduce la relación uno-uno (Castells), es inseparable de la interactividad ligada a las nuevas plataformas y condiciones tecnológica en que se opera. Se descentra entonces la producción de los grandes núcleos y se especializan la recepción y el consumo hasta su individuación correspondiente; paralelamente los receptores se tornan productores y generan sus propios procesos de producción-reproducción y distribución de programas y contenidos quebrando en gran medida la uniformidad del sistema lineal. Se multiplican así tanto los espacios y escenarios de producción, recepción y consumo, los tipos y hábitos de audiencias y los tipos de programas y formatos en una continua realimentación vinculada a la dinámica innovadora inherente al sistema.

| | | | |
|--|---|--|---|
| A <i>corazón abierto</i> | < http://www.canalrcnmsn.com/programas/corazon_abierto > | | |
| General | Descripción | | Finalidad |
| Origen o pertenencia del sitio. | Canal RCN | | Es la página oficial de la telenovela, en donde se promociona su contenido. |
| Herramientas del sitio que permiten la interacción entre las audiencias. | 1. Permite ver el capítulo de la telenovela. 2. Permite dejar algún comentario. 3. Permite ver los contenidos del sitio: videos, fotos, comentarios. 4. Cuenta con foros de discusión. 5. Ofrece <i>links</i> para otros tipos de redes sociales: Facebook y Twitter. | | |
| Número promedio de visitantes.* | | | |
| Número promedio de comentarios publicados. | | | |
| Porcentaje de hombres y mujeres participantes. | | | |
| *Otros sitios: < http://es.wikipedia.org/wiki/A_coraz%C3%B3n_abierto >, enciclopedia libre en donde se encuentra la ficha técnica de la telenovela, descripción de los personajes, sinopsis y otros enlaces externos e internos. < http://www.youtube.com > es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y descargar el <i>trailer</i> y los capítulos de la telenovela. < http://www.colombiaxd.com/2010/05/corazon-abierto-novela-por-capitulos.html > es un blog en el cual se encuentran los capítulos de la telenovela y permite que los visitantes realicen comentarios de cada uno de éstos, cuenta con 108 comentarios. | | | |

| | | |
|--|---|---|
| <i>La Pola</i> | < http://www.canalrcnmsn.com/programas/la_pola > | |
| General | Descripción | Finalidad |
| Origen o pertenencia del sitio. | Canal RCN | Es la página oficial de la telenovela, en donde se promociona su contenido. |
| Herramientas del sitio que permiten la interacción entre las audiencias. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Permite ver el capítulo de la telenovela. 2. Permite dejar algún comentario. 3. Permite ver los contenidos del sitio: videos, fotos, comentarios. 4. Cuenta con foros de discusión. 5. Ofrece <i>links</i> para otros tipos de redes sociales: Facebook y Twitter. | |
| Número promedio de visitantes. | | |
| Número promedio de comentarios publicados. | | |
| Porcentaje de hombres y mujeres participantes. | | |
| <p>Otros sitios: <http://es.wikipedia.org/wiki/La_Pola_(Telenovela)>, enciclopedia libre en donde se encuentra la ficha técnica de la telenovela, descripción de los personajes, sinopsis y otros enlaces externos e internos.</p> <p><http://www.youtube.com> es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y descargar el <i>trailer</i> y los capítulos de la telenovela.</p> <p><http://www.citytv.com.co/videos/268100/asi-son-los-personajes-de-la-pola-una-telenovela-con-mucha-historia> es la página oficial del canal City TV, en donde se encuentran algunos videos y comentarios realizados por las audiencias.</p> | | |

En el caso de Colombia, la producción transmediática en conexión con los dos títulos que presiden el listado de los más destacado del año, *A corazón abierto* y *La Pola*, de acuerdo con los datos disponibles, se confirma la tendencia mencionada, que a su vez constituye un síntoma preciso de la manera como está evolucionando la industria televisiva colombiana y el mercado cultural que la motiva.

El canal que emite estos programas maneja desde su portal institucional espacios reservados a los productos estelares, lo cual incluye un amplio abanico de opciones para ampliar la información concerniente al producto del caso: ficha técnica detallada del programa, animaciones y vídeos que incluyen la repetición de capítulos y opciones de interactuar con las escenas interesantes a juicio de los espectadores. Blog, *chat* y foros permanentes de alta interactividad y participación de los televidentes seguidores del programa, centrados en diferentes aspectos del mismo: personajes, protagonistas, guionistas, directores etc. A su vez la página remite a una serie de enlaces de conectados con un doble circuito, así con los medios de comunicación que son propiedad del conglomerado del canal, revista, o periódicos, según el caso, emisoras radiales y otros programas, por lo general formatos de opinión, informativos y de espectáculos que realimentan toda la referencias del programa. El otro circuito opera al interior de la red con vínculos a páginas, portales y demás enlaces que reproducen la resonancia del programa en el espacio virtual con su propia consonancia nivel social y cultural (véanse los cuadros respectivos).

4.4. Lo más destacado del año

El cotejo de diversos registros de seguimiento a los índices de sintonía de los programas, incluidos dentro la ficción televisiva en el país durante 2010, permite constatar, entre lo más destacado del año, la telenovela *A corazón abierto*, a partir de la adaptación de *Grey's Anatomy*, la miniserie de época *La Pola*, que recrea el motivo del Bicen-

tenario, la telenovelas *Amor sincero* (Canal RCN) basada en la vida de la cantante de tecno-carrilera Marbelle, y *Chepe Fortuna*, con una recreación de la cultura regional; el seriado *Rosario Tijeras*, y otras telenovelas: *Oye bonita*, *Las detectives* y *el Victor*, *Amor en custodia*, *El capo* y *A mano limpia*. También hay que destacar en esta revisión el dramatizado *Operación Jaque* del Canal Caracol, basada en el conflicto armado con las FARC.

No es gratuito que *A corazón abierto* sea la telenovela que mayor audiencia tuvo dentro del estreno de 2010, tanto que en 2011 se promociona ya, con bombos y platillos la segunda temporada, de manera muy similar a lo que se hace en EE.UU. con la serie *Grey's Anatomy* en la que se basa la adaptación nacional. Con un argumento hecho a partir de historias que se entrecruzan y complementan narrativamente a través de los diferentes episodios o capítulos realizados, se va tejiendo la historia base que no es otra cosa que la recreación de lo que ocurre en un hospital en donde los profesionales de la salud además de su ejercicio profesional, realmente se desdoblan como seres humanos llenos todo el tiempo de emociones, sentimientos y pasiones que rayan en los extremos hasta convertirse en el nudo central de la historia. Amor, odio, traición, amistad, infidelidad, intriga y venganza entre otros, colman las aventuras e impregnan los acontecimientos de una cotidianidad, esencialmente, urbana, contemporánea, del común de la gente, lo que facilita seguir capítulo tras capítulo esta trama con la que se identifica fácilmente el espectador de hoy.

La Pola, miniserie de época, con una gran calidad en cuanto a la producción televisiva, casi de tipo cinematográfico, y un buen guión que permite la caracterización de personajes a profundidad, es el programa que, con su resonancia de la cuestión histórica, le da a los sentimientos humanos, amor, amistad, esperanza, tristeza, una perspectiva superior por cuanto ese drama romántico y trágico, escenificado al redor de la vida de la heroína más popular de Colombia, se termina supeditado a las fuerzas y poderes desconocidos para el

hombre que rigen los destinos de la humanidad y los hilos secretos de su historia. No obstante, el formato de televisión obligará a la serie, por motivos económicos, de mercado y audiencia, a ir adicionando episodios disímiles que comienzan a producir fatiga y desgastan la intensidad propia de la ficción narrativa. Sin embargo, el trasfondo histórico, que vendría a constituirse en el referente obligado de la pregunta por el sentido del pasado, de la épica del Bicentenario, de los orígenes de la nación y su respectiva apropiación en este presente tan necesitado de ideales fundacionales, queda desprotegida y no conduce a una profundización del debate y la reflexión colectiva alrededor de los orígenes del país y del significado de la Independencia y la construcción de nación.

Amor sincero fue el otro gran éxito de sintonía televisiva en este año; este dato contribuye a reafirmar el planteamiento según el cual las estructuras melodramáticas y las afinidades de la sensibilidad popular se entrecruzan y resuelven, de modo satisfactorio, en la figura que triunfa y asciende, desde el abajo periférico al paraíso de la espectacularidad mediática. Es una fórmula trillada en este género pero exitosa y muy rentable desde el punto de vista financiero y del consumo cultural. *Marbelle*, la diva nacional de la música de tecnocarrilera, es al mismo tiempo la protagonista de esta serie y el triunfo novelado tras las angustias, tragedias y diversas circunstancias adversas que debió superar para llegar a la cima, se confunden con la propia historia real del personaje ya contada hasta la saciedad por los medios del “corazón”. Pero como heroína televisiva es cuando verdaderamente alcanza su consagración definitiva en el santuario de los imaginarios populares sobre el triunfador social. Se trata, en síntesis, de un formato ya experimentado y rendidor, utilizado antes en producciones dedicadas a exaltar la memoria e imagen de juglares populares, presente en casos como Escalona, Diomedes Díaz y muy pronto las de Joe Arroyo y Juanes.

En cuanto a las otras producciones, de lo más visto, *Rosario Tijeras* y *El capo* refuerzan las narrativas inspiradas en el bajo mundo

de la mafia, el tráfico de drogas y las distintas formas de violencias asociadas a esas subculturas que tienen la capacidad de perturbar en ánimo del país y producir hondas heridas en su accionar social, político y cultural. Es indudable que la secuela del narcotráfico ha incidido negativamente en la imagen del país de las últimas décadas y ha mostrado su perturbadora capacidad de corrosión y hundimiento moral; y es ahí, frente a esa patética secuela de negación donde aún se mantiene, a nuestro juicio, vigente la necesidad de que la televisión se ocupe, catártica, crítica, creativa y proyectivamente de dicha realidad para contribuir al gran exorcismo colectivo que libere al colombiano de esa pesadilla.

Las otras producciones de lo más destacado tocan temáticas y se plasman en formato muy similares a los de las estructuras narrativas ya mencionados y que permiten dar cuenta de elementos de las culturas regionales, *Oye bonita*; de las problemáticas juveniles y el drama de la marginalidad y exclusión social a traveseado por el sueño de un cambio, de una redención social de las manos de un amor justiciero (*A mano limpia*). Y los dramas cotidianos que al ser narrados y escenificados en la pantalla chica recrean pequeñas y casi insignificantes historias que jugando con la ficción no van más allá de ser pálidas representaciones de una realidad que se diluye entre la inmediatez de actos e impulsos y ocurrencias plasmadas de un humor sedante. Este inventario corrobora la afirmación, respaldada por varias investigaciones, de que Colombia es país pionero en la producción de telenovelas y ficción televisiva dentro del ámbito de la reconfiguración global de la industria cultural del sector de comunicaciones, con lo que ha florecido una amplia escuela de creadores, guionistas, productores con capacidad de desempeñarse eficazmente en el marco de los requerimientos de la producción mediática transnacional.

De lo anotado, acerca de lo más visto en televisión en el campo de la ficción, es pertinente llamar la atención sobre un aspecto que se reitera desde diferentes planteamientos y puntos de vista. La

televisión, el medio de comunicación por excelencia, se enfrenta al reto de quedarse encerrada en una especie de repetición cíclica funcional, subordinada al mercado y a los índices de audiencias, o, sin perder de vista esta dimensión esencial para su sostenibilidad, se atreve a ir más allá del mero dispositivo técnico-retórico, de la tiranía del *rating* y el formato, amplía las fronteras de la competitividad productiva y asume un proyecto cultural público que transversalice su función y presencia en todos los escenarios del acontecer social para hacer parte integral del proyecto histórico cultural de la nación. ¿Utopía o concertación y voluntad política? La respuesta provendrá tal vez de lo que se derive de la relación problemática entre calidad, como medida de la vida social y cultural de una comunidad, frente a su valor de mero indicador económico y mercantil.

4.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

Abordar el tema de la calidad televisiva implica de entrada asumir el carácter problemático del concepto de calidad y la discusión que conlleva la adopción de algún esquema determinado para analizar la producción de este medio. En lo que sigue haremos las referencias puntuales a los principales enfoques y aportes sobre esta cuestión³ y los ligaremos a la reflexión sobre la calidad de la producción de la ficción televisiva nacional en 2010.

El debate internacional sobre la calidad en televisión, del que no se escapa la situación de la televisión colombiana, se centra en la capacidad que tenga la televisión pública para garantizar una programación que mantenga altos estándares de calidad en su producción y satisfaga, de manera adecuada, las demandas y expectativas sociales y culturales de las grandes audiencias; escapando a la dictadura del *rating* como criterio decisivo de sostenibilidad y opera-

3 Para este análisis seguimos de cerca las observaciones consignadas por Gutiérrez G., Charo, 2000, y por Borges, Gabriela, 2008.

ción. Éste asunto ha sido históricamente – y sigue siendo – el nudo problemático en relación con la calidad que debe ofrecer la televisión como servicio público, lo cual tiende a complicarse en nuestros días con la marcha intensificada de la privatización del medio y del auge de los canales privados frente al desmedro y debilitamiento de los canales públicos.

En este terreno existen varios estudios sobre la cuestión de la calidad que recomiendan hacer énfasis ya sea en la producción, o en los contenidos, o en los receptores, o en estos factores puestos en interacción y combinados con otros aspectos que se estiman relevantes. La autora en mención cita “seis perspectivas diferenciadas sobre los criterios que se deben tener en cuenta para identificar y definir lo que es la calidad en la televisión”. En cuanto a la producción, un programa con calidad tendría que cumplir estas condiciones: servir a las demandas básicas del público; respetar la pluralidad de creencias, opiniones y tradiciones; estimular positivamente la imaginación de los espectadores; respetar la legalidad de la cultura nacional; y fomentar el conocimiento y el intercambio cultural.

En relación con los otros factores que inciden en la calidad del medio se insiste en la necesidad de que las valoraciones de los programas se hagan en los contextos de la propia tradición de géneros y prácticas profesionales. Así mismo se hace relevante diferenciar calidad de popularidad. En cuanto a la función de la televisión, tomando en esto el aporte de los estudios provenientes del Reino Unido, se estipulan como criterios de calidad: diversificar opciones, tipos de temas y de perspectivas; innovar constantemente en cuanto a géneros, formatos, alternativas de solución etc.

Calidad de la televisión en Colombia

El problema de la calidad de la televisión en Colombia, fuera del aplazado debate sobre la calidad y la representatividad de la televisión pública en el país ante el empuje de la oferta privada, se ha concentrado en gran medida en lo concerniente a los contenidos y

valores ofrecidos por los programas de mayor sintonía en el llamado *prime time* y por las consecuencias o implicaciones de orden social y cultural que traen consigo tales programas para las audiencias especialmente juveniles e infantiles.

El país se ha posicionado como uno de los principales productores de ficción televisiva en el género de las telenovelas, series y dramatizados que recrean de manera convencional aspectos o fenómenos característicos del acontecer social cotidiano. Junto con México, Brasil y Venezuela dominan la producción industrial de telenovelas dentro del esquema de división del trabajo del mercado global audiovisual. Y es precisamente la telenovela el formato más exitoso y de mayor recordación de la televisión colombiana con producción como *Betty la fea*, *Café con aroma de mujer* etc.

En gran medida la televisión tiende a identificarse con el género de la telenovela entendido como filón melodramático a través del cual resulta factible representar de una manera divertida y agradable los diversos aspectos de la realidad del país según épocas, regiones, situaciones etc. Históricamente, durante los años 1980 y 1990, el país – como nos recuerda Martín-Barbero – se redescubrió e integró a través de las telenovelas regionales, lo que concitó la respectiva discusión en materia de identidad nacional y del melodrama como el formato más adecuado para expresar dicha identidad. La explotación comercial de ese filón dramático corrió pareja con la privatización del medio y el posicionamiento dominante de las dos grandes cadenas de televisión privada, mientras la pública retrocedía silenciosamente hacia un lugar secundario, un tan marginal y minoritario, y se dedicaba ante todos a los documentales de valor histórico, expresiones culturales regionales y mensajes institucionales.

En la primera década de este siglo, acorde con el cambio de la problemática estructural del país los temas predominantes en la producción de ficción televisiva nacional se centran en las *narcoseries*, las telenovelas de comedias y los culebrones reencauchados, incluyendo igualmente producciones altamente publicitadas y con mar-

cado acento ideológico y político en versión oficial acerca del conflicto social armado.

Este panorama vuelve a situarnos en el punto inicial de nuestro cuestionamiento: ¿En qué está y cómo entender, en un contexto como el nuestro, el problema de la calidad de la televisión colombiana?, lo que ya hemos expresado en estos términos: “Parafraseando a Jesús Martín-Barbero podríamos recalcar que una televisión de calidad tendría la capacidad de ‘poner a comunicar al país’; esto es servir como dispositivo y espacio de encuentro y acercamiento entre los diversos sectores sociales y culturales que coexisten en el país. Lo que conllevaría la necesidad de que se diera una formulación explícita de una tal televisión contemplada dentro de las políticas públicas de comunicación del Estado colombiano”.⁴

Esta selección de los programas de ficción más destacados del año 2010 deja ver claramente los siguientes aspectos:

El predominio evidente de las dos grandes cadenas privadas de televisión en cuanto al manejo de la oferta de programación de entretenimiento en la franja estelar, lo que supone en consecuencia una posición dominante frente a las grandes audiencias nacionales que, como es bien sabido, encuentran en la pantalla chica su principal fuente tanto de entretenimiento como de información. Esto quiere decir que, en ese proceso de interlocución y acompañamiento que se le atribuye a “la voz televisiva” por su omnipresencia en la vida social, los mensajes, contenidos y alusiones del medio se convierten en principalísima referencia del acontecer, de la ficción que entretiene y de la valoración y representación de lo real.

Lo anterior ocurre a expensas y en detrimento de la televisión pública, que tiene como función esencial rescatar y promover los valores sociales y culturales que fundamentan la identidad de una nación y convertirse con ello en vehículo de encuentro, reconocimiento e integración social en todos los niveles. Esa labor, que efectivamen-

4 Cf. Bustamante y Aranguren, 2008.

te puede adelantar la televisión pública en Colombia, en cuanto a mostrarse como medio que recupera y muestra la diversidad social y cultural de la que está hecha este país, las problemáticas regionales, los motivos de conflicto, pero también las búsquedas e iniciativas de las comunidades en pro de la afirmación regional y sostenibilidad de la cultura democrática y participativa; todo este esfuerzo, definitivo para el presente y futuro inmediato del país, en manos de la televisión pública carece de las condiciones requeridas para “resonar” con la amplitud que debería tener en el espacio nacional.

La discusión que desde hace tiempo se sostiene sobre el problema de la calidad televisiva frente a la creciente privatización del medio y el predominio del modelo comercial frente al interés público, se capta y se puede ilustrar claramente, en nuestro caso, con la selección de lo más destacado del año 2010 en ficción televisiva, según se mostró arriba. Nos referimos por ejemplo a la saturación del tema del narcotráfico en la televisión colombiana en los últimos años con la secuela de violencia, no sólo simbólica, sino también con las repercusiones que trae ésta para las diferentes audiencias, para particularmente aquellas más vulnerables como son las audiencias infantiles y juveniles. Se llegó a hablar inclusive de la “narcotización” del medio para resaltar la redundancia de los contenidos, formatos y protagonistas, convirtiéndose en algo así como una sombra reiterada amplificando una situación trágica para este país que no logra aún desprenderse de ese fantasma. Y es ahí donde se multiplicó el debate con el pronunciamiento de diversos sectores sociales propugnando por una oxigenación en la programación de manera que la televisión pudiera ofrecer otras temáticas y perspectivas de interés para las comunidades.

La saturación que se menciona, como tema recurrente tanto en la cotidianidad nacional en las últimas décadas, permanentemente referida en los distintos medios de comunicación y recreada, además, comercialmente por la televisión en la franja estelar, se hizo manifiesta en la proliferación de toda una serie de estereotipos pro-

venientes de la subcultura asociada a ese mundo marginal con toda su capacidad de penetración en los distintos ámbitos sociales (*Las muñecas de la mafia*, Rosario Tijera): la corrupción política y burocrática y la penetración del narcotráfico en diferentes instancias del Estado, instituciones públicas y sector privado (*El capo*, *El Cartel II*); la alianza de sectores de la clase política y de poderosos gremios económicos con actores vinculados al narco-paramilitarismo; y la emergencia del llamado narcoterrorismo como expresión un tanto difusa para dar cuenta de aspectos escabrosos del conflicto armado en el país (*Operación Jaque*).

Una secuela de toda esta red de mutuas y negativas influencias se da en manifestaciones culturales, aparentemente aisladas e insignificantes como son las variaciones lingüísticas que penetran el habla cotidiana y cargan las palabras de sentidos y significados perversos, la afluencia de la figura del delincuente juvenil e incluso infantil ligado al mundo del sicariato, de la prostitución y el tráfico de estupefacientes. Igualmente la transformación en materia de imaginarios sociales de belleza, de progreso y mentalidad juvenil, de gustos e inclinaciones incorregibles para convertir en lugar común el consumo de prendas y objetos asociados con el mundo del narcotráfico, las cirugías estéticas a granel, los autos y motos de marca, y los apetitos desmedidos por la fácil figuración social.

Así las cosas, es posible plantear la siguiente observación a manera de preocupación, crítica y motivo de reflexión sobre la calidad de nuestra televisión y la función social que se espera de ella: peligrosamente, dado el análisis de la programación de ficción y entretenimiento que pulula en la franja estelar, junto con la proliferación informativa que repite machaconamente idénticos contenidos acerca del acaecer cotidiano en el que el narcotráfico y el narcoterrorismo son protagonistas obligados, además de la espectacularización con que suelen muchas veces dar cuenta de esto, en este contexto es válido preguntarse por los criterios y las políticas públicas que definen el marco operativo de la televisión en el país, no tanto para interfe-

rir o constreñir la llamada libertad de expresión, sino para examinar críticamente la llamada autorregulación del medio que, según todos los indicios, sigue y seguirá dependiendo más de los indicadores de mercado que del interés común y público de la nación.

El otro gran bloque de lo más destacado se reparte – por un lado – entre los programas que ambientan la temática juvenil en los sectores populares y los riesgos que enfrentan las juventudes que allí residen frente a un contexto social que margina, violenta y ofrece muy pocas oportunidades de movilidad social (*A mano limpia*). Por su parte lo popular melodramático vuelve a escena (*Amor sincero*) al contar la vida de Marbelle, la cantante que encarna la figura que es “redimida” por el éxito de voz y estilo musical para interpretar canciones que arraigan en el gusto de las amplias mayorías sociales. También figura, por la calidad de producción y la fuerza pasional de los personajes, además de las intrigas, traiciones y demás aspectos de este género dramático, *A corazón abierto*, lo que atrae, de manera impactante, al televidente promedio. Por el otro lado, están *La Pola*, miniserie de época, a propósito del tema del Bicentenario, que recrea la vida de la heroína patria por excelencia, sus amores y desventuras con un trasfondo histórico que reitera la versión oficial un tanto intrascendente. A su vez, *Operación Jaque* muestra la apuesta dramatizada por recuperar voces y versiones de la tragedia nacional del secuestro sin que logre apartarse, nuevamente, de la espectacularización en el tratamiento de esta problemática de tan nefasto impacto para la sociedad colombiana.

A partir de este recuento de lo más destacado del año en la televisión colombiana, donde se aprecia claramente el predominio de la oferta privada, cabe preguntarse, una vez más por la posibilidad de combinar e integrar producción y formato con rentabilidad comercial y alta aceptación por parte de las audiencias junto con programas que vayan más allá de ese parámetro y se arriesguen por ofrecer otras perspectivas, variantes de la realidad social y de la diversidad cultural que redundarían en beneficio de la sociedad civil en su

conjunto, así no ofrezcan un alto rendimiento de mercado y es esto lo que en materia de calidad televisiva se reclama por autores como Gabriela Borges, Jesús Martín-Barbero y otros ya citados, para que la pantalla chica sea algo más que una ventana promocional, un auténtico espacio y escenario de encuentro de los contenidos, valores, demandas y significados que integran lo público en el país.

Referencias bibliográficas

- BUSTAMANTE, B. Y ARANGUREN, F. *Usos pedagógicos de una televisión de calidad para audiencias infantiles y juveniles*. Programa de investigaciones académicas de la Comisión Nacional de Televisión de Colombia <cntv.gov.co>, 2008.
- BORGES, GABRIELA. "Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica". *Revista nau* 1, São Paulo, 2008.
- CASTELLS, M. *La era de la información*. Madrid: Alianza Editorial, 1999. 3v.
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. *Anuario estadístico de la televisión en Colombia*, 2009.
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. *Módulo de televisión*. Estudio General de Medios. Tercera Ola, 2010.
- GUTIÉRREZ G., CHARO. "Televisión y calidad: perspectivas de investigación y criterios de evaluación". *Revista ZER*, <www.ehu.es/zer/9>, 2000.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Oficio de cartógrafo*. México: Fondo de Cultura Económica, 2002.

5.

ECUADOR: LA FICCIÓN NACIONAL EN LA TELEVISIÓN ABIERTA. CRECIMIENTO EN CANTIDAD Y LIMITACIONES DE CALIDAD TEMÁTICA

*César Herrera, Alexandra Ayala, Pamela Cruz,
Cecilia Vergara, Pablo Escandón y José Rivera¹*

5.1. El contexto audiovisual

La televisión abierta

Al iniciarse la segunda década de este siglo, la ficción nacional continuó como la base de la programación de la televisión abierta de Ecuador. Pero, además, la producción de telenovelas y series, creció en comparación con años anteriores,² a partir de las inver-

1 A nombre de Ciespal, se agradece a Ibope Time por la entrega de los datos procesados, y a Nathalie Cruz Célleri y Mariuxi Micho Gutiérrez, por su colaboración como asistentes de investigación.

2 Aunque la televisión no ha sido ampliamente analizada en el país, hay registros de las producciones de telenovelas hechas desde la década de 1980. En ese decenio, hubo tres novelas propias; en la siguiente década, el número de ese formato televisivo fue 13 mientras que en el último decenio se produjeron 16 telenovelas. Todos estos productos llegaron de la mano de la televisión privada, según lo recoge el blog telenovelasecuador.blogia.com. En 2010, las novelas nacionales fueron tres; es decir, hubo un crecimiento de 1,4 en relación con los años de la primera década de este siglo.

siones hechas por dos canales privados, Ecuavisa y Teleamazonas, y dos canales administrados por el Estado, Gama tv y tc Televisión, en un escenario de redistribución de la propiedad televisiva que empezó en 2007.³

En ese año, el Gobierno creó Ecuador tv (ECTV), el primer canal público del país, mientras que en 2008, por medio de la ex Agencia de Garantía de Depósitos,⁴ fueron incautadas las dos emisoras mencionadas, que pertenecieron a los hermanos y banqueros Roberto y William Isaías Dassum. En octubre del 2010, el ex accionista mayoritario de Teleamazonas, Fidel Egas, pasó sus propiedades a un fideicomiso español y a otro peruano porque, de acuerdo con la vigésima novena disposición transitoria de la Constitución del 2008, se cumplió el plazo de dos años, desde que entró en vigencia ese marco legal, a fin de que los accionistas del sector financiero que tuvieran participación en el capital pagado de medios, enajenaran sus participaciones accionarias. Actualmente, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) registra 89 emisoras en la televisión abierta; pero solo siete de ellas tienen cobertura nacional: ECTV, Gama tv, tc Televisión y las privadas RTS (Red Telesistema), Ecuavisa, Canal Uno y Teleamazonas.

De estas estaciones, la pública es la única que se encuentra en banda uhf (siglas en inglés de frecuencia ultra alta), pero está previsto que en 2011 salga la señal en vhf (siglas en inglés de frecuencia alta) que concentra cerca del 30% del *rating*. Las seis restantes están

3 En 2007 se inició ECTV en el país, que nació como medio público, al igual que la Radio Pública Nacional. La Constitución del 2008 reconoce tres tipos de propiedad de medios de comunicación: pública, privada y comunitaria.

4 La agd fue creada como respuesta del Estado ante la crisis bancaria y financiera de 1999, que produjo la caída de varios bancos y fue causa de la adopción del dólar como moneda oficial; su fin era garantizar los depósitos bancarios de los cuentacorrentistas. En 2008 incautó todas las propiedades de los ex propietarios de Filanbanco, entre los cuales dos canales de tv y otros medios de comunicación, radiales e impresos.

entre los canales del 1 al 13 porque, a excepción de Canal Uno, el Estado les concesionó esas frecuencias antes de 1975, año de expedición de la primera Ley de Radio y Televisión. De todas las emisoras de televisión abierta, Ecuavisa, Teleamazonas y Canal Uno cuentan con señal internacional que sirve, principalmente, como “nexo” entre el país y el más de medio millón de ecuatorianos que ha emigrado.

Tabla 1. Emisoras nacionales de televisión abierta en Ecuador

| Emisoras privadas | Emisoras publicas | Emisoras incautadas |
|----------------------|-------------------|---------------------|
| RTS | ECTV | Gama TV |
| Ecuavisa | | TC Televisión |
| Canal Uno | | |
| Total de emisoras: 7 | | |

Fuente: Conatel

Otra diferencia está en las relaciones comerciales que han establecido con otras empresas mediáticas y no mediáticas. Entre las emisoras privadas, Teleamazonas y Canal Uno agrupan a empresas multimedia, emisoras radiales, centros de atención de llamadas telefónicas y comunicación interpersonal; RTS tiene capitales mexicanos y está vinculada a radioemisoras y un canal en UHF; y Ecuavisa cuenta con la revista informativa de mayor circulación en el país, otras tres revistas sobre temas específicos, una empresa de suministro de televisión por cable y cuatro canales en el extranjero. Además, estos canales mantienen nexos con agencias internacionales de publicidad y de artes gráficas. La estación pública no tiene este tipo de relaciones porque forma parte de la Empresa Pública Televisión y Radio de Ecuador, cuyo accionista único es el Ministerio de Telecomunicaciones; sin embargo hasta antes de la incautación, Gama TV y TC Televisión tuvieron vínculos con instaladoras de emisoras, canales de televisión, periódicos, radioemisoras, revistas, televisión por cable, canales internacionales, hoteles, industrias alimenticias, empresas navieras, bancos y constructoras (Villaruel, 2006).

A pesar de esas distinciones, tanto en las emisoras privadas como en la pública y en las administradas por el Estado, está presente, en mayor o menor medida, la ficción televisiva de estreno y reprises que, a decir de Enrique Bustamante (1999), “no sólo es el género característico del medio sino que lo caracteriza”, porque con el paso del tiempo ha contribuido a inventar al medio como espacio autónomo de expresión.

Un repaso histórico de la ficción en la televisión ecuatoriana indica que no es nueva. Su formato más representativo, la telenovela, apareció en los años 1960, cuando los productos estadounidenses eran los de mayor distribución en el reciente medio de comunicación, pero también hubo producción local en vivo, con personal constituido por locutores y locutoras, actores y actrices provenientes de la radio y del teatro (Ayala, 2004; El Universo, 2010). A fines de esa década, las telenovelas representaron el 9,7% del total de la programación, detrás de los seriales y los informativos (Mora, 1982).

Con el paso del tiempo, ese formato ha consolidado su presencia. El año anterior, la telenovela constituyó el 21% de un total de 7.522 horas exhibidas de géneros de programas de la televisión abierta, por encima de los telediarios (14,6%) y las series (10,7%). En conjunto, la ficción representó casi el 44% de esa totalidad de horas; por lo que es notorio un desequilibrio entre géneros de ficción y de información y entretenimiento en la televisión abierta de Ecuador.

Tabla 2. Géneros de programas ofertados por la TV abierta, según horas

| Género | Horas exhibidas en 2010* |
|---------------------|--------------------------|
| Míniserie | 53 |
| Revista informativa | 132 |
| Largometraje | 579 |
| Telenovela | 1.605 |
| Noticiero | 1.102 |

| | |
|---------------------------|-----|
| Humorístico | 262 |
| Avance de noticia | 95 |
| Serie | 806 |
| Politico | 93 |
| Infantil | 386 |
| Talk show | 98 |
| Concurso/ entretenimiento | 465 |
| Deportivo | 435 |
| Opinión | 93 |
| Documental | 141 |
| Variedades | 631 |
| Especializado | 113 |
| Musical | 90 |
| Religioso | 32 |
| Culinario | 41 |
| Didactico | 71 |
| Anuncio/ avisos | 199 |

Fuente: IbopeTime

* La información de horas emitidas por género no incluye a Ecuador TV.

Sin embargo, es importante señalar que el origen estatal⁵ de ECTV ha hecho que su parrilla apunte “a una programación alternativa a los canales privados”, por la ausencia de la llamada crónica roja y farándula y la presencia de programas informativos de cadenas internacionales (Ciespal, 2009).

5 El canal se estableció a la par de la Asamblea Nacional Constituyente que modificó la última carta magna del país. El 29 de noviembre de 2007, en Montecristi, provincia de Manabí, salió al aire a propósito de la inauguración de actividades de ese organismo reformador.

Tabla 3. Formatos de ficción exhibida

| Género | Horas exhibida em 2010 |
|--------------|------------------------|
| Telenovela | 1.605 |
| Miniserie | 53 |
| Serie | 806 |
| Largometraje | 579 |
| Otros | 262 |

Fuente: IbopeTime

Tabla 4. Rating por emisoras de televisión abierta, en 2009 y 2010

| Emisora | Rating 2009 em número de hogares (em miles) | Porcentaje de rating | Rating 2010 em número de hogares (em miles) | Porcentaje de rating |
|---------------|--|-------------------------|--|-------------------------|
| Gama TV | 36,1 | 3,8 | 36,1 | 3,5 |
| Teleamazonas | 60,4 | 6,4 | 69 | 6,7 |
| RTS | 41,4 | 4,4 | 36,7 | 3,6 |
| Ecuavisa | 86,3 | 9,1 | 75 | 7,3 |
| TC Televisión | 45,9 | 4,8 | 59,8 | 5,8 |
| Canal Uno | 15,9 | 1,7 | 18,2 | 1,8 |
| ECTV | | | 5,8 | 0,6 |

Fuente: IbopeTime

En cuanto a la preferencia relativa de la audiencia hacia un determinado espacio con respecto a otros que se emiten simultáneamente, hay una correspondencia con los lugares que ocupan las emisoras en relación al *rating*. Así, Ecuavisa encabeza también el *share* con 19,8%, que representa 18,2 puntos más que ECTV, que ocupa el último lugar de la lista. Ecuavisa es, como se detallará más adelante, la emisora donde se difundieron cuatro de los diez títulos de ficción más vistos en 2010; los seis restantes se concentraron en TC Televisión. Es decir, la televisión abierta administrada por el Estado sigue teniendo un papel importante en la difusión del género ficcional.

Tabla 5: Share por emisoras de televisión abierta

| Emisora | Share |
|--------------|-------|
| Ecuavisa | 19,8 |
| TC TV | 15,8 |
| Gama | 9,5 |
| Teleamazonas | 18,2 |
| RTS | 9,8 |
| Canal Uno | 4,9 |
| Ecuador TV | 1,6 |
| Otros | 20,4 |

Fuente: IbopeTime

Breve histórico y momento actual

En Ecuador, la televisión es el medio de comunicación más importante en términos de penetración en el mercado, accesibilidad y uso por parte de la mayoría de la población. Según la Encuesta de Condiciones de Vida 2005-2006,⁶ el 83,4% de los hogares ecuatorianos dispone al menos de un televisor, siendo el aparato doméstico de mayor frecuencia. Adicionalmente, el 99,2% de los hogares que dispone de ese equipo ve, de lunes a viernes, al menos una hora al día de televisión y el horario preferido para esa actividad es la noche (Ciespal, 2009).

Esta realidad audiovisual responde en Ecuador, entre otros aspectos, al crecimiento y a la consolidación de la televisión abierta a partir de la década de 1960 y a la llegada de la televisión pagada en 1986. A diferencia del origen educativo, popular y participativo de la radiodifusión ecuatoriana, la televisión nacional abierta fue únicamente comercial hasta la creación del canal público, en 2007, a

6 El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos utiliza ese instrumento estadístico para estudiar la pobreza y la desigualdad, como también para medir las necesidades de la población y el impacto de las políticas sociales y económicas en los hogares ecuatorianos.

pesar de que surgió como circuito cerrado con la organización cristiana HCJB, la voz de los Andes, en 1959.

De la mano del judío-alemán José Rosenbaum, quien trajo los primeros equipos desde Europa, nació la televisión en el país. En junio de 1960, su empresa “Televisión ecuatoriana”, actual RTS, obtuvo la frecuencia para operar desde Guayaquil y salió al aire en diciembre de ese mismo año. En ese decenio, la industria televisiva privada creció con el apareamiento de tres canales que subsisten hasta ahora (Ecuavisa, Gama TV y TC), pese a que no existía un marco legal para regular los canales y sus frecuencias, lo cual era una exigencia de un sector de la opinión pública que veía en el reciente medio de comunicación “una forma de progreso urbano” (Vistazo, 1961, in Mora, 1982).

En la década de 1970, Teleamazonas inauguró la televisión a color mientras se consolidó, con la Ley de Radio y Televisión (1975), por la cual el Estado es dueño de las frecuencias y se reserva el derecho de concederlas. Desde 2008, la Constitución reconoce tres tipos de estaciones de radio y televisión: públicas, privadas y comunitarias; pero aún no se logra una distribución equitativa de estas. En el caso de la televisión, según el informe elaborado por la Comisión para la Auditoría de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión (2009), el Estado ha aprobado la solicitud de 29 estaciones de servicio público, una de servicio comunitario y 57 de servicio privado comercial. De acuerdo con la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel), la televisión abierta creció un 93% entre 1996 y 2009.

Desde el punto de vista de la programación, el 2010 terminó con un balance positivo para el género de ficción en comparación con el género informativo, por la desaparición de espacios de opinión.⁷ Aparte de los noticieros que se emiten en el ámbito nacional

7 En agosto de 2010, luego de una trayectoria periodística de más de 20 años en televisión, Jorge Ortiz dejó el espacio “La Hora” en Teleamazonas, por considerar que su permanencia en ese canal privado podría significar un obstáculo para que

por los canales en VHF y algunos en UHF y de cable, y de unos pocos programas semanales de reportajes, las producciones extranjeras, en especial las telenovelas colombianas y mexicanas, primaron en la televisión abierta ecuatoriana.

Gama TV, por ejemplo, mediante contrato con Televisa, de México, basó su programación, durante casi una década, en series, telenovelas, comedias y aun informativos producidos por esa cadena que constituye una gran empresa continental de las telecomunicaciones (Ayala, 2004). En conjunto, según un reporte de la prensa del último trimestre de 2010, las emisoras en VHF difundieron 43 producciones con ese formato al día, en horarios matutino, vespertino, *prime time* y nocturno (*El Comercio*, 2010).

En UHF, en cambio, en 2006 se estrenaron las telenovelas coreanas que, en 2008, abrieron la ficción televisiva en el canal público, y en 2009 pasaron a una de las “grandes cadenas de televisión”, como es Ecuavisa. Desde este año, en cambio, las telenovelas japonesas han llegado a las pantallas nacionales de la mano de ECTV, por medio de un convenio de intercambio de programas televisivos con una fundación de ese país asiático. Esa diversificación del origen de ese formato de ficción ha significado la ampliación de temáticas sobre visiones o realidades de culturas más lejanas, como es el caso de las telenovelas asiáticas.

En el caso de la televisión pagada, 247 empresas de televisión por cable y 27 empresas de televisión codificada terrestre se registraron hasta 2009. Según la Superintendencia de Telecomunicaciones, las primeras han crecido cinco veces desde 2002, cuando se regularizaron sus contratos, mientras que las segundas disminuyeron en 20%, a partir de ese mismo año. Actualmente, el número de suscriptores es de 328.321 en ambas modalidades de televisión pagada,

fuese vendido, como lo dispone la Constitución vigente. Su salida siguió, meses después, a la renuncia de Carlos Vera, de Ecuavisa, al espacio de entrevistas semanal “Cero Tolerancia” Ambos periodistas eran reconocidos como críticos al gobierno de Rafael Correa.

cifra que representa un crecimiento de 2 mil clientes en el primer bimestre de este año frente al total de suscriptores de 2010.

En el caso de la televisión digital terrestre, Ecuador anunció, en 2010, la adopción del estándar japonés-brasileño, pero aún no se ha precisado año para el llamado apagón tecnológico, o sea el paso de la señal analógica a la digital. Sin embargo, hay estudios que indican que los operadores de cadenas nacionales han realizado inversiones en televisión y, por tanto, serían los primeros en incorporarse a ese cambio tecnológico. Las proyecciones en términos de producción propia es que ese sistema mejorará la calidad de los programas, que tendrán menos costos; pero la demanda se vería afectada por el aumento del espacio disponible y los canales de salida (Ciespal, 2009).

Políticas de comunicación

La televisión nació en Ecuador sin una legislación específica. Solo 15 años después, cuando ya existían cuatro canales de señal abierta, en 1975, el gobierno militar de entonces dictó la primera Ley de Radiodifusión y Televisión, que fue reformada en 1995, o sea, después de dos décadas en las que el país había registrado significativos cambios políticos, económicos y tecnológicos. Esa Ley continúa vigente, hasta que se dicte la primera Ley de Comunicación de acuerdo con la Constitución del 2008, que establece el derecho a la comunicación y reconoce la existencia de tres tipos de propiedad de medios, como se dijo previamente.⁸

8 La adopción de una ley de Comunicación ha resultado polémica debido a la polarización existente entre visiones gubernamentales y de los sectores mediáticos. Desde 2009, se han presentado cuatro propuestas de Ley, y en la Asamblea Nacional se dio paso a un acuerdo ético-político, entre los diversos partidos y movimientos allí representados, destinado a garantizar la defensa de la libertad de expresión y evitar la injerencia gubernamental en contenidos y en la conformación de un consejo regulador. Sin embargo, para el 7 de mayo del 2011 se ha convocado a una consulta popular en torno a diez preguntas sobre diversos tópicos, una de las cuales versa sobre el objetivo que tendría el Consejo de Regulación que el Gobierno quiere proponer, para establecer criterios de responsabilidad ulterior sobre

A diferencia de la Ley de 1975, la reforma mencionada (1995) establece que el Estado concederá el funcionamiento de radios y canales de televisión por periodos de diez años; además, señala que los medios de comunicación social podrán libremente determinar su horario de funcionamiento y elaborar y ejecutar su programación, sin otras limitaciones que la promoción, de manera especial, de la música y los valores artísticos y nacionales; en el caso de la producción nacional, señala que toda publicidad deberá elaborarse con personal ecuatoriano. No se refiere específicamente a los productos de ficción, pero sí norma el control de la calidad artística, cultural y moral de los actos o programas de las estaciones de radiodifusión y televisión por el ex Conartel (Consejo Nacional de Radio y Televisión),⁹ que se ha ejercido principalmente en el género de información, en Teleamazonas, y en el género ficcional de uno de los canales administrados por el Estado.¹⁰

En el Código de Ética que rige la televisión ecuatoriana, adoptado por el gremio de propietarios de algunos canales, es decir, por la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador, ACTVE, se men-

“contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios”.

9 Al crearse el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Mintel), el 13 de agosto de 2009, este Consejo desapareció y fue fusionado con el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).

10 Desde diciembre de 2008 hasta octubre 2010, hasta que se produjo la venta del canal por su anterior propietario, principal accionista de un importante banco del país, Teleamazonas mantuvo una tensa relación con el Gobierno por la notificación de multa que le hizo el ex Conartel, debido a la transmisión de una corrida de toros, lo cual había sido regulado por este Consejo. Meses después, se le iniciaron otros dos procesos por las notas sobre sendos acontecimientos en los que estaba involucrado el Gobierno, y que el Conartel consideró que difundían información “basada en supuestos”. A esto se agregó la prohibición de difundir el programa *Los Simpson* en el horario de las 19:00h. En el caso de TC Televisión, canal incautado, el Gobierno solicitó la suspensión de la telenovela *Rosario Tijeras*, cuyos derechos de transmisión los adquirió luego Teleamazonas (se transmite desde inicios del 2011).

cional, no obstante, la autorregulación en la transmisión de telenovelas, películas nacionales o extranjeras, audios y, en general, cualquier otro programa producido por la estación o adquirido de empresas productoras. También, se califican contenidos y se establecen limitaciones para su difusión.

Las tendencias en la producción nacional y sus formatos

En la televisión abierta nacional, todos los canales han apostado, en mayor o en menor medida, a la producción nacional de teleseries, documentales dramatizados y otros formatos de ficción, algunos de los cuales, como *Pasado y confeso* (1994-2005) y *De la vida real* (1999-2005), de Ecuavisa, gozaron de alto nivel de sintonía (Ayala, 2006).

Como ya se dijo, Ecuador no fue un productor de ficción grabada al iniciarse la historia de la televisión. No fue sino hasta la década de 1980, cuando Ecuavisa se convirtió en la emisora pionera al producir series cómicas y tres telenovelas, entre las cuales destacó *El ángel de piedra* (1988) que, a diferencia de la telenovela colombiana con el mismo nombre y guión, presentó drama y suspenso con “una carga de ternura e inocencia” (telenovelasecuador.blogia.com). Además de filmarse en exteriores y en escenarios naturales, esa producción catapultó en la pantalla al actor infantil Christian Norris, actualmente presentador de noticias y conductor de tele revistas.

En 1990, Ecuavisa inauguró la producción de teleseries juveniles con *Valeria*, y un año después, con *Una mujer*, comenzó a abordar la situación de la mujer en diferentes escenarios; en 1993, con *Ángel o demonio*, puso en pantalla las temáticas de la prostitución de alto nivel y el aborto. A excepción de la adaptación de la obra literaria de José de la Cuadra, *Los Sangurimas*, sobre la historia de una familia campesina costeña, ambientada en los años 1930, las 12 telenovelas de Ecuavisa, y *No quiero ser bella* (1993), de Teleamazonas, que se elaboraron en ese decenio, tuvieron como temáticas dominantes relaciones amorosas, conflictos familiares y relaciones de poder en contextos urbanos.

Aunque no tuvo difusión nacional, *Blanco y negro* (2000), del desaparecido canal SírTV, incluyó como parte de la pareja protagónica al actor afroecuatoriano Richard Barker para abordar las relaciones amorosas interraciales. A partir de entonces, RTS y TC Televisión se sumaron también a la lista de productores nacionales; con este último canal, en 2004, se inauguró la elaboración de telenovelas con personajes de series cómicas y *sketches*, que es una tendencia que se mantiene vigente.

En 2010, los protagonistas de *Mostro de amor*, de Telem Amazonas, y *Rosita, la taxista*, de Ecuavisa, han actuado en producciones cómicas de Ecuavisa. En términos generales, el humor fue la característica de esas dos novelas y de las series *Ni por aquí ni por allá*, de Gamavisión, y *Mi recinto*, de TC Televisión, que estuvieron en la pantalla nacional durante el año anterior. Con la producción de Ecuavisa, no obstante, se abordó la temática de la interculturalidad, mientras que con *Fanatikda*, de TC Televisión, se reactivó el suspenso como eje narrativo (ver sección 5.4).

Sin embargo, estas producciones tampoco han logrado superar el reto de atravesar las fronteras nacionales, debido a su poco nivel competitivo (ver sección 5.5).

Internet

De diciembre del 2008 a junio del 2009, el número de ecuatorianos que utiliza internet creció 59%, pero la penetración de usuarios está por debajo del 35% del promedio latinoamericano, y del 29% mundial, pues oscila entre 17% y 19%. Y es que la mayor cantidad de empresas proveedoras ofrecen sus servicios en Quito y Guayaquil, mientras las otras ciudades tienen una oferta limitada de acceso a internet (Carrión, 2011).

En comparación con otros países de Sudamérica, Ecuador empieza a tener precios competitivos de acceso a internet, con costos menores a 20 dólares y velocidades de 550 Kbps (kilobit por segundo). Ese valor se ha mantenido pero la velocidad de navegación se

ha triplicado. Además, el Ministerio de Telecomunicaciones, en su Plan Estratégico 2010, incluyó proyectos de conectividad a internet por banda ancha, en establecimientos educativos urbanos y rurales, principalmente, pero también en centros de salud y centros de rehabilitación social de diversos puntos del país.

Históricamente, 1993 fue el año en el cual los medios de comunicación ecuatorianos empezaron a hacer uso de la red de redes (Cruz, 2009). Actualmente, los siete canales de la televisión abierta que se analizan en este informe, cuentan con páginas web por medio de las cuales informan, especialmente, sobre su parrilla de programación; tres de ellos, Ecuavisa, TC Televisión y Ecuador tv, cuentan con el servicio de transmisión en tiempo real o “televisión en vivo”.

De acuerdo con el *ranking* de tráfico de Alexa.com,¹¹ en la categoría televisión, Ecuavisa.com es la página electrónica más antigua (14 años en línea) y más vista entre las siete emisoras de señal abierta en UHF y VHF, ocupando el puesto 145. Al día, hay un promedio de 2,4 páginas vistas; y después de la página principal, las consultas más frecuentes son sobre las telenovelas que difunde.

En el puesto 203 se ubica Teleamazonas.com, en cuya página web las búsquedas de información más usuales son sobre su noticiero *24 horas*. A diferencia de los lugares que las emisoras ocuparon en las tablas de *rating* y *share*, registradas en líneas anteriores, Ecuadortv.ec está en el lugar 929, por encima de TC (1.800), Gama tv (2.889), RTS (2.998) y Canal Uno (4.049).

Inversiones publicitarias

La publicidad en la televisión abierta de Ecuador muestra que no hay una correspondencia entre este tema y el *rating*, liderado por la televisión privada. La mayor inversión en 2010 se registró en TC Televisión, uno de los canales administrados por el Estado que transmite, además, el 60% de las diez producciones de ficción más vistas en este año.

11 Sitio estadístico de internet.

En términos generales, se puede decir que las telefonías móviles y el Estado fueron los sectores que más pautaron en la televisión abierta, pero con porcentajes bajos estuvieron las cuñas de automóviles, cosméticos y productos para el hogar. Dependiendo de la época del año, como el Día de la Madre, las cuñas de electrodomésticos ganaron la franja publicitaria de la televisión y lo mismo ocurrió en las semanas previas a la Navidad, con los espacios para promocionar jugueterías y centros comerciales. El caso de ECTV es particular porque no ha entrado a competir con la televisión privada por el pastel publicitario comercial, pues sus directivos sostienen que eso es lo que debe caracterizar a un medio público; en su lugar publicita productos, servicios y obras gubernamentales.

Tabla 6. Inversión publicitaria por emisora (tarifa publicada)

| Emisora | Inversión publicitaria em USD |
|---------------|-------------------------------|
| Gama TV | 137.575.352 |
| Teleamazonas | 141.159.478 |
| RTS | 164.489.872 |
| Ecuavisa | 160.280.267 |
| TC Televisión | 173.015.312 |
| Canal Uno | 81.194.041 |
| ECTV* | |

Fuente: IbopeTime

* La inversión de ECTV no se registra porque no se ha monitoreado por separado.

A diferencia de otros países monitoreados por Obitel, las inserciones publicitarias en las tramas de novelas y series propias recién están entrando en el país; se encuentran también otras maneras: *Rosita*, *la taxista*, por ejemplo, fue escenario de la promoción de artistas diversos, especialmente de cantantes, y de gente relacionada con la televisión. Lo que sí es frecuente es el uso de personajes humorísticos de telenovelas, como *El cholito*, de *Mostro de amor*, en publicidades de línea de electrodomésticos y empresas de telefonía celular.

5.2. El análisis del año: La ficción nacional e iberoamericana

La ficción nacional exhibió durante 2010 cinco producciones que representan el 11,76% del total, mientras la ficción extranjera aportó con treinta y dos títulos (89,24%). La ficción de humor ecuatoriana está representada por *Ni por aquí ni por allá* (estreno) y *Mi recinto*, series transmitidas por Gama TV y TC Televisión, respectivamente. En formato telenovela presentó *Mostro de amor*, de Teleamazonas; *Rosita, la taxista*, de Ecuavisa; y *Fanatikda*, de TC Televisión.

En cuanto a la producción internacional, 14 títulos se transmitieron por TC Televisión, siete por Gama TV, y seis por Ecuavisa. La mayor parte de la producción dramatizada de origen extranjero, proviene de Colombia, México y Venezuela, así como de producciones en habla española realizadas en Estados Unidos.

Los canales difundieron, además, el reprise de 25 telenovelas y diez títulos producidos antes del 2009, que se consideran como “casos especiales” porque fueron transmitidos por primera vez en el año 2010 (Tabla 7).

Tabla 7. Producciones exhibidas en 2010 y respectivas emisoras

| | Gama TV – títulos nacionales: 1 títulos internacionales: 7 | |
|-----|---|---------------|
| 1. | <i>Ni por aquí ni por allá</i> | Ficción humor |
| 2. | <i>Zacatillo</i> | Telenovela |
| 3. | <i>Niña de mi corazón</i> | Telenovela |
| 4. | <i>Soy tu dueña</i> | Telenovela |
| 5. | <i>Llena de amor</i> | Telenovela |
| 6. | <i>Mar de amor</i> | Telenovela |
| 7. | <i>Corazón salvaje</i> | Telenovela |
| 8. | <i>Atrévete a soñar</i> | Telenovela |
| | Teleamazonas – títulos nacionales: 1 títulos internacionales: 3 | |
| 9. | <i>La bella Ceci y el imprudente</i> | Telenovela |
| 10. | <i>Amor en custodia</i> | Telenovela |
| 11. | <i>Gabriela giros del destino</i> | Telenovela |
| 12. | <i>Mostro de amor</i> | Telenovela |

| | | |
|-----|--|---------------|
| | RTS – títulos nacionales: 0 títulos internacionales: 1 | |
| 13. | <i>Pasión morena</i> | Telenovela |
| | Ecuavisa– títulos nacionales: 1 títulos internacionales: 6 | |
| 14. | <i>El primer golpe</i> | Telefilme |
| 15. | <i>Alguien te mira</i> | Telenovela |
| 16. | <i>Vivir la vida</i> | Telenovela |
| 17. | <i>Más sabe el diablo</i> | Telenovela |
| 18. | <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Telenovela |
| 19. | <i>Camino de Indias</i> | Telenovela |
| 20. | <i>Rosita, la taxista</i> | Telenovela |
| | TC Televisión – títulos nacionales: 2 títulos internacionales: 14 | |
| 21. | <i>Mi recinto</i> | Ficción humor |
| 22. | <i>Corazones extremos</i> | Telenovela |
| 23. | <i>Amor sincero</i> | Telenovela |
| 24. | <i>Chepe Fortuna</i> | Telenovela |
| 25. | <i>Doña Bella</i> | Telenovela |
| 26. | <i>El capo</i> | Telenovela |
| 27. | <i>El fantasma del gran hotel</i> | Telenovela |
| 28. | <i>Fanatikda</i> | Telenovela |
| 29. | <i>Harina de otro costal</i> | Telenovela |
| 30. | <i>La mujer perfecta</i> | Telenovela |
| 31. | <i>Rosario Tijeras</i> | Telenovela |
| 32. | <i>Sacrificio de mujer</i> | Telenovela |
| 33. | <i>Salvador de mujeres</i> | Telenovela |
| 34. | <i>El penúltimo beso</i> | Telenovela |
| 35. | <i>Tomasa te quiero</i> | Telenovela |
| 36. | <i>Un esposo para Estela</i> | Telenovela |
| | Canal Uno – títulos nacionales: 0 títulos internacionales: 1 | |
| 37. | <i>Puro corazón</i> | Telenovela |
| | Reprises | |
| | Gama TV | |
| 1. | <i>María Belén</i> | Telenovela |
| 2. | <i>Abrázame muy fuerte</i> | Telenovela |
| 3. | <i>Rubí</i> | Telenovela |
| 4. | <i>Pasión</i> | Telenovela |
| 5. | <i>Contra viento y marea</i> | Telenovela |
| 6. | <i>La madrastra</i> | Telenovela |

| | | |
|--------------------------|--------------------------------------|---------------|
| 7. | <i>De pocas pulgas</i> | Telenovela |
| 8. | <i>Al diablo con los guapos</i> | Telenovela |
| 9. | <i>Alma rebelde</i> | Telenovela |
| 10. | <i>Mundo de fieras</i> | Telenovela |
| 11. | <i>Vivan los niños</i> | Telenovela |
| 12. | <i>Lola érase una vez</i> | Telenovela |
| Teleamazonas | | |
| 13. | <i>La baby sister</i> | Telenovela |
| RTS | | |
| 14. | <i>Xica da Silva</i> | Telenovela |
| Ecuavisa | | |
| 15. | <i>Cebollitas</i> | Telenovela |
| 16. | <i>Esclava Isaura</i> | Telenovela |
| TC televisión | | |
| 17. | <i>Ángel rebelde</i> | Telenovela |
| 18. | <i>Gata salvaje</i> | Telenovela |
| 19. | <i>Mi gorda bella</i> | Telenovela |
| 20. | <i>Pura sangre</i> | Telenovela |
| 21. | <i>Topacio</i> | Telenovela |
| Canal Uno | | |
| 22. | <i>La ex</i> | Telenovela |
| 23. | <i>Nadie es eterno en el mundo</i> | Telenovela |
| 24. | <i>Pandillas guerra y paz</i> | Telenovela |
| 25. | <i>Néctar en el cielo</i> | Telenovela |
| Casos especiales* | | |
| 1. | <i>La pasión según nuestros días</i> | Gama TV |
| 2. | <i>Las muñecas de la mafia</i> | Teleamazonas |
| 3. | <i>La lola</i> | Ecuavisa |
| 4. | <i>La maga</i> | TC Televisión |
| 5. | <i>Somos tú y yo</i> | TC Televisión |
| 6. | <i>Toda una dama</i> | TC Televisión |
| 7. | <i>Rincón de luz</i> | TC Televisión |
| 8. | <i>Los planteados</i> | Canal 1 |
| 9. | <i>Mi prima Cielita</i> | Canal 1 |
| 10. | <i>Nacida para triunfar</i> | Canal 1 |

*Producciones anteriores al 2009 que estuvieron en pantalla por primera vez.

En cuanto a la ficción de estreno, un rasgo sobresaliente es que de 37 títulos exhibidos en el 2010, la ficción ecuatoriana aporta con cinco, hecho que si bien es destacable, representa apenas el 13,51% del total. La cifra más importante se refiere a las telenovelas originarias de los diferentes países de América Latina del ámbito de Obitel, y una del Perú, además de las producciones hispanas de Telemundo, en Estados Unidos, que suman 2.094:48:00 horas de emisión, equivalentes al 80,77% del total exhibido.

Tabla 8. Total de ficción de estreno

| Ficción | Títulos | % | Capítulos/ Episodios | % | Horas | % |
|--|-----------|------------|-------------------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional | 5 | 13,51 | 313 | 11,14 | 305:09:00 | 11,76 |
| Iberoamericana | | | | | | |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 27 | 72,98 | 2.252 | 80,14 | 2.068:12:00 | 79,77 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | 1 | 2,7 | 57 | 2,03 | 26:36:00 | 1 |
| EE.UU. (producción hispana) | 4 | 10,81 | 188 | 6,69 | 193:29:00 | 7,48 |
| Ibérica | | | | | | |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | | | | | | |
| Total | 37 | 100 | 2.810 | 100 | 2.593:26:00 | 100 |

Fuente: Ibope Time

La ficción importada se origina principalmente en Colombia (Tabla 9), país que ocupa el primer lugar como proveedor de la mayor parte de producciones dramatizadas en Ecuador, con lo cual desplazó a México, que se ubica hoy en segundo lugar en cuanto a número de títulos, aunque la cifra de capítulos/episodios y horas emitidos supera ampliamente a los demás proveedores extranjeros. La totalidad de las producciones colombianas, mexicanas y venezolanas fueron exhibidas en el género telenovela, al igual que la producción hispana

de Estados Unidos que aporta a la ficción estrenada en el 2010 con cuatro títulos, tres telenovelas y un telefilme; Brasil contribuyó con dos telenovelas y Perú, con una.

Tabla 9. Ficción de estreno exhibida de cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|--------------|-----------|---------------|--------------|---------------|--------------------|---------------|
| Brasil | 2 | 5,41 | 130 | 4,63 | 127:02:00 | 4,90 |
| Argentina | | | | | | |
| Chile | | | | | | |
| Colombia | 10 | 27,03 | 449 | 15,98 | 374:59:00 | 14,44 |
| Ecuador | 5 | 13,51 | 313 | 11,14 | 305:09:00 | 11,76 |
| España | | | | | | |
| EE.UU. | 4 | 10,81 | 188 | 6,69 | 193:29:00 | 7,45 |
| México | 8 | 21,62 | 1.124 | 40,00 | 1.028:18:00 | 39,70 |
| Portugal | | | | | | |
| Uruguay | | | | | | |
| Venezuela | 7 | 18,92 | 549 | 19,54 | 537:53:00 | 20,73 |
| Otras (Perú) | 1 | 2,70 | 57 | 2,03 | 26:36:00 | 1,02 |
| Total | 37 | 100,00 | 2.810 | 100,00 | 2.593:26:00 | 100,00 |

El horario *prime time* es el de mayor aceptación para la exhibición tanto de la ficción nacional en telenovelas (305:09:00 horas) como de la iberoamericana (1.280:44:00 horas); los 1.808 capítulos transmitidos representan 61,14% del total de horas de emisión. En el conjunto de títulos difundidos en esta franja horaria, ocho producciones colombianas, cuatro mexicanas, tres ecuatorianas, tres de Estados Unidos, dos de Brasil, una de Venezuela y una de Perú, pertenecen al género telenovela. En el mismo horario también se transmitieron dos series humorísticas realizadas en el país y un telefilme de la producción hispana de Estados Unidos. En el horario vespertino se exhibieron 11 telenovelas en 777 capítulos/episodios, con un total de 795:24:00 horas de transmisión (30,67%). Las franjas *prime time* (19:00h-22:59h) y de la tarde (13:00h-18:59h), equivalen al 91,81%, del total de la ficción de estreno en 2010.

Como se aprecia en la Tabla 11, la telenovela es el formato predominante tanto en la ficción de estreno nacional como en la iberoamericana. Las telenovelas concentraron 2.286:15:00 horas de emisión, que representan casi el total (99,91%) de la ficción exhibida. Como se dijo, la ficción nacional estrenó tres telenovelas: *Mostro de amor*, *Rosita, la taxista*, y *Fanatikda* y dos series cómicas, *Mi recinto* y *Ni por aquí ni por allá*. La ficción de origen latinoamericano estrenó 31 telenovelas y un telefilme.

Tabla 11. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Nacionales | | | | | | |
|---------------------------|-----------|--------------|--------------|---------------|--------------------|--------------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 3 | 60,0 | 263 | 84,00 | 252:45:00 | 82,9 |
| Serie | - | - | - | - | - | - |
| Telefilme | - | - | - | - | - | - |
| Otros (humorísticos etc.) | 2 | 40,0 | 50 | 16,00 | 52:24:00 | 17,1 |
| Total | 5 | 100,0 | 313 | 100,00 | 305:09:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 31 | 96,87 | 2.495 | 99,92 | 2.286:15:00 | 99,91 |
| Serie | | | | | | |
| Telefilme | 1 | 3,13 | 2 | 0,08 | 2:02:00 | 0.09 |
| Otros (humorísticos etc.) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 32 | 100,0 | 2.497 | 100,00 | 2.288:17:00 | 100,0 |

La ficción nacional de estreno, las tres telenovelas ya mencionadas, y las dos series de humor, ocuparon la totalidad de la franja *prime time* de sus respectivos canales (Ecuavisa, Teleamazonas, TC Televisión y Gama tv).

Tabla 12. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime Time | % | Noche | % | Total | % |
|------------------------|--------|---|-------|---|------------|--------------|-------|---|----------|--------------|
| Telenovela | - | - | - | - | 3 | 60,0 | - | - | 3 | 60,0 |
| Serie | - | - | - | - | - | | - | - | - | |
| Telefilme | - | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| Otros: humorísticos | - | - | - | - | 2 | 40,0 | - | - | 2 | 40,0 |
| Total | - | - | - | - | 5 | 100,0 | - | - | 5 | 100,0 |

De 2.810 capítulos correspondientes a los 37 títulos de la ficción exhibida durante 2010 a nivel nacional e iberoamericano (Tabla 13) solamente el 2% del total de episodios son de corta duración. Los formatos de duración media y larga son los más utilizados (97,98%).

Tabla 13. Duración de capítulos/episodios con intervalos comerciales

| Duración | Capítulos/ Episodios | % |
|------------------|-------------------------|---------------|
| Corta (30') | 57 | 2,02 |
| Media (30'- 60') | 1.623 | 57,76 |
| Larga (60'+) | 1.130 | 40,22 |
| Total | 2.810 | 100,00 |

Tabla 14. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|---------------|
| Presente | 34 | 91,89 |
| Pasado | 2 | 2,7 |
| Histórica | 2 | 5,41 |
| Otra | | |
| Total | 37 | 100,00 |

Cinco producciones de la ficción nacional y 29 de la iberoamericana se desarrollan en tiempo presente (Tabla 14); solamente la telenovela mexicana *Corazón salvaje* tiene ambientación de época (siglo XIX), y *Doña Bella*, colombiana, se ambienta en los años 1950, aproximadamente, pero llega a la actualidad. La clasificación histórica incluiría dos producciones biográficas: *Amor sincero*, telenovela colombiana exhibida en horario *prime time* por TC Televisión, y que narra la vida de la cantante Marbelle, sus éxitos artísticos y relaciones amorosas, en medio de la conflictiva relación con su madre; y *Puro corazón*, telenovela peruana que transmitió Canal 1, sobre la historia de vida de dos hermanos integrantes de un reconocido grupo musical.

Dos títulos ecuatorianos, *Mi recinto* (15,4%) y *Rosita, la taxista* (14,1%) integran el Top Ten de las ficciones de mayor audiencia (Tabla 15), ocupando los puestos séptimo y noveno, respectivamente. La primera es una serie de humor que caricaturiza al montubio (campesino costeño), en el contexto de la vida cotidiana de un recinto.¹² *Rosita, la taxista* es una telenovela que intenta representar la interculturalidad del país (ver sección 5.4). La ficción de origen extranjero incluye siete telenovelas: cinco colombianas y dos hispanas producidas en Estados Unidos. En el primer lugar se ubica la colombiana *El capo* (22%), seguida por *El primer golpe* (18%), telefilme producido por Telemundo, sobre la telenovela *Más sabe el diablo*, el único título exhibido en este formato. En tercer lugar está *Rosario Tijeras* (17,2%), que junto a las telenovelas *Amor sincero*, *Doña Bella* y *Chepe Fortuna*, conforman el numeroso grupo de producciones colombianas del *ranking* de los diez más vistos.

12 Se llama recinto a un espacio territorial habitado por campesinos en la costa ecuatoriana, de menor extensión que una parroquia, que es la menor circunscripción administrativa del país (provincias, cantones y parroquias).

Tabla 15. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| Título | País de origen de la idea original o guión | Casa Productora | TV Privada/ Pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | Rating | Share |
|------------------------------|--|--------------------------------|---------------------|----------------|--|--------|-------|
| 1. <i>El capo</i> | Colombia | Fox Telecolombia para RCN | Incautado* | Telenovela | Gustavo Bolívar | 22 | 31,1 |
| 2. <i>El primer golpe</i> | EE.UU. | Universal | Privada | Telefilme | Roberto Stopello | 17,8 | 25,6 |
| 3. <i>Rosario Tijeras</i> | Colombia | Teleset para RCN | Incautado* | Telenovela | Carlos Duplat y Luz Marina Santofimio. Historia original de Jorge Franco | 17,2 | 24,4 |
| 4. <i>Amor sincero</i> | Colombia | Vista Producciones para RCN | Incautado* | Telenovela | Original de María Inés Sánchez. Escrita por Fabiola Carrillo | 17 | 23 |
| 5. <i>¿Dónde está Elisa?</i> | EE.UU. | Film In Florida para Telemundo | Privada | Telenovela | Original de Pablo Illanes, Roberto Stopello director dpt. Escritores | 16,7 | 23,4 |
| 6. <i>Más sabe el diablo</i> | EE.UU. | Telemundo | Privada | Telenovela | Original de Jimena Romero y Lina Uribe. Roberto Stopello drct. dpt. escritores | 16 | 25,4 |
| 7. <i>Mi recinto</i> | Ecuador | Tc Televisión | Incautado* | Serie de humor | Fernando Villarroel | 15,4 | 17,8 |
| 8. <i>Doña Bella</i> | Colombia | RCN/Telefutura | Incautado* | Telenovela | | 14,8 | 22,1 |
| 9. <i>Rosita, la taxista</i> | Ecuador | Ecuavisa | Privada | Telenovela | Cristián Cortéz y Hugo Calera | 14,1 | 21,5 |
| 10. <i>Chepe Fortuna</i> | Colombia | RCN Televisión | Incautado* | Telenovela | Miguel Ángel Baquero y Eloísa Infante | 12,1 | 18,3 |
| Guiones Originales | | | | | | | |
| Nacionales | | | | Extranjeros | | | |
| 10 | | | | 8 | | | |
| 100% | | | | 20% | | | |
| | | | | 80% | | | |

*Son canales administrados por el Estado, desde su incautación en 2009.

La Tabla 16 destaca el predominio de la telenovela frente a otros formatos de ficción, y la presencia de un telefilme, *El primer golpe*, de la cadena Telemundo, ambientado en Chicago, EE.UU. Todas las producciones, nacionales e iberoamericanas, fueron difundidas en horario *prime time*.

**Tabla 16. Duración del capítulo/episodio (promedio)
fecha de la primera y última emisión**

| Título | Formato | Género | Año | Duración C/E | Fecha primera emisión | Fecha última emisión | Franja horaria |
|------------------------------|------------|---------|------|-----------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| 1. <i>El capo</i> | Telenovela | Drama | 2009 | 47 minutos | 11/1/2010 | 25/5/2010 | <i>Prime time</i> 20:21h- 21:47h |
| 2. <i>El primer golpe</i> | Telefilme | Drama | 2010 | 61 minutos | 29/7/2010 | 30/7/2010 | <i>Prime time</i> 20:50h- 21:53h |
| 3. <i>Rosario Tijeras</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 32 minutos | 17/5/2010 | 10/6/2010 | <i>Prime time</i> 21:01h- 22:05h |
| 4. <i>Amor sincero</i> | Telenovela | Drama | 2009 | 44 minutos | 13/7/2010 | 29/12/2010 | <i>Prime time</i> 20:48h- 22:05h |
| 5. <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 59 minutos | 29/6/2010 | 25/10/2010 | <i>Prime time</i> 20:44h- 23:03h |
| 6. <i>Más sabe el diablo</i> | Telenovela | Drama | 2009 | 60 minutos | 25/1/2010 | 2/8/2010 | <i>Prime time</i> 20:44h- 21:47h |
| 7. <i>Mi recinto</i> | Serie | Humor | 2010 | 52 minutos | 3/1/2010 | 26/12/2010 | <i>Prime time</i> 19:58h- 22:12h |
| 8. <i>Doña Bella</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 53 minutos | 19/4/2010 | 8/11/2010 | <i>Prime time</i> 21:23h- 23:15h |
| 9. <i>Rosita, la taxista</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 59 minutos | 3/8/2010 | 21/12/2010 | <i>Prime time</i> 21:38h- 23:24h |
| 10. <i>Chepe Fortuna</i> | Telenovela | Comedia | 2010 | 51 minutos | 9/11/2010 | 30/12/2010 | <i>Prime time</i> 21:30h- 22:45h |

Las temáticas de los diez títulos más vistos (Tabla 17) incluyen casi todos los elementos de las narrativas tradicionales que han hecho de la telenovela el formato que más caracteriza a la televisión latinoamericana (relaciones de pareja, lucha por el amor, conflictos entre ricos y pobres o buenos y malos, pasiones), aunque esos elementos se remozan en medios de problemáticas actuales como las del narcotráfico y otros temas urbanos que abordan la violencia, el abuso sexual de menores, trata de personas; sin embargo, incluyen también elementos de otros temas actuales, que intentan poner los melodramas a tono con otros temas de la actualidad, como defensa del medio ambiente, desarrollo comunitario, superación de la pobreza o la marginalidad (*Chepe Fortuna*, telenovela colombiana cuyo personaje protagónico es pescador); o superación de las mujeres, discriminación social y racial y los conflictos derivados, siempre sazonados con ingredientes ineludibles: disputas familiares, celos, envidia, venganza por fortunas familiares (*Rosita, la taxista*, ecuatoriana, cuyo personaje representa a una indígena, como se aborda en la sección 5.4), que además, concentró tuvo muy buena audiencia femenina (Tabla 18).

Tabla 17. Temáticas en los diez títulos más vistos

| | Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|----|------------------------|---|--|
| 1. | <i>El capo</i> | Relaciones de poder en un contexto de crimen organizado; pasión, ambición, traición, venganza, intrigas, odio. | Narcotráfico, delincuencia, participación en crimen organizado como medio de superación de la pobreza. |
| 2. | <i>El primer golpe</i> | Acción, suspenso, amor, pasión, odio, asesinatos, violencia (película de la novela <i>Más sabe el diablo</i>). | Delincuencia juvenil, pandillas urbanas, crimen organizado. |
| 3. | <i>Rosario Tijeras</i> | Asesinatos, pasión, conflictos afectivos, intrigas, violaciones. | Crimen organizado y sicariato, violencia contra la mujer, abuso infantil. |

| | | | |
|-----|---------------------------|---|--|
| 4. | <i>Amor sincero</i> | Relaciones madre e hija, conflictos familiares, música popular (autobiografía de la cantante Marbelle). | Cultura y música populares, identidad pública vs identidad privada, problemas de la fama, el machismo en la relación de pareja. |
| 5. | <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Suspense en torno al secuestro de una menor; crimen, intrigas, conflictos familiares. | Abuso infantil, afectos personal vs tradiciones familiares, falta de comunicación intrafamiliar. |
| 6. | <i>Más sabe el diablo</i> | Relaciones amorosas desiguales en contexto de crimen organizado, acción, venganzas, pasión, traiciones. | Crimen organizado, delincuencia juvenil, marginalidad latina en la gran urbe estadounidense (Chicago). |
| 7. | <i>Mi recinto</i> | Vida cotidiana y costumbres del campesino de la Costa (montubio); relaciones de pareja. Parodia. | Machismo, sexismo, discriminación social y racial; defensa del medio ambiente, derecho al trabajo, respeto a las personas mayores. |
| 8. | <i>Doña Bella</i> | Vida y relaciones de una prostituta elegante de ciudad pequeña; pasión amorosa, celos, venganza, conflictos familiares, presiones sociales. | Prostitución femenina, posesión amorosa, machismo. |
| 9. | <i>Rosita, la taxista</i> | Lucha de una mujer indígena en sectores populares urbanos; relaciones amorosas entre ricos y pobres, celos, envidia, ambición por dinero, conflictos familiares, influencia de la astrología. | Migración interna, interculturalidad, discriminación étnica, superación social y de género, rol de la mujer. |
| 10. | <i>Chepe Fortuna</i> | Contienda política, conflictos de intereses, relaciones amorosas entre ricos y pobres. | Liderazgo popular, lucha política, superación personal, desarrollo comunitario, defensa del medio ambiente, promoción de la región Caribe de Colombia. |

En cuanto a diferencias de la audiencia por género (Tabla 18), la femenina de 18 a 99 años de edad fue notoriamente más alta que la de los varones en el telefilme *El primer golpe* (9,8%) y en las telenovelas *El capo* (9,6%), *¿Dónde está Elisa?* (9,3%) y *Rosario Tijeras* (8,2%). Entre los varones, solo *El capo* (9,1%) obtuvo una importante audiencia en la misma franja de edad; es notorio, sin embargo, que el único telefilme del Top Ten, que resume los antecedentes delictivos del personaje protagónico de *Más sabe el diablo*, captó más audiencia masculina que la telenovela. De cualquier manera, vale la pena destacar la tendencia que muestra la tabla: las mujeres, bastante más que los varones, son seguidoras de telenovelas, pues en ninguna de las piezas de ficción, ellos las superan.

En cuanto a los grupos de edad, tres telenovelas colombianas (*El capo*, *Amor sincero*, y *Rosario Tijeras*) concentraron la mayor audiencia de entre tres y 11 años), y excepto la segunda de las mencionadas, cabe reparar en que las otras dos abordan fuertes problemáticas para esas edades. En la franja de 12 a 17 años, también estos dos dramatizados están en los primeros lugares, seguidos de *Más sabe el diablo* y de *Rosita, la taxista*, que fue ampliamente más vista por mujeres que por varones en la franja de 18 años en adelante.

Con respecto al nivel socioeconómico por franjas de edad, en las clases AB (alta y media) de 18 años y más, los porcentajes más altos de audiencia se comparten por igual (7,4%) entre el telefilme *El primer golpe* y *¿Dónde está Elisa?*; *Más sabe el diablo* concentra más público en el grupo de 12 a 17 años.

En el resto del Top Ten, la audiencia de mujeres y hombres tiende a decrecer, con excepción de la serie *Mi recinto*, sobre la cual no se dispone de datos de audiencia, así como tampoco se cuenta con información socioeconómica de las telenovelas *Rosita, la taxista* y *Chepe Fortuna*; habría sido interesante contar con esos datos, sobre todo en la ecuatoriana, porque su tratamiento, no exento de críticas, aborda importantes temas sociales para el país (Tabla 17). (Ver sección 5.4.)

Tabla 18. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

| Programas | Canal/ cadena | Género por franjas de edad | | | | Nivel socioeconómico por franjas de edad | | | |
|------------------------------|------------------|----------------------------|----------------------|-------------------------|------------------------|---|-------------------|----------------|--|
| | | H y M 3-11 Total | H y M 12-17 Total | Mujeres 18 -99 Total | Hombres 18-99 Total | AB 3-11 años | AB 12- 17 años | AB 18 y más | |
| 1. <i>El capo</i> | TC | 7,5 | 9,1 | 9,6 | 9,1 | 5 | 5,4 | 6 | |
| 2. <i>El primer golpe</i> | Ecuavisa | 4,6 | 7,3 | 9,8 | 6,4 | 4 | 6,5 | 7,4 | |
| 3. <i>Rosario Tijeras</i> | TC | 6,3 | 8,2 | 8,2 | 6,9 | 4 | 4,2 | 5 | |
| 4. <i>Amor sincero</i> | TC | 6,9 | 6,5 | 7,7 | 5,3 | 4,2 | 3,9 | 4,5 | |
| 5. <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Ecuavisa | 3,6 | 6,2 | 9,3 | 5,3 | 3,8 | 6,6 | 7,4 | |
| 6. <i>Más sabe el diablo</i> | Ecuavisa | 3,4 | 7,3 | 8,5 | 5,6 | 3,6 | 6,9 | 6,7 | |
| 7. <i>Mi recinto</i> | TC * | - | - | - | - | - | - | - | |
| 8. <i>Doña Bella</i> | TC | 5,6 | 5,9 | 6,7 | 5,2 | - | - | - | |
| 9. <i>Rosita, la taxista</i> | Ecuavisa | 3,8 | 6,8 | 7,2 | 4,5 | - | - | - | |
| 10. <i>Chepe Fortuna</i> | TC | 4,9 | 4,5 | 5,7 | 4,2 | - | - | - | |

Fuente: Ibope Time.

*No hay dato

5.3. La recepción transmediática

Antecedentes

La transmediación, como la define Jenkins (2003), no se da en el espacio audiovisual ecuatoriano de ficción en la medida en que los diferentes formatos y narrativas no son explotados por las productoras ni por las cadenas que transmiten los programas. Los fans de las producciones son quienes suben los vídeos y pretenden generar interacción en las diferentes redes sociales, pero estas actividades son limitadas y no producen conocimiento ni son colaborativas, como es la finalidad de un espacio de estos.

Esta afirmación se sustenta sobre la base de que: 1) la producción nacional de ficción para televisión es limitada y las audiencias utilizan a la Red como un repositorio o archivo de video para consumir lo que no se pudo visualizar en la emisión normal; 2) la ficción no es desencadenante de interactividad entre los ecuatorianos, pues se puede realizar una etnografía virtual de exploración en Twitter, Facebook, LinkedIn, y demás redes, para comprobar que los usuarios no generan “polémica” ni establecen diálogos en torno a capítulos, personajes ni trama de las obras audiovisuales. Lo contrario ocurre con los formatos de no ficción, como noticiarios, programas de debate, de concurso y de entretenimiento, y 3) la Red no es vista como un espacio para generar narrativas de continuidad de los programas de ficción, ni para complementarlas con nuevos formatos propios de la Red. La cultura digital o cibercultura no está arraigada en la ciudadanía, y la creación de narrativas adecuadas para esos formatos se constriñe a la experimentación de artistas conceptuales o de diseñadores gráficos; incluso en ámbitos académicos, la cibercultura no ha calado en la producción de formatos audiovisuales.

Un solo caso

Con estos antecedentes, se expone el caso de Ecuador. Para observar la transmediación, se consideró la plataforma de YouTube, en

donde existen cuentas de fans que han subido diversos capítulos de la serie *Mi recinto*, pero la que más visitas ha tenido es la cuenta de SuperRivera95, quien subió siete de los ocho capítulos de la nueva temporada 2010 del programa, titulado *Mi recinto 2012*, que hace alusión a la película 2012 y al fin del mundo, según las profecías mayas. De manera oficial, la serie no tiene cuenta en YouTube, y TC Televisión, que la produce y transmite, tampoco, por lo cual se recurrió a las cuentas de fans. La serie tiene sitio oficial en la web de la cadena productora, pero no cumple con los criterios metodológicos del estudio debido a que no se puede medir el tráfico de usuarios, y existe solo un comentario hasta la fecha.¹³

Cabe mencionar que esta serie de humor, contó en el año 2009 con un cómic que no pasó de las cinco ediciones. Con este formato narrativo, *Mi recinto* generó una transmediación, pero no perduró en el tiempo, lo que indica que su audiencia no consume formatos que puedan generarle una erogación, por mínima que fuere.

| Nombre de la página, website o red social: YouTube Periodo de observación: mayo de 2010 | | |
|--|--|---|
| General | Descripción | Finalidad |
| 1. Origen o pertenencia del sitio | Los siete vídeos de la serie <i>Mi recinto 2012</i> han sido subidos por un fan: SuperRivera95. De los ocho capítulos, están subidos siete. La calidad del vídeo es muy pobre: existe pixelación de la imagen. | El usuario <i>SuperRivera95</i> es el único que ha subido esta serie de ocho capítulos que se transmitió en enero de 2010. El creador de la cuenta es un fan de la serie, que además tiene otros capítulos con menos visitas. Esta colección titulada <i>Mi recinto 2012</i> es la que más visitas y expectativa ha generado, incluso en los comentarios. |

13 El espacio oficial en Facebook fue creado a inicios del 2011, lo cual llevó a que se tomara como objeto de análisis la presencia y el tráfico de la serie en YouTube.

| | | |
|---|--|--|
| <p>2.Herramientas del sitio que posibilitan la interacción entre las audiencias</p> | <p>Permite ver el capítulo. Permite dejar algún comentario. Posee conteo del número de visitantes y de comentarios que se dejan. Ofrece links para otros tipos de redes sociales (Twitter, páginas de vídeo etc.).</p> | <p>La plataforma de YouTube es un <i>videoblog</i> que permite generar cuentas, establecer conexiones entre redes, comentar etc.</p> |
| <p>3. Número promedio de visitantes durante el periodo de observación</p> | <p>Cada capítulo tiene cifras diferentes: Capítulo 1: 35455, en total de visualizaciones hasta la fecha (24 de marzo de 2011), pues no se pueden medir las visitas del periodo propuesto, ya que no hay un desglose en el propio sitio de YouTube con la herramienta de estadísticas, que es el que arroja las siguientes cifras de los capítulos siguientes: Capítulo 2: 6.822, durante mayo de 2010. Capítulo 3: 4,166, durante mayo de 2010. Capítulo 4: 3,301, durante mayo de 2010. Capítulo 5: 2,753, durante mayo de 2010. Capítulo 6: 2,763, durante mayo de 2010. Capítulo 7: 3,943, durante mayo de 2010. Para sacar un promedio de visita durante el tiempo de publicación de los capítulos, solamente se hará una contabilidad de los seis videos que tienen las cifras, que da un total promedio de 3.958 visitantes por vídeo.</p> | <p>Saber el número de usuarios que visitan el portal.</p> |

| | | |
|---|--|---|
| 4. Número promedio de comentarios publicados (<i>posts</i>) durante el periodo de observación | La participación de los usuarios es ínfima en comparación con la visualización, pues cada capítulo tiene el siguiente número de comentarios: Capítulo 1: 15 Capítulo 2: 1 Capítulo 3: 2 Capítulo 4: 2 Capítulo 5: 2 Capítulo 6: 5 Capítulo 7: 11 En total, los comentarios suman 38. | Identificar mediante los comentarios el grado de interacción ficción-usuario ya que se sabe que no todos los que acceden al portal participan. Analizar qué niveles de interactividad (pasiva, activa, creativa) y qué tipos de interacción (relacional, propositiva o crítica) predominan en los portales. |
| 5. Porcentaje de hombres y mujeres usuarios | De los 38 comentarios de usuarios, tan solo uno es emitido por una mujer. | Saber la distribución por género de los usuarios que visitan el portal. |

Tipos de comentarios publicados (posteados)

Aquí se detallan los comentarios que las audiencias dejan en internet sobre el programa.

| Nombre de la página, website o red social: YouTube Periodo de observación: mayo de 2010 | |
|--|--|
| Número total de comentarios | Descripción |
| Número de comentarios sobre la ficción y sus contenidos: 38 | 1. Historia 2. Los personajes Del total de comentarios, apenas uno critica la calidad del programa, que lo califica de telebasura; tres son para atacar al usuario que moteja de basura a la serie, y 20, para pedir que el propietario de la cuenta suba el capítulo final. Los restantes son para comentar acerca de parlamentos de los personajes y para emitir criterios completamente sexistas acerca del físico de las actrices. |
| Número de comentarios dirigidos a otros usuarios: 3 | En el capítulo inicial, donde se dan los 15 comentarios, tres son para atacar e insultar a uno de los usuarios que critica la calidad del programa. |

| | |
|--|---|
| Número de links dejados en la página: 0 | NO APLICA |
| Niveles de interactividad mediante el uso de la plataforma | Aquí encontramos una interactividad pasiva al 100%. No existen los demás grados de interacción, pues los usuarios solamente se limitan a pedir al dueño de la cuenta, en varios tonos, que suba el capítulo final. Los tonos van desde el más cortés hasta el más grosero. La interacción es completamente relacional, y tiene que ver con los atributos físicos de las protagonistas y festejan las picardías del personaje principal. |

5.4. Lo más destacado del año

Cinco estrenos nacionales

El estreno de cinco producciones nacionales: tres telenovelas transmitidas en horario *prime time* por tres canales de mayor audiencia, y dos series de humor, constituyen, sin duda, lo más destacado de la televisión ecuatoriana en ficción en 2010. La telenovela *Rosita, la taxista* está ubicada entre los diez títulos más vistos; la otra producción nacional, *Mi recinto*, que también aparece entre esos títulos, es una serie humorística de carácter costumbrista y paródico, que estrenó su décima temporada en mayo de 2010, es decir, diez años continuos al aire la convierten en particular fenómeno de televidencia en programas de ficción, y en el único caso de transmediación de la televisión ecuatoriana, como se muestra en el capítulo anterior.

En el contexto nacional, tradicional importador de telenovelas mexicanas, venezolanas, brasileñas y, más recientemente, colombianas y las producidas por Telemundo para la comunidad hispana de los Estados Unidos (Tabla 15), el estreno de cinco títulos nacionales de ficción es un hecho notable en sí mismo, sin considerar los temas ni su tratamiento ni a los diferentes aspectos de calidad, pues

si bien la televisión en el país dio apertura, desde sus inicios en diciembre de 1960,¹⁴ a la ficción, sea mediante el teleteatro, actuado en vivo, o miniseries de precaria producción, no fue sino hasta fines de los años 1980 que la producción propia de ficción televisiva tomó presencia y cierta continuidad, sobre todo en dos canales de alcance nacional y con sede en Guayaquil, Ecuavisa y TC Televisión, que son los que transmiten, en su orden, todos los diez títulos más vistos.

Rating, producción de ficción y target distintos

En este primer informe sobre la ficción televisiva en Ecuador, no se puede pasar por alto la trayectoria de esos canales, el nivel de audiencia con el que cuentan y el *target* al que se dirigen, factores que influyen tanto en el contenido de su programación como en el de los proyectos a los que apuestan.

Ecuavisa y TC exhiben alto *rating* y *share* (Tablas 10 y 11), particularmente en la Costa ecuatoriana. Sin embargo, podría afirmarse que sus públicos son diferentes, ya que entre los sectores populares urbanos y en comunidades rurales cercanas a centros urbanos de esa región del país y también de la Sierra, la programación de TC Televisión es preferida; al contrario, Ecuavisa, el canal de mayor audiencia nacional, concentra la mayor parte del público con preparación universitaria y de postgrado,¹⁵ lo cual se refleja también en la programación que transmiten. TC es el canal con más horas de transmisión

14 RTS (Radiotelevisión Satelital) es hoy la razón social del primer canal de televisión creado en Guayaquil, el 12 de diciembre de 1960. Un año antes, en Quito, hubo un intento de la instalación de un canal adscrito a una radio de propiedad de la Iglesia Evangélica, HCJB, cuyas emisiones no prosperaron.

15 De acuerdo con el “Estudio de usos y hábitos de consumo de televisión en Ecuador”, preparado para Ciespal por la empresa Perfiles de Opinión (febrero de 2009), Ecuavisa ocupa en primer lugar en la preferencia de los hogares ecuatorianos, con 31%, frente al 17,30% de TC (tercer lugar en el ámbito nacional); en cuanto a la preparación académica del público, el 38% tiene formación universitaria, y el 61%, nivel de postgrado. En el caso de TC, el grueso de su audiencia no tiene formación alguna (26%) o solo primaria (20,7%).

de telenovelas, como se muestra en la Tabla 18: seis de las nueve del Top Ten, y el seriado *Mi recinto*. Las restantes son transmitidas por Ecuavisa, entre las cuales, *Rosita, la taxista*.

El otro estreno en telenovelas fue por Teleamazonas, segundo canal en *rating* y *share* nacionales (Tablas 10 y 11), que con *Mostro de amor* incursionó por primera vez en la realización de este género de ficción. Las telenovelas en su programación se incluyeron hace aproximadamente tres años, hecho que podría hacer pensar que el incremento de nueve puntos porcentuales en el *rating*, entre 2009 y 2010, disminuidos curiosamente a Ecuavisa, se debe a que en el horario *prime time* comenzó a competir por la audiencia con telenovelas colombianas de contenido candente, como podría decirse de aquellas que descubren interioridades del mundo de mafias y narcotráfico, o pandillas urbanas.

Cabe destacar, asimismo, que desde inicios de los años 1980, Ecuavisa incluyó una telenovela brasileña en su horario *prime time*, y durante dos décadas fue el único canal que tenía los derechos de transmisión de *O Globo*, principalmente. A mediados del 2010, *Camino de Indias* fue, sorpresivamente, desplazada al horario de las 22:45h para dar paso a una de las producciones de Telemundo, *Más sabe el diablo*, que aparece en el sexto puesto del Top Ten de este año (Tabla 15), luego del telefilme *El primer golpe* que narra, precisamente, los inicios del personaje de la novela en el mundo delincuencia de Los Ángeles. Al parecer, y en el mismo horario de transmisión de producciones sobre narcotráfico y más problemas urbanos, de origen colombiano e hispano-estadounidense, el argumento sobre tradiciones indias no interesó a la televidencia, por lo cual se podría deducir que el desplazamiento de horario fue resultado de los niveles de *rating*.¹⁶

16 La telenovela brasileña que vino después, *Vivir la vida*, fue transmitida en el mismo horario de final de programación. En el horario *prime time*, después de *Más sabe el diablo*, se incluyó *¿Dónde está Elisa?*, también de Telemundo, ubicada en el quinto puesto de los diez títulos más vistos.

Otro hecho destacable, no solo en 2010 es que las telenovelas mantienen ampliamente el primer lugar en horas exhibidas (Tabla 2), bastante más que los noticieros; y si se consideran los formatos como series, miniseries, largometrajes para cine, dibujos animados infantiles, la ficción suma la mayor cantidad de horas de televisión.¹⁷

El humor como marca regional y de contenido

Los otros estrenos de la ficción nacional son *Fanatikda*, telenovela de TC Televisión, y una serie humorística, *Ni por aquí ni por allá*, transmitida por Gama tv.

Fanatikda marca diferencia con respecto a las otras dos telenovelas nacionales, porque su argumento se construyó como un *thriller*: investigación policial sobre una serie de asesinatos producidos en personas vinculadas a un grupo musical juvenil. El elenco estuvo integrado no solo por actores nacionales sino también venezolanos y un puertorriqueño, debido a su proyectada venta internacional;¹⁸ sin embargo, la telenovela no obtuvo el esperado nivel de sintonía, a pesar de su calidad técnica (fue grabada con tecnología digital),¹⁹ quizás porque competía con producciones colombianas de alto *rating* en el mismo canal, quizás porque no estuvo, paradójicamente, ubicada en horario *prime time*.

Pero la diferencia principal de esta telenovela con respecto a las otras dos producciones nacionales del 2010, está en su trama más compleja, que no hace del humor y el folclore urbano el eje que estructura la trama, al contrario de *Rosita, la taxista* y *Mostro de amor*, que es lo que también caracteriza a la serie *Ni por aquí por allá*.

17 El estudio de Ciespal, ya mencionado en la nota 2, señala que en la preferencia de programación, las telenovelas suman más del 30%, sobre todo en la programación de lunes a viernes; preferencia que es ampliamente mayor que la de los informativos, por ejemplo, que no llega al 20%.

18 Charlie Massó, que fue integrante de Menudo, famoso grupo musical juvenil de la década de los años 1980, hoy convertido en productor y actor.

19 “A la telenovela le falta roce internacional”. Redacción Espectáculos, *El Comercio*, 6 de octubre de 2010.

En efecto, el humor que resulta de la caricaturización y/o estereotipación de algunos personajes, constituye el eje de la más reciente producción de la ficción televisiva ecuatoriana. Puede decirse, además, que este hecho tiene raíces de carácter sociológico y regional, más que estéticas y creativas, que inciden en guión y producción, aparte de otros factores relacionadas con grupos realizadores, independientes de los canales de TV.

Las tres telenovelas y las dos series han sido producidas y realizadas en Guayaquil, la ciudad más poblada del país, ubicada en la región de la Costa, sede de Ecuavisa y TC. Allí, la vida cotidiana está marcada por una forma más “casual” de ser y de decir, menos politizada y de visiones más conservadoras que Quito, la capital, ubicada en la región de la Sierra. En las producciones televisivas se refleja la idiosincrasia de su población, que mayoritariamente habita en sectores populares y cuya forma de hablar ha penetrado otros sectores sociales, también de otras ciudades y regiones del país.

El recurso al humor o al intento de reflejar la forma de ser de la gente para buscar identificación con situaciones y personajes de las mayorías poblacionales, tiene origen en grupos de teatro nacidos a fines de la década de 1970, que años después ingresaron a la televisión con *sketchs* humorísticos, convertidos en series. Estos grupos se constituyeron en torno a la creación colectiva de piezas teatrales que tenían a la ciudad como escenario referencial, con sus personajes y su habla particular.²⁰

Mostro de amor, por ejemplo, no puede considerarse sin su antecedente *El cholito*, telenovela de Ecuavisa, transmitida entre 2007 y 2008, que rompió niveles de audiencia en todo el país y cuyo personaje protagónico nació de un personaje de la serie de humor *Vivos*,

20 Un ejemplo al respecto es *Guayaquil Superstar*, del Grupo La Mueca, que tuvo varios años de representaciones y cuyo elenco creó también, *Mis adorables entenados*, la primera serie de humor en ficción televisiva de los últimos 25 años. De La Mueca se desprendieron otros grupos y otros actores que se constituyeron en grupos independientes de escuelas de actuación. De estos han salido los elencos que hoy están en las telenovelas a las que nos referimos.

del mismo canal, que se transmitió durante nueve años.²¹ Después de esta telenovela, y debido a desacuerdos económicos, su director y su elenco pasaron a ser parte del *staff* de Teleamazonas, canal con sede en Quito, donde se estrenó *Mostro de amor*, la segunda parte de *El cholito*, que estuvo lejos del nivel de sintonía de la anterior, tal vez porque con esta, como dijo David Reinoso, creador y productor, “no teníamos la competencia que ahora tenemos”;²² tal vez porque era la primera vez que el canal de Quito, con más audiencia en la Sierra que en la Costa, producía una telenovela, para lo cual tuvo que invertir 3 millones de dólares en producción y en el equipamiento del set en Guayaquil. Pero la causa principal puede estar en el hecho de que el personaje, que atrapó audiencias por presentarse como una suerte de antihéroe, más bien feo, pobre, proveniente de un sector suburbano y que llega a ser reportero de televisión – con el peso favorable del imaginario que se crea en torno a la gente de tv –, perdió su esencia en la segunda parte, luego de haberse convertido en heredero del dueño del canal, porque se descubrió que era el hijo extramatrimonial del empresario con una ex empleada doméstica. He ahí una trama tradicional, en torno a un personaje de ficción nacido de la caricaturización de una persona de la vida real, no obstante el intento de valoración de un sector socioeconómico y racial, que aunque representado, era discriminado de las producciones simbólicas de televisión.²³

21 Según datos proporcionados por el canal, la telenovela alcanzó un promedio de casi 27% de *rating* y 38% de *share*, entre octubre de 2007 y mayo de 2008. *El cholito* es la caricaturización de un periodista de televisión, conocido por su particular estilo de hacer crónica roja; el calificativo vino de su procedencia socioeconómica, pues “cholo” en Ecuador, ha pasado de ser una categoría racial (mezcla de indio y blanco) a ser categoría sociocultural y aun estética, que alude a lo feo, a lo de “mal gusto”. Cabe decir también que la serie *Vivos* migró a Ecuavisa desde rc, donde también se transmitió por varios años, bajo el nombre de *Vivos y revueltos*.

22 *El Comercio*, 6 de octubre de 2010, artículo citado.

23 Hay que decir también que el mismo director con el mismo elenco llevó a Te-

Rosita, la taxista, que también se ambienta en Guayaquil, al contrario, produjo críticas, desde el inicio, por parte de personas y grupos diversos, entre los cuales la Cedhu (Comisión Ecuménica de Derechos Humanos), que solicitó al Estado que retirara del aire la transmisión, por considerar que “la telenovela denigra y discrimina a la mujer de los pueblos indígenas”.²⁴ Sin embargo, esa lectura fue apresurada, guiada también por estereotipos con respecto a producciones televisivas nacionales. En realidad, el personaje, defendía su falta de rasgos indígenas (estaba representado por una actriz blanco-mestiza, tal vez la falla principal), poniendo de relieve su vestimenta y su habla – mezcla de expresiones costeñas con construcciones sintácticas provenientes del quichua –, es decir, defiende una cultura más que factores raciales.

Rosita, chofer de la empresa de taxis Combo Amarillo, hija de una indígena y de padre no identificado, es inteligente y decidida, y llega a relacionarse afectivamente con el heredero de una familia rica: otra trama tradicional pensada para ganar audiencias, no obstante el intento del guionista de rescatar la plurinacionalidad que caracteriza al país y propiciar la interculturalidad que, de hecho, se produce debido a los procesos de migración interna que hacen de Guayaquil la ciudad destino de gran número de personas del campo y de ciudades pequeñas de Sierra y Costa.

Sin reparar en otros aspectos que hacen lo tradicional del argumento, las dos telenovelas citadas recurren a situaciones y personajes que provocan risas, ya por identificación ya por la representación

leamazonas una serie de humor, *La pareja feliz*, que no aparece en las listas de 2010, porque no fue estreno sino continuación.

24 *El Comercio*, 6 de octubre de 2010, artículo citado. La Cedhu es una de las más antiguas organizaciones de defensa de los derechos humanos en Ecuador, y escribió una carta a las autoridades de comunicación del Estado en esos términos. Según el mismo artículo, la relacionista pública del canal, respondió que no era esa la apreciación que ellos tenían del personaje, que la intención era que “sea muy diverso, amplio, sin restricciones ni de lenguaje ni de raza”.

de costumbres, formas de ser, pensar o hablar que hacen parte del folclore urbano y costeño, particularmente de Guayaquil. O bien, para algunos sectores que no se ubican en lo popular urbano, esa representación de costumbres, creencias o formas de ser y de hablar, aparecen risibles y/o estereotipadas. En *Rosita, la taxista*, por ejemplo, uno de los personajes secundarios, chofer de la misma empresa de taxis, originario de la Sierra y que no pierde ocasión de desplegar con todas las mujeres sus pretensiones de guapo y conquistador, es el estereotipo del desubicado social. En *Mostro de amor*, es Pepe Chalén, alias “el cholito”, que también por feo, ingenuo y espontáneo, provoca una ternura hilarante.

Si en estas telenovelas, lo regional y humorístico se constituye en eje de la trama, en *Mi recinto*, el intento de representar la forma de ser y las tradiciones del “montubio” o campesino de la Costa,²⁵ se pierde en el énfasis que el personaje pone en su pretendida potencia sexual y su visión sobre las mujeres, manifiesta no solo en lo que dice sino en su gestualidad.²⁶ Resulta, así, en estereotipación de la gente montubia. En sus inicios, la serie despertó también críticas de grupos defensores de derechos humanos y de mujeres, que consideraban ofensiva la actitud del personaje hacia lo montubio y las mujeres.²⁷

Sin embargo, desde la temporada 2008, sus productores dicen que el personaje y la trama han cambiado: “Del Garañón de antes al de ahora hay demasiados cambios: ahora se están dando mensajes

25 El montubio es hoy, de acuerdo con la Constitución de 2008, reconocido como uno de los pueblos que tienen su propia identidad y que hacen parte de la diversidad cultural del país.

26 “El compadre Garañón”, nombre del personaje principal, camina como jinete, con las piernas corvas, como siempre dispuesto al ataque sexual, a montar a las yeguas, que son las mujeres, que así las llama.

27 Las actrices usan una vestimenta que es adaptación urbana de la típica ropa de las campesinas de la Costa, y que está orientada a mostrar sus atributos físicos: grandes escotes, faldas muy cortas.

como el respeto al medio ambiente, la familia, las personas mayores, el derecho al trabajo”, dice su productora.²⁸ Las críticas “han motivado los cambios”, como ella afirma, pero con respecto a las mujeres, el personaje “conserva su picardía, porque él es un seductor”. Al parecer, en un canal administrado por el Estado, lo “políticamente correcto” no incluye las relaciones entre los géneros porque las representaciones del hombre, al más tradicional estilo *cow boy*, y de las mujeres, en su más tradicional rol de incitadoras sexuales, es lo que quizás mueve la fidelidad de las audiencias.

La nueva serie de humor, *Ni por aquí ni por allá*, que transmite Gama TV, está constituida por *sketchs* cuya ficción se basa en la interacción de los personajes con las redes sociales de la internet a través de “Vishivuk”, un refugio virtual computarizado. Las situaciones, que reflejan el diario vivir, “bordean el absurdo”.²⁹ Sin embargo, a pesar de ser producción de un canal quiteño, también administrado por el Estado, el humor sigue teniendo marca regional, guayaquileña concretamente, pues el director y los actores son los mismos que realizaron *El cholito*, y que por discrepancias con el actor principal y creador del grupo, frente a la producción de *Mostro de amor*, decidieron ser parte del *staff* de otro canal.

En síntesis, la ficción televisiva nacional necesita nuevos realizadores, también de otras ciudades del país, y otras miradas que permitan enriquecer y complejizar las narrativas, así como crear nuevas historias. Hasta ahora, los intentos demuestran déficit de creatividad y de preparación para la escritura de guiones, lo cual vuelve difícil la exportación de estos productos de la ficción nacional, lo cual sería la aspiración de las apuestas económicas privadas.

28 Natalia Baldeón, en entrevista telefónica con el Área de Investigación de Ciespal, con objetivos del presente informe.

29 Según el sitio <http://www.guayaquilcaliente.com/guayaquil/actualidad/tv_nacional/>.

5.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

Un reto para Ecuador

Para aproximarnos al tema de calidad de la ficción televisiva en el país, es necesario revisar parte de la trayectoria en sus cinco décadas de existencia. La calidad este medio va de la mano con su mismo crecimiento y el de las capacidades desarrolladas por el país para la producción televisiva y cinematográfica, para formar a sus profesionales y para invertir.

En el marco de esta relación intrínseca entre historia de la televisión y calidad televisiva en el país, es clave señalar que el medio audiovisual ecuatoriano tiene una estructura de empresa privada tradicional o sea, la que busca lucrar más que ofrecer una televisión al servicio de las audiencias. En este sentido, lo que ha primado en el medio ha sido el conseguir programas baratos y de alto *rating*, situación que limitó radicalmente el desarrollo de producciones nacionales, ya que estas eran más costosas que la importación de “enlatados”, especialmente de Estados Unidos, y telenovelas de México, Venezuela, Argentina, Brasil y, últimamente, de Colombia. En otras palabras, el desarrollo de la capacidad de producción televisiva en el país ha sido muy limitado, así como la formación profesional al respecto.

Las capacidades de producción desarrolladas por los canales se centraron en los informativos, ya que estos programas han tenido, obligatoriamente, que ser producidos por las mismas estaciones de tv, sean locales o nacionales, lo cual ha conducido a un importante desarrollo de la producción y de la formación, como se demuestra con las más de 30 escuelas o facultades de periodismo que existen en el país. Sin embargo, pocas de estas forman productores de programas de ficción. Hay también experiencia en el desarrollo de programas deportivos y de entretenimiento, sobre todo concursos.

A esto se suma el incipiente desarrollo del cine en nuestro país, pues no obstante que se registra su nacimiento en la década de

1930, no fue sino hasta el año 2000 que comienza un proceso más continuo de producción cinematográfica, y se empiezan a abrir las primeras escuelas de cine en el país. Es decir, Ecuador tiene poco desarrollo en las artes audiovisuales lo que repercute directamente también en la capacidad de producción televisiva.

La escasa capacidad de producción de ficción televisiva de calidad, se añade también el poco o ningún apoyo de parte del Estado. Recién, desde el 2008, año del inicio de la programación del canal público, ECTV, se puede hablar de asignación del Estado a producción televisiva, la cual, sin embargo, no ha apostado por la ficción.

La trayectoria “mercantil” de la televisión ecuatoriana es factor importante para la definición de calidad, que se rige por el paradigma de lo comercial, es decir, las imposiciones del mercado. Así, se ha convertido en norma el criterio de que la competencia entre distintos canales es el camino a la calidad televisiva. La repercusión más evidente de este criterio, se da en la organización y el tipo de programación del canal público y de los otros administrados por el Estado, desde el 2009, pues siguen la lógica de los canales privados.

“Se considera que este proceso de competencia entre los canales televisivos ha influido en la creación de una cultura televisiva caracterizada por la superficialidad, la trivialización y que pone en peligro la calidad y la diversidad de la programación de los canales” (Gutiérrez, 2000). Esta situación, ha definido el concepto de televisión, cuya calidad se basa, lastimosa e indudablemente, en la búsqueda del *rating* en la programación en general, y en la ficción, en particular.³⁰

En esa óptica, es imprescindible ampliar y profundizar el debate sobre la calidad de la televisión en Ecuador. Es necesario revisar la ficción televisiva y la calidad desde los principales elementos del debate internacional al respecto, lo cual implica analizar las condi-

30 Es el caso del desplazamiento de horario de las telenovelas brasileñas, como se señala en el capítulo anterior.

ciones que se requieren para una emisión importante en términos de creatividad y calidad, cuyo parámetro no sea únicamente el *rating* porque, como sabemos, un gran número de televidentes no es siempre sinónimo de calidad. Esta condición existe solo cuando se han creado condiciones y se van desarrollando capacidades, que es lo, que al parecer y por el número de telenovelas producidas en 2010 en el país, se está buscando.

¿Un año productivo para la ficción televisiva en Ecuador?

Como se dijo en capítulos precedentes, el 2010 es año relevante para el país, al menos por la cantidad de estrenos propios de ficción: cinco títulos al aire, aunque representen un mínimo porcentaje de todos los estrenos de ese género en el año, que además fueron exhibidos en horario *prime time*, lo cual constituye casi la quinta parte (19%) del total de la programación de ficción en la misma franja horaria.

| Franja Horaria | Nacionales | | | |
|---------------------------------|-----------------|-----|-------------|-----|
| | C/E | % | Horas | % |
| Prime – time (19:00h-22:59h) | 313 | 17 | 305:09:00 | 19 |
| | Iberoamericanos | | | |
| | C/E | % | Horas | % |
| | 1.495 | 83% | 1.280:44:00 | 81 |
| | | | | |
| | C/E | % | Horas | % |
| | 1.808 | 100 | 1.585:53:00 | 100 |

Fuente: Ibope Time – Ecuador

Vale puntualizar, sin embargo, que estas producciones implican un avance en el impulso a la producción nacional, aunque no necesariamente son el reflejo de una televisión de calidad, considerada más allá de la visión de mercado y de la dictadura del *rating*. Para sustentar la afirmación, realizamos una revisión de estos productos, de acuerdo con los parámetros que se irán precisando.

En primer lugar, en cuanto a temáticas y contenidos, la tendencia de estas producciones es recurrir a personajes estereotipados y predecibles en su accionar, con base en la exageración de ciertas características y atributos vinculados con los roles clásicos en las relaciones familiares, de pareja y de amistad, reafirmando modelos de vida tradicionales, poco cambiantes y muy predecibles. Utilizan la “uniacentualidad significativa”³¹ que, por medio de redundancias, de enfatizaciones, se busca dejar una sola interpretación del tema o de la historia. Son propuestas discursivas cerradas, que se oponen al criterio de una televisión de calidad, que es la diversidad.

La diversidad es uno de los conceptos clave vinculados a la televisión de calidad,³² lo que implica que este medio debe reflejar diversidad de opiniones, información, temas, contenidos, narrativas, personajes y grupos, estilos, posiciones etc.

Otro recurso utilizado, y del cual abusan las cinco producciones a las que nos referimos, es el del humor (excepto la telenovela *Fanatikda* que es un *thriller*), elemento válido como recurso lúdico en lo narrativo pero, convertido en la receta “mágica” para atrapar a las audiencias, se vuelve lugar común utilizado por todos los productores y pierde relevancia; al final terminan con un concepto básico y poco creativo del manejo: la creación de *sketchs* humorísticos en un género narrativo más complejo como es una telenovela.

Desde esta perspectiva, a la televisión ecuatoriana le falta desarrollar un lenguaje televisivo propio, que incorpore identidades y formas narrativas cotidianas que van desde el humor, pasan por los ejes dramáticos y apuntan a propuestas más complejas, sin necesidad de recurrir a la exageración en recursos como el humor, que son aceptados sin reticencias por la mayoría de las audiencias. Construir un

31 Prieto Castillo, Daniel. *Diagnóstico de la comunicación*. Manuales didácticos Ciespal, 1995.

32 Gutiérrez Gea Charo. Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación. *Revista zer*, 2000

lenguaje propio y de calidad, implica desarrollar narrativas novedosas y comprensibles, desde las identidades de las audiencias.

Una televisión de calidad también está relacionada con los valores educativos que tiene un tipo específico de programación, es decir, la capacidad implícita de la televisión, como medio audiovisual, para crear representaciones e imaginarios sociales. Desde este punto de vista, todavía lo propuesto en el 2010 por la ficción televisiva ecuatoriana insiste en representaciones sociales básicas y poco incluyentes. Solo en *Rosita, la taxista* se hace un intento de inclusión social de un personaje indígena, pero en la realización se comete el grave error de poner a una persona blanco-mestiza actuando de indígena, lo que generó críticas diversas, como ya se mencionó en capítulos anteriores. La inserción de valores educativos, como elementos de calidad, se desarrollan mediante la inclusión de actores sociales cotidianos en la programación y de nuevas temáticas de interés de las audiencias.

La calidad técnica tiene que ver con factores como la calidad de la imagen (tecnología digital), su composición y edición; la calidad del guión, actuación y puesta en escena; la calidad de la post-producción (audio, gráfica y diseño). Desde este punto de vista, la televisión ecuatoriana ha avanzado, especialmente en el manejo audiovisual y tecnológico, como se aprecia en la telenovela *Fanatikda*, pero, todavía tiene grandes dificultades en lo que respecta a guión, actuación y puesta en escena. Esto se debe a que no existe una escuela de actuación para televisión y cine, y la mayoría de actores de la ficción ecuatoriana y televisiva, particularmente, vienen del teatro, cuyas características obedecen a otras normas, que pasan por la acentuación de gestos, voces, movimientos. Tampoco existe una escuela para guionistas y, muchas veces, los proyectos fracasan por este motivo; como dice Álvaro Pazmiño, productor ecuatoriano de cine y televisión, “la falta de creatividad en los guiones hace que estos no sean atractivos a la gente y las historias se tornan aburridas”.³³

33 “A la televisión le falta roce internacional”. *El Comercio*, octubre de 2010, artículo citado.

La capacidad de representación de la realidad es otro elemento clave para definir una televisión de calidad, lo que implica analizar la referencialidad que tienen los contenidos de un programa de televisión con respecto a la realidad, la cual puede ser alta, media o baja. Para esto es necesario hacer análisis del discurso del programa televisivo, es decir, descomponer el eje narrativo en personajes, situaciones y ambientes para establecer formas de vida, personajes y situaciones que se proponen como válidas sobre otras. Solo este ejercicio llevaría más que un capítulo, pero desde una lectura rápida, se puede señalar que en los programas revisados, se encuentran situaciones narrativas basadas en “héroes” y protagonistas típicos, que denotan pocos cambios, y que promueven una serie de estereotipos basados en los papeles tradicionales de hombre y de mujer, así como formas de vida tradicionales también tradicionales. Son pocos los personajes y situaciones que proponen nuevos roles de género y sociales, y formas distintas de relacionarse entre ellos.

Por último, habría que ver la calidad de la televisión desde el punto de vista del espectador o perceptor (Gutiérrez, 2000). Este proceso evaluativo de una televisión de calidad desde el perceptor requiere de una serie de técnicas y metodologías para adentrarse en el mundo de los públicos, a fin de conocer a fondo sus percepciones y motivaciones en relación con lo que aspirarían a tener para recibir calidad en la realización de ficción televisiva. Para ello, la manera más inmediata, aunque limitada, que permite acercarse a este parámetro de calidad es el *rating*. Así tenemos que los cinco programas de producción nacional del 2010 tienen los siguientes *ratings*:

| Programa | Tipo | Rating |
|-------------------------|------------------|--------|
| Mi recinto | Ficción de humor | 15 |
| Rosita, la taxista | Telenovela | 14 |
| Mostro de amor | Telenovela | 8 |
| Ni por aquí ni por allá | Ficción de humor | 7 |
| Fanatikda | Telenovela | 4 |

Fuente: Ibope Time – Ecuador

El *rating*, en especial de *Mi recinto* y *Rosita, la taxista*, son representativos, sobre todo esta última, por estar en horario *prime time* y competir con producciones extranjeras. De todas formas, son datos que sugieren que, también en relación con el punto de vista del espectador, a los productos ecuatorianos les falta encontrar más el vínculo con su público, esto demanda un fuerte trabajo de búsqueda de nuevas narrativas de calidad, de nuevas temáticas más vinculadas con las audiencias.

Para concluir, y en respuesta a la pregunta de si el 2010 es un año productivo para la ficción televisiva en Ecuador, se podría decir que sí, si nos atenemos a la cantidad de producciones realizadas, y también porque, a más de tener aún dificultades para realizar ficción y programas de calidad, algunos canales están abriendo camino para la producción nacional. Sin embargo, es necesario desarrollar los aspectos aquí reseñados y apuntar a una televisión de calidad no solo técnica sino en contenidos. Y para ello es necesario también el desarrollo de la investigación, que implica ser críticos y autocríticos, como herramienta clave para mejorar la calidad de la televisión ecuatoriana.

Referencias bibliográficas

ASAMBLEA NACIONAL. *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, 2008.

AYALA, ALEXANDRA. "Periodismo y medios de comunicación social", Enciclopedia Ecuador a su alcance. Madrid: Espasa, 2004.

CARRIÓN, HUGO. *Internet en el Ecuador*. Quito: Imaginar, 2011.

CIESPAL. *Estudio de impacto socioeconómico de la implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador*. Quito, 2009.

CONARTEL et al. *Memorias del encuentro sobre calidad de contenidos y programación de la TV Nacional*. Quito, 2009.

- CRUZ, PAMELA. "Comunicación y migración: análisis de un proceso de interactividad en los periódicos *online* de Ecuador". Tesis de maestría. Flacso. Ecuador, octubre de 2009.
- GUERRERO, ROBERTO. *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja*. Universidad Técnica Particular de Loja.
- GUTIÉRREZ GEA, CHARO. "Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación". *Revista ZER*, 2000.
- JENKINS, H. "Transmedia stotyelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling". *Technology Review*, 2003. Disponible en: <<http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/page3/>>.
- JURADO, ROMEL. *La sanción del Conartel a Teleamazonas*. Disponible en: <<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/67-teleamazonas.html>>.
- MORA, ALBA. *La televisión en el Ecuador*. Guayaquil: Editorial Amauta, 1982.
- OROZCO, GUILLERMO Y MARIA IMMACOLATA VASSALLO LOPES. "Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos". *Comunicación y Sociedad, Nueva Época* 13, México, enero-junio 2010, pp. 13-42.
- PRIETO CASTILLO, DANIEL. *Diagnóstico de la comunicación*. Manuales didácticos Ciespal, 1995.
- RICAUORTE, CÉSAR. "Coreanos vs. Dramones", *Diario Hoy*, Quito, 12 de abril de 2009. Disponible en: <<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/coreanos-vs-dramones-342937.html>>.
- SUPERTEL. *Estadísticas históricas de los servicios de radiodifusión y televisión: periodo 1996-2009*. Quito, 2010. Disponible en: <http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/historico_radiodifusion.pdf>.
- VILLARROEL, MARCO. "Los grupos monopólicos de comunicación en el Ecuador". *FACSO-Q, Revista Textos y Contextos*, Quito, vol. 4, n. 5, octubre 2006, pp. 9-38.

EL COMERCIO. “A la telenovela local le hace falta roce internacional”, Quito, 6 de octubre de 2010. Disponible en: <<http://www4.elcomercio.com/2010-10-06/Vida-Diaria/Entretenimiento/Noticia-Principal/EC101006P24PROGRAMASTV.aspx>>.

EL COMERCIO. “44 telenovelas se emiten en un día”, Quito, octubre de 2010. Disponible en: <<http://www4.elcomercio.com/2010-10-20/Home/Entretenimiento-Principal/EC101020P23PROGRAMACION.aspx>>.

EL UNIVERSO. “RTS, 50 años de sintonía”, Guayaquil, 5 de diciembre de 2010.

FREQUENCY AUDITING. Disponible en: <[http://www.ciespal.net/mediaciones/images/informe% 20comisin.pdf](http://www.ciespal.net/mediaciones/images/informe%20comisin.pdf)>.

HOY. “La tv pública debería competir en publicidad”, Quito, abril de 2008. Disponible en: <<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-tv-publica-deberia-competir-en-publicidad-294042-294042.html>>.

REVISTA VISTAZO. “Un zoom a la otra tv”, Guayaquil, julio de 2008.

6.

ESPAÑA: LA APUESTA POR EL GRAN FORMATO

*Charo Lacalle*¹

6.1. El contexto audiovisual

El apagón analógico alumbraba en abril la creación de numerosos canales, que han incrementado notablemente la tradicional y exacerbada competitividad del sistema televisivo español. Pero, pese al descenso generalizado de la audiencia en la mayor parte de las cadenas, el récord histórico de consumo televisivo batido este año y la ligera recuperación de la inversión publicitaria manifiestan la indudable fortaleza de un medio que, lejos de confrontarse con la internet, está convirtiendo a la web 2.0 en su mejor aliado. La entrada en vigor de la Ley General de la Comunicación Audiovisual; la fusión de Tele5 con Cuatro y, sucesivamente, la participación en Digital+ de Tele5 y Telefónica, o el impacto del Mundial de Fútbol en los índices de audiencia, son algunos de los eventos más destacados del primer año sin publicidad en la televisión pública estatal.

1 Charo Lacalle coordina el equipo español de Obitel y el OFE (Observatorio de la Ficción Española), integrados por las investigadoras Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo y Berta Trullàs.

Cadenas españolas de televisión generalistas en abierto

| Titularidad | Públicas | | Privadas |
|-------------|-----------------------------|---------------|--|
| Estatales | Primer canal | Segundo canal | Antena3, Tele5, Cuatro, LaSexta, Veo 7 |
| | TVE1 | La 2 | |
| Autonómicas | Canal Sur | CS 2 | 8TV |
| | TV3 | 33 | CYL7 |
| Autonómicas | TVG | TVG2 | CYL8 |
| | ETB1 | ETB3 | A3 Canarias |
| | ETB2 | La Otra | V TV |
| | C9 | NOU24 | NUEVE TV |
| | Telemadrid | NOUDOS | La 10* |
| | TPA | TPA2 | |
| | CMT | CMT2 | |
| | TVCAN | TVCAN2 | |
| | ATV | | |
| | 7RM | | |
| | IB3 | | |
| | Autonómicas internacionales | | |

Fuente: Obitel

* La 10 agrupa las televisiones autonómicas del grupo Vocento (Madrid, Comunidad Valenciana, La Rioja, Murcia y Andalucía, así como algunas locales del País Vasco). Comenzó sus emisiones el 20 de septiembre de 2010.

La 1 lidera el *ranking* de las cadenas españolas por segundo año consecutivo (16,0%), a pesar de perder cuatro décimas respecto a 2009, seguida por Tele5 (14,6%), con cinco décimas menos que el año pasado. La tercera de la clasificación, Antena3 (11,7%), es la que más desciende en esta ocasión (tres puntos). La bajada también es muy pronunciada en Cuatro (7,0%), que ocupa la cuarta posición con 1,3 punto menos que en 2009 y ve acortada significativamente su distancia con LaSexta (6,6%), la cadena estatal que menos decrece en el período analizado (dos décimas). Contrariamente a la disminución generalizada de las cadenas tradicionales, las temáticas de concesión TDT incrementan su audiencia de manera espectacular, con una cuota de pantalla del 18,5% (un 7,0% más que en 2009).

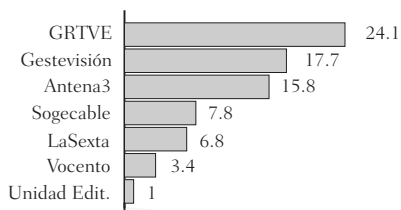
Ranking de las cadenas estatales en 2010

| Share | La 1 | Tele5 | A3 | FORTA | Tem. TDT | Cuatro | LaSexta | La 2 | Local | Auto privada | Tem. pago | Otras |
|------------|------|-------|------|-------|----------|--------|---------|------|-------|--------------|-----------|-------|
| 2010 | 16,0 | 14,6 | 11,7 | 11,3 | 18,5 | 7,0 | 6,6 | 3,1 | 0,2 | 0,7 | 7,0 | 3,4 |
| 2009 | 16,4 | 15,1 | 14,7 | 13,6 | 10,2 | 8,3 | 6,8 | 3,8 | 1,3 | 0,7 | 7,5 | 1,5 |
| Diferencia | -0,4 | -0,5 | -3,0 | -2,3 | +8,3 | -1,3 | -0,2 | -0,7 | -1,1 | - | -0,5 | 1,9 |

Fuente: Kantar Media/Barlovento Comunicación

RTVE también lidera la clasificación anual por grupos, con un 24,1%, seguida por Gestevisión (el Grupo de Tele5), con un 17,7%, y por el Grupo Antena3 (15,8%). Sogecable (el grupo de Cuatro), se sitúa en cuarto lugar (7,8%) y el Grupo LaSexta en quinto (6,8%). Vocento (3,4%) y Unidad Editorial (1,0%) cierran una clasificación que presenta un incremento moderado respecto a 2009, pues este año tan sólo descienden el Grupo Sogecable (0,9%), el Grupo Antena3 (0,8%) y el Grupo LaSexta (0,1%).

Ranking de los grupos televisivos en 2010



Fuente: Kantar Media/Barlovento Comunicación
Elaboración: Obitel

Las cadenas públicas autonómicas se resienten asimismo del incremento de la competencia y, atrapadas entre las temáticas de pago de concesión TDT y las nuevas autonómicas privadas creadas este año

(CYL7, CYL8, A3 Canarias, v TV, NUEVE TV y La 10), registran una pérdida del 2,3% que sitúa la media de la Federación de Organismos de Radio Televisión Autonómicos (FORTA) en el 11,3%. Tan sólo la catalana tv3 (14,8%) experimenta una subida espectacular de tres puntos, aunque la balear IB3 también crece un 0,4% y se sitúa en el 5,5%. Por el contrario, las pérdidas de audiencia del resto de las autonómicas públicas oscilan entre el descenso máximo del segundo canal vasco ETB2 (9,4%), con cuatro puntos menos que en 2009, y el mínimo de la televisión aragonesa ATV (9,4%), que baja dos décimas.

Ranking de las cadenas autonómicas públicas más vistas en 2010

| Share | Canal Sur | TV3 | TVG | ETB2 | C9 | TVCa | CMT | Telemadrid | ATV | TPA | 7RM | IB3 | ETB1 |
|------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------------|------|-----|------|------|------|
| 2010 | 12,7 | 14,8 | 12,3 | 9,4 | 8,4 | 10,0 | 7,5 | 8,0 | 9,4 | 7,6 | 4,6 | 5,5 | 2,2 |
| 2009 | 15,6 | 14,5 | 14,3 | 13,4 | 11,8 | 11,6 | 10,3 | 9,7 | 9,6 | 7,6 | 5,2 | 5,1 | 3,2 |
| Diferencia | -2,9 | +3,0 | -2,0 | -4,0 | -3,4 | -1,6 | -2,8 | -1,7 | -0,2 | - | -0,6 | +0,4 | -1,0 |

Fuente: Kantar Media/Barlovento Comunicación

Los extraordinarios resultados del fútbol, cuyas emisiones copan los 20 primeros puestos del *ranking* de 2010, han podido ser determinantes en el incremento espectacular del consumo televisivo, en un año en que Kantar Media (la multinacional responsable de la medición de la audiencia), ha aumentado el número de audímetros hasta los 4.625.² Pero la crisis económica e incluso el rigor del invierno de 2010 han podido incidir en la media de 234 minutos de visionado televisivo por espectador y día, la más alta obtenida en España hasta el momento (considerando que enero registró el pico

2 Disponible en: <[<http://www.tns-media.es/actualidad/noticias/kantar-media-incrementa-su-panel-de-audiencia-de-tv-a-4625-hogares-en-2010\(257\)>](http://www.tns-media.es/actualidad/noticias/kantar-media-incrementa-su-panel-de-audiencia-de-tv-a-4625-hogares-en-2010(257))>. Acceso en: 25 de enero de 2011.

más alto de todo el período con 261 minutos por espectador y día).³

La prórroga de la final del Mundial de Fútbol entre España y Holanda encabeza la clasificación anual, con una audiencia media de 14.582.000 espectadores (80,3%). La segunda edición del tele-diario de La 1 también se cuela en cuatro ocasiones en el *ranking* de 2010, mientras que tan sólo tres emisiones de ficción figuran esta vez entre los 50 programas más vistos. Se trata de los episodios de *Águila roja* (La 1) emitidos los días 4 de noviembre, 28 de octubre y 7 de octubre, que ocupan respectivamente los puestos 37, 45 y 49 de la clasificación.⁴

Expansión de la TDT

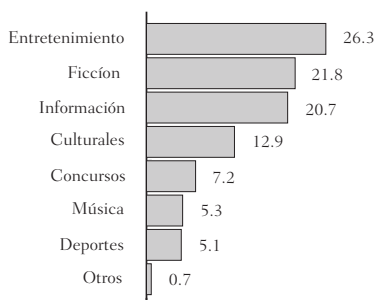
En el segundo semestre del año, las televisiones españolas se apresuraban a lanzar los canales que aún quedaban libres en sus respectivos multiplex,⁵ tras el despliegue completo de la TDT y el apagón analógico de abril. Pero, el incremento de la oferta no sólo ha repercutido en la bajada generalizada de la cuota media de pantalla de las cadenas, sino que además ha modificado el consumo de géneros y formatos. Así, mientras que las televisiones generalistas se han visto obligadas a invertir una parte de sus recursos en el desarrollo de sus canales de concesión TDT, la crisis económica las ha obligado a compensar las elevadas inversiones que exige la ficción doméstica con el incremento de los programas de entretenimiento. De ahí el crecimiento de este último macrogénero, que ha desplazado el tiempo dedicado a la ficción al segundo lugar de la oferta en 2010.

3 Disponible en: <<http://www.tns-media.es/actualidad/audiencia-tv/>>. Acceso en: 25 de enero de 2011.

4 Disponible en: <<http://www.tns-media.es/actualidad/audiencia-tv/>>. Acceso en: 25 de enero de 2011.

5 A diferencia de las cadenas públicas, que han obtenido dos multiplex de cuatro canales cada uno, las cadenas privadas disponen de un único multiplex de cuatro canales.

Tiempo dedicado a los géneros 2010



Fuente: Kantar Media/Barlovento Comunicación
Elaboración: Obitel

El lanzamiento en cascada de los nuevos canales de TDT a partir de junio se verificaba a todos los niveles y en todos los ámbitos del sistema televisivo español: estatal y autonómico; público y privado; abierto y de pago, aunque, en algunos casos, no se tratara propiamente de creación, sino más bien de una reestructuración parcial o total de los canales de concesión TDT existentes. Como cabía esperar, tanto los nuevos canales como las reestructuraciones buscan un público cada vez más definido, que culmina el desplazamiento “del cajón al nicho” emprendido hace algunos años por los medios de comunicación y la publicidad de la era digital. A continuación se resumen sucintamente los movimientos más relevantes del sector.

El cuarto canal de Antena3 (Nitro), dedicado al público masculino, iniciaba sus emisiones regulares a finales de agosto. En septiembre, La 2 eliminaba toda su programación infantil y lanzaba el canal para niños Clan TVE, mientras que la televisión catalana estrenaba el canal 3XL, dedicado a los jóvenes y compartido con el canal dirigido al mismo *target*, Club Super3 (en el espacio ocupado hasta entonces por el canal 300). Ese mismo mes, Tele5 desechaba su proyecto de LaNueve, pensado inicialmente para competir con Nova de Antena3, y creaba Boing, concebido para disputar el público joven a Neox, de Antena3. El 1º de octubre, el Grupo LaSexta lanzaba en

abierto LaSexta2 (dedicado al entretenimiento, la información y el deporte), y un mes más tarde comenzaban las emisiones de LaSexta3, dedicado a la ficción pero acogido en el paquete Esencial ONO, el operador de cable de pago, que también ha añadido a su oferta el canal Oro Sports TV, especializado en deportes minoritarios.⁶ Al igual que ONO, Sogecable ampliaba en agosto su grupo con Canal+2, que replica la programación de Canal+, pero sin los acontecimientos deportivos, al precio de 15 euros por mes.

Es posible que la multiplicación de la oferta ya esté produciendo efectos no deseados, a tenor de los discretos resultados de audiencia obtenidos hasta el momento por la mayor parte de los canales temáticos (tanto en abierto como de pago). Por otra parte, los aprietos para mantener la gratuidad de dichos canales y la dificultad de penetración de los que no están respaldados por ninguno de los grandes grupos de comunicación, son también consecuencias inmediatas de la nueva configuración del sistema televisivo español.

Redistribución de la publicidad

Este año se ha roto la tendencia decreciente de la inversión publicitaria en medios de los dos anteriores, con una pérdida mínima del 0,1%. Además, contrariamente a las previsiones más pesimistas, 2010 ha visto aumentar la publicidad de la televisión generalista en un 2,9%, un dato que sumado a las espectaculares previsiones de crecimiento de la inversión publicitaria en vídeos de internet (20%) confirma asimismo la proficua alianza entre la pequeña pantalla y la web 2.0. Pero, más allá de las cifras, el período analizado también ha introducido cambios estructurales importantes en este ámbito, derivados de la eliminación de la publicidad en las dos cadenas de televisión pública estatal (La 1 y La 2).⁷

6 Oro Sports TV complementa así la oferta de Gol TV, el primer canal de pago de la TDT, creado en 2009.

7 Ver Zenthinela, 2011.

La supresión de la publicidad en TVE, a partir del 1º de enero, traía aparejado un nuevo sistema de financiación, que contemplaba la aportación al Ente Público del 0,9% de los beneficios de los operadores de telecomunicaciones. Sin embargo, la Comisión Europea bloqueaba en enero la entrada en vigor de dicha medida hasta examinar a fondo su posible ilegalidad y, finalmente, la rechazaba en septiembre, con lo que truncaba así las expectativas del Gobierno de recaudar unos 240 millones de euros por esta vía. Pero, mientras la decisión de Bruselas provocaba que la Asociación Española de Operadores de Telefonía con Red Propia (Redtel) recurriera en los tribunales la polémica tasa, la Asociación Española de Anunciantes (AEA), refractaria a la supresión de publicidad en TVE, se ofrecía a colaborar en la financiación de la televisión pública estatal.

El ofrecimiento de la AEA a TVE, defendiendo una inserción moderada de publicidad capaz de compensar el importe previsto por la recaudación de las teleoperadoras, refleja las preocupaciones de un sector que, tras la retirada de TVE del negocio publicitario, ya ha comenzado a apreciar la influencia de las grandes cadenas. Así, mientras que Antena3 imponía la llamada “pauta única”, que consiste en repetir un mismo *spot* en todas las cadenas del grupo de manera sincronizada, Publiespaña limitaba la duración de los bloques publicitarios de La Siete y de Factoría de Ficción a un máximo de seis minutos, con la intención de ir extendiéndola al resto de los canales del Grupo Tele5 durante el primer trimestre de 2011.⁸ Ni que decir tiene que la AEA aún espera con preocupación otros posibles movimientos de este último grupo, que detenta la mayor cuota del mercado publicitario televisivo español tras la renuncia de TVE a emitir publicidad y la fusión de Tele5 y Cuatro.

El acuerdo entre Tele5 y Cuatro se formalizaba finalmente en octubre, a falta de que la Comisión Nacional de la Competencia

8 Sólo 12 de los 20 minutos por hora de emisión de publicidad se pueden dedicar a la publicidad convencional. El resto se distribuyen entre un máximo de cinco minutos de autopromociones y de dos minutos de telepromociones.

(CNC) lo autorizara si se cumplían los compromisos presentados por Tele5 y Telefónica para la adquisición a Sogecable de una parte de la plataforma Digital+.⁹ Finalmente, la venta de Digital+ culminaba en noviembre, tras el aumento del capital de Tele5 en 500 millones (488 de los cuales iban destinados a financiar el 22% de Digital+), mientras que la compra de Cuatro se saldaba con el intercambio a Prisa del 18% de las acciones de Tele5. El cierre de CNN+ en diciembre, cuya frecuencia ocupa desde entonces el canal 24 horas de Gran Hermano, constituía el primer efecto estructural inmediato de las transacciones entre Tele5 y Prisa.¹⁰

La apuesta tecnológica

Junto con la inmersión en la TDT, las empresas televisivas españolas afrontan la nueva configuración audiovisual mediante la adopción de formatos como la visión panorámica, a la vez que incrementan su apuesta por las emisiones en alta definición y continúan avanzando en la visión tridimensional.

En enero, TVE iniciaba sus emisiones en formato panorámico 16:9, adoptado también por los canales del Grupo RTVE Canal 24 horas y Teledeporte. En febrero, la televisión pública estatal amplía sus emisiones en HD en pruebas, iniciadas en junio de 2009 en Valladolid, a La Muela (Zaragoza) y Ares (La Coruña) y, desde mayo, a Madrid. En marzo, TVE se preparaba para fomentar el servicio a la carta mediante la adopción del sistema HBB (Hybrid Broadcast Broadband)¹¹ y, en septiembre, el HD de TVE ya llegaba al 85% de la población. AXN comenzaba a emitir en HD en Digital+ en junio y

9 Dichos compromisos modificaban los acuerdos y pactos entre accionistas, de modo que ninguno de ellos llegue a influir de manera decisiva en Digital+. Asimismo, ni Tele5 ni Telefónica podrán decidir los directivos de Digital+.

10 CNN+, la pionera de las cadenas temáticas españolas, había comenzado sus emisiones en 1999.

11 El HBB permite recibir contenidos en definición estándar en el televisor y contenidos en HD a través de la conexión a la banda ancha.

Tele5 arrancaba sus emisiones en pruebas en septiembre, convirtiéndose en la primera cadena en utilizar *simulcast* (repetición en HD de la programación en definición estándar de su cadena principal). Antena3 se sumaba a la HD un día más tarde que Tele5 y adoptaba asimismo el *simulcast*.

Ese mismo mes, Canal+ anunciaba la inminente emisión de sus grandes eventos culturales y deportivos en 3D, como por ejemplo los partidos de la Copa Mundial de la FIFA 2010. En mayo, la cadena catalana TV3, pionera en la experimentación con las nuevas tecnologías, comenzaba a emitir con regularidad su programa semanal *Els Pirineus des de l'aire* en 3D, mediante el formato *side by side*,¹² por el canal TV3HD. En mayo, Antena3 informaba que *Ida y Vuelta* grabaría el primer capítulo de la segunda temporada de la serie *Los protegidos* en 3D, lo que abría un nuevo frente en la competitividad en el ámbito de la ficción.

6.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

La ficción doméstica exhibida en las cadenas estatales disminuye en un año caracterizado por la notable inversión en series de época y de miniseries (*biopics* en su mayoría), una buena parte de las cuales aún están pendientes de estreno. No obstante, teniendo en cuenta que los 56 títulos de 2009 (ocho más que en 2010, pero nueve más que en 2008) constituían un número extraordinariamente alto (resultado en parte de la irrupción de las miniseries en el *prime time* estatal), sería inexacto hablar este año de retroceso, sino más bien de evolución en los géneros y formatos abordados.

Antena3 es la cadena que más ficción de estreno ha programado en 2010, con 16 títulos originales y una adaptación (la telenovela colombiana *Pasión de gavilanes*), y también es la que cuenta con más

12 El formato *side by side* envía dos señales por un mismo canal, una destinada a cada ojo, que los televisores adaptados a la tecnología 3D unen para mostrarlas como una sola.

miniseries y TV movies (siete en total). Le siguen Tele5 (14 títulos) y La 1 (11 títulos). Cuatro ocupa el cuarto lugar, con tan sólo tres títulos en 2010, si bien cabe destacar que, a diferencia de los dos *sketches* de LaSexta (situada en quinto lugar), la cadena de Sogecable ha diversificado los formatos de sus tres únicas aportaciones, una serie, un *sketch* y un serial, éste último adaptación de la telenovela argentina *Valientes*.

Tabla 1a. Producciones exhibidas en 2010 (cadenas estatales)

| | |
|---|---|
| La 1: 11 títulos estatales | <i>No soy como tú</i> (miniserie) |
| Águila roja (serie) | <i>Padres</i> (sketch) |
| <i>Amar en tiempos revueltos</i> (serial) | <i>Raphael</i> (miniserie) |
| <i>Amar en tiempos revueltos</i> (miniserie) | Antena3: 1 título importado – Colombia |
| <i>Cuéntame cómo pasó</i> (serie) | <i>Gavilanes</i> (serie) |
| <i>El secuestro de Anabel</i> (TV movie) | Cuatro: 2 títulos estatales |
| <i>El asesino dentro del círculo</i> (TV movie) | <i>Hay alguien ahí</i> (serie) |
| <i>Gran reserva</i> (serie) | <i>La isla de los nominados</i> (sketch) |
| <i>Guante blanco</i> (serie) | Cuatro: 1 título importado – Argentina |
| <i>La señora</i> (serie) | <i>Valientes</i> |
| <i>Las chicas de oro</i> (serie) | Tele5: 14 títulos estatales |
| <i>Pelotas</i> (serie) | <i>Acusados</i> (serie) |
| La 2: 1 título estatal | <i>Aída</i> (serie) |
| <i>Ciudad K</i> (sketch) | <i>Alfonso, el príncipe maldito</i> (miniserie) |
| Antena3: 16 títulos estatales | <i>El pacto</i> (miniserie) |
| <i>Adolfo Suárez, el presidente</i> (miniserie) | <i>Escenas de matrimonio</i> (sketch) |
| <i>Doctor Mateo</i> (serie) | <i>Felipe y Letizia</i> (miniserie) |
| <i>El Gordo</i> (miniserie) | <i>Hospital Central</i> (serie) |
| <i>El internado</i> (serie) | <i>Inocentes</i> (miniserie) |
| <i>Física o Química</i> (serie) | <i>La duquesa</i> (miniserie) |
| <i>Hispania, la leyenda</i> (serie) | <i>La pecera de Eva</i> (serie) |
| <i>Karabudjan</i> (serie) | <i>La que se avecina</i> (serie) |
| <i>La piel azul</i> (miniserie) | <i>Supercharly</i> (serie) |

| | |
|---|-------------------------------------|
| <i>La princesa de Éboli</i> (miniserie) | <i>Tierra de lobos</i> (serie) |
| <i>La última guardia</i> (tv movie) | <i>Vuelo IL8714</i> (miniserie) |
| <i>Los hombres de Paco</i> (serie) | LaSexta: 2 títulos estatales |
| <i>Los protegidos</i> (serie) | <i>La tira</i> (sketch) |
| <i>Museo Coconut</i> (serie) | <i>Qué vida más triste</i> (sketch) |

Fuente: Obitel

El número de estrenos de las cadenas autonómicas públicas aumenta, por el contrario, en el 2010, aunque cabe señalar que cuentan con un número elevado de tv movies. Fieles a la vocación de proximidad que las caracteriza y con presupuestos más modestos que las televisiones de ámbito estatal, el repertorio de géneros y formatos de la FORTA no presenta variaciones substanciales respecto a las temporadas anteriores.

La valenciana Canal9 se sitúa por primera vez a la cabeza por número de títulos de estreno (diez), seguida de la catalana tv 3 (nueve títulos), la andaluza Canal Sur y la gallega tvG (cuatro títulos cada una), las vascas ETB1 y ETB2 (dos títulos y uno, respectivamente) y la balear IB3 (dos títulos). tv Canarias debuta este año en la ficción de producción propia con una comedia.

Tabla 1b. Producciones exhibidas en 2010 (cadenas autonómicas)

| | |
|--|-------------------------------------|
| Canal 9: 10 títulos autonómicos | ETB 2: 1 título autonómico |
| <i>Asunto Reiner</i> (tv movie) | <i>Mi querido Klikowski</i> (serie) |
| <i>Bon dia bonica</i> (serial) | IB3: 2 títulos autonómicos |
| <i>Comida para gatos</i> (tv movie) | <i>Llàgrima de sang</i> (serial) |
| <i>Contáctame</i> (tv movie) | <i>Mossèn capellà</i> (serie) |
| <i>Desátate</i> (tv movie) | TV3: 9 títulos autonómicos |
| <i>El criminal</i> (tv movie) | <i>Infidels</i> (serie) |
| <i>L'alqueria blanca</i> (serie) | <i>La riera</i> (serial) |
| <i>Tarancón</i> (miniserie) | <i>La sagrada familia</i> (serie) |
| <i>Unió musical da Capo</i> (serie) | <i>L'enigma Giacomo</i> (tv movie) |

| | |
|--|---|
| <i>Villa Bresquilla</i> (TV movie) | <i>Més dinamita</i> (sketch) |
| Canal Sur: 3 títulos autonómicos | <i>Quatre estacions</i> (TV movie) |
| <i>Arrayán</i> (serial) | <i>Ull per ull</i> (miniserie) |
| <i>La Mari 2</i> (miniserie) | <i>Ventdelplà</i> (serial) |
| <i>Padre Medina</i> (serie) | <i>Wendy placa 20957</i> (TV movie) |
| Canal Sur2: 4 títulos autonómicos | TV Canarias: 1 título autonómico |
| <i>El tesoro</i> (TV movie) | <i>La revoltosa</i> (serie) |
| <i>El viaje vertical</i> (TV movie) | TVG: 4 títulos autonómicos |
| <i>La balada del estrecho</i> (TV movie) | <i>Libro de familia</i> (serie) |
| <i>Los minutos del silencio</i> (TV movie) | <i>Matalobos</i> (serie) |
| ETB1: 2 títulos autonómicos | <i>Padre Casares</i> (serie) |
| <i>Goenkale</i> (serial) | <i>Mar libre</i> (miniserie) |
| <i>Mugaldekoak</i> (serie) | |

Fuente: Obitel

La reducción de ocho títulos de la ficción estatal representa una disminución de 267:35:00 horas y 536 capítulos/episodios respecto 2009, mientras que la ficción latinoamericana del ámbito Obitel cuenta este año con un título más y aumenta tanto el total de horas exhibidas como el número de capítulos/episodios de estreno (108:20:00 horas y 283 capítulos/episodios más que el año pasado). Sin embargo, frente a la persistencia de la ficción española en el *prime time* de las primeras cadenas, la programación de la ficción latinoamericana acusa la expansión del sistema televisivo.

Tan sólo La 1 mantiene su tradicional pauta de emisión diaria de telenovelas a lo largo del año (*En nombre del amor*, *Bella Calamidades*, *Mar de amor* y *El clon*, sucesivamente), apuntaladas una vez más en la segunda parte de la tarde por su exitoso serial de sobremesa ambientado en la postguerra española, *Amar en tiempos revueltos*. Por el contrario, el resto de las cadenas estatales ha acentuado la tendencia a programar telenovelas en sus segundos canales, iniciada en el 2009, y el único estreno del período en Antena3 (*¿Dónde está Elisa?*) fue desplazado a Nova al cabo de tan sólo cuatro emisiones, debido a sus bajos índices de audiencia.

Tabla 2a. Total de ficción de estreno estatal en 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Estatad | 46* | 85,2 | 746 | 52,7 | 656:40:00 | 60,9 |
| Iberoamericana | 6 | 11,0 | 623 | 44,0 | 380:20:00 | 35,3 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 2 | 3,7 | 328 | 23,2 | 174:55:00 | 16,2 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispana) | 4 | 7,4 | 295 | 20,8 | 205:25:00 | 19,0 |
| Ibérica | - | - | - | - | - | - |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | 2 | 3,7 | 47 | 3,3 | 41:20:00 | 3,8 |
| Total | 54 | 100,0 | 1.416 | 100,0 | 1.078:20:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel

* Las dos únicas coproducciones iberoamericanas indicadas se refieren a la adaptación española del formato colombiano *Gavilanes* [*Pasión de Gavilanes*] y de la argentina *Valientes* [*Valientes*]. A efectos del cómputo global del año se consideran, por consiguiente, ficción estatal.

La diferencia entre la ficción doméstica emitida en 2010 y 2009 se reduce sensiblemente en el conjunto estatal, pues las cadenas autonómicas aportan este año seis títulos más que el pasado. Así pues, los 84 títulos, entre estatales y autonómicos, de 2010 (tan sólo tres menos que el año anterior) suman 1.420:40:00 horas, mientras que los 694 capítulos/episodios menos que el año pasado se deben en buena parte a la reducción en el ámbito autonómico de los *sketches*. Al igual que en años anteriores, Canal Sur y TV Canarias concentran la mayor parte de las telenovelas de estreno del período, programadas sucesivamente en aquéllas cadenas de la FORTA que emiten ficción latinoamericana.

Tabla 2b. Total de ficción de estreno estatal y autonómica en 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|----------------------|---------|------|-------|------|-------------|------|
| Estatad y autonómica | 82 | 82,8 | 1.755 | 52,4 | 1.366:20:00 | 57,8 |
| Iberoamericana | 15 | 15,2 | 1.546 | 46,2 | 957:00:00 | 40,5 |

| | | | | | | |
|---|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 7 | 7,1 | 708 | 21,1 | 441:55:00 | 18,7 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispana) | 8 | 8,1 | 838 | 25,0 | 515:05:00 | 21,8 |
| Ibérica | - | - | - | - | - | - |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | 2 | 2,0 | 47 | 1,4 | 41:20:00 | 1,7 |
| Total | 99 | 100,0 | 3.348 | 100,0 | 2.364:40:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel

Al igual que el año pasado, las telenovelas emitidas en las cadenas estatales proceden de Estados Unidos (cuatro títulos) y de Argentina (un título), a las que también se suma esta vez México (un título), otro de los países que nutren tradicionalmente TVE.

Tabla 3a. Ficción de estreno estatal exhibida en cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|--|-----------|--------------|--------------|--------------|-----------------|--------------|
| Brasil | - | - | - | - | - | - |
| Argentina | 1 | 1,9 | 208 | 14,7 | 78:45 | 7,3 |
| Chile | - | - | - | - | - | - |
| Colombia | - | - | - | - | - | - |
| Ecuador | - | - | - | - | - | - |
| España | 48 | 88,8 | 793 | 56,0 | 698:00 | 64,7 |
| EE.UU. (producción hispana) | 4 | 7,4 | 295 | 20,8 | 205:25 | 19,1 |
| México | 1 | 1,9 | 120 | 8,5 | 96:10 | 8,9 |
| Portugal | - | - | - | - | - | - |
| Uruguay | - | - | - | - | - | - |
| Venezuela | - | - | - | - | - | - |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 54 | 100,0 | 1.416 | 100,0 | 1.078:20 | 100,0 |

Fuente: Obitel

Las producciones hispanas también dominan en las cadenas autonómicas (cuatro títulos), importadoras asiduas de telenovelas mexicanas (dos títulos). Pero, a diferencia de las estatales, tv Canarias sigue apostando por los programas de Venezuela (dos títulos) y también cuenta en esta ocasión con una telenovela colombiana. Sin embargo, el dato más llamativo de la aportación estadounidense al total español en el 2010 es que, pese a contar con un título menos que el año pasado, registra 386 capítulos y 155:05:00 horas más que en el 2009.

Tabla 3b. Ficción de estreno estatal y autonómico exhibida en cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Brasil | - | - | - | - | - | - |
| Argentina | 1 | 1,0 | 208 | 6,2 | 78:45 | 3,3 |
| Chile | - | - | - | - | - | - |
| Colombia | 1 | 1,0 | 77 | 2,3 | 35:15:00 | 1,5 |
| Ecuador | - | - | - | - | - | - |
| España (estatal y autonómico) | 84 | 84,9 | 1.802 | 53,8 | 1.407:40:00 | 59,5 |
| EE.UU. (producción hispana) | 8 | 8,1 | 838 | 25,0 | 515:05:00 | 21,8 |
| México | 3 | 3,0 | 232 | 7,0 | 184:40:00 | 7,8 |
| Portugal | - | - | - | - | - | - |
| Uruguay | - | - | - | - | - | - |
| Venezuela | 2 | 2,0 | 191 | 5,7 | 143:15:00 | 6,1 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 99 | 100,0 | 3.348 | 100,0 | 2.364:40:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel

Tabla 4a. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franja horaria estatal

| Estatales | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|-------------|-------|
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-15:00h) | - | - | - | - |
| Tarde (15:00h-21:00h) | 387 | 48,8 | 268:40:00 | 38,5 |
| <i>Prime time</i> (21:00h-23:00h) | 387 | 48,8 | 408:40:00 | 58,5 |
| Noche (23:00h-6:00h) | 19 | 2,4 | 20:40:00 | 3,0 |
| Total | 793 | 100,0 | 698:00:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-15:00h) | 208 | 33,4 | 78:45:00 | 20,7 |
| Tarde (15:00h-21:00h) | 415 | 66,6 | 301:35:00 | 79,3 |
| <i>Prime time</i> (21:00h-23:00h) | - | - | - | - |
| Noche (23:00h-6:00h) | - | - | - | - |
| Total | 623 | 100,0 | 380:20:00 | 100,0 |
| Total | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-15:00h) | 208 | 14,7 | 78:45:00 | 7,3 |
| Tarde (15:00h-21:00h) | 802 | 56,7 | 570:15:00 | 52,9 |
| <i>Prime time</i> (21:00h-23:00h) | 387 | 27,3 | 408:40:00 | 37,9 |
| Noche (23:00h-6:00h) | 19 | 1,3 | 20:40:00 | 1,9 |
| Total | 1.416 | 100,0 | 1.078:20:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel

En términos porcentuales, el desplazamiento de las emisiones desde la tarde al *prime time* apenas si tiene incidencia en el total de horas emitidas en el conjunto estatal (un 4,5% más que en el 2009), mientras que las de la mañana aumentan un 16% en la ficción iberoamericana.

**Tabla 4b. Capítulos/Episodios y horas emitidos
por franja horaria estatal y autonómica**

| Estatal y autonómica | | | | |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-15:00h) | - | - | - | - |
| Tarde (15:00h-21:00h) | 675 | 37,4 | 416:15:00 | 29,6 |
| <i>Prime Time</i> (21:00h-23:00h) | 1.106 | 61,4 | 967:40:00 | 68,7 |
| Noche (23:00h-6:00h) | 21 | 1,2 | 23:45:00 | 1,7 |
| Total | 1.802 | 100,0 | 1.407:40:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-15:00h) | 932 | 60,3 | 510:25:00 | 53,4 |
| Tarde (15:00h-21:00h) | 599 | 38,7 | 442:25:00 | 46,2 |
| <i>Prime Time</i> (21:00h-23:00h) | 15 | 1,0 | 4:10:00 | 0,4 |
| Noche (23:00h-6:00h) | - | - | - | - |
| Total | 1.546 | 100,0 | 957:00:00 | 100,0 |
| Total | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-15:00h) | 932 | 27,8 | 510:25:00 | 21,6 |
| Tarde (15:00h-21:00h) | 1.274 | 38,1 | 858:40:00 | 36,3 |
| <i>Prime Time</i> (21:00h-23:00h) | 1.121 | 33,5 | 971:50:00 | 41,1 |
| Noche (23:00h-6:00h) | 21 | 0,6 | 23:45:00 | 1,0 |
| Total | 3.348 | 100,0 | 2.364:40:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel

La tabla siguiente muestra el pronunciado descenso de los seriales y los *sketches* en la ficción estatal, que se salda con 177:40:00 horas de emisión de seriales y 200:15:00 horas de emisión de *sketches* menos que en el 2009. Como en años anteriores, el único formato iberoamericano importado es la telenovela.

Tabla 5a. Formatos de la ficción estatal e iberoamericana

| Estatales | | | | | | |
|----------------------|-----------|--------------|------------|--------------|------------------|--------------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Serial | 2 | 4,2 | 279 | 35,2 | 228:00:00 | 32,6 |
| Serie | 24 | 50,0 | 303 | 38,2 | 354:35:00 | 50,8 |
| Miniserie | 13 | 27,1 | 26 | 3,3 | 32:30:00 | 4,7 |
| Telefilme / tv movie | 3 | 6,2 | 3 | 0,4 | 3:55:00 | 0,6 |
| Otros (sketch) | 6 | 12,5 | 182 | 22,9 | 79:00:00 | 11,3 |
| Total | 48 | 100,0 | 793 | 100,0 | 698:00:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Serial | 6 | 100,0 | 623 | 100,0 | 380:20:00 | 100,0 |
| Serie | - | - | - | - | - | - |
| Miniserie | - | - | - | - | - | - |
| Telefilme / tv movie | - | - | - | - | - | - |
| Otros (sketch) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 6 | 100,0 | 623 | 100,0 | 380:20:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel

La reducción de la emisión de seriales y *sketches* todavía es más pronunciada en relación al conjunto español, con 193 horas de seriales y 292:25:00 horas de *sketches* menos que el año pasado. Por el contrario, la programación regular de tv movies en Canal9 durante el verano ha incrementado de manera substancial la aportación de este formato en número de horas, que ha pasado del 0,3% de 2009 al 1,6% de 2010. El tiempo de emisión de miniseries aumenta este año un 1,0%.

Tabla 5b. Formatos de la ficción estatal, autonómica e iberoamericana

| Estatual y autonómica | | | | | | |
|-----------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Serial | 8 | 9,5 | 999 | 55,4 | 642:40:00 | 45,7 |
| Serie | 36 | 42,9 | 558 | 31,0 | 615:20:00 | 43,7 |
| Miniserie | 17 | 20,2 | 34 | 1,9 | 42:15:00 | 3,0 |
| Telefilme / tv movie | 16 | 19,1 | 16 | 0,9 | 23:00:00 | 1,6 |
| Otros (sketch) | 7 | 8,3 | 195 | 10,8 | 84:25:00 | 6,0 |
| Total | 84 | 100,0 | 1.802 | 100,0 | 1.407:40:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Serial | 15 | 100,0 | 1.546 | 100,0 | 957:00 | 100,0 |
| Serie | - | - | - | - | - | - |
| Miniserie | - | - | - | - | - | - |
| Telefilme / tv movie | - | - | - | - | - | - |
| Otros (sketch) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 15 | 100,0 | 1.546 | 100,0 | 957:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel

Como viene siendo habitual en las parrillas estatales, el *prime time* concentra la mayor parte de los estrenos del año (41 títulos sobre un total de 48). Esta pauta se mantiene también en la programación del conjunto estatal, aunque matizada por la mayor presencia de ficción en la tarde de las cadenas autonómicas (69 títulos de estreno sobre un total de 84).

Tabla 6a. Formatos de la ficción estatal por franja horaria

| Formatos | Mañana | | Tarde | | Prime time | | Noche | | Total | |
|-------------------------|--------|---|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | - | % | - | % | - | % | - | % | | % |
| Serial | - | - | 2 | 50,0 | - | - | - | - | 2 | 4,2 |
| Serie | - | - | - | - | 21 | 51,2 | 3 | 100,0 | 24 | 50,0 |
| Miniserie | - | - | - | - | 13 | 31,7 | - | - | 13 | 27,1 |
| Telefilme / TV movie | - | - | - | - | 3 | 7,3 | - | - | 3 | 6,2 |
| Otros (<i>sketch</i>) | - | - | 2 | 50,0 | 4 | 9,8 | - | - | 6 | 12,5 |
| Total | - | - | 4 | 100,0 | 41 | 100,0 | 3 | 100,0 | 48 | 100,0 |

Fuente: Obitel

Tabla 6b. Formatos de la ficción estatal y autonómica por franja horaria

| Formatos | Mañana | | Tarde | | Prime time | | Noche | | Total | |
|-------------------------|--------|---|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | - | % | - | % | - | % | - | % | | % |
| Serial | - | - | 4 | 40,0 | 4 | 5,8 | - | - | 8 | 9,5 |
| Serie | - | - | - | - | 33 | 47,8 | 3 | 60,0 | 36 | 42,9 |
| Miniserie | - | - | 1 | 10,0 | 16 | 23,2 | - | - | 17 | 20,2 |
| Telefilme / TV movie | - | - | 3 | 30,0 | 11 | 15,9 | 2 | 40,0 | 16 | 19,1 |
| Otros (<i>sketch</i>) | - | - | 2 | 20,0 | 5 | 7,3 | - | - | 7 | 8,3 |
| Total | - | - | 10 | 100,0 | 69 | 100,0 | 5 | 100,0 | 84 | 100,0 |

Fuente: Obitel

De manera consecuente con cuanto se ha venido exponiendo hasta aquí, la duración corta de la ficción estatal de estreno disminuye de manera proporcional a la reducción de los *sketches*. Por tanto, el número de capítulos/episodios de duración media y larga emitidos en 2010 aparece por primera vez compensado en ambos formatos. En términos generales, se puede decir que el total de la producción española y autonómica también sigue la misma pauta, aunque la duración media se distancie más de la larga en este último caso.

Tabla 7a. Duración neta de capítulos/episodios

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|-----------------|---------------------|--------------|
| Corta (30') | 151 | 19,1 |
| Media (30'-60') | 323 | 40,7 |
| Larga (60'+) | 319 | 40,2 |
| Total | 793 | 100,0 |

Fuente: Obitel

Tabla 7b. Duración neta capítulos/episodios estatal/autonómica

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|-----------------|---------------------|--------------|
| Corta (30') | 164 | 9,1 |
| Media (30'-60') | 998 | 55,4 |
| Larga (60'+) | 640 | 35,5 |
| Total | 1.802 | 100,0 |

Fuente: Obitel

Este año se han emitido 12 títulos ambientados en el pasado y una ficción histórica, lo que implica un 3,9%, más que en el 2009. Por el contrario, los relatos ambientados en el presente, disminuyen un 2,1% en el 2010.

Tabla 8a. Época de la ficción estatal

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|--------------|
| Presente | 35 | 72,9 |
| Pasado | 12 | 25,0 |
| Histórica | 1 | 2,1 |
| Otra | - | - |
| Total | 48 | 100,0 |

Fuente: Obitel

La suma de las seis ficciones autonómicas ambientadas en el pasado a las series y miniseries estatales (20 títulos) eleva la diferencia con el año 2009 del total estatal y autonómico al 3,4%, que repercute en el descenso del 1,1% de los títulos ambientados en el presente respecto al año anterior.

Tabla 8b. Época de la ficción estatal y autonómica

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|--------------|
| Presente | 64 | 76,2 |
| Pasado | 18 | 21,4 |
| Histórica | 2 | 2,4 |
| Otra | - | - |
| Total | 84 | 100,0 |

Fuente: Obitel

El *ranking* de los diez programas de ficción más vistos en el 2010 refleja la buena acogida dispensada a las series ambientadas en el pasado y a los *biopics*, a la vez que confirma el acierto de los estrenos en una clasificación donde tan sólo repiten tres títulos de La 1 que también figuraban en el *ranking* del año anterior (*Águila roja*, *La señora* y *Cuéntame cómo pasó*). *Águila roja*, encabeza la lista por segundo año consecutivo y *Cuéntame cómo pasó* pasa del cuarto al tercer lugar. Los casi cinco puntos que gana *La señora* en esta ocasión (que la remontan desde el séptimo puesto alcanzado en el 2009 al segundo del 2010) se deben al hecho de que tan sólo incluyen las tres últimas emisiones de una serie cuya conclusión había generado muchas expectativas.

Tabla 9a. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share estatal

| Título | Idea original o guión | Casa productora | TV privada/pública | Formato | Nombre guionista o autor idea original | Miles | Rating | Share |
|----------------------------------|-----------------------|----------------------------|--------------------|---------------------|--|-----------|--------|-------|
| 1. <i>Águila roja</i> | España | Globomedia | Pública | Serie | D. Ecija y J. C. Cueto | 5.687.050 | 13,00 | 29,0 |
| 2. <i>La señora</i> | España | Diagonal TV | Pública | Serie | V. Yagüe | 4.887.333 | 11,1 | 23,3 |
| 3. <i>Cuéntame cómo pasó</i> | España | Grupo Ganga | Pública | Serie | M. A. Bernardeu | 4.820.429 | 11,0 | 24,7 |
| 4. <i>Felipe y Letizia</i> | España | Tele5, Brutal Media | Privada | Miniserie | J. Oristrell | 4.660.500 | 10,6 | 22,8 |
| 5. <i>Hispania, la leyenda</i> | España | Bambú Producciones | Privada | Serie | R. Campos | 4.483.750 | 10,2 | 23,6 |
| 6. <i>La duquesa</i> | España | Tele5, Ficción Media (ZZJ) | Privada | Miniserie | A. Hernández y C. Pombero | 4.185.500 | 9,5 | 22,2 |
| 7. <i>Gran reserva</i> | España | Bambú Producciones | Pública | Serie | R. Campos y G. R. Neira | 3.922.769 | 8,9 | 21,3 |
| 8. <i>El pacto</i> | España | Videomedia | Privada | Miniserie | S. Mercero | 3.770.500 | 8,6 | 20,3 |
| 9. <i>El secuestro de Anabel</i> | España | Pedro Costa PC | Pública | TV movie | P. Costa | 3.679.000 | 8,4 | 18,1 |
| 10. <i>Los protegidos</i> | España | Ida y Vuelta | Privada | Serie | D. Madrona y R. García | 3.359.385 | 7,7 | 18,1 |
| Total de producciones | | Guiones originales | | Guiones extranjeros | | | | |
| 10 | | 100,0 % | | 0% | | | | |

Fuente: Obitel

El *ranking* autonómico presenta menos novedades que el estatal, con tan sólo cuatro títulos de estreno. El serial andaluz *Arrayán* (575.517 y 17,0%) abre de nuevo una clasificación la mitad de la cual está integrada una vez más por las ficciones de tv3, en la que también entra este año la serie gallega de rvg *Padre Casares* (242.933 y

22,4%).

Tabla 9b. Los diez títulos más vistos: origen, formato, share autonómico

| Título | Idea/ guión | Productora | Pública/ privada | Formato | Guionista/ autor idea original | Miles | Share |
|----------------------------------|----------------|----------------------------------|---------------------|---------------|--|---------|-------|
| 1. <i>Arrayán</i> | España | Linze TV | Pública | Serial | E. Galdo | 575.717 | 17,0 |
| 2. <i>Més dinamita</i> | España | Tricicle | Pública | <i>Sketch</i> | Tricicle | 505.154 | 16,4 |
| 3. <i>Ventdelplà</i> | España | Diagonal TV | Pública | Serial | J. M. Benet y Jornet | 502.750 | 16,9 |
| 4. <i>L'alqueria blanca</i> | España | RTVV, Trivisión, Nadir TV | Pública | Serie | J. Prats, D. Braginsky y O. Martí | 478.757 | 21,0 |
| 5. <i>La sagrada familia</i> | España | Dagoll Dagom, Media Pro | Pública | Serie | A. R. Cisqueella, J. L. Bozzo y Ll. Arcarazo | 473.467 | 15,1 |
| 6. <i>Padre Medina</i> | España | Kálida Producc. | Pública | Serie | R. Campos | 350.769 | 10,0 |
| 7. <i>Torancón</i> | España | RTVV, RTVE, Nadie es Perfecto | Pública | Miniserie | A. Hernández y J. Galeano | 302.000 | 13,7 |
| 8. <i>Infidels</i> | España | Diagonal TV | Pública | Serie | L. Aguilar, E. Baeza, J. Olivares y N. Parera | 269.188 | 9,4 |
| 9. <i>Ull per ull</i> | España | Rodar y Rodar, TVC, TVE | Pública | Miniserie | I. Palmiola y E. Rodrigo | 253.000 | 11,4 |
| 10. <i>Padre Casares</i> | España | Voz Audiovisual | Pública | Serie | R. Campos, E. Montero y G. Neira | 242.933 | 22,4 |
| Total de producciones | | Guiones originales nacionales | | | Guiones extranjeros | | |
| 10 | | 100% | | | 0% | | |

Fuente: Obitel

Las cadenas estatales exploran satisfactoriamente nuevos sub-géneros dramáticos (aventuras y fantasía), mientras que las autonómicas incluyen en 2010 cuatro comedias, un género que este año ha desaparecido de los Top Ten estatales.

Tabla 10a. Los diez títulos más vistos estatal

| Título | Formato | Género | Año de producción | Número capítulos | Duración capítulo/episodio | Fecha primera emisión | Fecha última emisión | Franja horaria |
|----------------------------------|-----------|-----------|-------------------|------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------|----------------|
| 1º <i>Águila roja</i> | Serie | Aventuras | 2010 | 20 | 80 minutos | 7/1/2010 | 4/11/2010 | Prime time |
| 2º <i>La señora</i> | Serie | Drama | 2010 | 3 | 80 minutos | 4/1/2010 | 18/1/2010 | Prime time |
| 3º <i>Cuéntame cómo pasó</i> | Serie | Dramedy | 2010 | 7 | 80 minutos | 11/11/2010 | 23/12/2010 | Prime time |
| 4º <i>Felipe y Letizia</i> | Miniserie | Drama | 2010 | 2 | 75 minutos | 20/10/2010 | 27/10/2010 | Prime time |
| 5º <i>Hispania, la leyenda</i> | Serie | Drama | 2010 | 8 | 70 minutos | 25/10/2010 | 15/12/2010 | Prime time |
| 6º <i>La duquesa</i> | Miniserie | Drama | 2010 | 2 | 75 minutos | 13/4/2010 | 20/4/2010 | Prime time |
| 7º <i>Gran reserva</i> | Serie | Drama | 2010 | 13 | 70 minutos | 15/4/2010 | 8/7/2010 | Prime time |
| 8º <i>El pacto</i> | Miniserie | Drama | 2010 | 2 | 75 minutos | 10/1/2010 | 17/1/2010 | Prime time |
| 9º <i>El secuestro de Anabel</i> | TV movie | Drama | 2010 | 1 | 85 minutos | 1/3/2010 | 1/3/2010 | Prime time |
| 10º <i>Los protegidos</i> | Serie | Fantasia | 2010 | 13 | 75 minutos | 12/1/2010 | 12/4/2010 | Prime time |

Fuente: Obitel

Tabla 10b. Los diez títulos más vistos autonómicos

| Título | Formato | Género | Año de producción | Número capítulos | Duración capítulo/ episodio | Fecha primera emisión | Fecha última emisión | Franja horaria |
|------------------------------|---------------|---------|-------------------|------------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|
| 1º <i>Arrayán</i> | Serial | Drama | 2010 | 239 | 30 minutos | 4/1/2010 | 30/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| 2º <i>Més dinamita</i> | <i>Sketch</i> | Comedia | 2010 | 13 | 25 minutos | 20/1/2010 | 23/6/2010 | <i>Prime time</i> |
| 3º <i>Ventdelplà</i> | Serial | Drama | 2010 | 28 | 55 minutos | 11/1/2010 | 17/10/2010 | <i>Prime time</i> |
| 4º <i>L'alqueria blanca</i> | Serie | Drama | 2010 | 37 | 60 minutos | 3/1/2010 | 26/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| 5º <i>La sagrada familia</i> | Serie | Comedia | 2010 | 15 | 55 minutos | 18/1/2010 | 31/5/2010 | <i>Prime time</i> |
| 6º <i>Padre Medina</i> | Serie | Comedia | 2010 | 13 | 60 minutos | 19/1/2010 | 6/4/2010 | <i>Prime time</i> |
| 7º <i>Tarancón</i> | Miniserie | Drama | 2010 | 2 | 80 minutos | 20/12/2010 | 22/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| 8º <i>Infidels</i> | Serie | Drama | 2010 | 16 | 60 minutos | 14/9/2010 | 28/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| 9º <i>Ull per ull</i> | Miniserie | Drama | 2010 | 2 | 77 minutos | 30/4/2010 | 30/4/2010 | <i>Prime time</i> |
| 10º <i>Padre Casares</i> | Serie | Comedia | 2010 | 30 | 60 minutos | 4/1/2010 | 27/12/2010 | <i>Prime time</i> |

Fuente: Obitel

Una vez más, el amor se convierte en el eje de una constelación temática poblada de celos, infidelidades, divorcios, manipulaciones y traiciones, donde las relaciones familiares y la amistad también tienen una presencia relevante. Las cuestiones relacionadas con la política y la lucha por la libertad y la igualdad son las temáticas sociales más frecuentes, propiciadas por la revisión del pasado que realiza una buena parte de las series de época.

Tabla 11a. Temáticas en los diez títulos más vistos de la ficción estatal

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|----------------------------------|---|--|
| 1º <i>Águila roja</i> | Poder, intrigas políticas, amor, heroísmo. | Clasismo, dominación, machismo, corrupción política, conflictos generacionales, xenofobia. |
| 2º <i>La señora</i> | Amor prohibido, religión, costumbrismo, política. | Lucha de clases, infidelidad, igualdad sexual, golpe de Estado, democracia. |
| 3º <i>Cuéntame cómo pasó</i> | Familia, trabajo, amor, ascenso social, política, relaciones vecinales. | Democracia, igualdad sexual, derechos trabajadores, conflictos generacionales. |
| 4º <i>Felipe y Letizia</i> | Amor, noviazgo. | Monarquía, desigualdad social, acoso prensa rosa. |
| 5º <i>Hispania, la leyenda</i> | Poder, intrigas políticas, amor, heroísmo, traición. | Dominación, machismo, corrupción política, esclavitud, lucha por la libertad. |
| 6º <i>La duquesa</i> | Amor, familia, libertad. | Clasismo, convenciones sociales, aristocracia, caridad. |
| 7º <i>Gran reserva</i> | Poder, intrigas familiares, secretos, amor, infidelidades. | Rivalidad empresarial, conflictos generacionales. |
| 8º <i>El pacto</i> | Amistad, rebeldía. | Embarazo adolescente, conflictos generacionales, maternidad. |
| 9º <i>El secuestro de Anabel</i> | Crimen, investigación policial, relaciones familiares. | Secuestro, desigualdad social, repercusión mediática, machismo |
| 10º <i>Los protegidos</i> | Familia, amistad, amor, relaciones vecinales, poderes sobrenaturales. | Inadaptación, conflictos familiares, miedo al rechazo. |

Fuente: Obitel

Tabla 11b. Temáticas en los diez títulos más vistos de la ficción autonómica

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|------------------------------|---|--|
| 1º <i>Arrayán</i> | Turismo, amor, celos, infidelidad, envidia, relaciones laborales, miedo a la soledad, divorcio, fracasos amorosos, manipulación, traición, rumores. | Dificultades laborales, invidencia, incorporación laboral de los mayores, separación de vida laboral y personal, inmigración, diferencias sociales, embarazos no deseados. |
| 2º <i>Més dinamita</i> | Amor, moda, familia, felicidad. | Teleadicción, sequía, control político, ley antitabaco. |
| 3º <i>Ventdelplà</i> | Familia, amor, celos, divorcio, infidelidad, traición, fracasos amorosos, manipulación. | Violencia de género, aborto, ecología, discapacidad, inmigración, prostitución, enfermedad, homosexualidad, soledad. |
| 4º <i>L'alqueria blanca</i> | Familia, trabajo, amor, relaciones vecinales, costumbrismo. | Mejoras y conflictos sociales, desigualdad social, lucha de clases. |
| 5º <i>La sagrada familia</i> | Familia, herencias, sexo, vacaciones, infidelidad, divorcio. | Soledad personas mayores, machismo, problemas laborales. |
| 6º <i>Padre Medina</i> | Doble moral, religión, rumores infundados, conflicto entre tradición y modernidad, amor. | Conflictos políticos, conflictos generacionales, avances religiosos, dificultades económicas. |
| 7º <i>Tarancón</i> | Poder, intrigas políticas y religiosas, heroísmo. | Conflictos religiosos, transición democrática, avances políticos. |
| 8º <i>Infidels</i> | Amistad, amor, infidelidad, maternidad, divorcio. | Enfermedad, depresión, soledad, homosexualidad. |
| 9º <i>Ull per ull</i> | Amor, familia, asesinato. | Lucha de clases, bandoleros, anarquismo. |
| 10º <i>Padre Casares</i> | Doble moral, religión, rumores infundados, conflicto entre tradición y modernidad, amor prohibido. | Conflictos políticos, avances religiosos, dificultades económicas, maternidad, adopción. |

Fuente: Obitel

6.3. La recepción transmediática

La alianza entre la televisión y la web 2.0. está rejuveneciendo un medio que hacia comienzos del 2000 perdía espectadores jóvenes de manera alarmante y a quienes, por el contrario, atrae ahora bajo la promesa de una recepción cada vez más personalizada y de una creciente interactividad. Al igual que en el resto del mundo, las cadenas y las productoras españolas gestan sus ficciones de manera paralela a su extensión por la Red, convertida en un amplificador de los programas.

El impacto de la ficción en las redes sociales se pone de manifiesto desde la primera aproximación a la página oficial de Facebook dedicada a *El internado*,¹³ una serie de Globomedia con un *target* del grupo comprendido entre 13 y 24 años cercano al 40%.¹⁴ Dicha página forma parte de un conjunto de recursos que Antena3 despliega en su estrategia de promoción del programa y cuenta con numerosos *links* con la web oficial de la serie, donde se ofrecen vídeos, fotos, entrevistas, concursos y todas aquellas informaciones consideradas de interés para los fans. Desde el punto de vista de los internautas, la página facilita un espacio donde los seguidores de la serie pueden expresar sus opiniones y relacionarse con otros usuarios que comparten su interés por *El internado*, así como obtener información relacionada con esta ficción de Antena3.

La principal herramienta de la interacción es lo que Facebook denomina “el muro”, un espacio donde pueden dejar comentarios tanto los coordinadores de la página, como todas aquellas personas que pre-

13 Sobre la distinción entre página y grupo, véase la propia definición de Facebook. Disponible en: <<http://www.facebook.com/#!/help/?search=groups%20and%20pages>>. Acceso el: 24 de enero de 2010.

14 *El internado* concluía el 13 de octubre de 2010 tras siete temporadas en antena. La serie de Globomedia trata sobre un grupo de jóvenes estudiantes del elitista colegio La Laguna Negra, donde se ven inmersos en extrañas circunstancias que les empujan a investigar los misterios escondidos en dicha institución.

viamente se hayan hecho “amigos” de la serie. En el muro se pueden publicar directamente fotos y vídeos, pero la propia página dispone de apartados especiales para estos contenidos (tanto oficiales como añadidos por los fans). También hay una sección dedicada a los eventos organizados por *El internado*, con detalles sobre participación y logística, así como un espacio donde los fans escriben sus críticas y reseñas sobre la serie y otro apartado con notas de *El internado*.

La ausencia de contador no permite determinar con exactitud el promedio de visitantes de la página durante el periodo observado.¹⁵ Sin embargo, es posible constatar un incremento continuo en el número de seguidores, que sigue aumentando incluso meses después de finalizada la serie. Así pues, el día 5 de octubre de 2010, la web contaba con 265.565 seguidores, una cifra que ascendía hasta 288.168 el 14 del mismo mes (el día después de su final) y que en enero de 2011 superaba ya los 360 mil seguidores.

Las aportaciones a la página oficial de *El internado* en Facebook se pueden clasificar, de manera general, en tres grupos: los comentarios publicados por los coordinadores de la página; las respuestas generadas por dichos comentarios y, finalmente, los *posts* que los seguidores de la página escriben en el muro de forma espontánea.

Durante el periodo de observación, los coordinadores de la página publicaron en su muro un total de 47 comentarios, que suscitaron 13.053 respuestas de los internautas (sin incluir los innumerables “me gusta”¹⁶ añadidos sucintamente por muchos usuarios). Los *posts* oficiales contienen siempre un enlace con otra página también oficial (u otro apartado de Facebook), donde se alberga el contenido del que tratan. Este hecho pone de relieve una cierta *función esca-*

15 Desde el 4 al 14 de octubre de 2010, periodo que abarca la emisión de los últimos tres episodios de la serie.

16 Cada comentario puede ser respondido a través de un nuevo *post* o bien aprobado a través de un *click* en el botón “me gusta”. Esta herramienta posibilita un *feedback* muy rápido, aunque el resultado es una expresión parcial de la situación al no disponer de una estrategia equivalente para expresar el desacuerdo.

parate por parte de la red social, que en este caso utiliza el muro del programa básicamente como carta de presentación de la serie y de los numerosos recursos generados por la web 2.0.

A grandes rasgos, los comentarios oficiales se dividen en dos bloques, en función de su potencial interactivo: los que incitan a una participación en mayor o menor grado de los internautas y aquéllos que optan por una vertiente más informativa en torno a los contenidos de la serie. El primer grupo (participación) incluye *posts* relacionados con diferentes concursos; vídeo encuentros con internautas; solicitudes a los seguidores (peticiones de creación de vídeos, cambio de avatares y fotos de perfil etc.); preguntas directas y, finalmente, comentarios realizados en tiempo real de forma paralela a la emisión de la serie por televisión. El segundo grupo (información) está integrado por *posts* con vídeos de resumen; avances de la serie; *making of*, episodios completos del programa (gratis o previo pago); fotos; autopromoción de *El internado* y comunicados oficiales (confirmación de eventos, cambios de horario, solución de problemas técnicos con algún *link* etc.).

El número de personas que contestan a los comentarios en tiempo real es muy elevado en comparación con el resto de los *post* oficiales. Así, los anuncios de resultados de concursos obtienen entre 24 y 54 respuestas y la invitación a crear un vídeo recibe 114, mientras que las contestaciones de los internautas a los comentarios en tiempo real oscilan entre 401 y 1.476 respuestas. Por tanto, se puede inferir que los espectadores utilizan Facebook para expresar sus opiniones mientras ven por televisión los episodios en directo, lo que confirma la tendencia en alza del carácter *multitasking* de la recepción (consumo simultáneo de medios de comunicación).¹⁷

Como no se aprecian diferencias significativas entre las respuestas a los *posts* espontáneos (unos 4 mil aproximadamente)¹⁸ y a

17 Ver Nielsen, 2010.

18 A diferencia de los comentarios oficiales y sus réplicas, Facebook no dispone

los comentarios oficiales, es posible incluirlas en una misma tipología de comentarios publicados por los internautas en la página de *El internado*, aunque las primeras suelen estar relacionadas con el contenido propuesto por los coordinadores. Así pues, se han identificado ocho tipos de comentarios en función de su temática: actores, historia, horarios, enlaces publicados por fans, personajes, publicidad, de carácter pragmático y otros comentarios. Sin duda alguna, la historia de la serie es la temática que suscita un mayor interés y acapara una gran parte de los *posts*, seguida muy de cerca por los personajes. Las características propias de *El internado* (un *thriller* de misterio) y del período examinado (el final) originan una gran abundancia de comentarios sobre la conclusión del programa. En los días previos a la emisión del último capítulo las conversaciones de los telenautas giran principalmente en torno a cómo se resolverían las incógnitas planteadas, mientras que, una vez resuelta la trama principal, los comentarios muestran el acuerdo o el desacuerdo de los usuarios con las soluciones de los guionistas. Por consiguiente, uno de los temas más comentados ha sido la muerte de Fermín (Raúl Fernández), uno de los personajes más apreciados por los espectadores:

Laura González Hernandez *ooohh que bonito final lastima que fermin despues de todo lo que ha echose muera pero bueno a quedado como un heroe y todo a tenido un final emocionante. 14 de octubre, 19:22h*

Los internautas también discuten frecuentemente algunos aspectos de la serie que les suscitan dudas o que les parecen poco coherentes:

Jose Diaz Muñoz *El final estuvo bien, pero... hay bastantes fallos que no me gan gustado nada... como el disparo de Marcos en el brazo... que luego no tiene nada!!! tampoco me gustó la forma de encontrar el movil de Roque, pues este se debería de haber presentado*

de ningún tipo de contador de los *posts* espontáneos, por lo que se ha realizado un cálculo estimativo a partir de una muestra de 50 páginas del total de 730 recogidas (con una media de unos seis comentarios por página).

a Julia y no quedar como el malo malísimo!! y la muerte de Fermín!!! toda... la serie como McGyver que no moría nunca!! y al final muere con un cuchillito de la forma más tonta!! y por supuesto... no entiendo lo de los archivos secretos!!! como aparecen gente que estaba muerta, pensé que estarían congelados en una de esas máquinas... yal final los resucitaban!! o algo así!!! en fin el final estuvo bien, pero... podría haber estado mejor!!! 14 de octubre, 20:23h

De hecho la confusión en torno a *Los archivos secretos de El internado* es uno de los temas recurrentes en los discursos de los telenautas que merece la pena destacar, ya que demuestra la importancia de las narrativas transmediáticas en el consumo de ficción actual. Se trata de un programa especial integrado por 17 episodios de unos 20 minutos de duración, que precedían a cada capítulo de *El internado*, donde algunos personajes eran interrogados un año después de lo sucedido durante la serie. Los espectadores fieles a esta extensión del programa, sabían que se trataba tan sólo de las alucinaciones de uno de sus protagonistas. En cambio, los que sólo la seguían parcialmente se vieron inducidos a creer que algunos personajes sobrevivirían o incluso volverían a la vida, ya que aparecían declarando en *Los archivos secretos de El internado*.

Algunos comentarios relacionados con las extensiones de la serie a la web 2.0 tienen carácter pragmático. Se trata de observaciones relacionadas con elementos que trascienden la ficción propiamente dicha, como por ejemplo la participación en concursos y en eventos organizados en torno a *El internado*. Respecto a los comentarios sobre los actores, cabe señalar que suelen expresar admiración, lo que tampoco impide encontrar a veces opiniones adversas. Los *posts* sobre horarios y publicidad acostumbran a estar ligados y es frecuente que se refieran tanto al exceso de anuncios como al consiguiente alargamiento del tiempo de emisión que implica la introducción de publicidad. Hay incluso quien manifiesta su preferencia por el consumo a través de la internet precisamente para evitar los cortes publicitarios:

Cristina Collazos *con tanto anuncio dan ganas de cambiar de canal y esperar a verlo en la web, pq ademas como sea tan flojillo como el de la semana pasada...* 4 de octubre, 22:46h

El número de *links* publicados por los usuarios es relativamente bajo respecto al número total de comentarios (apenas varios centenares de *links* frente a 17 mil *posts*). Una parte de dichos *links* remiten a otras webs relacionadas con la serie (oficiales, de fans, de información sobre ficción televisiva etc.). En otros casos constituyen enlaces a alguna página de descargas (legales e ilegales), pero también hay muchos otros *links* de *spam* y de autopromoción, mientras que los comentarios clasificados como “otros” incluyen desde el *spam* hasta las peticiones de amistad en Facebook, pasando por cuestiones sobre los escenarios del rodaje etc. Por el contrario, hay muy pocos *posts* que traten temáticas sociales, quizás porque el contenido de una serie apuntalada sobre el misterio y la intriga, que no se confronta con el mundo empírico del espectador, invita más bien a especular sobre la resolución de las diferentes tramas que sobre cualquier otro tipo de cuestiones.

La validación del contenido por parte del usuario se produce, en primera instancia, cuando una persona decide apretar el botón “me gusta” para formar parte de una página de Facebook. En ese sentido, es preciso señalar que la mayoría de los seguidores de la web de *El internado* valoran de forma positiva la serie. Sin embargo, puede haber discrepancias en relación a determinadas tramas concretas, sobre todo, en relación al controvertido final del programa (con la mencionada muerte de Fermín) y la resolución de un argumento relativamente complejo que no podía satisfacer a todo el mundo.¹⁹

19 La supuesta muerte de los padres de uno de los protagonistas da pie a que un grupo de jóvenes comience a indagar los extraños sucesos ocurridos en *El internado*. Así revelarán la conspiración de una multinacional farmacéutica financiada por antiguos nazis para crear un virus letal capaz de destruir el mundo en apenas unos días. En el transcurso de su investigación, los jóvenes descubrirán que no pueden confiar ni en sus propios amigos, y que pocas personas son realmente quienes dicen ser.

En cuanto a la interacción entre los usuarios se observa que a pesar de haber un cierto *feedback* entre los internautas, los diálogos se producen más bien de forma puntual y el número de interacciones de este tipo suele ser reducido. En consecuencia, “el muro” de la página de *El internado* se asimila más a un panel de corcho, donde cada uno va colgando lo que le parece oportuno, que no a una verdadera conversación coherente. Así por ejemplo, las mismas preguntas (sobre todo en relación a la historia y los concursos) se repiten una y otra vez, aunque ya hayan sido contestadas previamente, y pocas veces se dedica tiempo a comprobar si las inquietudes de uno ya tienen respuesta.

En conclusión, se puede afirmar que “el muro” de Facebook actúa precisamente como lo que es, un escaparate donde se cuelgan las opiniones de los espectadores, se piden informaciones o se publican datos oficiales que pueden interesar a los seguidores de la ficción. La página de *El internado* es un lugar de encuentro para gente que comparte un mismo interés (la serie), lo que no siempre implica que se produzcan interacciones entre los usuarios, más allá de la respuesta a una pregunta puntual.

En términos generales, nada parece indicar que los discursos de los internautas marquen ningún tipo de pauta en relación a los diferentes temas que comentan, sino que más bien se estructuran en torno a la reiteración de determinadas temáticas repetidas de forma cíclica y que, aunque a veces encuentran respuesta, suelen caer rápidamente en el olvido. Sin embargo, la preeminencia de este tipo de intervenciones podría derivar, al menos en parte, de un condicionante técnico derivado de las propias limitaciones estructurales de la red social, que impide una búsqueda ágil de los *posts* antiguos. Por ello, mientras que la posibilidad de expresarse constituye un elemento fundamental de esta página, la interactividad queda difuminada entre la gran cantidad de comentarios y la falta de organización de los discursos de los usuarios.

6.4. Lo más destacado del año

Águila roja encabeza por segundo año consecutivo el *ranking* de la ficción española, con unos resultados de audiencia tan extraordinarios que incluso mejoran los del 2010. La media de 5.687.050 espectadores obtenida en los 20 episodios emitidos en esta ocasión (siete de la primera temporada y 13 de la segunda), han reportado a La 1 un *share* del 29,0%, 13 puntos por encima de la cuota de pantalla de la cadena. Convertida en el mejor estreno de ficción desde 2005, *Águila roja* atesora un nutrido palmarés, tanto nacional como internacional, y rejuvenece al público adulto del primer canal estatal con casi un 40% de espectadores de edades comprendidas entre 25 y 44 años que siguen las aventuras de un maestro del siglo XVII convertido en justiciero. Pero esta producción de Globomedia no sólo es líder de audiencia, sino también pionera en explorar el género de aventura ambientado en el pasado.

Tras la estela de *Águila roja*, Antena3 estrenaba el 25 de octubre *Hispania, la leyenda*, una serie ambientada en la conquista romana de la Península Ibérica y centrada inicialmente en torno a Viriato, un caudillo que combatió a los romanos en la zona comprendida entre los ríos Duero y Guadiana. El estreno de *Hispania* protagonizó un singular baile de fechas en la parrilla de Antena3, huyendo de la confrontación directa con la miniserie de Tele5 *Felipe y Letizia*. Finalmente, la decisión de la cadena de Planeta de emitir el primer episodio sin publicidad situó a *Hispania* casi dos puntos por encima de la miniserie sobre los príncipes de Asturias y los ocho episodios de la primera temporada han obtenido una media de audiencia de 4.483.750 espectadores (23,6%).

La buena estrella de TVE en el 2010 volvía a brillar con la substituta de *La señora*, *Gran reserva*, tras la despedida definitiva de la primera en enero con la muerte de su protagonista y la promesa de un *spin off* en el 2011 (*14 de abril. La República*). *Gran reserva* es una serie de estructura capitular, ambientada en los viñedos de la Rioja Alta; una es-

pecie de *Falcon Crest* a la española, aderezado con algunos de los ingredientes prototípicos de las *soap operas*. A pesar de no encajar ni con el afán por los relatos del pasado que caracteriza la ficción española este año, ni buscar el *target* juvenil tan cortejado por las cadenas privadas, la serie de Bambú Producciones se ha situado en el quinto puesto del *ranking* anual, con 3.922.769 espectadores (21,3%).

Los protegidos (Antena3) es, junto con *Hispania, la leyenda* y *Gran reserva*, la tercera y última serie de estreno que triunfa en el año con más miniseries y tv movies de la historia de la ficción estatal.²⁰ Se trata de un *dramedy* fantástico familiar que ha compensado a Antena3, al menos en parte, de la conclusión de *El internado* el 13 de octubre y del desgaste de *Física o Química* tras seis temporadas de emisión, con 3.359.385 espectadores (18,1%) y el décimo puesto de la clasificación anual. Los protegidos a quienes se refiere el título de la serie son un grupo de niños, adolescentes y jóvenes con poderes sobrenaturales, que permiten a esta producción de Ida y Vuelta desplegar todo un conjunto de efectos especiales muy del agrado del *target* al que apunta, a tenor de la cuota de pantalla superior al 40% entre los espectadores de cuatro a 24 años con los que cuenta.

A pesar de que el rendimiento medio de las miniseries y tv movies ha sido satisfactorio, los resultados de audiencia obtenidos distan mucho de ser homogéneos. Dos *biopics* de Tele5, *Felipe y Letizia* (4.660.500 espectadores y 22,8%) y *La duquesa* (4.185.500 espectadores y 22,1%), se sitúan respectivamente en la cuarta y la sexta posiciones de los Top Ten, que también incluyen dos historias inspiradas en hechos reales, *El pacto* (3.770.500 espectadores y 20,3%) y *El secuestro de Anabel* (3.679.000 espectadores y 18,1%).

20 Las incursiones de las televisiones españolas estatales en los llamados “géneros nobles” de la ficción televisiva hasta el 2007 eran más bien episódicas. En 2008, las tres grandes cadenas ofrecieron siete miniseries (sobre un total de 47 títulos). En 2009 se estrenaron 13 miniseries y tv movies (sobre un total de 56 títulos), mientras que las miniseries y tv movies ascienden a 16 en el 2010 (sobre un total de 48 títulos).

La única miniserie de Tele5 que no ha tenido éxito en 2010 ha sido *Vuelo IL8714*, cuya media de 1.532.500 espectadores (9,6%) no ha permitido a la cadena rentabilizar la inversión realizada, ni mucho menos compensar la encendida polémica causada por la rememoración de un hecho tan funesto y relativamente reciente, en el que perecieron 191 personas.²¹

Los resultados de audiencia de las cinco miniseries y la tv movie de Antena3 no han sido tan buenos como los de Tele5, a pesar de la exploración de los diferentes géneros y subgéneros en boga realizada por la primera, desde el *biopic* (*Raphael*), hasta el drama con trasfondo histórico (*La princesa de Éboli*), pasando por la intriga (*La piel azul*), la fantasía (*No soy como tú*) o la adaptación de formato (*El Gordo*).²² Ni tan siquiera la tv movie basada en la inolvidable *sitcom* de los años 1990, *La última guardia*, se cuela en el *ranking* de los diez programas más vistos del año, aunque encabeza la clasificación de los formatos nobles de Antena3 y se convierte en el tercer programa más visto de esta cadena (con 3.122.000 espectadores y 16,2%), tras *Hispania, la leyenda* y *Los protegidos*.

La dificultad de Antena3 para hacerse con el público adulto ha sido probablemente una de las razones del poco arraigo de sus miniseries, un formato que no parece atraer excesivamente a los espectadores jóvenes incluso cuando se dirige específicamente a ellos, a tenor del 1.154.500 espectadores (9,7%) obtenido por los vampiros juveniles de *No soy como tú*. Pero la cadena privada tampoco ha tenido suerte con *La princesa de Éboli* (2.628.000 espectadores y 15,4%), una historia ambientada en el reinado de Felipe II e interpretada por Belén Rueda. Peor aún le ha ido a *Karabudjan* (1.846.000 espectadores y 11,1% de *share*), un policíaco trepidante de seis capítulos, ro-

21 La miniserie *Vuelo IL8714* reconstruye el accidente del avión de Spanair que cubría la ruta entre Madrid y Las Palmas de Gran Canaria, ocurrido en agosto del 2008.

22 *El Gordo* es la adaptación de la canadiense de seis capítulos *Les Lavigueur* (CBC).

dado entre España y Colombia y protagonizado por Hugo Silva, el actor fetiche de *Los hombres de Paco*.

Contrariamente al éxito de las series de La 1 y Antena3, este formato es el que menos satisfacciones ha dado a Tele5, en un año en que también se han agotado sus socorridos *sketches* del acceso al *prime time*. Así pues, la ambiciosa *Tierra de lobos*, una especie de *western* del siglo XIX sobre dos hermanos pistoleros, se sitúa en el puesto número 19 de la clasificación anual, con una media de 2.842.231 espectadores (15,9%) en los 13 episodios de su primera temporada. *Supercharly*, la incursión de Tele5 en la fantasía con una comedia protagonizada por un hombre que posee poderes especiales, ha obtenido únicamente 1.026.200 espectadores (9,2%). Además, este año se ha confirmado el irremediable desgaste de *Aída* (tras ocho temporadas en emisión e incontables repeticiones), que desciende del quinto puesto al doceavo del *ranking* anual con 3.178.813 (17,4%), y de la longeva *Hospital Central*, que se sitúa en el lugar número 30 con 2.213.375 espectadores (14,3%).

Cuatro sigue sin acertar con la ficción propia y ha visto reducida casi a la mitad la audiencia de su serie estrella, *Hay alguien ahí*, que pasa de 1.818.000 espectadores (10,3%) del 2009 a los 712.167 (6,0%) del 2010. Un batacazo espectacular comparable al de sus dos únicos estrenos del año, *La isla de los nominados*, una comedia sobre los supervivientes de un *reality show* (670.613 espectadores y 5,6%) y *Valientes*, adaptación de la homónima serie argentina sobre tres hermanos que planean vengarse de quien los había separado cuando eran niños (518.074 espectadores y 3,9%). LaSexta, que tampoco acaba de despegar con sus apuestas *low cost*, mantiene la audiencia del año pasado en sus únicas incursiones en la ficción en 2010: *¡Qué vida más triste!* (559.135 espectadores y 5,4%) y *La tira* (404.661 y 4,1%).

6.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

El debate sobre la calidad de la televisión entroncaba, a partir de los años 1980, con una segunda edad de oro de la ficción televisiva

inaugurada simbólicamente con el legendario drama policíaco *Hill Street Blues* (NBC, 1981), piedra angular en la renovación de un macrogénero que se acabaría convirtiendo en la punta de lanza de la televisión del siglo XXI. En España, la tardía consolidación de la producción doméstica en la segunda mitad de 1990 y la lenta evolución de los diferentes géneros y formatos de la ficción televisiva, dominados durante más de una década por la comedia familiar, culmina este año con una oferta de ficción más costosa y mejor articulada, epicentro de toda una constelación transmediática en busca de un *target* cada vez más definido. Así, aunque la expansión de la TDT no haya revertido hasta el momento en la diversificación de la oferta e incluso quepa esperar que las fusiones extremen aún más la competitividad, el conjunto de las producciones españolas emitidas en el 2010 ofrece no pocos indicios de calidad.

El cineasta colombiano Sergio Cabrera dirige la única ficción histórica del período, *Adolfo Suárez, el presidente* (Antena3), una biografía de impecable factura sobre el primer presidente de la democracia española, estructurada a partir del frustrado intento de golpe de Estado del 23 de febrero de 1981. A diferencia de los otros cuatro *biopics* del período (*La duquesa*; *Alfonso, el príncipe maldito*; *La princesa de Éboli* y *Raphael*), Cabrera incorpora material de archivo y reflexiona sobre el papel de Suárez en el decisivo período de la historia española que relata. Por el contrario, el visto bueno de Cayetana Fitz-James Stuart, duquesa de Alba, a la primera parte de su biografía, repercute indudablemente en el carácter novelado de la misma, si bien los magníficos escenarios del Palacio de Liria, cedido por su propietaria para la ambientación de *La duquesa* (Tele5), aportan un innegable valor añadido a esta producción de Ficción Media.

A diferencia de los programas de los años 1990, que recurrían sistemáticamente al *star system* cinematográfico para atrapar al espectador, Belén Rueda es esta vez la única gran estrella del celuloide español que protagoniza uno de los estrenos del año, *La princesa de Éboli*. Como cabía esperar, la actriz borda a Ana de Mendoza,

una influyente mujer de la Corte de Felipe II, en una producción de elegante puesta en escena y sofisticada realización, firmada por Antena3 Films (la productora cinematográfica del Grupo Antena3) y Notro Televisión. Otras interpretaciones femeninas, como por ejemplo la de la jueza Inés Ballester de *Acusados* (Blanca Portillo), o la de Sofía Reverte (Ángela Molina) de *Gran reserva*, realzan la creciente complejidad de las mujeres de la ficción española, que en 2010 le ha valido a Ana Duato el premio ACE 2010 (entregado en Nueva York) al personaje femenino del año por su papel de Mercedes Alcántara en *Cuéntame cómo pasó*.

El éxito de audiencia de *Águila roja* mitiga sin duda las críticas a la heterodoxa recreación del siglo XVII que realiza. Sin embargo, sus espectaculares resultados de audiencia no han impedido convertirla en objeto de una agria polémica sobre la inconveniencia de que una cadena pública financie un producto tan caro, tras la publicación en febrero de un artículo aparecido en el diario *El País* cifrando el coste de la serie en aproximadamente 2 millones de euros por episodio. La productora Globomedia justificaba la inversión asegurando que el informe de la Intervención General de la Administración del Estado, al que remitía *El País*, sólo había tomado como referencia el importe de las dos primeras emisiones, facturados como si se trataran de TV movies.²³ Sea como fuere, este tipo de diatriba no es nueva en TVE, que también ha sido criticada en numerosas ocasiones por los elevados costes de *Cuéntame cómo pasó*, la serie del Grupo Ganga ambientada en la transición española, cuyas doce temporadas de emisión acumulan más premios y distinciones que ningún otro programa español de ficción.

A pesar de que Antena3 reconoce que *Hispania, la leyenda* es una serie cara, las diferencias entre la inversión realizada en la serie

23 TVE ha renegoció con Globomedia el presupuesto de la tercera temporada de *Águila roja* a razón de 800 mil euros por episodio, pero sólo si la audiencia superaba el 22% de *share*. Disponible en: <<http://www.publico.es/televisionygente/346276/aguila-roja-luchara-otra-temporada-en-la-1>>. Acceso el: 22 del febrero de 2011.

de Bambú Producciones y *Águila roja* saltan a la vista. De ahí que, a pesar de la calidad de los guiones y de la convincente interpretación de los actores de *Hispania, la leyenda*, la ambientación y la puesta en escena sean más modestas. Lo mismo podría decirse de *Tierra de lobos*, una ambiciosa producción de Juan Carlos Cueto, curtido como guionista y productor ejecutivo en *Águila roja* y *El internado* (entre otras muchas series de Globomedia), antes de dirigir su propia productora (Multipark Ficción). De ahí que, sin tratarse de un factor excluyente, la inversión económica pueda llegar a ser tan determinante en la producción de la ficción televisiva como en la cinematográfica, derivado del inevitable freno a la experimentación que supone la mayor estandarización del proceso productivo del primer medio respecto del segundo.

Junto con el drama histórico, las ficciones ambientadas en el pasado y la introducción de nuevos géneros (aventuras en *Águila roja* o *Tierra de lobos*; misterio en *El internado* o *Hay alguien ahí*; fantasía en *Los protegidos* etc.), la multigeneridad comienza a ser una característica de los programas dirigidos a conjugar la recepción familiar con la expansión del *target* joven (*Los protegidos*). Tras la experiencia de *El internado* y *Física o Química*, las cadenas potencian los diferentes recursos de la web 2.0 para poder brindar al público juvenil una recepción más personalizada, ofreciendo los programas *in streaming*, y un canal de retorno con múltiples opciones de interactividad, desde los foros en las páginas y los blogs oficiales o los perfiles de los programas en las redes sociales, hasta las *Fast Play Series* de los videojuegos *online* de *El internado*, *Águila roja*,²⁴ *Hispania, la leyenda* etc. En mayo, el serial de *La 1 Amar en tiempos revueltos* se convertía en la primera ficción española que se podía ver en directo en la web de TVE, lo que permite implicar a los usuarios en tiempo real mediante la inserción de comentarios en Facebook y Twitter. Tele5 protagonizaba en septiembre otra iniciativa pionera, al ofrecer

24 *Águila roja* ha obtenido en el 2010 la Rose d'Or al mejor contenido multiplataforma, en la 50ª edición del festival celebrado en la ciudad suiza de Lucerna.

en *première online* un resumen de 35 minutos del episodio de estreno de *Tierra de lobos*.²⁵

Mientras se experimenta con la televisión en movimiento a través de celulares, tablets, videoconsolas etc., la inversión en la mejora de la calidad del visionado a través del televisor también está siendo notable. Así, los seriales se han ido sumando en el 2010 a las otras producciones realizadas en formato panorámico y cada vez son más las series, miniseries y TV movies que se graban en HD con dos cámaras Red One, al objeto de producir una imagen digital de última generación que permite obtener la mayor calidad posible de la alta definición. En mayo, Antena3, anunciaba la grabación del primer episodio de la tercera temporada de los *Los protegidos* en 3D, aunque se trataba de una versión especial que por ahora sólo ha sido pensada para ser proyectada en las salas de cine.

Finalmente, cabe señalar que la expansión de las series de profesiones a partir de finales de los 1990, ha venido cimentando una creciente sensibilización hacia las temáticas sociales, planteadas desde los primeros seriales de la cadena catalana tv3. Tras la promoción de la mujer, la integración de los inmigrantes o los matrimonios gays, la introducción de un desinhibido joven parapléjico (tras un accidente de moto) en la sexta temporada de *Física o Química* (Antena3), se complementa este año con la insistencia en la promoción de los valores democráticos, la crítica al clasismo, la reflexión sobre el papel de los medios etc. En definitiva, la apuesta por el gran formato y por las series ambientadas en el pasado se convierte en el 2010 en el signo de una oferta de ficción propia más madura, que asocia sistemáticamente los relatos con la función pragmática de la narratividad.

25 La intensa campaña promocional de *Tierra de lobos*, destinada inicialmente a competir con *Hispania, la leyenda*, incluía una aplicación habilitada en la página de la serie en Facebook para personalizar el cartel "Se busca" con el que la cadena había empapelado las ciudades españolas.

Referencias bibliográficas

- NIELSEN. "What Consumers Watch: Nielsen's Q1 2010 Three Screen Report". *Nielsen Wire*, 11 de junio de 2010. Disponible en: <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/what-consumers-watch-nielsens-q1-2010-three-screen-report/>. Acceso el: 17 de noviembre de 2010.
- ZENTHINELA – EL ESTUDIO DEL PANEL DE ANUNCIANTES. Disponible en: <<http://www.marketingnews.es/tendencias/noticia/1053494029005/previsiones-zenthinela-inversion.1.html>>. Acceso el: 25 de enero de 2011.

7. ESTADOS UNIDOS: CRECIMIENTO, REESTRUCTURA Y DIVERSIFICACIÓN DE LA TELEVISIÓN HISPANA

Juan Piñón¹

7.1. El contexto audiovisual

En el 2010, el desarrollo de la industria de la televisión latina en los Estados Unidos puede ser caracterizado por cuatro tendencias importantes: crecimiento, reestructuración, digitalización y diversificación. Crecen la audiencia, las ganancias de publicidad y también en el número de cadenas con presencia a nivel nacional. Se producen importantes reacomodos corporativos que incluyen, un nuevo acuerdo entre Televisa y Univision, la renuncia del CEO de Univision y el cambio de CEO en Azteca América. Las cadenas fortalecen su oferta de programación a través de sus portales de internet y con ello sus opciones de interactividad en telefonía celular. Se consolidan las estrategias de contenidos dirigidos a latinos bilingües y/o angloparlantes, o de servicios bilingües en las cadenas existentes. El crecimiento de la industria de la televisión latina está mayormente provocado

1 En nombre de Obitel quiero extender nuevamente mi profundo agradecimiento a Douglas Darfield Senior Vice-President of Multicultural Measurement en Nielsen Media Research por apoyar la elaboración de este anuario y por su invaluable colaboración para la investigación en el campo de la televisión hispana de los Estados Unidos. Este capítulo también fue posible gracias a la colaboración de Linnete Manrique y Tanya Cornejo estudiantes del posgrado en el Departamento de Medios, Cultura y Comunicación de la Universidad de Nueva York.

por el continuo crecimiento del poder de compra de los hispanos, así como por el rápido y sostenido crecimiento de su población en comparación con otros grupos sociales en los Estados Unidos.

| Cadenas Privadas (5) |
|----------------------|
| Azteca América |
| Estrella tv |
| Telefutura |
| Telemundo |
| Univision |

Los datos del Censo de población del 2010 mostraron que más de la mitad del crecimiento de la población de los estados entre el 2000 y el 2010 fue gracias al aumento de la población latina (U.S. Census, 2010). Los latinos crecieron un 43% de 35 millones en el 2000 a 50,5 millones en el 2010, representando un 16,3% de la población en los Estados Unidos. Mientras el resto de los grupos en conjunto crecieron un promedio de 5%. En términos de natalidad, ya en el 2008 el Pew Hispanic reportaba cambio drásticos en las tendencias demográficas de la población latina, entre las que destacan que el 61,9% de los hispanos nacieron en los Estados Unidos; el 62,7% es competente en el idioma inglés, con una edad promedio de 27 años y con un ingreso promedio de 41.754 dólares al año (Pew Hispanic, 2008). Estos cambios demográficos subrayan el reto que la industria de los medios en español puede enfrentar ante una población que cada vez habla más inglés o tiene competencias bilingües. También se subraya el creciente poder adquisitivo de los latinos que superó el billón de dólares en el 2010 (Global, 2010).² Ingreso, edad

2 Aunque en español 1 millón de millones son 1 billón, en inglés 1 millón de millones son 1 trillón (*a trillion*), por lo que los reportes en español hablan de 1 billón de dólares mientras la prensa en inglés habla de un poder adquisitivo de los latinos de 1 trillón de dólares.

y competencia en el idioma han sido factores que mueven las decisiones de los medios hispanos, particularmente la televisión y de sus anunciantes. Estos datos impactaron visiblemente en el 2010, tanto en el crecimiento de la industria en audiencia y en ingreso de publicidad, pero también en el rubro de su diversificación y las nuevas opciones de medios bilingües y en inglés para los hispanos de los Estados Unidos.

Crecimiento de la industria de la televisión latina

La corporación de medios Univision se coloca como la cadena ganadora en términos del crecimiento de sus audiencias en el 2010. Basado en los datos de Nielsen y sus mediciones de otoño del 2010, el gran ganador fue Univision y las televisoras en inglés las grandes perdedoras. El reporte anual financiero de Univision señala que en el segmento de 18 a 49 años ganó un 13% de audiencia mientras en el segmento de 18 a 34 años incrementó su audiencia en un 11% en contraste con las cadenas en inglés ABC, CBS, NBC, FOX y el CW que perdieron audiencias en los mismos segmentos demográficos. La cadena mantuvo su posición como la quinta cadena en *prime time*, en cualquier idioma, en los segmentos 18 a 49 años y en el segmento de todos los televidentes mayores de dos años (Univision, 2011).

El crecimiento también se dio en el terreno de los ingresos netos de la empresa. El 2010 fue un buen año para Univision, resultado del combinado efecto de los ingresos obtenidos por la transmisión de la Copa del Mundo 2010, el crecimiento de sus ventas de publicidad en su programación en general y el aumento de honorarios por suscripción. En su reporte anual, la empresa reportó un incremento en su ingreso neto del orden del 13,8% al obtener una entrada de 2.245 millones de dólares en el 2010, superior a los 1.972 millones del 2009 (Univision, 2011).

La cadena de televisión Telefutura, también propiedad de Univision Communications Inc., reporta avances significativos en preferencias de audiencias y ha establecido una guerra por la segunda

posición en la televisión hispana con Telemundo. En el 2010, Telefuturo se posicionó como la cadena número dos en los horarios matutinos, en el horario de día de entre semana y de fin de semana. La cadena anuncia crecimientos de dos dígitos de su audiencia en los segmentos demográficos de televidentes totales +2, adultos 18-49 años y adultos 18-34 años (Univision, 2011).

Telemundo, empresa propiedad de la National Broadcasting Corporation (NBC), también vio crecer su audiencia en el 2010. La cadena Telemundo y su cadena de cable Mun2 vieron aumentar sus *ratings* y su audiencia, gracias a la producción de sus telenovelas originales y la transmisión de los partidos de fútbol de la liga mexicana. La estrategia de Telemundo basada en el incremento de la producción de ficción empieza a darle frutos a la cadena en *ratings* en la Unión Americana, pero también gracias a la aceptación de sus telenovelas a nivel internacional.

En el 2010, Telemundo le seguirá apostando en *prime time* a *remakes* basadas en telenovelas de probado éxito: *Perro amor* (Cenpro tv y Canal Uno, Colombia), *El fantasma de Elena* (original *Julia* de RCTV, Venezuela), *El clon* (tv Globo, Brasil), *¿Dónde está Elisa?*, *Alguien te mira* y *Los herederos del monte* (las tres últimas de Televisión Nacional de Chile, tvn). La decisión de Telemundo de transitar de distribuidor a productor de programación ha puesto a la cadena en una posición de oportunidad única para retar la hegemonía que ejerce Univision en el mercado hispano de las telenovelas. Desde que Telemundo lanzó sus esfuerzos por incursionar en el mercado de producción y ventas, la producción de ficción ha aumentado a un promedio de 1.040 horas al año (Winslow, 2011).

Azteca América, cadena subsidiaria de tv Azteca en los Estados Unidos, creció también en ingresos y audiencias. Las ventas totales de Azteca América en el 2010 alcanzaron los 881 millones de pesos, que significaron un incremento del 10,5% en relación a los 797 millones de pesos del 2009 (tv Azteca, 2011). Mientras las ventas totales de tv Azteca, corporación propietaria, fueron de 11.554

millones de pesos. Así, los ingresos de Azteca América significaron un 13,11% de las ventas totales de su corporación madre, tv Azteca (tv Azteca, 2011). tv Azteca es una de las empresas del Grupo Salinas, la cual tuvo ingresos en el 2010 de 4,5 mil millones de dólares (Grupo Salinas, 2011).

Azteca América también creció en cobertura. En junio del 2010, Azteca América anuncia la creación de su propio grupo de estaciones de televisión, integrado por estaciones de potencia plena en Los Ángeles, Nueva York, Miami, San Francisco y Chicago (PR Newswire, 2010a). Hay que recordar que la cadena de Azteca América está integrada por diferentes grupos de estaciones de televisión, entre los que destacan Pappas Telecasting, propietario de la estación de Los Ángeles, KAZA 54; Una Vez Más (UVM), McGraw Hill y Bustos Media.

Estrella tv se lanza con cobertura nacional, en octubre del 2009. La cadena propiedad de Liberman Broadcasting (LBI) está constituida por siete estaciones propiedad de LBI, en asociación con los grupos de estaciones de televisión Tribune Broadcasting, Sinclair Broadcasting, Titan Broadcasting y Belo Cop, cubriendo 24 mercados a nivel nacional (*Marketing Weekly News*, 2009). A partir de marzo del 2010, Estrella tv se une a las mediciones llevadas a cabo por Nielsen Research Company que reporta el Índice Nacional de Televisión, NTI por su sigla en inglés), con las grandes cadenas en inglés, pero también junto a las otras televisoras hispanas: Univision, Telefutura, Telemundo y Azteca América (*Portada*, 2010).

La reestructuración de la industria de la televisión hispana

La industria de la televisión hispana sufrió una serie de reacomodos corporativos e institucionales derivados del cambio de propietario de algunos medios; nuevos acuerdos legales e institucionales; y cambios importantes de ejecutivos de primer nivel en todas las cadenas. El primer reacomodo importante de la industria fue ocasionado por la compra de NBC-Universal por el gigante del cable e internet Com-

cast.³ Uno de los movimientos iniciales como resultado de esta operación fue el anuncio en septiembre del 2010 de la designación de Steve Burke coo de Comcast como el nuevo CEO de NBC-U, tomando el lugar que ocupaba Jeff Zucker (CBS News, 27 de septiembre de 2010). Dan Brown se ha mantenido como CEO Telemundo, pero a principios del 2011 se anunció la designación de Joshua Mintz como el nuevo Vicepresidente Ejecutivo de Entretenimiento de Telemundo (*Entertainment Newsweekly*, 2011).⁴

El segundo reacomodo importante es el sufrido por la cadena Azteca América institución que en un solo año ha nombrado y cambiado de posición a los más altos ejecutivos de su cadena que incluyeron su Director Ejecutivo (CEO), el Vicepresidente de Producción y el Gerente de Programación. Los cambios demuestran la intención de romper la inercia en la que la cadena se había estancado desde el 2007, pero al mismo tiempo muestran la estrecha relación y dependencia estructural-corporativa de Azteca América con tv Azteca. En julio del 2010 se anunció la designación de Sergio Romero como nuevo Gerente de Programación (PR Newswire, 2010b). Y en noviembre se designó a Roberto Romagnoli como Vicepresidente de Producción y Entretenimiento de Azteca América, al mismo tiempo seguirá fungiendo como Director de Producción y Entretenimiento de la cadena matriz tv Azteca (*Entertainment Newsweekly*, 2010b). A principios del 2011 se designó a Martin Breidsprecher como Director Ejecutivo (CEO) de Azteca América (PR Newswire, 2011).⁵

3 Comcast es una empresa distribuidora de televisión por cable y un creciente negocio de servicio de internet que reportó por el año 2010 ingresos por 38 mil millones de dólares (Comcast, 2011).

4 Joshua Mintz ha trabajado para Televisa, Univision y Azteca América y esa trayectoria le posibilitó traer a Telemundo talento de gran arrastre dentro de la comunidad mexicana y latinoamericana como Victoria Ruffo, Edith González y Kate del Castillo.

5 Breidsprecher fungía como Director de Operaciones (coo) y se le atribuye el plan de reducción de producción de contenidos y de austeridad de Azteca América que ha acabó por arrojar buenos resultados financieros.

También Univision llevó a cabo una reestructuración de su organigrama corporativo en el 2010. Para marzo del 2010 realiza la centralización de las áreas de noticias y de entretenimiento. Se nombra a Alina Falcon bajo el nuevo puesto de Presidenta de Noticias de Univision Communications. Además se crea la Presidencia de Entretenimiento de la cadena Univision a cargo de Luis Fernández, quien también supervisará la recién creada división de Univision Estudios (Univision, 2010). Este movimiento subraya la intención de la cadena de convertirse en un nuevo productor de telenovelas en el ámbito hispano.⁶ Sin embargo, estos cambios corporativos alcanzarán un momento crucial con la renuncia de José Uva Presidente y Director Ejecutivo (CEO) de la corporación en marzo del 2011 (Edgcliffe-Johnson, 2011).

Pero el impacto más importante para la industria de la televisión hispana fue el nuevo convenio de programación entre Televisa y Univision alcanzado el 6 de octubre del 2010. Este acuerdo ponía fin a cinco años de disputas legales entre ambas compañías y marca el regreso de Televisa como socio propietario minoritario de Univision y la renovación y extensión del Contrato de Licencia de Programación (PLA por su sigla en inglés) que estará vigente hasta el 2025 (Young y De la Fuente, 2010).

Digitalización y medios móviles e interactivos

El esfuerzo por ampliar la distribución de contenidos y las posibilidades de comercialización a través de nuevas plataformas digitales y móviles sigue siendo una estrategia central de las cadenas de televisión hispanas. En el 2010 Univision lanzó su canal de “Novelas y Series” en línea y para celulares a través de Univision.com. Entre los acuerdos más importantes para incrementar su crecimiento en internet y telefonía celular Univision alcanza acuer-

6 La producción de la telenovela *Eva Luna* será uno de los primeros resultados de esta nueva estrategia.

dos con YouTube, iTunes, Blackberry (Univision, 2010). Univision Interactive lanzó nuevos portales especializados en salud, finanzas, música, de soccer y uno de la NFL. En septiembre, la cadena anunciaba la creación de 72 nuevos sitios de radio y TV en línea y móviles (Univision, 2010).⁷

La producción original de la programación en Telemundo, puso a la cadena en ventaja en relación con Univision en el terreno de distribución de contenidos por internet. Telemundo no sólo podía transmitir su programación en su portal Telemundo.com, sino también iniciar una estrategia muy agresiva de comercialización. La cadena alcanzó diversos acuerdos con compañías que administran sitios web, tanto para el manejo de inventarios, fomento de la interactividad y de publicidad de las páginas como TRAFFIC, Canoe Ads, y Delivery Agent. Entre los acuerdos más importantes de NBC Universal y Telemundo está la creación de “Universal Audience Platform” (UAP) con el propósito de mostrar el inventario de productos del emporio mediático a través de 21 diferentes sitios de la web (Shields, 2010). En la venta de “memorabilia”, relacionada con las temáticas del contenido de su programación, sobresale la venta de ropa, joyas y accesorios provenientes del vestuario de las protagonistas de las telenovelas de la cadena en donde destacan *¿Dónde está Elisa?* y *El clon*.⁸

7 Una de las coberturas más ambiciosas en plataformas digitales y móviles se dio durante la Copa del Mundo del 2010 para lo que la Univision Interactive lanzó <www.UnivisionFutbol.com>. A través de este sitio ofreció los 64 partidos de la Copa del Mundo en línea en vivo a través de Blackberry App World, Google Android Market y Ovi Store de Nokia. Univision Interactive Media, generó 34,7 millones de visitas en su sitio de internet y distribución por teléfonos celulares. Se bajaron del sitio UnivisionFútbol más de 10 millones de horas de vídeo en vivo (Univision, 2010).

8 Otra de las coberturas más importantes del año en diversas plataformas es la de las Olimpiadas de Invierno de Vancouver. NBC Universal/Telemundo pactó con Verizon la transmisión de los juegos a través de plataformas de telefonía celular (*Entertainment Business Newsweekly*, 2010).

Dado que los contenidos de Azteca América son proveídos mayormente por su casa matriz tv Azteca, la empresa hispana ha podido distribuir su programación vía internet en su sitio. En agosto del 2010, Azteca América estableció un acuerdo con MEC y AT&T para realizar una campaña de integración de marcas en diferentes plataformas por las que el programa *Ventaneando América* se transmite (PR Newswire, 2010c). Por otro lado, el acuerdo con Ford y la agencia Zubi de publicidad para traer la marca Ford al sitio de internet de Azteca Deportes Boxeo y la distribución de video para teléfonos celulares y la inclusión de *banners* en los canales de YouTube (*Entertainment Close-Up*, 2010).

Diversificación de la oferta de la televisión hispana

Los resultados ofrecidos por la Oficina del Censo de los EE.UU. van mostrando un cambio en el origen y competencias lingüísticas de los hispanos en la Unión Americana. Particularmente la tendencia demográfica que muestra que cada vez son más los latinos nacidos en los Estados Unidos y cada vez menos hispanos nacidos en el extranjero. De lo que se desprende que el 49% de los hispanos es proclive a hablar en inglés, el 13% es bilingüe y el 37,9% es proclive a hablar en español. Sin embargo, en la concentración de datos el 79,9% de los latinos tiene competencias lingüísticas en inglés y el 78,4% en español (Hispanic market, 2011, p. 9). Mientras los hispanos están aprendiendo cada día más inglés, el uso del español no ha decrecido, sino al contrario, sigue creciendo, al igual que crece la población hispana gracias a los diversos procesos de aculturación y de competencias de bilingüismo presentados por la población.

El hecho de que los latinos sean el grupo social con el promedio de edad más joven en los Estados Unidos (27 años) y que se esté produciendo un cambio generacional en las competencias en el uso del inglés y el español, ha generado una lenta pero imparable diversificación de la oferta de la programación ofrecida a los latinos. De manera particular, se destaca que la televisión para hispanos en los

Estados Unidos puede caracterizarse por tres importantes avenidas: 1) la oferta en español de la televisión hispana, 2) la creciente oferta en inglés y bilingüe de la televisión hispana, y 3) la oferta de programas producidos por las cadenas de televisión en inglés dirigidos a los latinos. Esta diversificación en estos diferentes universos mediáticos puede verse en la creciente integración de latinos en tiempo estelar de televisión en inglés y el nacimiento/crecimiento de las cadenas hispanas o dirigidas a latinos en inglés, *Spanglish* y bilingües por televisión de cable SÍTV, Mun2, LATV, y Tr3s de MTV atestiguan esta tendencia. Así mismo porque las propias cadenas, que tradicionalmente han ofrecido su programación en español, han integrado servicios de subtítulos en inglés de sus programas más exitosos, servicios en los que Telemundo en particular ha realizado toda una estrategia de colocar subtítulos a sus telenovelas en su canal de cable Mun2 (Villarreal, 3 de octubre de 2010).

7.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

En el año del 2010 se dio un aumento importante en la cantidad de títulos de estreno sumando en total 62. Cuatro factores incidieron decisivamente en el alza en el número de producciones. El primero es resultado del conflicto entre Televisa y Univision, en el que la cadena hispana decide no sólo producir, sino probar con nuevos títulos y nuevos proveedores en su cadena Telefutura. La cadena hermana de Univision programó diez títulos de ficción de Colombia, Brasil, España, Venezuela y producciones NewsCorporation a través de Fox Telecolombia. Univision también mantuvo un número alto de producciones venezolanas en su cadena madre y aumentó en seis las producciones mexicanas de 20 en el 2009 a 26 en el 2010. El segundo factor fue el crecimiento de la producción de la cadena Telemundo de siete títulos en el 2009 a 12 en el 2010. Telemundo aumenta su producción en Miami y en Bogotá a través de RTI Colombia de quien tiene el 40% de propiedad. El tercer factor es la can-

tividad de telenovelas que se terminaron los primeros meses del 2010 y que habían iniciado desde el 2009. Muchos de estos títulos reportaron también muy altos puntos de *rating* en sus semanas finales en el 2010. El cuarto es el nacimiento de Estrella tv, quien aporta dos títulos de ficción en su primer año como televisora a nivel nacional, mientras Azteca América proveyó cinco títulos de ficción todos ellos producidos por la corporación madre tv Azteca.

Tabla 1. Producciones exhibidas en 2010 y respectivas emisoras

| | |
|---|--|
| Azteca América: 0 títulos nacionales | Telefutura: 2 títulos nacionales |
| <i>Drenaje profundo</i> (serie) | <i>Amor de mis amores</i> (telenovela) |
| <i>Mujer comprada</i> (telenovela) | <i>Asuntos internos</i> (telenovela) |
| <i>La loba</i> (telenovela) | <i>Doña Bella</i> (telenovela) |
| <i>Lo que callamos las mujeres</i> (unitario) | <i>El capo</i> (telenovela)* |
| <i>Historias de los santos</i> (unitario) | <i>India</i> (telenovela) |
| | <i>Muñecas de la mafia</i> (telenovela) |
| Estrella tv: 0 títulos nacionales | <i>Operación jaque</i> (telenovela) |
| <i>Historias delirantes</i> (serie) | <i>Pura sangre</i> (telenovela) |
| <i>La shaka</i> (serie) | <i>Rosario Tijeras</i> (telenovela) |
| | <i>Regreso a la Guaca</i> (telenovela) |
| Telemundo: 12 títulos nacionales | <i>Sueño llamado salsa*</i> (telenovela) |
| <i>Alguien te mira</i> (telenovela)* | |
| <i>América</i> (telenovela) | Univision: 1 título nacional |
| <i>Amores de luna</i> (telenovela)* | <i>Alma indomable</i> (telenovela) |
| <i>Aurora</i> (telenovela)* | <i>Atrévete a soñar</i> (telenovela) |
| <i>Cartel II</i> (telenovela) | <i>Camaleones</i> (telenovela) |
| <i>A corazón abierto</i> (serie) | <i>Corazón salvaje</i> (telenovela) |
| <i>Decisiones</i> (serie)* | <i>El pantera 3</i> (serie) |
| <i>Diosa coronada</i> (miniserie)* | <i>En nombre del amor</i> (telenovela) |
| <i>¿Dónde está Elisa?</i> (telenovela)* | <i>Eva Luna</i> (telenovela)* |
| <i>El clon</i> (telenovela)* | <i>Gancho al corazón</i> (telenovela) |
| <i>Fantasma de Elena</i> (telenovela)* | <i>Gritos de muerte y libertad</i> (serie) |
| <i>La favorita</i> (telenovela) | <i>Hasta que el dinero nos separe</i> (telenovela) |
| <i>Más sabe el diablo</i> (telenovela)* | <i>Hermanos detectives</i> (telenovela) |

| |
|--|
| <i>Mi gorda bella</i> (telenovela) |
| <i>Niños ricos pobres padres</i> (telenovela)* |
| <i>Perro amor</i> (telenovela)* |
| <i>Sin tetas no hay paraíso</i> (telenovela) |
| <i>Victorinos</i> (telenovela)* |

| |
|---|
| <i>Locas de amor</i> (telenovela) |
| <i>Llena de amor</i> (telenovela) |
| <i>Mar de amor</i> (telenovela) |
| <i>Mi pecado</i> (telenovela) |
| <i>Mujeres asesinas 3</i> (miniserie) |
| <i>Pecadora</i> (telenovela) |
| <i>La rosa de Guadalupe</i> (unitario) |
| <i>Sortilegio</i> (telenovela) |
| <i>Soy tu dueña</i> (telenovela) |
| <i>Terminales</i> (serie) |
| <i>Tiempo final</i> (telenovela)* |
| <i>Tormenta en el paraíso</i> (telenovela) |
| <i>Torrente torbellino de pasión</i> (telenovela) |
| <i>Vida entera</i> (telenovela) |
| <i>Verdad oculta</i> (telenovela) |

Fuente: Nielsen /Obitel EE.UU.

* Títulos nacionales

** Las producciones de Fox Latinoamerica, Fox Telecolombia y rti Colombia son consideradas como producción EE.UU., por ser empresas con propiedad de NewsCorporation/ Fox y Telemundo/nbc correspondientemente.

La cantidad de títulos con episodios de estreno en el 2010 fueron 62, un salto exponencial en relación con los 37 reportados en el 2009. Sin embargo, será el número de episodios y de horas lo que dan mejor cuenta del aumento real en términos de producción. En el 2009 se exhibieron 3.638 episodios mientras en el 2010 fueron 4.200; de igual manera en el 2009 se exhibieron 3.482 horas de producción, mientras en el 2010 fueron 4.298 horas. Esta diferencia cuantitativa entre la cantidad de títulos en proporción con las horas de producción es el resultado combinado del aumento considerable de telenovelas cortas, series y miniseries con números limitados de capítulos; y del número de telenovelas que se estrenaron en el 2009, pero que tuvieron sus semanas finales en el 2010.⁹

9 Éste fue el caso de los títulos reportados desde el 2009: *Sortilegio*, *Torrente torbellino de pasión*, *Victorinos*, *Perro amor*, *Niños ricos pobres padres*, por señalar algunas.

Tabla 2. Total de ficción de estreno en 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional | 17 | 27,4 | 935 | 22,3 | 911:00:00 | 21,2 |
| Iberoamericana | 45 | 72,6 | 3.265 | 77,7 | 3.387:00:00 | 78,8 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 45 | 72,6 | 3.265 | 77,7 | 3.387:00:00 | 78,8 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispana) | 17 | 27,4 | 935 | 22,3 | 911:00:00 | 21,2 |
| Ibérica | - | - | - | - | - | - |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | 1 | 1,6 | 3 | 0,1 | 3:00:00 | 0,1 |
| Total | 62 | 100 | 4.200 | 100 | 4.298:00:00 | 100 |

Fuente: Nielsen /Obitel EE.UU.

Aunque se da un aumento cuantitativo en términos de títulos o episodios de estreno, de 7 a 17 en la producción nacional y de 30 a 45 en el ámbito Obitel, subiendo de 37 títulos en el 2009 a 62 en el 2010. En términos de episodios y horas exhibidas el brinco no es proporcional, resultado, por un lado, de la cantidad de títulos que incluyeron telenovelas de duración corta, series y miniseries; y por otro, de las telenovelas que vieron sólo sus semanas finales en el 2010. Así mientras la producción nacional de subió de 7 a 17 títulos en un año, en porcentajes de horas exhibidas con relación al total del año, la presencia de la producción nacional bajó del 25% en el 2009 a 22% en el 2010.

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida de cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|-----------|---------|-----|-----|-----|-----------|-----|
| Brasil | 3 | 4,8 | 140 | 3,3 | 136:00:00 | 3,2 |
| Argentina | - | - | - | - | - | - |
| Chile | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | |
|---|-----------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
| Colombia | 10 | 16,1 | 557 | 13,3 | 579:00:00 | 13,5 |
| Ecuador | - | - | - | - | - | - |
| España | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EE.UU. (producción hispana) | 17 | 27,4 | 935 | 22,3 | 911:00:00 | 21,1 |
| México | 26 | 41,9 | 2.107 | 50,2 | 2.242:00:00 | 52,2 |
| Portugal | - | - | - | - | - | - |
| Uruguay | - | - | - | - | - | - |
| Venezuela | 5 | 8.1 | 458 | 10.9 | 427 | 9.9 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | 1 | 1.6 | 3 | 0.1 | 3 | 0.1 |
| Total | 62 | 100 | 4200 | 100 | 4298 | 100 |

Fuente: Nielsen /Obitel EE.UU.

Por otra parte el crecimiento de las producciones en el ámbito Obitel subió de 30 a 45 títulos, principalmente debido al aumento de producciones de México, Colombia, Venezuela y Brasil. México sigue siendo el mayor proveedor de ficción con 26 títulos, un incremento de seis títulos con relación al 2009 y que representa el 52% del total de horas de estreno de todo el 2010. La producción estadounidense hispana representa ya el segundo proveedor con 16 títulos que representan el 21% de las horas exhibidas. La tercera fuente, es Colombia que de tres títulos en el 2009, brincó a diez en el 2010. Sin embargo, dada la corta extensión en términos de episodios de su producción, éstos representaron en horas exhibidas sólo el 13,55. Venezuela se consolida como el cuarto proveedor con cinco títulos de estreno, igual que en el 2009, y representa también el diez en el 2010. Brasil también aumentó su presencia de un solo título en el 2009 a tres en el 2010, subiendo su presencia de un 1,8%, el año pasado, a un 3,2% de horas exhibidas en el 2010.

Tabla 4. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franja horaria

| Nacionales | | | | |
|-----------------------------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | - | - | - | - |
| Tarde (12:00h-19:00h) | - | - | - | - |
| <i>Prime time</i> (19:00h-22:00h) | 933 | 99,8 | 910:00:00 | 99,9 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 2 | 0,2 | 1:00:00 | 0,1 |
| Total | 935 | 100 | 911:00:00 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 396 | 12,1 | 412:00:00 | 12,2 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 1.345 | 41,2 | 1.403:00:00 | 41,4 |
| <i>Prime time</i> (19:00h-22:00h) | 1.316 | 40,3 | 1.365:00:00 | 40,3 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 208 | 6,4 | 207:00:00 | 6,1 |
| Total | 3.265 | 100 | 3.387 | 100 |
| Total | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 396 | 9,4 | 412:00:00 | 9,6 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 1.345 | 32 | 1.403:00:00 | 32,6 |
| <i>Prime time</i> (19:00h-22:00h) | 2.249 | 53,5 | 2.275:00:00 | 52,9 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 210 | 5 | 208:00:00 | 4,8 |
| Total | 4.200 | 100 | 4.298:00:00 | 100 |

Prime time sigue siendo el espacio en donde mayormente se programa la ficción, tanto nacional en un 99%, como ficción iberoamericana con un 40% y 53% del total de la programación. Cabe destacar que la tarde sigue siendo un espacio importante para la programación de ficción, básicamente en donde las producciones iberoamericanas con un 41% de toda la producción iberoamericana y un 32,6% del total.

Tabla 5. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Nacionales | | | | | | |
|----------------------------------|-----------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 13 | 76,5 | 918 | 98,2 | 896 | 98,3 |
| Serie | 1 | 5,9 | 7 | 0,7 | 7 | 0,7 |
| Miniserie | 1 | 5,9 | 8 | 0,9 | 8 | 0,9 |
| Telefilme/tv movie | - | - | - | - | - | - |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | 2 | 11,8 | 2 | 0,2 | 1 | 0,1 |
| Total | 17 | 100 | 935 | 100 | 911 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 30 | 66,7 | 2.589 | 79,3 | 2.698 | 79,7 |
| Serie | 11 | 24,4 | 184 | 5,6 | 192 | 5,7 |
| Miniserie | 1 | 2,2 | 2 | 0,1 | 7 | 0,2 |
| Telefilme/tv movie | - | - | - | - | - | - |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | 3 | 6,7 | 490 | 15 | 490 | 14,5 |
| Total | 45 | 100 | 3.265 | 100 | 3.387 | 100 |

Fuente: Nielsen /Obitel EE.UU.

En el 2010 se ve un incremento de la exhibición de series, miniseries y unitarios que representaron 19 títulos de los 62 estrenados; mientras que en el 2009 fueron solamente siete de los 37 títulos estrenados. De las 19 series, miniseries y unitarios, 14 fueron estrenados en *prime time*, lo que habla de la importancia económica y puntos de *rating* logrados por estas series. También telenovelas de corta duración (alrededor de 50 episodios en lugar de los 80 o más de una telenovela regular) ocuparon un importante número de los títulos que estuvieron al aire en el 2010.¹⁰

10 Éste fue el caso de las telenovelas Diosa coronada, El cartel, o Sin tetas no hay paraíso entre otras.

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|------------------------|--------|-----|-------|------|------------|-----|-------|------|-------|------|
| Telenovela | 4 | 100 | 9 | 75 | 28 | 70 | 2 | 33,3 | 43 | 69,4 |
| Serie | - | - | - | - | 10 | 25 | 2 | 33,3 | 12 | 19,4 |
| Miniserie | - | - | 1 | 8,3 | 1 | 2,5 | - | - | 2 | 3,2 |
| Telefilme/tv movie | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Otros (docudrama etc.) | - | - | 2 | 16,7 | 1 | 2,5 | 2 | 33,3 | 5 | 8,1 |
| Total | 4 | 100 | 12 | 100 | 40 | 100 | 6 | 100 | 62 | 100 |

Fuente: Nielsen/Obitel EE.UU.

**Tabla 7. Duración de capítulos/episodios
(sin intervalos comerciales)**

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|------------------|---------------------|------|
| Corta (30') | 276 | 6,6 |
| Media (30'- 60') | 3.353 | 79,8 |
| Larga (60'+) | 571 | 13,6 |
| Total | 4.200 | 100 |

Fuente: Nielsen /Obitel EE.UU.

Tabla 8. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|---------|-----|
| Presente | 60 | 97 |
| Pasado | 1 | 1,5 |
| Histórica | 1 | 1,5 |
| Otra | - | - |
| Total | 30 | 100 |

Fuente: Nielsen /Obitel EE.UU.

Así como ocurrió en el 2009, los programas de ficción más vistos en el 2010 fueron exhibidos por la cadena Univision. Nueve de las diez producciones más vistas fueron realizadas por la empresa Televisa. Sin embargo, cabe destacar que la telenovela *Eva Luna*, la primera producción de los recién estrenados Univision Studios, se logró colocar en el quinto lugar de las preferencias del público. Esta coproducción con Venevision Internacional inauguraba un nuevo modelo de negocio para Univision de distribuidor a productor de ficción.¹¹

11 Para este propósito la producción contó con el apoyo en programación que no tuvieron otras producciones. Telenovelas como *Corazón Salvaje* o un *Un gancho al corazón* con *rating* de 16 y 14 promedio respectivamente fueron movidos a horarios de tarde o nocturnos en donde sus *ratings* sufrieron dramáticamente a menos de 10 puntos. Sin embargo, la importancia de la producción hispana de *Eva Luna* con *rating* promedio de 16 no fue movida de su espacio y fue promovida como un éxito en *ratings*.

Tabla 9. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating (R) y share (S)

| Título | País de origen de la idea original o guión | Casa productora | TV privada/pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | R | S |
|--|--|----------------------|--------------------|-------------------------------|--|------|----|
| 1. <i>Soy tu dueña</i> | México | Univision | Privada | Telenovela | Inés Rodena | 22,5 | 34 |
| 2. <i>Sortilegio</i> | México | Univision | Privada | Telenovela | María Zarattini | 22 | 33 |
| 3. <i>Hasta que el dinero nos separe</i> | Colombia | Univision | Privada | Telenovela | Fernando Gaitán | 19,1 | 30 |
| 4. <i>En nombre del amor</i> | México | Univision | Privada | Telenovela | María del Carmen Peña y Cuahhtémoc Blanco | 18,3 | 29 |
| 5. <i>Eva Luna</i> | EE.UU. | Univision/Venevisión | Privada | Telenovela | Leonardo Padrón | 16,1 | 25 |
| 6. <i>Mi pecado</i> | México | Univision | Privada | Telenovela | María del Carmen y Cuahhtémoc Blanco | 13,6 | 25 |
| 7. <i>Mujeres asesinas 2</i> | Argentina | Univision | Privada | Serie | Marisa Grinstein | 14,6 | 23 |
| 8. <i>Llena de amor</i> | Venezuela | Univision | Privada | Telenovela | Carolina Espada | 12,1 | 21 |
| 9. <i>La rosa de Guadalupe</i> | México | Univision | Privada | Unitario | Carlos Mercado Orduña | 11,4 | 21 |
| 10. <i>Un gancho al corazón</i> | Argentina | Univision | Privada | Telenovela | Adrián Suarez | 9,6 | 25 |
| Total de producciones: 10 | Guiones originales nacionales: 1 | | | Guiones extranjeros: 9 | | | |
| 100% | 10 % | | | 90% | | | |

Fuente: Nielsen /Obitel EE.UU.

Por su parte, los diez títulos de producción nacional con sus respectivos puntos de *rating* y *share* fueron: 1° *Eva Luna* (16,1/25), 2° ¿Dónde está Elisa? (7,5/12), 3° *Más sabe el diablo* (6,8/10), 4° *El capo* (6,3/11), 5° *Aurora* (5,8/9), 6° *Niños ricos, pobres padres* (5,3/8), 7° *El clon* (5/8), 8° *La diosa coronada* (4,2/7), 9° *El fantasma de Elena* (4,1/6), y 10° *Victorinos* (4,0/7). Se destaca que el programa de ficción de producción nacional más visto en el 2010 fue *Eva Luna*. Sin embargo, Telemundo sigue siendo el líder indiscutible en la producción de ficción en Miami, o a través de su filial RTI en Bogotá, Colombia. De los diez títulos más vistos de producción nacional ocho fueron producciones de Telemundo. Se destaca ¿Dónde está Elisa?, que ocupa el segundo lugar, con 7,5 puntos de *rating*, pero que se convirtió en la telenovela más exitosa de la historia de la cadena, desplazando a *Sin senos no hay paraíso*, quien había logrado este título en el 2009.

Tabla 10. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año | Número capítulos 2010 | Duración capítulo/episodio | Fecha primera emisión | Fecha última emisión | Franja horaria |
|-----------------------------------|------------|---------|------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------|----------------|
| 1° Soy tu dueña | Telenovela | Ficción | 2009 | 141 | Media | 1/6/2010 | 27/12/2010 | Prime time |
| 2° Sortilegio | Telenovela | Ficción | 2009 | 41 | Media | 28/12/2009 | 18/2/2010 | Prime time |
| 3° Hasta que el dinero nos separe | Telenovela | Ficción | 2010 | 198 | Media | 18/1/2010 | 29/10/2010 | Prime time |
| 4° En nombre del amor | Telenovela | Ficción | 2009 | 48 | Media | 8/7/2009 | 7/3/2010 | Prime time |
| 5° Eva Luna | Telenovela | Ficción | 2010 | 34 | Media | 1/11/2010 | En curso | Prime time |
| 6° Mi pecado | Telenovela | Ficción | 2010 | 109 | Media | 8/3/2010 | 6/8/2010 | Prime time |
| 7° Mujeres asesinas 2 | Series | Ficción | 2010 | 13 | Media | 28/1/2010 | 22/4/2010 | Prime time |
| 8° Llena de amor | Telenovela | Ficción | 2010 | 94 | Media | 9/8/2010 | 13/2/2011 | Prime time |
| 9° La rosa de Guadalupe | Unitario | Ficción | 2010 | 65 | Media | 2008 | En curso | Prime time |
| 10° Un gancho al corazón | Telenovela | Ficción | 2009 | 87 | Media | 24/6/2009 | 3/5/2010 | Tarde |

Fuente: Nielsen/Obitel EE.UU.

Tabla 11. Temáticas en los diez títulos más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|--|------------------------------------|--|
| 1° <i>Soy tu dueña</i> | Amor, traición, envidia. | Disputas sobre tierras. |
| 2° <i>Sortilegio</i> | Traición, celos, venganza. | Corrupción. |
| 3° <i>Hasta que el dinero nos separe</i> | Romance, trabajar para sobresalir. | Crisis económica. |
| 4° <i>En nombre del amor</i> | Celos, envidia, rivalidad. | Adopción, sacerdocio. |
| 5° <i>Eva Luna</i> | Ascenso social, venganza. | Secuestro, emigración, adaptación a la vida urbana, prostitución. |
| 6° <i>Mi pecado</i> | Ambición, resentimiento, envidia. | Depresión, abuso sexual, crisis económica. |
| 7° <i>Mujeres asesinas 2</i> | Ambición, celos, odio, obsesión. | Fanatismo religioso, lesbianismo, violencia intrafamiliar, prostitución. |
| 8° <i>Llena de amor</i> | La belleza interior, romance. | Depresión, sobrepeso. |
| 9° <i>La rosa de Guadalupe</i> | La fe, esperanza. | Violencia intrafamiliar, drogadicción, prostitución. |
| 10° <i>Un gancho al corazón</i> | Romance, abandono, egoísmo. | Adopción, mujeres en el deporte, arribismo social. |

Tabla 12. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

| | | Mujeres | Hombres | 2-11 | 12-17 | 18-24 | 25-34 | 35-49 | 49+54 | 55+ |
|----|---------------------------------------|-----------|---------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1 | <i>Soy tu dueña</i> | Univision | 41,3 | 13,8 | 5,0 | 11,9 | 20 | 23,4 | 5,2 | 20,5 |
| 2 | <i>Sortilegio</i> | Univision | 62,6 | 13,7 | 6,6 | 10,5 | 19,6 | 22,8 | 6,5 | 20,3 |
| 3 | <i>Hasta que el dinero nos separe</i> | Univision | 56,4 | 14,7 | 5,6 | 11,2 | 21,1 | 22,8 | 5,4 | 19,3 |
| 4 | <i>En nombre del amor</i> | Univision | 64,9 | 35,1 | 12,9 | 10,3 | 16,7 | 20,4 | 7 | 25,9 |
| 5 | <i>Eva Luna</i> | Univision | 61,1 | 38,9 | 15 | 10,1 | 19 | 22,6 | 4,7 | 22,8 |
| 6 | <i>Mi pecado</i> | Univision | 64,7 | 35,3 | 13,4 | 5,5 | 17 | 20,5 | 5,5 | 28,6 |
| 7 | <i>Mujeres asesinas 2</i> | Univision | 62,8 | 37,2 | 11,3 | 10,1 | 21,6 | 24,5 | 5,7 | 19,2 |
| 8 | <i>Llena de amor</i> | Univision | 62,9 | 37,1 | 15,4 | 6,5 | 18,6 | 20,4 | 4,6 | 21,6 |
| 9 | <i>La rosa de Guadalupe</i> | Univision | 59,5 | 40,5 | 17,5 | 7,9 | 18,6 | 23,5 | 4,6 | 17,7 |
| 10 | <i>Un gancho al corazón</i> | Univision | 66,8 | 33,2 | 16,2 | 6,3 | 22,1 | 18,1 | 4,8 | 20 |

Fuente: Nielsen/Obitel EE.UU.

La audiencia de los diez títulos más vistos en promedio fue de 62% de mujeres y 38% de hombres. Y el segmento demográfico que más vio telenovelas fue el de los televidentes de 35 a 49 años con un promedio de 21,9%, sólo seguido por el segmento de público de +55 años de edad con un 21,6%.

7.3. La recepción transmediática

Después del éxito histórico alcanzado por Telemundo con la adaptación de la telenovela chilena de Pablo Illanes ¿Dónde está Elisa?, el equipo decidió darle seguimiento a la siguiente telenovela chilena, del mismo escritor, titulada *Alguien te mira*.¹² Del mismo modo que ¿Dónde está Elisa?, *Alguien te mira* es un *thriller* en el que el suspenso, la intriga, el sexo, el amor y la necesidad de resolver una serie de asesinatos envuelve a los personajes en una serie de interacciones de sospecha y de intriga. Sin embargo, *Alguien te mira* se convirtió en un fracaso en términos de *ratings* para la cadena. La telenovela promedio 3,9 puntos de *rating* muy lejos de los 7,4 de ¿Dónde está Elisa?. La telenovela fue estrenada el 8 de septiembre del 2010, pero debido al mal *rating* se pensó en cambiar toda la historia de una sola vez. Sin embargo, los foros de Telemundo y el Facebook pueden darnos interesantes pistas de las razones del fracaso de la telenovela. Siguiendo la metodología propuesta por el equipo Obitel de México, primero se clasificaron los comentarios que iban relacionados, o la ficción (CF), a otros usuarios (CU), a la plataforma tecnológica (CP), o comentarios desvinculados del tema (CD); para después clasificar específicamente los comentarios dirigidos a la ficción en: comentarios positivos y negativos a la historia (H+, H-), a los personajes (P+, P-), a los actores (A+, A-), y a la televisora (T+, T-).

12 Aunque la telenovela *Soy tu dueña* fue la telenovela más vista del 2010 en los Estados Unidos, esta misma producción ocupó el primer lugar en México, por lo que un acercamiento desde la recepción transmediática es ofrecida en el capítulo de México de este volumen y este equipo decidió focalizarse en una producción hispana de los Estados Unidos.

Foro Telemundo. *Alguien te mira*

El foro permite entrar como visitante, crear tu propio perfil, abrir una discusión o responder a una discusión previamente abierta. Cada discusión tiene un símbolo que la identifica, título, un número de respuestas, el nombre de quien creó el tema, el número de visitas y la fecha de la última acción en la discusión. La página trata de guiar al visitante que navega a través de las discusiones utilizando estas nueve etiquetas: nuevas respuestas, no nuevas respuestas, temas calientes (nuevo), temas caliente (no nuevo), encuesta (nueva), encuesta (no nueva), tema cerrado y tema movido.

El foro de *Alguien te mira* se inició el 2 de septiembre del 2010 y se realizó el corte el 27 de febrero del 2011. El foro ha tenido 146.060 visitas desde su inicio, generado 19 páginas con 542 discusiones y 2.646 respuestas a lo largo de su historia. Durante la última semana de la telenovela, 21 al 25 de febrero del 2011, se abrieron 27 discusiones que generaron 97 respuestas.

Foro Telemundo – Discusiones y comentarios última semana

| Capítulo | 21 febrero | 22 febrero | 23 febrero | 24 febrero | 25 febrero | 26 febrero | Total |
|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------|
| Discusiones | 1 | 0 | 4 | 4 | 8 | 10 | 27 |
| Comentarios | 7 | 0 | 28 | 9 | 19 | 34 | 97 |

Fuente: Obitel EE.UU. con datos de Foro – *Alguien te mira*. Telemundo.com

Foro Telemundo – Comentarios

| | CF | CU | CP | CD | Total |
|-------------|----|----|----|----|-------|
| Comentarios | 70 | 18 | 9 | 0 | 97 |

Fuente: Obitel EE.UU. con datos de Foro – *Alguien te mira*. Telemundo.com

Foro Telemundo – Comentarios sobre la ficción

| Comentarios | A la ficción |
|----------------|--------------|
| H+ | 12 |
| H- | 24 |
| P+ | 4 |
| P- | 13 |
| A+ | 16 |
| A- | 18 |
| T+ | 6 |
| T- | 4 |
| Totales | 97 |

Fuente: Obitel EE.UU. con datos de Foro – *Alguien te mira*. Telemundo.com

El foro generó la mayor cantidad de discusiones de la semana en su día final. Dominan los comentarios negativos tanto para la historia, para los personajes y los actores. Pero destaca la cantidad de comentarios negativos para los personajes y de manera muy particular para la protagonista de la telenovela *Piedad* interpretada por Danna García. Es de subrayar que la mayor cantidad de comentarios se dieron en torno a los personajes y las opiniones que ellos despertaron en la audiencia. Mientras *Piedad* generó un rechazo unánime en los fans el personaje de *Valeria*, generó enorme simpatía y su muerte casi al final de la novela desató apasionados comentarios de desilusión. Algo que parece propiedad de estos foros es que se convierten en ventanas para la expresión de admiración y lealtad de parte de los fans a sus artistas favoritos. En este caso, la mayoría de los comentarios positivos fueron generados por los fans del actor peruano Christian Meier. Una de las discusiones más visitadas y con mayor número de respuestas durante la transmisión de la telenovela fue creada por fans de Christian Meier quienes suben fotos, poemas, y todo tipo de declaraciones de admiración, gusto, o amor. Pero también la vida privada y los problemas con su mujer ocuparon un gran número de los comentarios en el foro. Sin embargo, su personaje

Rodrigo no causó buena impresión en el foro, en el cual claramente contaba con un gran número de fans.

Lastima que la pareja protagonista no pegara, Meier y García nunca gustaron. Shai, 23 de febrero

Honestamente ha sido la novela mas estúpida y sin sentido que haya visto en la historia de novelas en mi vida. Inspiration 2409, 24 de febrero

Por favor no juegen con la inteligencia de los televidentes... se creen que nosotros no nos fijamos en detalles que a lo mejor los productores no se fijan. Macky Lebron, 25 de febrero

Lo demás la verdad me es indiferente ya que nunca llegue a querer a los demas personajes (sobretudo a Piedad). Karen G., 26 de febrero

El número de participaciones en el Foro contrasta con la cantidad de participaciones en Facebook; mientras estos números anuncian una emigración decisiva de las audiencias al Facebook, al parecer el Foro permite a los fans de un artista tener una participación más activa y probablemente creativa al subir fotos, pensamientos y todo tipo de diseños y montajes que subrayan su admiración por sus artistas favoritos. En Facebook, a pesar del número de comentarios este nivel de *fandom* no sucedió.

Página de Facebook. Alguien te mira

La página de Facebook de la telenovela revela que 17.233 visitantes expresaron su gusto por la página, lo que no significa ni el número de visitas ni la cantidad de perfiles, o usuarios interactuando con la página. Pero tan sólo en la última semana de la transmisión de la telenovela se escribieron 1.642 comentarios en la página de *Alguien te mira*.

Número de visitantes y comentarios la última semana

| Capítulo | 21 de febrero | 22 de febrero | 23 de febrero | 24 de febrero | 25 de febrero | Total |
|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------|
| Comentarios | 69 | 197 | 240 | 436 | 700 | 1.642 |

Fuente: Obitel EE.UU. con datos de Facebook

Foro Telemundo – División por tipos de comentarios

| Capítulos | | | | | | |
|--------------|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Comentarios | 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | Total |
| CF | 37 | 168 | 187 | 308 | 595 | 1.295 |
| CU | 32 | 25 | 27 | 36 | 90 | 210 |
| CP | 0 | 0 | 0 | 2 | 10 | 12 |
| CD | 0 | 4 | 26 | 90 | 5 | 125 |
| Total | 69 | 197 | 240 | 436 | 700 | 1.642 |

Fuente: Obitel EE.UU. con datos de Facebook

Tipo de comentarios dirigidos a la ficción

| Capítulos de la última semana | | | | | | |
|-------------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Comentarios | 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | Total |
| H+ | 18 | 36 | 19 | 71 | 278 | 422 |
| H | 9 | 58 | 57 | 87 | 112 | 323 |
| H- | 6 | 2 | 16 | 26 | 22 | 72 |
| P+ | 6 | 11 | 18 | 52 | 95 | 182 |
| P- | 9 | 71 | 98 | 57 | 64 | 299 |
| A+ | 10 | 2 | 2 | 18 | 14 | 46 |
| A- | 0 | 0 | 2 | 2 | 7 | 11 |
| T+ | 3 | 3 | 0 | 10 | 31 | 47 |
| T | 8 | 0 | 1 | 6 | 7 | 22 |
| T- | 0 | 0 | 1 | 2 | 8 | 11 |
| D | 0 | 14 | 26 | 105 | 62 | 207 |
| Total | 69 | 197 | 240 | 436 | 700 | 1.642 |

Fuente: Obitel EE.UU. con datos de Facebook

El número de respuestas obtenidas en el último día de la novela subió exponencialmente de 69 el lunes a 700 el viernes. En los comentarios sobre la audiencia se destacan los comentarios favorables a la historia, sin embargo, aunque la tabla no la contempla, hubo una reacción mayormente negativa al final. Aunque muchos de los comentarios sobre el final se centraron en lo que les gustaría que

pasara, el día final de los que vieron el último capítulo, 94 lo reprobaron y sólo 31 comentarios lo aprobaron. Destacan en Facebook, al igual que en el Foro, los comentarios negativos a los personajes, abrumadoramente se critica a la protagonista y su personaje “Piedad”, por considerarlo estúpido y una enorme cantidad de comentarios apuntan al deseo que sea asesinada al final. Por otra parte, se dieron numerosos comentarios de aprobación a Telemundo y al tipo de telenovelas que produce, expresando su insatisfacción con las telenovelas de Univision.

Que maten a piedad!!!! esa mujer estúpida si me cae mal por imbécil. Kislyn Murillon, 22 de febrero

Por que hay mujeres que ofenden otras mujeres? Las tratan de pu....., de zorras, de una cualquiera, de facil en fin, cuando ella se acuesta con varios hombres. Yo veo que los hombres no se ofenden entre ellos, al contrario se apoyan. Isis Pantoja, 22 de febrero

Hoy el rating llego a su maxima capacidad!! No creo que se atrevan a decir en las revistas que las de univision son mejores!! Porque Telemundo esta arrasando!! Felicidades!! Claudia Beatriz Palma, 25 de febrero

Algo importante a señalar es la capacidad de interacción que tienen los visitantes de la página *Alguien te mira* en la plataforma de Facebook, del total de 1.642 mensajes escritos, sólo 447 fueron comentarios (discusiones) y 1.195 fueron respuestas a estos comentarios. Lo que significa que casi dos cuartas partes fueron mensajes respondiendo a comentarios anteriores, lo que incrementa significativamente el diálogo en la plataforma. Sin embargo, a diferencia del Foro, la posibilidad de subir fotos, imágenes, o diseños varios parece severamente restringida. Aunque la página te permite poner un comentario, subir una foto, vídeo, o *link*, a lo largo de los 1.642 no hubo ningún tipo de muestra creativa por parte de los participantes. Esta absoluta ausencia de “expresión creativa” en Facebook, pareciera producto de algún tipo de administración de la página por parte de su creador y administrador. En este caso Telemundo.

7.4. Lo más destacado del año

Niveles históricos de audiencia

Lo más destacado en la programación del año han sido los *records* históricos de audiencia logrados por Univision, Telefutura y Telemundo con sus telenovelas *Soy tu dueña*, *El capo* y *¿Dónde está Elisa?*, respectivamente, y los resultados también históricos de audiencia de la Copa del Mundo transmitidos por Univision. También fue significativo el estreno de nuevos formatos de ficción, el estreno de la adaptación de la serie *Grey's Anatomy*, en el serial colombiano de exhibición diaria *A corazón abierto* y la introducción de la telenovela *Las Aparicio*, sólo accesible a través de la internet en Telemundo.com.

La telenovela mexicana *Soy tu dueña*, producida por Televisa y emitida por Univision, se convirtió en la telenovela más vista de toda la historia de la televisión hispana al alcanzar en promedio 5,4 millones de televidentes durante su transmisión a lo largo del año (James, 2011a). El final alcanzó una audiencia de más de 7,3 millones de televidentes, sólo rebasada por el final de *Destilando amor*, que alcanzó la cifra record de los 9 millones de televidentes (*Entertainment & Travel*, 2011). El final de *Soy tu dueña* posicionó por esa noche a Univision como la cadena más vista en los Estados Unidos entre los segmentos 18-49 y 18-34 años por la noche entera (Univision, 2011). Dos sucesos importantes en el año para la cadena fueron el éxito moderado de *Eva Luna* como producción original y la cancelación de uno de los programas más representativos de la cadena, *El show de Cristina*, que ya cumplía 21 años al aire.

La cadena Telefutura ha seguido el modelo de distribución de ficción y se ha convertido en la ventana de exhibición de telenovelas que no forman parte del acuerdo de programación con Televisa, el cual ocupa los tiempos estelares de la cadena hermana Univision. Así, Fox NewsCorporation ha encontrado en Telefutura un espacio de distribución de sus telenovelas producidas en Fox Telecolombia. En el 2010, una producción de Fox Telecolombia, *El capo*, ob-

tuvo extraordinarios niveles de *ratings* para Telefutura superando a las telenovelas de Telemundo con excepción de *Mas sabe el diablo* y *¿Dónde está Elisa?*. El final de la telenovela *El capo* atrajo más de 2 millones de espectadores convirtiéndose en el final más visto de una telenovela en la historia de la cadena (Gorman, 2010). Otras telenovelas que incrementaron la audiencia de Telefutura fueron la producción colombiana de Canal Caracol *Vecinos*, con 5,2 puntos de *rating*, y *Muñecas de la mafia*, con 5,0 puntos de *rating*. En contraste, la telenovela de Rede Globo *India*, que llegó como la ganadora de un Emmy Internacional a la mejor telenovela, aunque su estreno alcanzó un alto nivel de audiencia, no lo mantuvo y tan sólo promedió 4,1 puntos de *rating* en el 2010.

En Telemundo, *¿Dónde está Elisa?* atrajo los mayores números de audiencia. El 6 de mayo, la telenovela atrajo alrededor de 1,9 millones de espectadores y alcanzó el primer lugar en puntos de *rating* en el horario de las 22:00h entre las cadenas de televisión hispana en los Estados Unidos. Desde su estreno el 8 de marzo, *¿Dónde está Elisa?* ocupó el primer lugar, un 44% de las fechas alcanzando más puntos de *rating* que el *Show de Cristina* y *Don Francisco* en ciertos grupos demográficos (*Entertainment Newsweekly*, 2010a).¹³ El año pasado otro *remake* producido por Telemundo, *Sin senos no hay paraíso* (2009), basado en la colombiana *Sin tetas no hay paraíso*, se convirtió en la telenovela más exitosa de Telemundo de la historia de la cadena (Gorman, 2009). Las telenovelas *Sin senos no hay paraíso* y *¿Dónde está Elisa?* son sólo ejemplos recientes del incremento históricos en las audiencias de la cadena en el 2009 y el 2010, respectivamente. La producción de *El clon* ha arrojado resultados mixtos, mientras en los Estados Unidos su estreno atrajo 1,4 millones de espectadores rebasando el estreno de la telenovela original transmitida también en Telemundo (Azevedo, 2010). Sin embargo, para junio del

13 *¿Dónde está Elisa?* es una producción de Telemundo realizada en Miami y basada en la telenovela original de mismo nombre producida en Chile por TVN (Televisión Nacional de Chile).

2010 la telenovela muestra números de *rating* que no cumplían las expectativas con un 4,5, por debajo de *Perro amor*, 4,6, y de *¿Dónde está Elisa?*, que tenía 7.5 puntos de *rating* (Nielsen, junio de 2010). En contraste, *El clon* ha alcanzado posicionarse mejor en el extranjero, como fue el caso en México en donde seguido de *¿Dónde está Elisa?* muestran muy buenos resultados de *rating* desplazando a las telenovelas de TV Azteca en la pelea por retar la hegemonía de Televisa. Telemundo reporta un crecimiento sostenido de su audiencia, durante el 2010, en el segmento del total de televidentes (Personas 2+), adultos 18-49, mujeres 18-49 y mujeres 18-34 en *prime time*, en ambos de lunes a viernes y de lunes a domingo (*Professional Services Close-Up*, 2011).

La cobertura de la Copa del Mundo de Sudáfrica generó también números históricos para la televisión en español. El partido Argentina vs. México atrajo a 9,41 millones de espectadores convirtiéndose en el programa, sin importar el género, más visto de toda la historia de la televisión hispana en los Estados Unidos. La final entre España vs. Holanda se convirtió en el tercer programa más visto de la historia con una audiencia de 8,8 millones (Reynolds, 2010). El final de la telenovela *Destilando amor* del 2007 pasó a ser, después del mundial, el segundo programa más visto de la historia con 9,2 millones de espectadores. Los partidos transmitidos por Univision y Telefutura arrojaron los más altos niveles de audiencia de ninguna Copa del Mundo con un promedio de 2,4 millones de telespectadores por partido (Reynolds, 2010).

Reestructura de fuerzas corporativas

La compra de NBC por Comcast y el nuevo acuerdo de Televisa con Univision son los dos eventos más importantes dentro de la industria en el 2010. La compra de NBC por Comcast el gigante distribuidor de servicios de cable, internet y telefonía, desencadenó una discusión sobre la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas y cómo afectaría a la comunidad hispana. Una de las importantes pre-

ocupaciones resultado de esta compra es el poder que Comcast va a tener en los mercados a nivel local, en los que podría aumentar los precios de sus servicios afectando a los consumidores, o podría poner barreras para la distribución de los contenidos de los ahora medios rivales (Tessler, 2010). Los latinos han sido uno de los grupos que mostraron más preocupación en este proceso de compra pues esta transacción incluye la venta de Telemundo, la segunda cadena de medios en español de los EE.UU. Las reservas, particularmente de los periodistas y profesionales de los medios latinos, se remontan al tipo de recortes que este tipo de fusiones ha significado para la comunidad hispana. Todavía, esta reciente la compra de Telemundo por NBC en el 2001 tuvo como resultado el cierre de las operaciones noticiosas locales de las estaciones de Telemundo (Flores y Torres, 2010). El despido y recorte de los burós de prensa locales y la falta de atención a la comunidad latina son preocupaciones centrales de los hispanos ante esta fusión. A pesar de estos reclamos la operación fue aprobada en enero del 2011 y están por verse los efectos que esta fusión corporativa traerá no sólo a los medios latinos, sino a la competencia de los medios en los Estados Unidos en un momento en que la distribución por diversas plataformas tanto por cable, internet y telefonía se está volviendo crucial para el crecimiento de la industria de la televisión.

El acuerdo de Televisa con Univision cierra un capítulo de disputas y consolida el poderío y alcance de los dos gigantes a los dos lados de la frontera. El nuevo acuerdo de programación asegura a Univision el acceso a la programación de mayor éxito para su exhibición en horarios estelares y su distribución a través de diferentes plataformas digitales y móviles. Este nuevo acuerdo asegura la viabilidad de la empresa con crecimientos históricos de audiencias y un mercado hispano en crecimiento; y también asegura a Televisa una creciente influencia como socio minoritario y como beneficiario de los ingresos de publicidad generados por su programación. La inversión de 1,2 mil millones de dólares, llevada a cabo en octubre, dio

al grupo mexicano el 5% de la propiedad de Univision y reporta el *Financial Times* que la transacción deja obligaciones convertibles en otro 30% para Televisa, con la opción de aumentar su participación a un 40%, lo que requeriría un aflojamiento de las leyes de propiedad de los medios en los Estados Unidos (Edgecliffe-Johnson, 2011). La inversión de Televisa abrió tres lugares para la corporación mexicana dentro del Consejo de Administración de Univision entre los que destaca el ocupado por Emilio Azcarraga Jean Presidente y Director Ejecutivo (CEO) de Televisa.

7.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

La literatura en torno a la calidad de televisión ha privilegiado tradicionalmente, aunque no sólo, lo que se conoce como valores de producción. Por un lado, en donde se juzga la dirección, producción, actuación, y la maestría literaria-dramática del guión, muy alineado a los parámetros que nos ofrece la crítica cinematográfica. La calidad es, en este caso, mayormente evaluada desde el texto y por otro lado, la condición de la televisión como un medio salvaguardo por el Estado con fines que deben obedecer al *interés público*, ha generado una apreciación del medio alineado con su capacidad de divulgación cultural, objetivos pedagógicos, o su función informativa. La calidad en este caso es mayormente evaluada por la función de los programas. Características evaluadas mayormente desde los objetivos y la función. Más recientemente se ha cuestionado la calidad del medio desde el espacio de la recepción y su capacidad de generar un tipo de interacción con la ficción que incrementa diferentes habilidades de cognición, interpretación y de lógica de las audiencias.

La propuesta de Victoria Viñez y Cristina Díaz (2008) añade a estas tres taxonomías la calidad de la industria como capacidad para dinamizar el sector industrial y como potencial competitivo. Geoff Mullen (1990) extiende el concepto al evaluar la calidad desde sie-

te diferentes instancias: la producción y profesionalismo; el consumo y el mercado; la estética televisiva; como ritual comunicativo; su impacto social; y la ecología televisiva. Por su parte Gabriela Borges (2008) propone un modelo centrado en la evaluación de la calidad en el ámbito de la televisión cultural mayormente basado en la función de la programación.

La transformación de los géneros televisivos por una industria cambiante en los Estados Unidos, demostraría que la discusión del medio desde los parámetros de la calidad de la producción y calidad literaria del guión mayormente traídos de los estudios cinematográficos no reflejaban los cambios que sufrían el género y las narrativas televisivas. Ya en la década de 1980 algunas estructuras narrativas o géneros híbridos, como fue el caso del *dramedy*, desafiaban anteriores clasificaciones y se consideraban dentro de los círculos comerciales como programas de calidad, como fue el caso de la serie *Luz de luna*. El auge de los sistemas de cable, y de la televisión satelital, inauguran lo que Amanda Lotz (2007) caracteriza como la época de las opciones múltiples en la televisión, en la que el auge de estrategias de segmentación de mercado, búsqueda de audiencias nicho y *narrowcasting* opuestas a la filosofía del *más bajo denominador*. Esto dio como resultado el surgimiento de producciones de alta calidad en canales como HBO seguido de *Showtime* inaugurando una nueva manera de ver la televisión como medio. Este auge en la producción de calidad resultará en programas como *The Sopranos*, *Lost*, o *Heroes*, *Six Feet Under*, *Alias*, *Buffy the Vampire Slayer*, *Angel*, *The West Wing* o *The Wire*.

Este renacimiento de la producción de calidad en los Estados Unidos ha ido de la mano de la emergencia de una especialidad académica de Estudios de Televisión, en el marco de los Estudios Culturales. Jason Mittell argumenta que una de las más importantes expresiones de la calidad de estas producciones ha sido el incremento en la complejidad narrativa de estas series (Mittell, 2006). Algunas de las características que Mittell argumenta integran la

complejidad narrativa son: en términos de la narrativa largamente caracterizada por las tensiones que provocan las convenciones episódicas contra la lógica serial, que resulta en operaciones creativas que retan de manera a veces híbrida la rigidez de ambos modelos, lo que Mittell denomina como “redefinición de las formas episódicas bajo la influencia de la narración serial”; la priorización de la trama sobre los personajes (2006, p. 32). Y en términos de los dispositivos de narración que recurren al espectáculo visual; el *flashback* y la alteración de la cronología; la ruptura de la cuarta pared; el uso de la fantasía; la voz de un narrador; y el recuento de la trama desde diferentes perspectivas (p. 36). En términos de las audiencias, la activación de un proceso de “inteligencia colectiva” para la información, interpretación y discusión de las narrativas complejas. Ello activa un proceso cognitivo que ayuda en las habilidades de la solución de problemas. Las audiencias no sólo están concentradas en la *diégesis* de estos programas sino en los mecanismos creativos usados por los escritores y productores para hacer posible la existencia de estructuras narrativas complejas. Neil Harris, citado en Mittell, sugiere que estas operaciones estéticas “llevan a las audiencias no a preguntarse ¿qué pasará? sino ¿cómo lo hicieron?” (p. 35). La complejidad narrativa concluye Mittell invita a la desorientación y a la confusión, pero activa en las audiencias el ejercicio de sus habilidades de comprensión a través del largo proceso de ver la televisión a la vez de promover una participación activa.

A la propuesta de complejidad narrativa de Mittell, Michael Kackman (2010) responde con un modelo, que le da al espectador un rol más importante en la definición de la calidad con la propuesta del concepto de audiencias y complejidad cultural. Kackman argumenta que las operaciones estéticas resultado de una estructura compleja narrativa, son también innegablemente parte de la “estetización de las prácticas creativas de la recepción cultural”. Así el placer que las audiencias experimentan ante estas narrativas no es una operación estética es una operación cultural. Es así que la habilidad

de identificar una narrativa compleja, no es una operación estética, es una operación de reconocimiento.

La complejidad narrativa no es sólo algo que hallas en el texto; es algo que nosotros traemos al texto (Kackman, 2010, np).

Kackman cierra su argumento preguntándose qué **clase de personajes**, escenarios o dilemas pueden ser considerados complejos, que merezcan la etiqueta de “calidad” y cuáles deben ser relegados al montón de chatarra del exceso telenoveler.

Así, en el modelo comercial de la televisión estadounidense, además del despliegue del espectáculo visual, la calidad va a requerir el reconocimiento por parte del espectador y su voluntad para involucrarse y descifrar las pistas que la narrativa ofrece, pero que abre las posibilidades a una serie de interpretaciones alternativas. Es así que la evaluación de la calidad de las telenovelas en el mercado de los Estados Unidos es necesariamente mediada en relación al desarrollo de la ficción mostrado por las cadenas en inglés. Así, mientras la *telenovela* se enfrenta de manera indirecta al juicio de un mercado cada vez más acostumbrado a la complejidad narrativa y cultural de los programas de ficción, también se enfrenta a diferencia de Brasil o México a un mercado muchísimo más fragmentado en términos de las competencias lingüísticas y herencias culturales y nacionales de los diferentes grupos que componen a la heterogénea población latina de los Estados Unidos. En este sentido me gustaría referirme de manera breve al caso de tres producciones *Soy tu dueña*, *¿Dónde está Elisa?* y *El clon*, que podrían ilustrar esta complejidad y los retos que en términos de calidad enfrenta la producción de ficción de calidad en los Estados Unidos.

En un grupo social en donde dos terceras partes de la población son de origen mexicano, la distribución del *rating* de alguna manera muestra la importancia en términos de identificación cultural que este dato demográfico representa. Univision ha gozado del dominio del mercado, beneficiado de la programación de las telenovelas producidas por Televisa México. *Soy tu dueña* constata esta operación

al convertirse en la telenovela más vista de la historia en la televisión hispana y que los diez programas de ficción fueran hechos por Televisa para Univision. En este sentido, el éxito de estas novelas podría ser explicado en principio por el concepto de proximidad cultural, expuesto por Joseph Straubhaar (1991), el reconocimiento de rasgos culturales que a audiencia privilegia, en este caso “lo mexicano”. Sin embargo, Azteca América, subsidiaria de TV Azteca, y cuya programación e identidad ha sido construida a partir de su mexicanidad no ha logrado lejanamente el éxito con sus telenovelas en el público latino de los Estados Unidos. Así, podríamos hablar más bien de una fórmula de éxito a la que Oscar Hernández describe como *telenovela blanda*, en contraste con la fórmula brasileña de éxito descrita como *telenovela dura* (Hernández, 2001). Esta fórmula de éxito ha sido ampliamente criticada por su esquema maniqueo del bien y del mal, un universo racial y de clase altamente estratificado y sus historias basadas en el romance heterosexual en donde el final feliz, o la boda son requerimientos *sine qua non* de sus cierres narrativos. A pesar de esta crítica, la investigación en la recepción ha encontrado que muchas de estas historias han significado espacios en donde la población latina, particularmente las mujeres, encuentran modelos a seguir que no encuentran en las cadenas en inglés estadounidenses (Mayer, 2006). Las telenovelas, en particular de Televisa, son parte de una vivencia translocal característica de la experiencia migratoria de los mexicanos a los Estados Unidos. Así, ello obliga a preguntarse acerca del tipo de placeres que las audiencias encuentran en estas narrativas y el tipo de necesidades a las que atienden que siguen premiando a la cadena con muy altos niveles de *rating*.

El surgimiento de Telemundo como primer productor de contenido de ficción para la población latina de los Estados Unidos y los dilemas que la cadena enfrenta para hacer frente al dominio de Univision-Televisa, nos hace repensar nuevamente en las implicaciones del concepto de calidad. Dado el contrato de programación de Univision con Televisa y Venevisión, tocó a la cadena Telemundo

en principio importar muchas de las telenovelas con *sello* de calidad producidas en Brasil, México, o Colombia. Ahora como productora, Telemundo ha recurrido a la compra de derechos y producción o coproducción de las telenovelas en donde ha trabajado con ideas exitosas de Colombia, Chile o Brasil, entre otros. Este año dos producciones llamaron la atención en particular del *remake* de dos producciones: ¿Dónde está Elisa?, una producción chilena de tvn que durante el 2009 ocupó el primer lugar de *rating* en Chile. Y *El clon*, una coproducción con Globo de la telenovela del mismo nombre que ha sido uno de los éxitos más importantes de la cadena en el pasado.

¿Dónde está Elisa?, un *thriller*, sin grandes valores de producción en términos de recursos, escenografías, escenarios, pero con la trama obligaba al espectador a preguntarse, ¿dónde está Elisa?, ¿quién la secuestró? y finalmente ¿quién la mató? La telenovela se convirtió en la producción más vista de la historia de la cadena, muy lejos de los *ratings* de Univision-Televisa, pero con números que muchos días dominaban el *rating* dada su programación de las 22:00h, horario en el que Univision no programa telenovelas. Más que el ritmo rápido característico de muchos *thrillers*, fue el desarrollo de diferentes sub-tramas, que incluían, infidelidad, homosexualidad, drogas, asesinatos, desarrollados dentro del universo familiar en donde el drama de la ausencia de Elisa y su muerte reforzaron un drama, que la audiencia premió al sintonizarla cada día. Cabe destacar la actuación de sus protagonistas, en particular de la colombiana Catherine Siachoque, quien interpretara a Cecilia Altamira, tía de Elisa, quien fue responsable de mantener la tensión dramática en muchas de las escenas. Aunque lejos de la complejidad narrativa y desorientación a la que un espectador de la serie de ABC *Lost* puede verse sumergido, la trama de esta adaptación chilena obligaba al televidente a mantenerse atento a cualquier pista que les pudiera revelar quién fue el secuestrador primero y después quién fue el asesino. Paradójicamente, el *remake* de *Alguien te mira*, un *thriller* del mismo escritor, la falta de sub-tramas de interés, la revelación prematura de

quién era el asesino y la falta de atractivo de la pareja protagonista alejaría al público de esta telenovela.

El clon, una coproducción de Telemundo Rede Globo y RTI Colombia, fue anunciada como “la telenovela más ambiciosa de la historia de la televisión” (Palacios, 2010). Se grabó en Alta Definición (HD) en escenarios de Marruecos en el desierto del Sahara, en Bogotá y Girardot Colombia y Miami, Florida. La producción contó con la colaboración de la escritora de la versión original Glória Perez. La producción causó gran expectativa, dado el éxito de la original, y su estreno atrajo a 1,4 millones de espectadores. La grabación en hermosos escenarios, la utilización de tecnologías de alta definición, la apuesta a un guión de cierto nivel de complejidad que explora tanto las consecuencias de los productos científicos, el choque cultural entre Oriente y Occidente y una historia de amor que desafía el tiempo son elementos que apuntan hacia una alta manufactura de calidad desde la perspectiva de la producción. Incluso, el planteamiento de los dilemas morales de la ciencia, la moral, las costumbre y la religión a través del tiempo también apuntaban a un tipo de recepción que requiera de un tipo de participación de la audiencia que la empujara a evaluar la trama más allá de la anécdota en todas sus implicaciones culturales y sociales, apuntando a una posible construcción de la calidad desde la recepción. Sin embargo, en su transcurso, la telenovela no produjo los *ratings* esperados con un promedio de 5,0 puntos, siendo superada por los *ratings* mostrados ese año por otras producciones de Telemundo, como *Más sabe el diablo*, con 6,8, y *¿Dónde está Elisa?*, con 7,5 puntos.

Mientras en algunos reportes se apunta que el esfuerzo de la cadena Telemundo iba en la dirección correcta para incrementar la calidad de lo que se le ofrece al público hispano, al pasar el tiempo el interés decayó. Un caso paralelo, también en el 2010, fue el estreno en la cadena Telefutura de *India*, una producción de Rede Globo, una telenovela de grandes valores de producción que traía como carta de presentación el Premio Emmy a la mejor telenovela inter-

nacional del 2009. Esta telenovela también recibió baja respuesta de la audiencia reflejada en los 4,1 puntos de *rating*.

Indudablemente, la Rede Globo de Brasil ha estado a la cabeza en la propuesta de producción de telenovelas de calidad que empaata con los criterios establecidos en términos de producción y en muchos casos por su estrategia de mercadotecnia social, dentro del terreno de la calidad en el rubro de la función social. ¿Entonces qué pasa con las audiencias? Aunque producciones de alta calidad brasileñas programadas en Telemundo, como *Xica da Silva*, *La esclava Isaura* y el original *El clon*, han probado ser exitosas, entonces ¿qué pasó con las apuestas por la calidad representada por *la India* y *El clon*? En este punto, me parece oportuno retomar la propuesta de Michael Kackman, en que la complejidad narrativa o la calidad de una producción no se acaban en el producto terminado, sino en lo que las audiencias puedan traerle a ella a partir de lo que él definirá como complejidad cultural. Así, lo que se encuentra en el centro de esta discusión es el concepto de calidad que se puede desprender del tipo de “estetización de las prácticas creativas de la recepción cultural”, como Kackman (2010) lo define, que guían el comportamiento del público hispano de los Estados Unidos.

Referencias bibliográficas

- AZEVEDO, T. “Clon de ‘El clon’ un exito en rating”. *El blog de la super fan* 33. Disponible en: <<http://www.telemundo33.com/blog/?p=2471>>. Acceso el: 1° de marzo de 2011.
- BORGES, G. “Parámetros de calidad para un análisis de programas televisivos en el ámbito cultural: una propuesta teórico-metodológica”. *Revista nau, Revista de np en Comunicació Audiovisual de Intercomunicació* 1(1), 173-192, 2008.
- CBS NEWS. “New NBC Universal CEO Announced”. *cbs News*. Business section. New York, 27 de septiembre de 2010. Disponible en: <<http://www.cbsnews.com/stories/2010/09/27/business/main6904236.shtml>>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.

COMCAST. "4th Quater Results", 14 de febrero de 2011. *Comcast.com*. Disponible en: <<http://www.cmcsk.com/>>. Acceso el: 20 de febrero de 2011.

EDGECLIFFE-JOHNSON, A. "Univision chief to step down with planned IPO looming", 15 de marzo de 2011. *Financial Times*. Disponible en: ProQuest Database <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2292760341&sid=4&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 16 de marzo de 2011.

ENTERTAINMENT & TRAVEL. "Univision Network; Univision's Hit 'Soy tu dueña' Woman of Steel is Top Primetime Novela in U.S. Television History". *Entertainment & Travel*, Atlanta, 15 de enero de 2011, p. 61. ProQuest Database. Acceso en: 20 de febrero de 2011.

ENTERTAINMENT BUSINESS NEWSWEEKLY. "Verizon; Verizon Brings Customers NBCUniversal's Coverage of 2010 Vancouver Winter Olympic Games". *Entertainment Business Newsweekly*, Atlanta, 21 de febrero de 2010, p. 237. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1959090811&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 5 de marzo de 2011.

ENTERTAINMENT CLOSE-UP. "Azteca América Unveils Ford Partnership with Multiplatform Properties". *Entertainment Close-Up*. Jacksonville, 13 de septiembre de 2010. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2136176471&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 28 de febrero de 2011.

ENTERTAINMENT NEWSWEEKLY. (a). "Telemundo; Telemundo's ¿Dónde está Elisa? is #1 Spanish-Language Program at 10:00 PM". *Entertainment Newsweekly*, Atlanta, 7 de mayo de 2010, p. 184. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2020403351&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 22 de febrero de 2011.

ENTERTAINMENT NEWSWEEKLY. (b). "Azteca América appoints Roberto Romagnoli as Vicepresident of Production and Entertainment". *Entertainment Newsweekly*. Business News. Atlanta, 5 de noviembre de 2010. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2173486631&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 27 de febrero de 2011.

ENTERTAINMENT NEWSWEEKLY. "Cable Television Companies; Joshua Mintz named Senior Executive Vice President". *Entertainment Newsweekly*, Atlanta, 21 de enero de 2011, p. 184. ProQuest Database. Disponible en:

<<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2235777471&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.

FLORES, F. y TORRES, J. "Comcast-NBC: is the merger good for Latinos?". *La Prensa*, San Antonio, Texas, 7 de marzo de 2010, vol. 21, n. 35, p. 3A.

GLOBAL. "Hispanic purchasing power in U.S. is \$1 trillion strong and growing". *Global Information, Inc.* The vertical markets research portal. Press release, 16 de marzo de 2010. Disponible en: <<http://www.the-infoshop.com/press/mt114718.shtml>>. Acceso el: 22 de febrero de 2011.

GORMAN, B. "*Sin senos no hay paraíso* most-watched novela in Telemundo history". *tv by the numbers*. Network tv Press Releases, 2009. Disponible en: <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/2009/06/23/telemundos-sin-senos-no-hay-paraíso-most-watched-novela-in-telemundo-history/21343>>. Acceso el: 20 de febrero de 2011.

GORMAN, B. "Telefutura's hits series 'El capo' delivers highest-rated finale in network history". *TV by the numbers*. Network tv. Press releases, 4 de junio de 2010. Disponible en: <<http://tvbythenumbers.zap2it.com/2010/06/04/telefuturas-hit-series-el-capo-delivers-highest-rated-finale-in-networks-history/53241>>. Acceso el: 16 de febrero de 2011.

GRUPO SALINAS. "Perfil-Fact Sheet". *Grupo Salinas.com*, 2011. Disponible en: <<https://www.gruposalinas.com/contenido.aspx?p=factsheetes>>. Acceso en: 1º de marzo de 2011.

HERNÁNDEZ, O. *A Case of Global Love: Telenovelas in Transnational Times*. Doctoral dissertation, University of Texas at Austin, 2001.

HISPANIC MARKET. *Hispanic market overview 2011*. Adam R. Jacobson Services y Research Consultancy y HispanicAd.com.

JAMES, M. (a). "Univision challenges networks for ratings; Spanish-language show about woman scorned beats out NBC, ABC, Fox". *Chicago Tribune*, Chicago, Illinois, 10 de enero de 2011, p. 36. ProQuest Database. Acceso el: 24 de febrero de 2011.

JAMES, M. (b). "Comcast earnings soar; now the hard part begins". *Los Angeles Times*. Business Section. Disponible en: <<http://latimesblogs.latimes.com/entertainmentnewsbuzz/2011/02/comcast-earnings-soar-now-the-hard-part-begins.html>>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.

KACKMAN, M. "Quality television, melodrama, and cultural complexity". *Flow TV. Special issue: Flow favorites 2010*, 11. Disponible en: <<http://flowtv.org/2010/03/flow-favorites-quality-television-melodrama-and-cultural-complexity-michael-kackman-university-of-texas-austin/>>. Acceso el: 15 de enero de 2011.

LOTZ, A. *The television will be revolutionized*. New York: NYU Press, 2007.

MARKETING WEEKLY NEWS. "Lieberman Broadcasting, Inc.; Estrella tv makes its nationwide debut". *Marketing Weekly News*, Atlanta, 3 de octubre de 2009. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1865461851&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 3 de marzo de 2011.

MARKETING WEEKLY NEWS. "Azteca América; Una Vez Mas; Azteca América Congratulates uvm Station Group for Acquisition of Full-Power Television Stations in Houston and Dallas". *Marketing Weekly News*, Atlanta, 19 de febrero de 2011, p. 211. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2262493811&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 1º de marzo de 2011.

MAYER, V. "Living telenovelas/telenovelizing life: Mexican American girls' identities and transnational telenovelas". *Journal of Communication* 53(3): 470-495, 2006.

MITTELL, J. "Narrative complexity in contemporary American television". *The Velvet Trap* 58, 29-40, 2006.

MULGAN, G. *Question of Quality*. London: The British Film Institute, 1990.

PALACIOS, L. "'El clon', un éxito por repetir". *El Nuevo Herald*. Miami, Florida, 19 de febrero de 2010. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2129903011&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 15 de marzo de 2011.

PEW HISPANIC CENTER. (a). "Country of origin profiles". *Pew Hispanic Research Center*, 2008. Disponible en: <<http://pewhispanic.org/data/origins/>>. Acceso en: 5 de enero de 2011.

PEW HISPANIC CENTER. (b). "Statistical portrait of Hispanics in the United States, 2008". *Pew Hispanic Center*. Disponible en: <<http://pewhispanic.org/files/factsheets/hispanics2008/Table%204.pdf>>. Acceso el: 15 de diciembre de 2010.

PORTADA. "Estrella tv joins Nielsen national ratings". *Portada*, 2010. The leading source on Latin marketing and media. Disponible en: <<http://www.portada-online.com/article.aspx?aid=5936>>. Acceso el: 11 de marzo de 2011.

PR NEWSWIRE. (a). "Azteca América Network Presents the Azteca Stations Group, with Full-Power O&O Stations in Los Angeles, New York, San Francisco and Miami". *PR Newswire*, New York, 21 de junio de 2010. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2062906521&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso en: 6 de marzo de 2011.

PR NEWSWIRE. (b). "Sergio Romero named programming manager of Azteca América". *PR Newswire*, New York, 20 de julio de 2010. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2084999041&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 20 de febrero de 2011.

PR NEWSWIRE. (c). "Azteca América, MEC and AT&T Team Up to Deliver Multi-Platform Branded Integration on Ventaneando Entertainment Program". *PR Newswire*, New York, 12 de agosto de 2010. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2107685041&sid=2&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.

PR NEWSWIRE. "Martin Breidsprecher named CEO of Azteca América". *PR Newswire*, New York, 9 de febrero de 2011. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2261748681&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 20 de febrero de 2011.

PROFESSIONAL SERVICES CLOSE-UP. "Telemundo reports year over year growth among key demos". *Professional Services Close-Up*. Jacksonville, 4 de marzo de 2011. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2282069821&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 8 de marzo de 2011.

REYNOLDS, M. "World Cup runs over for ESPN, Univision". *Multichannel News*, New York, 19 de julio de 2010, vol. 31, n. 28, p. 29.

SHIELDS, M. "NBCU creates ad net". *Mediaweek*, New York, 26 de julio-2 de agosto de 2010, vol. 20, n. 28, p. 8.

STRAUBHAAR, J. "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity". *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 39-59, 1991.

- TESSLER, J. "To acquire NBC, Comcast must convince regulators competitors, consumer groups say fair-play promises offer too little". *South Florida Sun – Sentinel*. Fort Lauderdale, Florida, 28 de enero de 2010, p. D.3. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1949089301&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 3 de marzo de 2011.
- TV AZTECA 4T10 (2011). "EBITDA de TV Azteca crece 16%. Reporte Trimestral 4T10". *IRTV Azteca*. Disponible en: <www.irtvazteca.com>. Acceso el: 28 de febrero de 2011.
- UNIVISION. "Univision Corporativo. Boletines de prensa 2010". Disponible en: <http://www.univision.net/corp/es/press_2010.jsp>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.
- UNIVISION. "Univision Corporativo. Boletines de prensa 2011". Disponible en: <<http://www.univision.net/corp/es/press.jsp>>. Acceso en: 15 de febrero de 2011.
- U.S. CENSUS. "Race and Hispanic origin and the 2010 Census". *U.S. Census Bureau*. Disponible en: <<http://blogs.census.gov/censusblog/2011/03/race-and-hispanic-origin-and-the-2010-census.html>>. Acceso el: 5 de abril de 2011.
- VILLARREAL, Y. "Embracing English subtitles". *Los Angeles Times*, Los Angeles, California, 3 de octubre de 2010, p. D.1. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2153100601&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 3 de marzo de 2011.
- VIÑES, V. y GONZÁLEZ, C. "Conteúdos audiovisuais de qualidade dirigidos ao público infantil". In Borges, G. y Reia-Baptista, V. (Coords.). *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte Ltda., 2008.
- WINSLOW, G. "Gateway to growth". *Broadcasting & Cable*, New York, 24 de enero de 2011, vol. 141, n. 4, p. 12. ProQuest Database. Disponible en: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=2247829991&sid=1&Fmt=3&clientId=9269&RQT=309&VName=PQD>>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.
- YOUNG, J. y DE LA FUENTE, A. "Univision, Televisa reconciled". *Variety*. tv News, Wednesday, 6 de octubre de 2010. Disponible en: <<http://www.variety.com/article/VR1118025236?query=Televisa>>. Acceso en: diciembre de 2010.

MÉXICO: “MEXICANOS AL GRITO DE GUERRA...” TAMBIÉN EN LA FICCIÓN

*Guillermo Orozco Gómez, Francisco Hernández,
Alejandro Huizar y Darwin Franco*

8.1. El contexto audiovisual

En un año marcado mediáticamente con festejos patrios por la conmemoración del Bicentenario de la Independencia, México conmemoró también un siglo de Revolución y recrudeció su violencia en la realidad actual en la “lucha contra el crimen organizado” así bautizada por el presidente Felipe Calderón. La televisión por su parte aprovechó para inyectar mucha más violencia a su programación de ficción y legitimar desde ella su uso por parte del Estado y por el ejército como la única estrategia para conseguir la paz en el escenario de guerra anunciado y reiterado en todas las pantallas por el mismo Presidente.

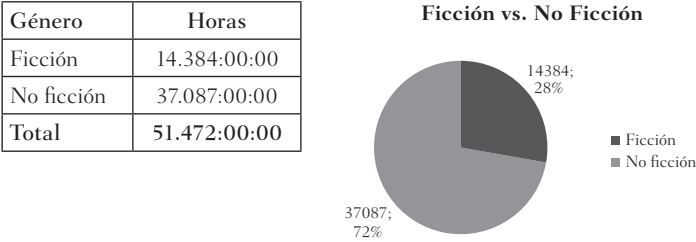
Cadenas nacionales de televisión abierta en México

| Cadenas privadas (2) | Cadenas públicas (2) |
|-----------------------------|----------------------|
| Televisa (Canales 2, 5 y 9) | Once tv (Canal 11) |
| tv Azteca (Canales 7 y 13) | Conaculta (Canal 22) |

Contexto audiovisual de la ficción en México

La ficción en pantalla baja en comparación con el año anterior que alcanzó un total de 16.324 horas del total de la programación. La no ficción aumenta debido a los *reality shows* tanto de Televisa como de tv Azteca.

Gráfico 1. Ficción vs. no ficción (todos los géneros) 2010

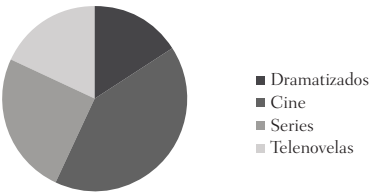


Fuente: IBOPE-AGB México/OBITEL México

Gráfico 2. Tipos de ficción transmitida durante 2010

| Género | Horas |
|-------------|--------------|
| Dramatizado | 2.360:00:00 |
| Cine | 5.841:00:00 |
| Series | 3.639:00:00 |
| Telenovelas | 2.544:00:00 |
| Total | 14.384:00:00 |

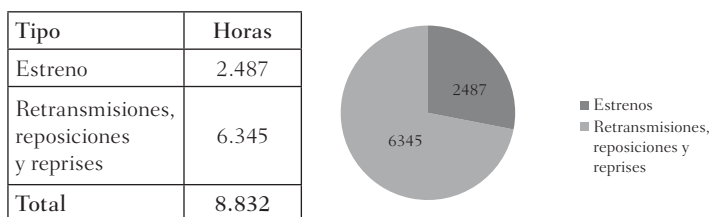
Formatos de ficción transmitida en 2010



Fuente: Ibope-AGB México

El formato que aumenta su presencia es el de dramatizados como *Lo que llamamos las mujeres*, *La rosa de Guadalupe* y *Cada quien su santo*, que tienen una transmisión diaria y llenan las horas vespertinas. Ninguno de estos títulos es de estreno, pero sus temáticas han inaugurado tendencias durante el 2010, al coincidir en proponer soluciones mágico-religiosas a los problemas abordados en sus narrativas.

**Gráfico 3. Ficción de estreno vs. ficción de no estreno
(retransmisiones, reposiciones y reprises)**



Contexto digital de la ficción en México

En el 2010, el ecosistema audiovisual mexicano no sólo diversificó su oferta sino que en muchos rubros incrementó el número de usuarios que acceden a sus múltiples pantallas. **Internet**, por ejemplo, creció 20,6%, lo que significa que **32,8** millones de mexicanos (casi una tercera parte de la población total) acceden a la red. Sin embargo, de éstos sólo **29,8%** lo hace desde su hogar. Un dato a destacar es el promedio diario de conexión que es de **3,21 horas** (Inegi, 2010) una hora menos del tiempo que se dedica a la tv, **4,21 horas**.

A la par del consumo de internet se incrementó la estancia/participación de los mexicanos en las **redes sociales**, siendo la principal Facebook con **16,7** millones de usuarios, seguida de Twitter con **12,5**.

Con respecto al uso del **teléfono celular**, el **80,2%** de la población mexicana usa/porta uno y en promedio, por hogar existen **cuatro celulares**. No obstante la convergencia de diversos medios en este dispositivo, sólo **12%** de los usuarios se conecta a internet a través de él. El resto prefiere mandar mensajes, fotos o vídeo o escuchar música (Cofetel, 2010).

Otra pantalla que ha crecido en el 2010 es la de los videojuegos, pues a la fecha en el país hay **13 millones** de consolas, que congregan a poco más de 23 millones de videojugadores que les dedican semanalmente un promedio de 18 horas (CIU, 2010).

La pantalla por excelencia, el cine, tuvo un buen año al congregarse en sus salas a **189 millones** de asistentes. Sin embargo, esta presencia no fue un revulsivo para la industria local, pues sólo poco más de **11 millones** acudieron a ver cine mexicano, el cual por cierto tuvo una producción de **54 películas**, cinco más que en el 2009 (Imcine, 2010).

Una violencia cada vez más integrada a la ficción

La violencia social que padece México ya no es tema exclusivo de los noticieros televisivos porque cada vez más y de diversas formas las telenovelas y series mexicanas están representando en sus historias las dos caras del fenómeno: la violencia desbordada de grupos criminales y las acciones violentas, muchas veces también desbordadas, del gobierno para combatir al crimen organizado.¹

En la ficción mexicana la violencia ya no se insinúa como siempre se había hecho. Hoy se ve y con lujo de detalles, sangre, agresión, armas, gestos de odio y dolor de sus protagonistas, víctimas y victimarios. Hay mayor dramatización y espectacularización de la violencia. Asimismo han empezado a verse en pantalla operativos judiciales, secuestros, ejecuciones, atentados, “narcobloqueos” o actos de corrupción entre los grupos criminales y las autoridades, todo en un mismo paquete o diversificado (según convenga al “momento político”) pero todo integrado y justificado en las narrativas como asunto de carácter cotidiano que se conecta a la realidad por la “editorialización” que desde las televisoras se hace a este tipo de contenidos.

1 Por iniciativa de la Presidencia de México, Felipe Calderón, desde el 2006 se emprendió una guerra frontal contra el narcotráfico en todo el país. Las acciones gubernamentales incluyeron la salida del ejército de los cuarteles para enfrentar a los criminales. Sin resultados claros, esta confrontación (según cifras oficiales) ha ocasionado 28 mil decesos entre agosto de 2006 y diciembre de 2010, aunque organismos civiles las elevan a 34 mil. A partir de esta decisión gubernamental, la violencia se ha desbordado producto del enfrentamiento urbano entre el ejército y la policía (en todos sus niveles) contra el narcotráfico o, como esgrime el discurso oficial, producto de la guerra entre los diversos cárteles del narcotráfico que se pelean las plazas por la presión gubernamental.

Bajo esta perspectiva, ¿cómo se debe entender que dos personajes de la telenovela *Llena de amor* (Televisa) formen parte nada menos que del "Escuadrón Federal de Investigación" (EFI)?² Esta ficción policial sirve para enseñar a la audiencia: "cómo se realiza un operativo"; tal como sucedió en la emisión del 21 de mayo donde estos "policías federales" realizaron un cateo con uniformes oficiales, usando armas largas y disparando a cuanto delincuente se les cruzaba en su camino. Claro, todo enmarcado en el discurso oficial que pregona que todo se hace "para sacar de las calles a la delincuencia".

En el mismo tenor, la serie *Drenaje profundo* (TV Azteca), representó a un cuerpo policiaco "incorruptible" que desintegraba y castigaba a grupos criminales con todo "el peso de la ley". Esta serie se filmó en las instalaciones de la Policía Federal Preventiva dejando ver a la audiencia la capacidad tecnológica y administrativa del grupo policiaco.

Del otro lado de la moneda, la ficción ha buscado retratar los vínculos del gobierno o la política con los grupos de delincuencia organizada. Tal es el caso de las telenovelas de TV Azteca *Vidas robadas*, *Prófugas del destino* y *La loba*. En la primera, la villana y su hijastro planean paso a paso cómo asesinar al Procurador de Justicia que se opone a sus negocios de contrabando de mercancías ilícitas y casas de apuestas clandestinas (21 de mayo de 2010). En *Prófugas del destino* se deja al descubierto cómo un presidente municipal (alcalde) negocia el paso y venta de droga por su localidad. Finalmente, en *La loba* se muestra cómo un diputado federal usa su posición para trabajar a favor del narcotráfico.

Si bien, desde 1996, la producción original *Nada personal* (TV Azteca) ya daba muestras de realismo al mostrar e insinuar los nexos entre la política y el crimen, en las telenovelas actuales eso se hace explícitamente, ya que se muestran escenas donde con saña los villa-

2 Alusión directa a la Agencia Federal de Investigación (AFI), perteneciente a la Secretaría de Seguridad Pública, instancia que junto al ejército mexicano encabezan la lucha contra el narcotráfico.

nos o narcos asesinan o hieren a sus rivales, haciendo de la violencia un acto cuasi-natural, pero espectacular en sus narrativas, tal como se observó en *Mujeres asesinas 2* (versión Televisa).

La violencia se ha ido convirtiendo en un eje articulador de las acciones narrativas de la ficción mexicana. Su producción televisiva la ofrece descontextualizada de su sentido de violación y abuso de derechos de terceros. La violencia en pantalla “no se castiga” ni se problematiza, no se discute, sólo se responde con más violencia. O peor aún, se justifica como parte de una lucha histórica, como sucedió con la serie *Gritos de muerte y libertad* (Televisa) que fue realizada por la dirección de Noticieros de Televisa y no así por el área de producción de ficción de esa misma empresa, lo cual “ya dice mucho”. En 13 capítulos se retrataron 13 momentos relevantes de la Independencia de México, y se llegó a afirmar, que toda “baja de guerra” es producto de la búsqueda de la libertad y la paz. Mensaje plenamente relacionado con la situación actual de inseguridad y demagogia al respecto que vive México. Quizá, por ello, resultó propicio que en su estreno se transmitiera por primera vez un *spot* donde la propia Televisa le “agradece al ejército mexicano” su lucha contra el narcotráfico³ (Franco, 2010).

Ante la violencia, milagros de ficción

Los dramatizados unitarios mencionados arriba, fueron abandonando las historias rosas que antes les eran encomendadas a las figuras religiosas, para anclar sus nuevos “milagros” en temas sociales que giran también en torno a la violencia e inseguridad. Materializando así un fuerte discurso religioso (de corte católico) que se presenta ante los ojos de los televidentes como la única vía “real” para calmar sus miedos e inseguridades. En este discurso, la ciudadanía y sus posibles acciones quedan desdibujadas ante las deslumbrantes ac-

3 En la producción se puede observar como una población entera aplaude a los soldados mexicanos cuando éstos entran a su localidad.

ciones que la Virgen de Guadalupe o algún santo realizan para solucionar problemas y situaciones donde no importa que la problemática social prevalezca si la "percepción personal" se reconforta. Una vez cumplido el milagro, o entendida la lección religiosa, parece que el castigo social se disuelve, pues la "aplicación de la ley" no es un asunto de hombres sino de dioses, o vírgenes, con todo lo que eso conlleva de erosión de una cultura de derecho, pero con todo lo que jala de *rating* su visionado entre una audiencia mayoritaria que vive desprotegida de las instituciones sociales más elementales y no tiene otra alternativa que refugiarse en la religión ¡ahora también ficcionada en la pantalla televisiva!

Entre licitaciones y acuerdos políticos

Sin aún resolverse la Ley de Medios en abierta disputa desde diciembre del 2006, el 2010 se caracterizó por ser un año donde las telecomunicaciones jugaron un papel central en la política mediática, instaurando otro frente de batalla con repercusiones en la producción de ficción. Prueba de ello, fue el abierto favoritismo que desde la Presidencia de la República se pretendió hacer (no se ha cerrado ese capítulo) a la empresa Televisa. En ese contexto se entiende que Televisa haya venido integrando en las narrativas de sus telenovelas propaganda a favor de las intervenciones del ejército contra cárteles del *narco*. No obstante el apoyo gubernamental a Televisa, desde la Presidencia, provocó no sólo un recrudecimiento de **otra guerra**, la de los **corporativos mediáticos** nacionales, sino también un intenso movimiento social, jurídico y legislativo para impedir que desde "el poder" le fuera entregada a Televisa la posibilidad de encabezar el negocio de la convergencia digital. La Secretaría (ministerio) de Comunicaciones y Transportes (SCT) a través de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) abrió a inicios del 2010 las convocatorias para las Licitaciones 20 y 21, ambas con el cometido de abrir las franjas 1740 a 1755 Megahertz (MHz) y de 2140 a 2155 MHz del espacio radioeléctrico mexicano para que más empresas pu-

dieran competir en materia de internet y de telefonía (fija y celular). La apertura a la competencia inicialmente excluyó a Telmex y Telcel, empresas propiedad de Carlos Slim, uno de los hombres más ricos del mundo según la revista *Forbes*, al ser éstas las que concentran la mayor oferta en el mercado (Corral, 2010).

La Licitación 21 (de cobertura nacional) quedó en disputa entre Televisa y Nextel. Al oficializarse la compra, Televisa y Nextel conformaron el Consorcio nii Digital, mismo que fue el único organismo en competir por la Licitación (Franco, 2010b). Pero la guerra siguió, ya que el 16 de agosto, la Cofetel le otorgó la Licitación 21 a nii Digital a un precio 28 veces menor al valor del mercado⁴ y pese a que existían más de 60 querellas en contra del otorgamiento de dicha concesión por parte de empresas como Telcel, Axtel y Iusacell, todas participantes del proceso (Villamil, 2010).

Sin embargo, el proceso logró detenerse cuando la propia Televisa canceló, el 19 de octubre, la negociación destinada a comprar el 30% de Nextel. Acción a la que fue orillada legalmente, pues el 16 de ese mismo mes, se emitió una medida cautelar que ordenaba la disolución inmediata de la empresa nii Digital, cuestión que no sólo dejó sin efecto el título de concesión que se le otorgó a ésta por la Licitación 21 sino que además evidenció y confirmó todas las irregularidades del proceso (Trejo, 2010).

La guerra Sky vs. Dish

El otro frente abierto lo disputan Televisa y Telmex, pues la primera le ha impedido a la segunda entrar al negocio de la televisión. No obstante, la tendencia se rompió cuando Telmex entró de forma indirecta al mercado a través de Dish. Ésta es una sociedad donde mvs (empresa mexicana de televisión) posee 60% y EchoStar (compañía estadounidense) el 40%. Sin embargo, existen indicios de que

4 Con aval de la SCT y la Cofetel, Televisa-Nextel hubieran pagado sólo 18 mil 134 millones 339 mil cien pesos cuando el valor neto de los 30 GHz del espectro radioeléctrico era de 180 millones 300 mil pesos.

Telmex fondea (respalda) a Dish la compra de los receptores que fabrica EchoStar, a través de la empresa Teninver, en la que Telmex posee el 60% y mvs/EchoStar el 40% (Celis, 2011).

Televisa, a través de sus empresas de TV satelital Sky y Cablevisión, ha solicitado a la Comisión Federal de Competencia (CFC) que revise el acuerdo comercial que tiene Telmex con Dish, pues la compañía telefónica no tiene permiso para ofrecer servicios de televisión, cosa que de alguna manera hace al cobrar en sus recibos el servicio de Dish. (Sosa, 2011).

Dish representa una fuerte competencia para los sistemas mexicanos de televisión satelital y por cable, pues sus precios y paquetes están 50% debajo de compañías como Sky o Cablevisión. En sólo dos años Dish ha logrado tener 2,1 millones de suscriptores contra 2,8 de Sky acumulados a lo largo de más de una década. Esta guerra-competencia es la única de todas las que están en pantalla y alrededor de ella, que puede redundar en beneficios para las audiencias.

El apagón analógico, un "cañonazo político"

El 1° de septiembre por Decreto Presidencial se anunció que México adelantaría al 2015 el "apagón analógico" que se tenía programado para el 2021. Con ello, a decir del Presidente Felipe Calderón, no sólo se entraría de lleno a la Televisión Digital sino que además permitiría la liberación de grandes franjas del espectro radioeléctrico para que las empresas mexicanas de telecomunicaciones puedan diversificar sus señales y servicios.

La más beneficiada con esto sería Televisa, pues a ésta en 2009 se le otorgó la explotación de 20 mil kilómetros del cableado de fibra óptica. Este cableado, conforme al Decreto, sería vital para la conversión de las señales analógicas. El Decreto Presidencial levantó muchas dudas porque el Presidente se extralimitó en sus funciones al intervenir y con ello violentar las políticas y acciones de un organismo autónomo: la Cofetel, única instancia encargada de llevar a cabo el "apagón analógico" en México. Esta gran omisión permi-

tió que la Cámara de Diputados presentara ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) un recurso de anticonstitucionalidad que dejó sin efecto el Decreto.⁵

8.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

Tabla 1. Producciones exhibidas en 2010 y respectivas emisoras

| Televisa: 12 títulos nacionales | | Once TV México: 3 títulos nacionales | |
|---|--|--|--|
| 1 | <i>Cuando me enamoro se detiene el tiempo</i> (telenovela) | 19 | <i>Bienes raíces</i> (serie) |
| 2 | <i>Ellas son la alegría del hogar</i> (serie) | 20 | <i>Los Minondo</i> (serie) |
| 3 | <i>Gritos de muerte y libertad</i> (serie histórica) | 21 | <i>Soy tu fan</i> (serie) |
| 4 | <i>Hermanos y detectives</i> (serie) | | |
| 5 | <i>Llena de amor</i> (telenovela) | Televisa: 8 títulos extranjeros | |
| 6 | <i>Locas de amor</i> (serie) | 22 | <i>Amor descarado</i> (telenovela) |
| 7 | <i>Niña de mi corazón</i> (telenovela) | 23 | <i>Así es la vida</i> (dramatizado unitario) |
| 8 | <i>Para volver a amar</i> (telenovela) | 24 | <i>¿Dónde está Elisa?</i> (telenovela) |
| 9 | <i>Soy tu dueña</i> (telenovela) | 25 | <i>El clon</i> (telenovela) |
| 10 | <i>Teresa</i> (telenovela) | 26 | <i>Gitanas</i> (telenovela) |
| 11 | <i>Triunfo del amor</i> (telenovela) | 27 | <i>Isa tkm</i> (telenovela) |
| 12 | <i>Zacatillo, un lugar en tu corazón</i> (telenovela) | 28 | <i>La viuda de blanco</i> (telenovela) |
| | | 29 | <i>Pecados ajenos</i> (telenovela) |
| Televisión Azteca: 6 títulos nacionales | | | |
| 13 | <i>Drenaje profundo</i> (serie) | Televisión Azteca: 1 título extranjero | |
| 14 | <i>Entre el amor y el deseo</i> (telenovela) | 30 | <i>La favorita</i> (telenovela) |
| 15 | <i>La loba</i> (telenovela) | | |
| 16 | <i>Prófugas del destino</i> (telenovela) | | |
| 17 | <i>Quiéreme/quíereme tonto</i> (telenovela) | | |
| 18 | <i>Vidas robadas</i> (telenovela) | | |

5 En el 2011, la scjn no sólo debatirá el “Apagón Analógico” sino también la pertinencia de abrir al mercado de la televisión nacional a una tercera o cuarta cadena nacional. Idea que la propia SCT anunció que podría ser factible entre el 2011 y 2012.

El primer rasgo notable en la Tabla 2, es la presencia de las producciones hispanas de los Estados Unidos en la televisión abierta mexicana. Las seis telenovelas provienen de la factoría multicultural de Telemundo (algunas veces en alianza con otras productoras como Film in Florida) y se transmitieron en el Canal 9 o Galavisión. En 2009, Telemundo en México tuvo sólo dos telenovelas. En lo que toca a la producción nacional, no existe una gran variación con respecto al año pasado en cuanto al número de títulos; se incrementa sólo uno, por lo que se puede deducir que el ritmo de producción se mantuvo en las televisoras privadas pero presentó un ligero incremento del lado de la televisión pública, representada por Once tv México. Sin embargo, hay un descenso general en cuanto a la cantidad de horas efectivas de transmisión y los números de capítulos producidos con respecto al 2009 (33% y 12% menos, respectivamente).

Tabla 2. Total de ficción de estreno en 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional | 21 | 70 | 1.766 | 72 | 1.194:00:00 | 75 |
| Iberoamericana | 9 | 30 | 676 | 28 | 394:30:00 | 25 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 3 | 8 | 57 | 2 | 38:00:00 | 2 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispana) | 6 | 16 | 619 | 20 | 356:30:00 | 18 |
| Ibérica | - | - | - | - | - | - |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 30 | 100 | 2.442 | 100 | 1.588:30:00 | 100 |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel México

La novedad en la Tabla 3 es la aparición de una producción brasileña: *La favorita*, de Rede Globo. Pero sólo se transmitieron nueve capítulos y fue sacada del aire por los bajos índices de audiencia.

Ante este “fracaso”, Televisión Azteca, se encamina hacia la compra de guiones de Globo en lugar de estrenar sus telenovelas, lo que significará que su alianza se enfoque en la adaptación de las historias con manufactura nacional. Colombia y Venezuela completan el aporte latinoamericano a la tv abierta mexicana.

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida de cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|----------|------------|------------|------------|------------------|------------|
| Brasil | 1 | 11 | 9 | 1 | 6:30:00 | 2 |
| Argentina | - | - | - | - | - | - |
| Chile | - | - | - | - | - | - |
| Colombia | 1 | 11 | 19 | 3 | 13:30:00 | 3 |
| Ecuador | - | - | - | - | - | - |
| España | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispana) | 6 | 67 | 619 | 92 | 356:30:00 | 90 |
| México | - | - | - | - | - | - |
| Portugal | - | - | - | - | - | - |
| Uruguay | - | - | - | - | - | - |
| Venezuela | 1 | 11 | 29 | 4 | 18:00:00 | 5 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 9 | 100 | 676 | 100 | 394:30:00 | 100 |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel México

En la Tabla 4 se observa la misma tendencia notada en años anteriores: el *prime time* es de producciones nacionales, mientras que las producciones hispanas de los Estados Unidos y las del resto de Latinoamérica se colocan en el horario de la tarde y la noche. Justamente es en el horario nocturno donde excepcionalmente se transmitió la serie producida por la televisora pública, Once tv México.

Tabla 4. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franja horaria

| Nacionales | | | | |
|----------------------------|-------|-----|-------------|-----|
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | - | - | - | - |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 562 | 32 | 376:00:00 | 32 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 1.021 | 58 | 705:00:00 | 59 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 183 | 10 | 113:00:00 | 9 |
| Total | 1.766 | 100 | 1.194:00:00 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | - | - | - | - |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 377 | 56 | 248:00:00 | 63 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | - | - | - | - |
| Noche (22:00h-6:00h) | 299 | 44 | 146:30:00 | 37 |
| Total | 676 | 100 | 394:30:00 | 100 |
| Total | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | - | - | - | - |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 939 | 38 | 624:00:00 | 39 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 1.021 | 42 | 705:00:00 | 45 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 482 | 20 | 259:30:00 | 16 |
| Total | 2.442 | 100 | 1.588:30:00 | 100 |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel México

La telenovela sigue siendo el formato más producido y transmitido tanto en la industria nacional como en lo que a productos importados concierne, como lo muestra la Tabla 5, sin embargo este año hay más series mexicanas en la oferta programática con respecto al año pasado.

Tabla 5. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Formatos | Nacionales | | | | | Iberoamericanos | | | | |
|--|------------|-----|-------|-----|-------------|-----------------|---------|-----|-----|-----|
| | Títulos | % | C/E | % | Horas | % | Títulos | % | C/E | % |
| Telenovela | 13 | 69 | 1.528 | 87 | 1.044:00:00 | 87 | 8 | 89 | 657 | 97 |
| Serie | 8 | 31 | 238 | 13 | 150:00:00 | 13 | - | - | - | - |
| Miniserie | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Telefilme/ TV movie | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | - | - | - | - | - | - | 1 | 11 | 19 | 3 |
| Total | 21 | 100 | 1.766 | 100 | 1.194:00:00 | 100 | 9 | 100 | 676 | 100 |

fuentes: Ibope-AGB México/Obitel México

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|------------------------|--------|---|-------|-----|------------|-----|-------|-----|-------|-----|
| Telenovela | - | - | 11 | 92 | 8 | 73 | 2 | 29 | 21 | 70 |
| Serie | - | - | - | - | 3 | 27 | 5 | 71 | 8 | 27 |
| Miniserie | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Telefilme/TV movie | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Otros (docudrama etc.) | - | - | 1 | 8 | - | - | - | - | 1 | 3 |
| Total | - | - | 12 | 100 | 11 | 100 | 7 | 100 | 30 | 100 |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel México

**Tabla 7. Duración de Capítulos/Episodios
(sin intervalos comerciales)**

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|------------------|---------------------|------------|
| Corta (30') | - | - |
| Media (30'- 60') | 2.412 | 100 |
| Larga (60'+) | - | - |
| Total | 2.442 | 100 |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel México

Aunque este año se hubiese esperado una cantidad mayor de producciones históricas por ser el del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución, no fue así. En la Tabla 8 podemos ver cómo las telenovelas y series que se producen actualmente tienen su centro narrativo en el presente, y sólo dos producciones fueron históricas, conmemorativas, una de la televisión pública y una más de la privada.

Tabla 8. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|------------|
| Presente | 28 | 93 |
| Pasado | - | - |
| Histórica | 2 | 7 |
| Otra | - | - |
| Total | 30 | 100 |

Fuente: ObitelMéxico

Tabla 9. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| Título | País de origen de la idea original o guión | Casa productora | TV privada/pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | Rating | Share |
|--|--|----------------------------------|--------------------|------------|--|--------|-------|
| 1° <i>Soy tu dueña</i> | México | Televisa | Privada | Telenovela | Inés Rodena | 25,7 | 36,8 |
| 2° <i>Triunfo del amor</i> | México | Televisa | Privada | Telenovela | Delia Fiallo | 20,3 | 30,9 |
| 3° <i>Llena de amor</i> | Venezuela | Televisa | Privada | Telenovela | Carolina Espada y Rossana Negrín | 19,1 | 29,6 |
| 4° <i>Cuando me enamoro</i> | México | Televisa | Privada | Telenovela | Caridad Bravo Adams | 18,1 | 29,9 |
| 5° <i>Teresa</i> | México | Televisa | Privada | Telenovela | Mimi Bechelani | 17,4 | 30,7 |
| 6° <i>Zacatillo</i> | México | Televisa | Privada | Telenovela | Pedro Pablo Quintanilla | 16,6 | 29,6 |
| 7° <i>Para volver a amar</i> | Colombia | Televisa | Privada | Telenovela | Adriana Suárez y Pedro Miguel Roza | 14,4 | 26,3 |
| 8° <i>Locas de amor</i> | Argentina | Televisa | Privada | Serie | Pablo Lago y Susana Cardozo | 14,6 | 21,4 |
| 9° <i>El clon</i> | Brasil | Telemundo | Privada | Telenovela | Glória Perez | 13,1 | 23,2 |
| 10° <i>Gritos de muerte y libertad</i> | México | Televisa | Privada | Serie | Caitlin María Irwin, Carlos Pascual, Luis Mario Moncada y Catalina Aguilar | 12,9 | 20,5 |
| Total de producciones: 10 | | Guiones originales Nacionales: 6 | | | Guiones extranjeros: 4 | | |
| 100% | | 60 % | | | 40% | | |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel-México

Tabla 10. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año | Número de capítulos | Duración del capítulo/ episodio | Fecha de la primera emisión | Fecha de la última emisión | Franja horaria |
|---------------------------------|------------|---------|------|---------------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------|
| 1° Soy tu dueña | Telenovela | Ficción | 2010 | 146 | Media | 19/4/2010 | 7/11/2010 | Prime time |
| 2° Triunfo del amor | Telenovela | Ficción | 2010 | 50* | Media | 25/10/2010 | En curso | Prime time |
| 3° Llena de amor | Telenovela | Ficción | 2010 | 206 | Media | 3/5/2010 | 13/2/2011 | Prime time |
| 4° Cuando me enamoro | Telenovela | Ficción | 2010 | 131* | Media | 5/7/2010 | 13/3/2011 | Prime time |
| 5° Teresa | Telenovela | Ficción | 2010 | 110* | Media | 2/8/2010 | 27/2/2011 | Tarde |
| 6° Zacatillo | Telenovela | Ficción | 2010 | 130 | Media | 1/2/2010 | 30/7/2010 | Tarde |
| 7° Para volver a amar | Telenovela | Ficción | 2010 | 146 | Media | 12/7/2010 | 30/1/2011 | Tarde |
| 8° Locas de amor | Serie | Ficción | 2010 | 25 | Media | 3/5/2010 | 4/6/2010 | Noche |
| 9° El clon | Telenovela | Ficción | 2010 | 225 | Media | 8/3/2010 | 14/1/2011 | Noche |
| 10° Gritos de muerte y libertad | Serie | Ficción | 2010 | 22 | Media | 30/8/2010 | 2/10/2010 | Prime time |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel México

*Número de capítulos transmitidos hasta el 31 de diciembre de 2010.

Tabla 11. Temáticas en los diez títulos más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|------------------------------|--|--|
| 1° <i>Soy tu dueña</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Amor 2. Ascenso social 3. Conflictos familiares | <ol style="list-style-type: none"> 1. Atención médica en comunidades rurales 2. Problemas ejidales 3. Inclusión de propaganda política del estado de Hidalgo |
| 2° <i>Triunfo del amor</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Drama del reconocimiento 2. Amor y desamor 3. Ascenso social 4. Moral religiosa | <ol style="list-style-type: none"> 1. Adopción y orfandad 2. Protección Civil (ayuda a bomberos) 3. Adulterio |
| 3° <i>Llena de amor</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Amor/desamor 2. Conflicto familiar (herencia) 3. Autoestima personal | <ol style="list-style-type: none"> 1. Violencia social 2. La obesidad y la anorexia como problemas de salud pública |
| 4° <i>Cuando me enamoro</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Amor/desamor 2. Venganza 3. Conflicto entre familias | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuidado del medio ambiente 2. Promoción turística (la Ruta del Vino en México) 3. Suicidio |
| 5° <i>Teresa</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ascenso social 2. Amor/ desamor 3. Venganza | <ol style="list-style-type: none"> 1. Discriminación de clase 2. Violencia de género 3. Promoción turística al Estado de Zacatecas |
| 6° <i>Zacatillo</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Amor/ desamor 2. Conflictos familiares | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuidado del medio ambiente 2. Reciclaje de desechos |
| 7° <i>Para volver a amar</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Equidad de género 2. El rol social de la mujer 3. Vida de pareja 4. La unión/desunión familiar | <ol style="list-style-type: none"> 1. Violencia y equidad de género 2. Cáncer de mama 3. VIH-Sida 4. Adulterio 5. Delincuencia juvenil 6. Alcohólicismo 7. Homosexualidad 8. Migración |
| 8° <i>Locas de amor</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Autoestima 2. Superación personal 3. Reflexión sobre la cordura y la locura | <ol style="list-style-type: none"> 1. Atención a los problemas mentales 2. Equidad de género |

| | | |
|--|--|--|
| 9° <i>El clon</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Clonación humana 2. Conflictos étnicos y religiosos 3. Amor/desamor | <ol style="list-style-type: none"> 1. La clonación y la bio-ética 2. Conflictos étnico-religiosos 3. Multiculturalidad 4. Adicción a las drogas |
| 10° <i>Gritos de muerte y libertad</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. La construcción de la nación 2. Identidad mexicana 3. Lucha armada por la paz e independencia | <ol style="list-style-type: none"> 1. El reconocimiento cultural de lo mexicano 2. La lucha armada como estrategia política 3. El discurso oficial ante el conflicto armado |

Fuente: Obitel México

Como se aprecia en la Tabla 11, los temas clásicos de las telenovelas mexicanas siguen en boga. En algunas producciones se incluyen temáticas sociales, más allá de los dramas personales o entre parejas, que en algunos casos, no obstante, apenas son aludidos. No hay tratamientos apropiados y acaban solucionándose por la "fe religiosa". Por ejemplo, el caso de una madre que siempre creyó que su hijo no había sido asesinado por alguna mafia y éste reaparece, cuando ya se le daba oficialmente por muerto (*El triunfo del amor*).

Tabla 12. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

| | Programa | Canal/ Cadena | Género % | | Franjas de edad % | | | | | Nivel socioeconómico % | | | |
|----|-----------------------------|----------------------|----------|---------|-------------------|-------|-------|-------|------|------------------------|------|------|------|
| | | | Mujeres | Hombres | 4-12 | 13-18 | 19-29 | 30-44 | 45+ | ABC+ | C | D+ | DE |
| 1 | <i>Soy tu dueña</i> | Canal 2/ Televisa | 63,8 | 36,1 | 15,4 | 9,7 | 17,6 | 26,9 | 30,1 | 15,1 | 15,8 | 36,9 | 32,0 |
| 2 | <i>Triunfo del amor</i> | Canal 2/ Televisa | 65,4 | 35,4 | 14,6 | 11,1 | 18,5 | 26,1 | 29,5 | 14,2 | 15,5 | 40,1 | 30,1 |
| 3 | <i>Llena de amor</i> | Canal 2/ Televisa | 66,0 | 33,9 | 16,4 | 11,0 | 19,0 | 24,8 | 28,5 | 14,8 | 15,2 | 36,7 | 33,1 |
| 4 | <i>Cuando me enamoro...</i> | Canal 2/ Televisa | 68,9 | 31,03 | 14,9 | 11,3 | 19,5 | 25,0 | 29,0 | 16,4 | 16,6 | 36,4 | 30,8 |
| 5 | <i>Teresa</i> | Canal 2/ Televisa | 69,9 | 30,0 | 15,7 | 12,7 | 20,4 | 25,3 | 25,7 | 16,7 | 17,3 | 35,9 | 29,8 |
| 6 | <i>Zacatillo...</i> | Canal 2/ Televisa | 69,5 | 30,5 | 17,9 | 13,2 | 19,2 | 22,9 | 26,8 | 13,7 | 16,8 | 37,1 | 32,3 |
| 7 | <i>Para volver a amar</i> | Canal 2/ Televisa | 69,4 | 30,5 | 16,5 | 12,9 | 19,1 | 25,6 | 25,7 | 18,7 | 19,0 | 33,6 | 28,5 |
| 8 | <i>Locas de amor</i> | Canal 2/ Televisa | 66,7 | 33,3 | 15,6 | 9,6 | 18,7 | 26,7 | 29,2 | 16,5 | 16,6 | 36,7 | 30,0 |
| 9 | <i>El clon</i> | Canal 9/ Televisa | 64,4 | 35,5 | 14,5 | 11,8 | 23,4 | 27,2 | 22,9 | 12,0 | 12,5 | 39,0 | 36,3 |
| 10 | <i>Gritos de muerte...</i> | Canal 2/ Televisa | 59,9 | 41,0 | 15,8 | 10,0 | 17,8 | 27,2 | 29,0 | 17,6 | 16,7 | 36,2 | 29,3 |

Fuente: Ibope-AGB México/Obitel México

Como lo hemos consignado en los anteriores anuarios, la composición socio-demográfica de las audiencias mexicanas en el corte metodológico que se realizó (los diez programas de ficción de estreno más vistos en la televisión abierta) tiende a caracterizarse por una predominancia del sector femenino, mayor de 30 años y ubicado dentro de un nivel socioeconómico medio-bajo (D+). Este perfil de audiencia no ha variado significativamente a lo largo de los cuatro años que se ha venido analizando de manera sistemática este rubro. El 2010 no es la excepción y la tendencia se sigue confirmando como tal. La única variación en el análisis de este año, es que los hombres remontaron la "barrera del 30%" para aparejarse con las mujeres dentro de la videncia de un programa: *Gritos de muerte y libertad* (naturalmente, es ahí donde menos hubo mujeres siguiendo una producción de ficción).

8.3. La recepción transmediática

Para este análisis piloto se seleccionó a la telenovela *Soy tu dueña* (Televisa) por dos razones: 1) fue la ficción más vista en televisión nacional durante el 2010 (27,84 *rating*) y 2) fue una de las que mayor respuesta masiva tuvo por internet. Al menos en su última semana de transmisión (del 11 al 19 de noviembre de 2010) registró un promedio diario de 181 mil visitas y 125 comentarios por capítulo dentro del sitio web de Televisa, Tvolucion.⁶

6 Este sitio web fue creado por Televisa en 2009. Las particularidades de este sitio son que el usuario puede ver en él los programas televisivos una hora después de que éstos salen al aire, así como toda la programación que dicha televisora ha realizado desde el 2008. Los programas de ficción se albergan en micro sitios que permiten ver cada uno sus capítulos. Tvolucion además ofrece la plataforma para que cada usuario pueda dejar algún comentario o, bien, responder a uno dejado por otro. En cada capítulo, además, se ofrece un contador del número de visitas y comentarios. Con base a estas cifras se sacó el promedio de visitas de la última semana de transmisiones de la ficción aquí analizada. Ver: <www.tvolucion.com>.

Lo que destaca a simple vista es que el porcentaje de participación de los usuarios que acuden a este sitio para no perder el hilo narrativo de su telenovela es muy bajo, pues el promedio por capítulo (125) fue menor al 0,001% del total de contenidos. Lo que significa que de cada 1.810 personas que vieron la telenovela ahí, sólo dos comentaron algo. Lo que confirma que éste es un “sitio para ver la televisión”, no para interactuar con ella.

Una dificultad en el análisis de la ficción en la internet es que – a diferencia de la televisión clásica y su *rating* – no hay certeza ni de la edad ni del género de quienes acuden a la red. Otra dificultad es identificar todos los sitios desplegados en formas de blogs, *wikis* o micro sitios⁷ etc., que se crean en relación a una telenovela u otro producto televisivo.

En este análisis se reporta la forma en cómo está ficción se desplegó en tres sitios: Tvolucion, YouTube y Facebook. Enfocándose en el primero, por ser hasta ahora la opción más popular para re-ver la programación de Televisa y, eventualmente, interactuar con ella. En los dos últimos sitios, *Soy tu dueña* también tuvo una presencia constante, pues tan sólo en Facebook se crearon en torno a ella 166 perfiles, mismos que agruparon a un total de 140.622 usuarios, datos hasta el 11 de febrero de 2010. Éstos confirmaron, desde sus perfiles, su preferencia al hacer *click* en “me gusta”, opción que permite a los usuarios de esta red social manifestar sus gustos por diversos

7 En una revisión general en el buscador de blogs, *wikis* y micro sitios de Google (<<http://blogsearch.google.es/>>) se despliegan alrededor de 179 mil sitios dedicados total o parcialmente a hablar/informar/comentar acerca de la ficción. Su revisión, por consecuencia, se vuelve complicada para los fines de este reporte. Sin embargo, es para destacar los sitios: <www.soytudenatotal.com> y <novelasoytuduena.blogspot.com/>, sitios creados por fans para subir todo tipo de contenido de la telenovela, en ambos existe un apartado de vídeos donde es posible ver y comentar cada uno de los capítulos.

contenidos o grupos,⁸ aunque esto no necesariamente significa que participen activamente en ellos. Ya que la aplicación es usada por la mayoría de los *feisbukeros* como una forma simbólica de manifestar a los "otros" sus gustos. En Facebook, 140 grupos de *Soy tu dueña* fueron de este estilo. El resto, 26, sí son grupos activos donde sus miembros participan constantemente intercambiando opiniones sobre la telenovela, su historia, personajes, actores e, inclusive, suben al perfil fotos, noticias o vídeos relacionados con la ficción.

La mayoría de los vídeos son *linkeados* desde YouTube, sitio donde *Soy tu dueña* posee (al menos) 600 vídeos que fueron subidos tanto por la televisora como por diversos fans que a través de sus cuentas cargaron al sitio capítulos completos o fragmentos de ellos. Es para destacar que el capítulo final de esta ficción contabilizó en YouTube, hasta el 11 de febrero de 2011, 615.972 visitas y 75 comentarios. Aquí, al igual que en Tvolucion el nivel de participación, pese a las posibilidades de la plataforma, sigue siendo bajo.

A través de este popular sitio de vídeos, se pueden ver los primeros rasgos de las narrativas transmediáticas que en México se están creando, pues en él existen ediciones (*remix*) donde los fans conjuntan los mejores momentos de la telenovela o hacen un vídeo en el que construyen – basados en la narrativa original, no en una nueva – la historia de amor de los protagonistas,⁹ ya sea usando las propias canciones de la ficción u algunas otras que consideran quedan mejor con la historia en ella narrada. A continuación se describe el tipo de

8 Existen nueve formas de crear grupos en Facebook, la división se da de acuerdo al área de interés (Negocios, Interés Común, Arte y Entretenimiento, Geografía, Internet y Tecnología, Sólo por Diversión, Música, Organizaciones, Deporte y Ocio y Grupo de Estudiantes), éstos a su vez se subdividen para ser más específicos. Para el caso de este análisis los grupos más presentes fueron Arte y Entretenimiento (en el subgrupo televisión) y Sólo por Diversión.

9 Esto también sucede con el resto de las telenovelas mexicanas. No obstante, la faceta de creación de nuevos contenidos a raíz de la narrativa original sigue estando desierta.

usuarios que entraron a Tvolucion para ver *Soy tu dueña*,¹⁰ así como el tipo de comentarios que realizaron en relación a su historia, a sus personajes, a actores o a situaciones que enmarcaron dicha ficción.

Cuadro 1: Número de visitantes y comentarios por capítulo

| Capítulos | 141 | 142 | 143 | 144 | 145 | 146 | Total |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Visitas | 147.458 | 150.293 | 165.420 | 194.978 | 251.973 | 352.352 | 1.262.474 |
| Comentarios | 48 | 69 | 72 | 69 | 92 | 401 | 751 |

Fuente: Obitel México con datos de Tvolucion

El promedio diario de visitas y comentarios, tomando en cuenta sólo los seis capítulos, fue de 181 mil visitas y 125 comentarios. Lo que demuestra este cuadro es que la trama narrativa es directamente proporcional al interés que surge por ver, seguir o volver a ver la ficción en la internet. Si se mira el crecimiento desde el Capítulo 141 al Capítulo 146 (Final) no sólo se triplica el número de visitas sino que también los comentarios crecen de manera proporcional ¿A qué atribuir esto, al desenlace de los nudos narrativos de la historia televisiva o a la oportunidad de “volver a vivir” la experiencia en la internet?

Quizá la respuesta sea compartida, porque los comentarios vertidos en el Capítulo Final dan cuenta de la extensión emotiva que deja la ficción en las audiencias, pues muchas de ellas se vinculan tanto con la historia que en sus comentarios pierden la noción y escriben pensando que sus artistas estarán al pendiente de lo que ellos pongan:

Hola me encanta la novela no me la pierdo ningún día. ¡Lucero qué cuerpazo! Jesica Estefani, 6 de noviembre de 2010, 1:13h

10 El corpus de análisis comprende de los Capítulos 141 al 146, últimas seis emisiones. Desde el 2006, Televisa ha impulsado que las telenovelas acaben en domingo para generar mayores niveles de audiencia. Los finales en domingo son más largos alcanzando incluso las dos horas, como es el caso *Soy tu dueña*.

Comentarios que se refuerzan ante la posibilidad que les da Tvolucion de repetir una y otra vez esas sensaciones:

Gracias Tvolucion por estar al pendiente de nuestras necesidades si no fuera por ustedes no habría podido seguir la telenovela, pues por mi trabajo a veces me dormía temprano [...] pero provechaba mis tardes para ver los capítulos que me perdía. La novela está buenísima que no me importaba desvelarme. Mode, 4 de noviembre de 2010, 18:54h

Los 751 comentarios registrados en Tvolucion dan cuenta de una variedad de temáticas en donde las audiencias reparan y comentan, muchas de ellas se enfatizan en "resaltar o enaltecer" las características de la ficción, que bien pueden estar relacionadas con la historia, los personajes, los actores que los personifican y sus características físicas, el vestuario o las locaciones.

Una novela con muchos valores y respeto, que hoy en día ya no se ven. No importa que sea una re-adaptación, lo importante, es enseñar a la gente, que el amor verdadero, es fiel, y no cede a las tentaciones, hoy en día, eso no se ve, porque la gente tristemente, ya no tiene valores... Mayte Lara, 8 de noviembre de 2010, 19:18h

Pero también hay indicios de cuestionar los contenidos de la telenovela, pese a mantener el gusto por ellos:

He estado viendo la telenovela con mucho interés, creo que la historia es buena así como los actores, pero más que una historia de amor parece de maldad porque la mayoría de las actuaciones son así [...] deberían darle más espacio a situaciones de amor para que al público le resulte más de remanso en estos momentos donde los noticieros están plagados de lo mismo. JR, 4 de noviembre de 2010, 20:20h

Aunque también existen quienes pasan de los comentarios constructivos a la crítica total del contenido televisivo o de las expresiones de aprobación que hacen otros usuarios de los mismos. Esto, en la mayoría de las ocasiones, provoca que los "fans de la telenovela" se agrupen para "atacar al usuario" o para exigirle que los deje en paz con sus gustos.

¡Súper chafa el final, no sé cómo les puede gustar algo tan pero tan chafa. Gracias a Dios que ya terminó. *A ver si Televisa ya hace nuevas historias ya estamos hasta la coronilla del refrito.* Rossy, 8 de noviembre de 2010, 14:03h

Respuesta a Rossy

No seas tan amargada, si no te gusta no la veas... es muy tonto y estúpido que veas algo que no te gusta. No te amarges y mejor ve cosas que te gusten y evitate estos enojos. Andres Conde, 8 de noviembre de 2010 | 14:47h

No obstante, la mayoría de los comentarios de los usuarios de Tvolucion se concentran en “exaltar” los contenidos y son pocos aquellos que construyen una crítica respecto de lo visto. Parte de la explicación estaría en que éste es un sitio sobre todo para “ver” no así para interactuar más allá de eso. Pero parte también se explicaría porque a la audiencia receptiva le cuesta ser audiencia proactiva, aun teniendo la plataforma tecnológica adecuada (Orozco, 2011). En el siguiente cuadro, se cuantifica el tipo de comentarios que los usuarios dejaron.

Cuadro 2. División por tipos de comentarios

| Capítulos | | | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Comentarios | 141 | 142 | 143 | 144 | 145 | 146 | Total |
| cf | 38 | 47 | 43 | 53 | 57 | 302 | 540 |
| cu | 5 | 16 | 14 | 14 | 23 | 88 | 160 |
| cp | 5 | 5 | 12 | 1 | 10 | 5 | 38 |
| cd | 0 | 1 | 3 | 1 | 2 | 6 | 13 |
| Total | 48 | 69 | 72 | 69 | 92 | 401 | 751 |

Fuente: Obitel México con datos de Tvolucion

Comentarios dirigidos a la ficción y sus contenidos (cf), aquí se incluyen las opiniones de la historia, la temática, los personajes, los actores, el vestuario, las locaciones y el desenlace etc.
Comentarios dirigidos a otros usuarios (cu), tanto respuestas positivas como negativas.
Comentarios dirigidos a la plataforma (cp), quejas, anuncios dirigidos a la plataforma.
Comentarios desvinculados (cd), aquí todos aquellos contenidos sin relación a la ficción.

Los comentarios que destacan las “bondades” de la telenovela encabezan el acercamiento interactivo que tienen los *fans* tanto con la plataforma como con la recepción transmedial. También es significativo que la interacción entre los usuarios represente el 21% del tipo de comentarios, siendo las más recurrentes: 1) las aclaraciones sobre lo que aconteció en algún capítulo o situación, el nombre de algún actor o canción y 2) las respuestas a comentarios que critican el contenido de *Soy tu dueña*.

Del 1,7% de comentarios que estuvieron dirigidos se centraron en alguna molestia por la no visión o escucha de un capítulo o porque éste, simplemente, no cargaba en el sitio. Tvolucion, en ninguno de los casos contestó a los comentarios de los usuarios.

El siguiente cuadro fragmenta – de manera general – el tipo de comentarios que predominaron sobre los contenidos de la telenovela. Aceptando que lo que aquí se presente es una decisión metodológica *ad hoc*, la división se hace en función del matiz positivo/negativo de los diversos contenidos que destacaron en la revisión puntual de los comentarios vertidos en cada uno de los capítulos de los que se compone este análisis.

Cuadro 3: Tipos de comentarios dirigidos a la ficción

| Capítulos | | | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Comentarios | 141 | 142 | 143 | 144 | 145 | 146 | Total |
| H+ | 16 | 24 | 28 | 28 | 28 | 173 | 297 |
| H- | 1 | 5 | 3 | 8 | 5 | 80 | 102 |
| P+ | 6 | 2 | 0 | 6 | 3 | 2 | 19 |
| P- | 4 | 6 | 3 | 4 | 8 | 4 | 29 |
| A+ | 6 | 8 | 9 | 2 | 4 | 19 | 48 |
| A- | 0 | 2 | 0 | 3 | 4 | 10 | 19 |
| T+ | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 |
| T- | 1 | 0 | 0 | 2 | 5 | 12 | 20 |
| Total | 38 | 47 | 43 | 53 | 57 | 302 | 540 |

Fuente: Obitel México con datos de Tvolucion

Historia positiva (H+) y negativa (H-), Personajes (P+) y (P-), Actores (A+) y (A-) y Televisora (T+) y (T-).

La mayoría de los comentarios – como era de esperarse – se dieron en el Capítulo 146, de ahí que muchos de ellos se enfocaron en manifestar opiniones con respecto al “hermoso final” y a lo mucho que iban a extrañar la historia y sus personajes. Es para destacar que el 18% de los que dejaron un mensaje en Tvolucion emitieron algún tipo de comentario crítico hacia la telenovela o sus actores, ya sea detallando su falta de coherencia o credibilidad, su tono rosa o las malas actuaciones.

Otro dato importante es que la mayoría de la audiencia/usuario no distingue entre el rol de los personajes de la historia y los actores que los personifican, pues los comentarios positivos y negativos se emiten por igual, lo cual habla del grado de penetración cultural que tienen las telenovelas en las audiencias, o es un indicio de una nueva manera de apropiarse el producto mediático.

8.4. Lo más destacado del año

Junto con la proliferación de la violencia en la ficción, que va siendo ya un especie de “*sensorium* envolvente” en la televisión mexicana, algo inédito hasta ahora, destacamos tres acontecimientos importantes.

En primer lugar lo que se lanzó como **Iniciativa México**, en horario vespertino/ nocturno dominical, impulsada por las dos cadenas principales: Televisa y tv Azteca, pero realmente “capitaneada” por la primera. Esta iniciativa convocó y mostró en pantalla en su lanzamiento a los representantes o dueños de la mayoría de las empresas de medios (audiovisuales y escritos) y de los rectores de las principales universidades del país. Este espectacular y extraño conglomerado de actores públicos y privados dieron su aval a lo que devino en ser un *reality show*, del tipo *La Academia*, donde mexicanos creativos fueron propuestos, expuestos, concursados y, la mayoría, eliminados con todas su valiosas y meritorias iniciativas.

Iniciativa México pretendió, además de mostrar la unidad de esas “fuerzas vivas” de lo mejor del país (de ahí que el sistema me-

diático, el político, el sistema educativo y cultural le otorgaron su respaldo), lanzar un mensaje positivo a las audiencias atribuladas por la violencia y la inseguridad crecientes en el contexto de la guerra interna que padece México, donde se reconocía esa gran iniciativa característica de los mexicanos y se iban a premiar, casi como héroes, aquéllos cuyas propuestas fueran consideradas triunfadoras. Sin embargo, como sintética, pero muy atinadamente la calificó la revista *Zócalo*, especializada en análisis de medios, devino en ¡La falacia! (número 125). Siguiendo a sus columnistas Raúl Trejo (2010b) y Jenaro Villamil (2010b), Iniciativa México fue "un negocio con un discurso conservador" que se anunció como una "campana filantrópica" pero constituyó un gran negocio político y financiero para sus verdaderos protagonistas, no los exhibidos en pantalla, sino los de atrás y en especial Televisa, que con esta iniciativa buscó lavar su imagen aprovechando una coyuntura nacional y consiguiendo el respaldo de diversos sectores de la institucionalidad mexicana. Un respaldo que ya quisiera el mismo Presidente para "su guerra" desde sus propias trincheras.

En segundo lugar, es muy importante histórica y culturalmente para México el hecho de que la **televisión pública**, por fin, se haya lanzado en serio a la producción de ficción, y junto con ella, otros canales comerciales menores y productores independientes, como Cadenates, lo cual en conjunto significa una ruptura también política y económica, en el modelo tradicional mediático del país y significa una competencia real (aun emergente por ahora) en un sistema caracterizado justo por una permanente "abolición de la competencia" (Hernández y Orozco, 2007).

Durante el 2010 se observó cómo Once tv México decidió continuar adelante con la producción de series, una arriesgada decisión que comenzó el 9 de septiembre de 2009 cuando sacó al aire *XY*, su primera serie para adultos. En el 2010 lanzó dos series más: *Bienes raíces* y *Los Minondo*. La primera abordando el tema de diversas relaciones entre parejas desde el punto de vista femenino y

en la segunda incursionando desde una **perspectiva de mestizaje** que buscaba equilibrar las culturas y las miradas indígena y española en la guerra de Independencia. Aun dejando incógnitas sin resolver sobre otros aspectos jurídicos y de cambio de adscripción del Ministerio de Educación, al de Gobernación, lo cual es un paso atrás en la conducción democrática de la televisión pública-estatal en México, esta televisión da pasos adelante y entra por la puerta de la calidad y la innovación temáticas. La perspectiva de llegar a la mitad de la población, 49 millones de televidentes, está por alcanzarse cuando en el año 2011 cristalice la infraestructura televisiva en regiones diversas del país donde hoy todavía no llega la señal abierta de Once TV México.

Finalmente destacamos otra **“batalla” entre cadenas televisivas** que ha tenido como resultado el desplazamiento en *rating* de tv Azteca por Telemundo, Telemundo, una televisora latina en Estados Unidos, sacó del Top Ten 2010 a las telenovelas de tv Azteca, hecho históricamente repetido, pese la Globo en ese año. Esto significó que las telenovelas de Telemundo, que trasmite Televisa a través de Canal 9 (Galavisión),¹¹ registraron *ratings* más altos que algunas telenovelas de tv Azteca. Por ejemplo, su principal apuesta *Entre el amor y el deseo*, que realizó conjuntamente con Rede Globo, logró apenas 8,4 puntos de *rating* mientras que producciones de Telemundo como *El clon* (un guión de origen brasileño)¹² y *¿Dónde*

11 Televisa y Telemundo desde el 2008 tienen un convenio en el que la primera empresa distribuye en México la programación de la segunda. Con un crecimiento paulatino las ficciones latino-estadounidenses ocupan en el canal mexicano además de su *prime time* una parte importante de su franja programática (17:00h-20:00h).

12 *El clon* ha sido una telenovela de grande éxito en el mundo hispánico. Sin embargo, exhibida en México en su versión original, no ha ido bien. Ahora, coproducida por Telemundo/Globo y hablada en español (anulando el tradicional rechazo en México por las telenovelas dobladas), pudo presentar un apelo más natural, propio de su guión y además valiéndose del *marketing* de su trayectoria. El resultado es que alcanzó el nono lugar entre los Top Ten del año en el país.

está Elisa? obtuvieron 13,1 y 10,5 puntos, respectivamente. TV Azteca y Rede Globo firmaron en 2009 un convenio para que las telenovelas brasileñas comenzaran a transmitirse en la pantalla mexicana y para que ambas empresas realizaran diversas coproducciones. Pero no fue hasta 2010 que este convenio se materializó, primero con la transmisión en México de la telenovela *A favorita*, que fue la telenovela más vista en Brasil en el 2009, y luego en la coproducción de la ya mencionada *Entre el amor y el deseo*. Esto, sumado a lo acontecido con *A favorita*, como ya han señalado Hernández y Huízar (2010), viene a revelar una vez más el problemático modelo de coproducción de ficción en México (particularmente en el caso de Azteca) y el posicionamiento de la adaptación o la franquicia como tendencia de modelo exitoso de producción.

8.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

En México, hablar de una televisión con programación y producción de calidad es hablar de la lucha de la televisión privada mexicana en su intento por conciliar su ánimo de lucro, propio de toda empresa comercial, con la responsabilidad de ofrecer un servicio de *interés público*, a la que está obligada esta industria en México por el hecho de utilizar el espacio aéreo que es propiedad de la nación. El significado de *interés público*, y por ende de televisión de calidad, ha variado a lo largo de más de 60 años de historia. Las diferentes interpretaciones de calidad han sido tanto por los empresarios privados como por el Estado. Ya sea este último en su papel de vigilante del bien común como en su papel de productor y exhibidor de contenidos a través de la televisión pública.

La calidad en los primeros años de la televisión mexicana (1950-1955)

El presidente Miguel Alemán Valdés (1948-1954) autorizó la televisión comercial en México. El inicio formal de este medio de comu-

nicación fue en septiembre de 1950 cuando salió al aire la señal del Canal 4. En marzo de 1951, Emilio Azcárraga Vidaurreta, empresario de la industria radiofónica y cinematográfica, puso en marcha el Canal 2. Catorce meses después inicia el Canal 5.

Podemos decir que en su primera etapa la televisión depende de la cinematografía, los deportes y los espectáculos vigentes en el entretenimiento popular. La televisión *convierte* en contenidos las películas y encuentros deportivos y, al incorporarlos a su programación establece una relación de dependencia (parásita) con las industrias que los producen. Mejía Barquera (1999, pp. 169-170) documentó que durante su primer año de vida (1950-1951) el Canal 4 difundía “únicamente de las tres de la tarde a las siete de la noche, tenía muy poca producción y las transmisiones deportivas, que duraban dos horas en promedio, le permitían llenar el tiempo de pantalla e incluso alargar su horario hasta las nueve o diez de la noche”. Kalb, periodista extranjero que dio cuenta del surgimiento de la televisión en México, escribió que la televisión era “tan novedosa y experimental, que no le ha permitido a su restringida audiencia crear una *estrella* [...] lo que más se le parece son los toros” (Kalb, 1950, p. 37). El periodista continuó su nota diciendo que a finales de 1950 la televisión en México era “un solo canal (Canal 4) a la espera de la corrida de toros dominical que inicia a las cuatro de la tarde” (ídem). Lo mismo puede decirse del Canal 2, su programa inaugural en marzo de 1951, fue un partido de béisbol y durante meses: “lo único que programábamos era béisbol y algunas películas” (Herrán entrevista por Castellot, 1993, p. 74).

Las crónicas señalan que en este periodo inicial de la televisión en México, la Universidad Nacional organizaba un programa de televisión que consistía en mesas redondas en donde participaban destacados académicos. La oferta se completaba con obras de teatro televisadas, funciones de ópera y conciertos de música clásica. La idea de una televisión de calidad se identificaba con programar alta cultura. Paradójicamente la calidad de los programas no dependía

de la televisión, sino del espectáculo (deportes, películas, musicales) que se transmitía en directo.

La programación de calidad entre 1955 y 1968

Las pérdidas crecientes de los tres canales privados por los bajos ingresos publicitarios obligaron a los concesionarios a unirse en una sola empresa y crear en 1955 el primer monopolio televisivo: Tele-sistema Mexicano. La prioridad de los empresarios bajo esta nueva forma de propiedad fue la recuperación de las inversiones realizadas en sus negocios. Y para lograrlo tuvieron que olvidarse poco a poco de la promesa de exhibir y producir contenidos de calidad (*el interés público*) y a cambio favorecer la rentabilidad. Si en un sistema privado de televisión no existe competencia desaparece la motivación por crear una programación innovadora y prevalece la lógica mercantil. Al contar con una audiencia cautiva se impone el criterio monopolístico de producir más con menos. La producción y exhibición de ficción pasa, en el mejor de los casos, a un segundo plano.

En la década de 1960 la industria mexicana de la televisión avanzaba pero todavía no alcanzaba niveles de calidad y profesionalismo como los que se exigían en Estados Unidos o Gran Bretaña. Para 1961 los gustos de la audiencia eran así:

"Los eventos taurinos acaparan el 80% y a veces más, del total de televidentes [...] Después de lo toros, lo que más le interesa al público es la transmisión del boxeo; normalmente cuenta con más del 60% de los videntes, en las funciones sabatinas en las que generalmente se presentan peleas de mayor categoría y con 40% en la función de los miércoles. Otro evento que está considerado entre los predilectos, es el fútbol; la mayoría de los aparatos que funcionan los domingos por la mañana están sintonizados en el Canal 2 para ver este deporte. En seguida viene la lista que nuestros lectores ya han conocido: programas musicales, cómicos, telenovelas etc. Así está en la actualidad gusto de los televidentes, *que no ha variado en lo que primero se refiere, desde que existe la tv en México*" (Suplemento de prensa: *Usted, Novedades y la tv*, 7-13 agosto de 1961).

La intervención del Estado y las repercusiones en la calidad de la programación

La dependencia de la televisión comercial de los contenidos parásitos era evidente. Exhibir corridas de toros, boxeo y fútbol fue muy barato y tuvo y tiene una excelente respuesta de las audiencias. La producción de contenidos propios en la primera década de la televisión mexicana era pobre y de mala factura. Si bien ya se había incursionado en la producción de telenovelas (*Senda prohibida*, 1957) todavía no se contaba con un lenguaje propio. Había molestia entre la audiencia y el Estado intervino. Primero al otorgar un permiso en 1958 para que el Instituto Politécnico Nacional creara el Canal 11 (Once tv México). Este canal educativo se concibió como un sistema de televisión que sirviera como complemento de la educación politécnica y que además prestara un servicio a la comunidad a través de un canal cultural que no existía ni en México ni en América Latina.

En 1966 el Ministerio de Educación Pública puso en marcha un plan de *Alfabetización*. Este ambicioso proyecto comprendía el establecimiento de una cadena de estaciones televisoras, enlazadas por microondas al Canal 11 que tendría la misión de transmitir programas de carácter educativo y cultural destinados a la niñez. Para 1968 el Estado da un paso más y anunció el arranque de la *Telesecundaria*, que consistía en cursar los tres años de educación secundaria a través de la televisión.

Este breve recuento de acciones sirve para documentar que para el Estado mexicano, **una programación de calidad equivalía a una programación educativa**. Lo cual se pensó como una barra programática que se contrapusiera al entretenimiento que dominaba en la televisión comercial. Bajo este paradigma la televisión pública “renuncia” de facto y por una ilustrada pero rígida y anticuada concepción de educación y cultura, a la producción de ficción, dejándola en manos de la televisión privada.

En 1968 el Gobierno mexicano otorgó dos nuevas concesiones y con esta medida terminó el monopolio de la televisión establecido

desde 1955. El poderoso Grupo Monterrey invirtió más de 20 millones de dólares en la empresa Televisión Independiente quien operaría el Canal 8 (por eso el "Chavo era del 8"). Desde sus emisiones de prueba en septiembre de 1968 Televisión Independiente mostró propuestas innovadoras, produjo "programas-ferrocarril"; un concepto que busca "aumentar con éxito la audiencia de fin de semana ligando una serie de programas, como vagones tras una locomotora, y designando a un animador para conducir el 'tren'. Cada programa incluiría temas ligeros de entretenimiento: variedades para niños, musicales, juegos y concursos, y lo que viniera" (Fernández y Paxman, 2000, p. 150). Bajo esta fórmula se concibió lo que sería *Siempre en domingo*, uno de los programas más exitosos de la televisión mexicana, no obstante sus cinco horas de duración los domingos por la tarde y noche. Corresponde a Televisión Independiente haber producido los programas *El Chavo del 8* y *El Chapulín Colorado*, dos de los programas más populares en América Latina.

La ruptura del monopolio y la consecuente competencia entre empresas privadas mostró sus beneficios. En 1968 Telesistema Mexicano estrenó *La tormenta*, primera telenovela de corte histórico que relató la Guerra de Reforma (1857-1972) y la Revolución Mexicana (1910-1920). Ese mismo año se exhibió la telenovela *Los caudillos*, que cubría el periodo que va desde la Independencia de México hasta poco antes de 1860. La tercera telenovela fue *La Constitución*, y la cuarta *El carruaje*, que narra la lucha encabezada por el Presidente Benito Juárez a mediados del siglo XIX. Como lo señala Gutiérrez Espíndola (1988, p. 97), pese a que estas telenovelas se transmitirían muy tarde "prácticamente todas constituyeron grandes éxitos de auditorio e incluso se convirtieron en material de exportación".

La empresa Televisa abandonó la producción de telenovelas de corte histórico y decidió explorar la elaboración de telenovelas de contenido social o también llamadas telenovelas pro-desarrollo. La primera fue *Ven conmigo*, telenovela que mostraba las bondades de la educación para adultos y procuraba motivar al gran auditorio a se-

guir estudiando. La telenovela paso al aire entre diciembre de 1975 y diciembre de 1976 por el Canal 2. La segunda telenovela con un mensaje social estructurado fue *Acompáñame*, que se transmitió entre agosto de 1977 y abril de 1978. El valor central de esta producción fue mostrar la importancia que tiene la planificación familiar en el logro de la armonía familiar. La tercera telenovela de este corte fue *Vamos juntos*, transmitida entre julio de 1979 y abril de 1980, y que abordó el tema del desarrollo integral del niño a través de la paternidad responsable. Hubo dos series más, *El combate*, orientada de nueva cuenta a impulsar la educación para adultos. Y la quinta telenovela *Caminemos*, que estuvo dirigida a promover los valores de la educación sexual para adolescentes y la planificación familiar. Por esta serie le fue concedida a Televisa, en la ciudad de Nueva York el Premio Anual de la Excelencia en la categoría de mejor programa internacional (Gutiérrez Espíndola, 1988, pp. 102-103).

Las innovaciones en lo referente a programación y producción de contenidos se han propuesto en los periodos de “libre” competencia. Periodos que más bien han sido muy cortos, por ejemplo de 1968 a 1972 y de 1993 a 1997, pero que no obstante muestran que la innovación y la creatividad tienen cabida cuando no hay control monopólico sobre ellas.

La intervención del Estado en la televisión también ha sido un factor clave que ha hecho variar lo que se entiende por calidad. En la “historia de las televisiones” en México, (en plural) las nuevas empresas que en su momento llegaron a competir contra los monopolios, por ejemplo los Canales 8 y 13, versus Telesistema Mexicano, lo hicieron con propuestas programáticas diferentes. La diferencia programática era la única forma de participar en el negocio de la televisión.

Es hasta muy recientemente (2009), que se rompe esa creencia histórica de que la calidad tiene que ver con programación educativa no de entretenimiento. Once tv comienza con mucho éxito a producir ficción con temáticas y tratamientos alternativos a los de la cada vez más mercantilizada ficción comercial, con una muy

buena calidad en su factura (Ortega, 2010). En este contexto es que debe entenderse, y por eso hemos destacado anteriormente la novedad de que la televisión pública mexicana produzca y transmita ficción en su pantalla.

Referencias bibliográficas

- CASTELLOT, L. *Historia de la televisión en México*. México: Alpe, 1993.
- CELIS, D. "Controla Slim a Dish vía Teninver que fondea y mantiene a mvs y EchoStar", *El Excelsior*, 9 de febrero de 2011. Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/Templates/Default/imprimir.php?id_nota=712524>.
- CIU. *Mercado de videojuegos en México: convergencia y hábitos*, 2010. Disponible en: <<http://www.the-ciu.net/>>.
- COFETEL. *Usuarios de teléfonos celulares en México*, 2010. Disponible en: <www.cft.gob.mx>.
- CORRAL, J. "Subasta a modo", *El Universal*, 27 de julio de 2010. Disponible en: <<http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/49199.html>>.
- FRANCO, D. (a) "Triple C para Televisa". *Homo Zappings. Buzos magazine*, n. 394, 2010.
- FRANCO, D. (b) "Gritos de rating y libertad". *Zócalo magazine*, México, X(129): 56-59, 2010.
- GUTIÉRREZ ESPÍNDOLA. "La industrialización del melodrama (historia y estructura de la televisión mexicana". In Trejo, R. (Coord.), *Las redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas, 1988.
- HERNÁNDEZ, F. y OROZCO, G. *Televisión en México. Un recuento histórico*. México: Universidad de Guadalajara, 2007.
- HERNÁNDEZ, F. y HUIZAR, A. "Modelos de producción de ficción de tv Azteca. El caso de las telenovelas". In Rodríguez, Z. (Coord.), *Entretejidos comunicacionales. Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación*. México: Universidad de Guadalajara, 2010, pp. 43-64.

- INEGI. *Encuesta en hogares sobre disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información*, 2010. Disponible en: <<http://www.inegi.org.mx>>
- IMCINE. *Informe Anual de Actividades*, 2010. Disponible en: <<http://www.imcine.gob.mx/informes-y-estadisticas.html>>.
- KALB, B. "Toros on televisión". *The New York Times*, 19 de noviembre de 1950, pp. SM39.
- MEJÍA BARQUERA. "Televisión y deportes". In Sánchez, M. y Ramírez, M. (Coords.), *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*, *Revista Mexicana de la Comunicación*, 1999, pp. 169-170.
- OROZCO, G. "La condición comunicacional contemporánea. Desafíos Latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red". In Jacks, J. (Coord.), *Análisis de recepción en América Latina. Un recuento histórico para el futuro*, Quito: Ciespal, 2011.
- ORTEGA, P. "Comunicación y calidad. Una relación mediada por el mercado". In Andión, M., McPhail, F. y Ortega, P. (Coords.). *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternatividad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana y Miguel Ángel Porrúa, 2010.
- SOSA, G. "La guerra Sky-Dish". *Telecomunicaciones y Medios. El Universal*, 14 de enero de 2011. Disponible en: <<http://www.eluniversal.com.mx/columnas/87970.html>>.
- TREJO, R. (a) "Ruptura Nextel-Televisa, confirma irregularidad de Licitación 21". In Asociación Mexicana de Acceso a la Información (Amedi). Disponible en: <<http://www.amedi.org.mx/index>>.
- TREJO, R. (b) "Iniciativa México: negocio y discurso conservador". *Zócalo magazine*, México, X(125): 8-12.
- USTED, *NOVEDADES Y LA TV*. Suplemento de prensa, 7-13 de agosto de 1961.
- VILLAMIL, J. (a) "Dos mil millones de pesos más para favorecer a Televisa-Nextel". In Jenaro Villamil, *personal blog*, 2010. Disponible en: <<http://jenarovillamil.wordpress.com/2010/09/26/dos-mil-millones-de-pesos-mas-para-favorecer-a-televisa-nextel>>.

VILLAMIL, J. (b) "La verdadera agenda de Azcárraga". *Zócalo* magazine, México, X(125): 12-15.

9.
PORTUGAL: NUEVOS DESAFÍOS¹

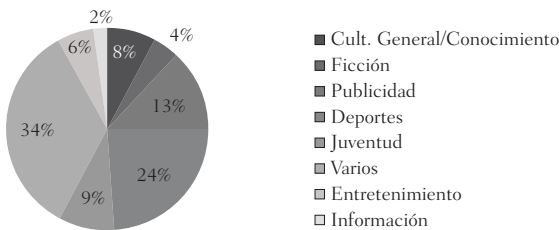
*Isabel Ferin Cunha, Catarina Duff
Burnay y Fernanda Castilho*

9.1. El contexto audiovisual

Tabla 1. Canales nacionales de señal abierta en Portugal

| Canales privados (2) | Canales públicos (2) |
|----------------------|----------------------|
| | RTP1 |
| | RTP2 |
| SIC | |
| TVI | |
| Total canales = 4 | |

Gráfico 1. Géneros de programas ofrecidos por la tv



1 Al equipo Obitel-Portugal le gustaría agradecer a MediaMonitor/Marktest Audimetria, en la persona del Dr. Pedro Lourenço, por la colaboración al compartir datos desde el 2006.

Gráfico 2. Audiencia por canales

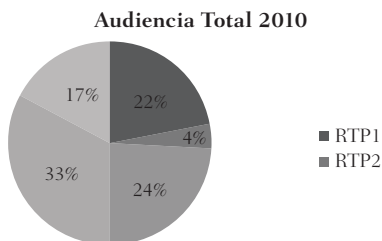
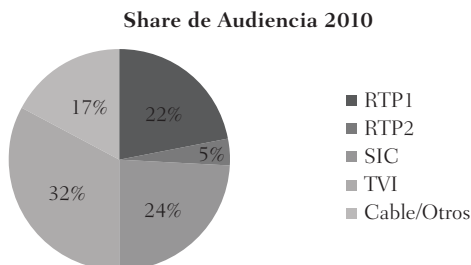


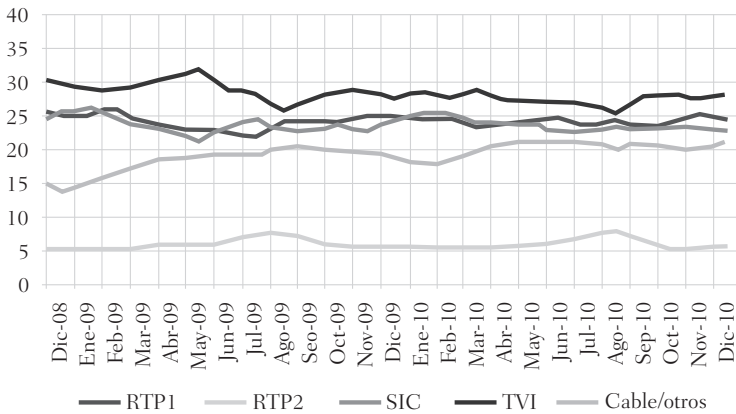
Gráfico 3. Share por canales



Cable/Otros

En Portugal las cuatro emisoras de televisión abierta terminan la primera década del milenio manteniendo las mismas estrategias de programación de los últimos años, lo que significa, dándole énfasis a los géneros ficción, información y deportes (fútbol). Entre los canales privados, la TVI (Televisão Independente) continúa en primer lugar, liderando la audiencia, mientras la SIC (Sociedade Independente de Comunicação) y la emisora pública, RTP1 (Rádio e Televisão Portuguesa), disputan mes a mes el segundo lugar. La RTP2 se encuentra en último lugar en la audiencia, dada la naturaleza de su programación dirigida a nichos seleccionados de audiencia.

Evolução do share de audiência mensal (em %)



De acuerdo con los estudios de Marktest Audimetria, en promedio cada portugués vio, por día, 3 horas y 29 minutos de televisión en casa. El perfil de los mayores consumidores de este medio permaneció semejante al del 2009, o sea, residen en la región sur, pertenecen a la clase baja, mujeres, amas de casa, con más de 64 años. Los datos recogidos por otros organismos, como El Observatório da Comunicação (Obercom) confirman que los ciudadanos con edad entre los 15 y los 34 años, de las clases sociales más altas, son los que menos ven televisión.

Propiedad de los medios

En función de la legislación aprobada por la Entidade Reguladora da Comunicação (ERC), en el 2010 los grupos y órganos de comunicación social tuvieron que dar informaciones sobre la estructura accionista y los medios de comunicación que componen el grupo, con el objetivo de asegurar la transparencia de la propiedad de los me-

dios en el país. Esta información estuvo disponible cuando se hizo la reformulación del sitio de la ERC, en el ítem “Transparencia”, permitiendo aclarar las sucesivas alteraciones de propiedad de los medios en Portugal. El sitio contiene los organigramas de cada grupo, identificando las estructuras de propiedad, los nombres de los administradores y funciones de las administraciones, como de las gerencias de los grupos de comunicación social. Los principales grupos de comunicación actualmente en Portugal son: Adriano Lucas, Lda., Cofina, SGPS, S.A., Controlinveste, SGPS, S.A., Grupo Media Capital, SGPS, S.A., IMPRESA – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A., Lena Comunicação, SGPS, S.A., Medioeste – Edições Multimédia, Lda., Portugal Telecom, SGPS, S.A., Rádio Renascença, Lda., Sonaecom, SGPS, S.A., ZON Multimédia – Serviços de Telecomunicações y Multimédia, SGPS, S.A.

Con relación a los cuatro canales generalistas de acceso libre, la SIC, con capital social de 30 millones de euros, continúa siendo propiedad de Impresa. En la televisión ella mantiene los canales SIC, SIC Internacional, SIC K, SIC Mulher, SIC Notícias, SIC Radical y SIC Online (<<http://sic.sapo.pt/online/>>), así como la Lisboa tv, bajo la presidencia de Francisco Pinto de Balsemão. La TVI pertenece al grupo Media Capital, con capital social de 65,8 millones de euros. En la televisión la Media Capital tiene la TVI, la TVI 24h y TVI online (<www.tvi.iol.pt/>) con Manuel Polanco Moreno como presidente.

La RTP1 y la RTP2 pertenecen al grupo Rádio Televisão de Portugal, SA (RTP). Resultado del acuerdo de reestructuración financiera firmado con el Estado en 2003, la RTP obtuvo un resultado neto positivo en 2010, de acuerdo con el presidente de la empresa, Guilherme Costa. En octubre de 2010, Costa anunció que la empresa alcanzaría una ganancia operacional de 18 millones de euros en 2010, lo que ocurriría por primera vez en 20 años.

Además de referir que en función de la falta de inversión de la BBC en los Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) los grupos mediáticos SIC, TVI y RTP a través de los canales codifica-

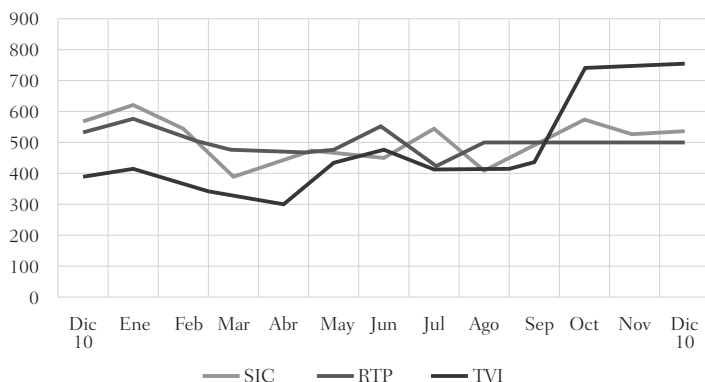
dos internacionales intensificaron sus emisiones hacia esos países, específicamente Angola, Cabo Verde y Mozambique.

La implementación de la TDT (Televisão Digital Terrestre) continuó siendo uno de los temas más discutidos, teniendo en cuenta las fechas propuestas para el *switch off* de las emisiones de televisión analógica. El año comenzó con el anuncio del pedido de revocación del título de distribución por parte de la PT Comunicações, lo que significa la desistencia de la TDT paga, aun después de la concesión del título de operador de distribución que le fue atribuido en el ámbito del concurso público abierto por la Ordenanza n. 207-A/2008, del 25 de febrero. Sin embargo, en marzo, el Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) consideró improcedente la pretensión de la PT Comunicações, SA, en el sentido de revocarse el título de operador de distribución que se le había atribuido.

El proyecto de regulación relativo al concurso público para atribución de derechos de utilización de frecuencias de ámbito nacional y parcial para el servicio de radiodifusión televisiva digital terrestre y de licenciamiento de operador de distribución fue lanzado en 2007 y sólo en 2010 la PT Comunicações decidió pedir la anulación del título atribuido. La decisión de la ERC de negar el pedido de revocación, según su comunicado público, tuvo como objetivo resguardar la independencia de la implementación de la televisión digital terrestre en Portugal, un proyecto considerado de importancia estratégica para el interés nacional. La migración de la televisión analógica hacia digital pretende comenzar en Portugal a partir de inicios de 2011, con la sucesiva desactivación de los retransmisores analógicos, conforme recomendación de la Comisión Europea. Este proceso deberá culminar para inicios del 2012, con el cierre total de las transmisiones analógicas. La sustitución del antiguo sistema somete a los portugueses no suscriptores de televisión paga que reciben la señal de televisión tradicional a través de antena analógica a la compra de un decodificador y una antena adaptada para que puedan utilizar el sistema de emisión digital.

De acuerdo con el informe “La Transición a la Televisión Digital Terrestre en Europa”, resultado del proyecto “ADOPT- DTV: Barreras a la adopción de la televisión digital en el contexto de la transición de la televisión analógica a digital en Portugal”, producido por la Universidade Lusófona, por el Obercom y por la Anacom, Portugal es uno de los últimos países de Europa Occidental en lanzar de forma efectiva la TDT e iniciar el proceso de transición al digital. El estudio apunta que el 92% de los portugueses con más de 18 años desconoce cuándo va a ser desconectada la señal analógica de televisión, 45,3% de los encuestados afirma no tener televisión paga en casa y, de estos, 96,7% respondieron tener televisión analógica. El estudio evidenció además que 60,6% de los entrevistados están preocupados con los futuros costos referentes al cambio.²

Grupos de Canais TV Portugueses Utilizadores Unicos (000)



2 De acuerdo con el plan para el switch-off, Anacom decidió que los retransmisores de Alenquer, Cacém y Nazaré formarán parte de una fase piloto para la cesación de las emisiones analógicas terrestres (12 de mayo, 16 de junio y 13 de octubre del 2011).

La programación noticiosa referente al país continúa teniendo un gran destaque en las televisoras generalistas portuguesas, seguida por el fútbol. Uno de los principales destaques de 2010 fue el retorno del formato *reality show*, con el estreno de *Secret Story: Casa dos Segredos* (TVI). Los diez programas especiales del domingo de este *reality show*, las galas, tuvieron un promedio de 14,5% de audiencia y 45,7% de share y fueron vistos por 7,6 millones de portugueses, o sea, el 84% del universo de la muestra vieron por lo menos una gala. El programa obtuvo gran repercusión en la prensa rosa, tomando el espacio de las noticias relacionadas a las celebridades de las telenovelas. La *Casa dos Segredos* también se convirtió en el principal competidor de la ficción televisiva al disputar los primeros lugares en la lista de los programas más vistos con el título *Espírito indomável* (TVI) durante los tres últimos meses del año.

Con relación a la internet, los portugueses pasaron más tiempo en los sitios de los canales de televisión en el 2010. Según el estudio Netpanel de la Marktest, durante el mes de diciembre, 1.601 mil personas residentes en Portugal continental con más de cuatro años accedieron a sitios de televisión a partir de casa, 2,9% más de lo registrado en el mes anterior y 14,3% más de lo verificado en el mismo mes del 2009. Los accesos a los sitios de la SIC, TVI y RTP oscilaron a lo largo del año. El comportamiento de los internautas varió en relación a las audiencias televisivas. Los sitios de la SIC y de la RTP tuvieron más accesos de enero a septiembre. Sin embargo, el sitio de la TVI registró mayor número de entradas de octubre a diciembre.

En este ítem se menciona además el movimiento de empresas públicas y de operadores privados de televisión, así como de las empresas de telecomunicaciones, en torno a los contenidos para tablets, iPads y smartphones y a las experimentaciones con videojuegos ficticiales.

Lista de las producciones exhibidas en el 2010 y las respectivas emisoras

| RTPI: 12 títulos nacionales | | SIC: 11 títulos importados – Brasil/Argentina | |
|-------------------------------------|--|--|--|
| 1 | <i>Conta-me como foi</i> (serie) | 23 | <i>Ciranda de pedra</i> (telenovela) |
| 2 | <i>Liberdade 21</i> (serie) | 24 | <i>Paraíso</i> (telenovela) |
| 3 | <i>O que se passou foi isto</i> (serie) | 25 | <i>Armadilha</i> (telenovela) |
| 4 | <i>Pai à força</i> (serie) | 26 | <i>Viver a vida</i> (telenovela) |
| 5 | <i>Cidade despida</i> (serie) | 27 | <i>Passione</i> (telenovela) |
| 6 | <i>A minha família</i> (sitcom) | 28 | <i>Caras e bocas</i> (telenovela) |
| 7 | <i>A noite do fim do mundo</i> (miniserie) | 29 | <i>Toma lá</i> (serie) |
| 8 | <i>Noite sangrenta</i> (miniserie) | 30 | <i>Negócio da China</i> (telenovela) |
| 9 | <i>O segredo de Miguel Zuzarte</i> (miniserie) | 31 | <i>Escrito nas estrelas</i> (telenovela) |
| 10 | <i>República</i> (miniserie) | 32 | <i>Ti-ti-ti</i> (telenovela) |
| 11 | <i>Voo directo</i> (serie)* | 33 | <i>O mundo de Patty</i> (serie) |
| 12 | <i>Regresso a Sizalinda</i> (serie)** | | |
| | | TVI: 14 títulos nacionales | |
| RTPI: 5 títulos importados (Brasil) | | 34 | <i>Deixa que te leve</i> (telenovela) |
| 13 | <i>Chamas da vida</i> (telenovela) | 35 | <i>Destino imortal</i> (miniserie) |
| 14 | <i>Sangue do meu sangue</i> (telenovela) | 36 | <i>Ele é ela</i> (sitcom) |
| 15 | <i>Ribeirão do tempo</i> (serie) | 37 | <i>Meu amor</i> (telenovela) |
| 16 | <i>Poder paralelo</i> (telenovela) | 38 | <i>Morangos com açúcar: VII</i> (serie) |
| 17 | <i>Carga pesada</i> (serie) | 39 | <i>Sentimentos</i> (telenovela) |
| | | 40 | 37 (miniserie) |
| SIC: 5 títulos nacionales | | 41 | <i>Mar da paixão</i> (telenovela) |
| 18 | <i>Lua vermelha</i> (serie) | 42 | <i>Dias felizes</i> (miniserie) |
| 19 | <i>Perfeito coração</i> (telenovela) | 43 | <i>Espírito indomável</i> (telenovela) |
| 20 | <i>Camilo, o presidente</i> (sitcom) | 44 | <i>Morangos com açúcar: Vive o teu verão</i> (serie) |
| 21 | <i>Cenas de um casamento</i> (sitcom) | 45 | <i>Campeões e detectives</i> (serie) |
| 22 | <i>Laços de sangue</i> (telenovela)*** | 46 | <i>Morangos com açúcar VIII: agarra o teu futuro</i> (serie) |
| | | 47 | <i>Sedução</i> (telenovela) |

* coproducción con la Produtora Angolana Semba (transmisión en los dos países).

** coproducción con la TPA – Televisão Pública de Angola.

*** coproducción con la TV Globo (Brasil).

Tabla 2. Total de ficción en estreno en el 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional | 31 | 65,9 | 1.741 | 56,8 | 1.351:00:00 | 56,7 |
| Iberoamericana | - | - | - | - | - | - |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 16 | 34,1 | 1.322 | 43,2 | 1.032:56:00 | 43,3 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispana) | - | - | - | - | - | - |
| Ibérica | - | - | - | - | - | - |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 47 | 100 | 3.063 | 100 | 2.383:56:00 | 100 |

Fuente: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida en cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|--|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Brasil | 15 | 31,9 | 1.204 | 39,3 | 941:18:00 | 39,5 |
| Argentina | 1 | 2,2 | 118 | 3,9 | 91:38:00 | 3,8 |
| Chile | - | - | - | - | - | - |
| Colombia | - | - | - | - | - | - |
| Ecuador | - | - | - | - | - | - |
| España | - | - | - | - | - | - |
| EE.UU. (producción hispana) | - | - | - | - | - | - |
| México | - | - | - | - | - | - |
| Portugal | 31 | 65,9 | 1.741 | 56,8 | 1.351:00:00 | 56,7 |
| Uruguay | - | - | - | - | - | - |
| Venezuela | - | - | - | - | - | - |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 47 | 100 | 3.063 | 100 | 2.383:56:00 | 100 |

Fuente: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

9.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

En el 2010 se verifica el aumento de oferta de producción ficcional en siete títulos (tres nacionales y cuatro latinoamericanos). El aumento del volumen de producción es más expresivo en el canal de servicio público, con un incremento de 50% (de ocho a 12 títulos). Respecto a los canales comerciales, se verifica una tendencia dispar, con la SIC que ofrece dos títulos menos que en el 2009 (de siete a cinco) y la TVI que pasa a ofrecer un título más (de 13 a 14). Congruentemente con las ofertas generales de años anteriores, la TVI continúa siendo el canal que incluye más programas de ficción en sus horarios, seguido por la RTP1 y después por la SIC. En lo que concierne a los contenidos latinoamericanos, se observa la permanencia de un estándar de oferta, con la RTP1 que transmite telenovelas de la Record, la SIC presenta telenovelas de la TV Globo y la TVI que no incluye ninguna producción de ese origen en sus programaciones. En este sentido, Brasil mantiene el liderazgo como país de origen de ficción latinoamericana, verificándose, apenas, la presentación de una producción Argentina – *O mundo de Patty* (SIC) – doblada al portugués.

A pesar de este aumento de producciones, se observa una disminución del número de capítulos/episodios y del número de horas de los títulos nacionales (7% y 4%, respectivamente). Respecto a los contenidos latinoamericanos, el aumento del número de títulos se manifestó en una mayor cantidad de capítulos/episodios (13%), así como en un mayor número de horas (7%). Esta contradicción se debe, muchas veces, a estrategias de programación que llevan a cortar o a extender la duración prevista de un capítulo/episodio.

Tabla 4. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franja horaria

| Nacionales | | | | |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (7:00h-13:00h)* | 16 | 0,9 | 6:17:00 | 0,4 |
| Tarde (13:00h-20:00h) | 297 | 17,1 | 273:55:00 | 20,3 |
| Prime time (20:00h-24:00h) | 1.428 | 82,0 | 1.070:48:00 | 79,3 |
| Noche (24:00h-7:00h) | - | - | - | - |
| Total | 1.741 | 100,0 | 1.351:00:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (7:00h-13:00h)* | 118 | 8,9 | 91:38:00 | 8,9 |
| Tarde (13:00h-20:00h) | 710 | 53,7 | 697:27:00 | 67,5 |
| Prime time (20:00h-24:00h) | 494 | 37,4 | 243:51:00 | 23,6 |
| Noche (24:00h-7:00h) | - | - | - | - |
| Total | 1.322 | 100 | 1.032:56:00 | 100 |
| Total | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (7:00h-13:00h)* | 134 | 4,4 | 97:55:00 | 4,2 |
| Tarde (13:00h-20:00h) | 1.007 | 32,9 | 971:22:00 | 40,7 |
| Prime time (20:00h-24:00h) | 1.922 | 62,7 | 1.314:39:00 | 55,1 |
| Noche (24:00h-7:00h) | - | - | - | - |
| Total | 3.063 | 100 | 2.383:56:00 | 100 |

Fuente: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

*En el 2011 hacemos un ajuste a la división de las 24 horas por franjas horarias, teniendo como base y directivas de la estación de servicio público, RTP.

El *prime time* continúa siendo el período de mayor concentración de contenidos ficcionales producidos en Portugal, seguido por el período de la tarde con la transmisión de tres títulos anclados en la serie juvenil *Morangos com açúcar* estrenada el 2003 (*Morangos com açúcar VII: Vive o teu talento*; *Morangos com açúcar VII: Vive o teu verão* e *Morangos com açúcar VIII: Agarra o teu futuro*) y la miniserie juvenil sobre vampiros *Destino imortal*, transmitida por la TVI. En el

período de la mañana hay solamente un programa de aventuras destinado al público infanto-juvenil – *Campeões e detectives* (TVI).

Los programas de origen latinoamericano presentan un esquema de transmisión diferente, dado que el período de la tarde es cuando se ubica el mayor número de capítulos/episodios. Esta situación se debe a la integración de telenovelas en las programaciones de la RTP1 (cinco títulos) y de la SIC (ocho títulos) de forma continuada y sistemática a lo largo de los años. Con 494 capítulos, el *prime time* del canal privado SIC es ocupado, durante el 2010, por dos telenovelas de las 20:00h de la tv Globo: *Viver a vida* de Manoel Carlos y *Passione* de Silvio de Abreu. El horario de la mañana se destina a la presentación de la serie infanto-juvenil *O mundo de Patty*, de origen argentino.

Tabla 5. Formatos de ficción nacional e iberoamericana

| Nacionales | | | | | | |
|-------------------------|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 8 | 25,8 | 1.182 | 67,9 | 883:17:00 | 65,5 |
| Serie | 12 | 38,7 | 501 | 28,8 | 410:42:00 | 30,4 |
| Miniserie | 7 | 22,6 | 19 | 1,1 | 22:52:00 | 1,6 |
| Telefilme/tv movie | - | - | - | - | - | - |
| Otros (<i>sitcom</i>) | 4 | 12,9 | 39 | 2,2 | 34:09:00 | 2,5 |
| Total | 31 | 100 | 1.741 | 100 | 1.351:00:00 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 13 | 81,2 | 1.176 | 89,0 | 923:55:00 | 89,5 |
| Serie | 3 | 18,8 | 146 | 11,0 | 109:01:00 | 10,5 |
| Miniserie | - | - | - | - | - | - |
| Telefilme/tv movie | - | - | - | - | - | - |
| Otros (<i>sitcom</i>) | - | - | - | - | - | - |
| Total | 16 | 100 | 1.322 | 100 | 1.032:56:00 | 100 |

fuelle: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

Tal como en 2009, se registra una diversificación de formatos, sin embargo con oscilaciones en términos de números totales de la oferta. Se observa, entonces, la disminución de la oferta de la telenovela en un título, el aumento de la serie en cuatro títulos y la disminución de la oferta de *sitcom* en tres títulos.

La alteración más significativa se centra en el aumento de la oferta de la miniserie en cuatro títulos. Entre los dos y los seis episodios, estos programas fueron ofrecidos por la RTP1 y por la TVI, presentando temáticas distintas de canal en canal. La RTP1, en ocasión de las conmemoraciones del centenario de la implantación de la República (1910-2010) explotó cuatro momentos específicos de ese período histórico: *A noite do fim do mundo*, *Noite sangrenta*, *O segredo de Miguel Zuzarte* y *República*. A su vez, la TVI, que transmitió tres títulos, abordó géneros diferentes a los de la RTP1 y diversificados: en el estreno de las series norteamericanas, la estación presentó un thriller policial con 37; la historia de amor entre una vampira y un humano en *Destino imortal* y, con *Dias felizes*, la TVI, teniendo como escenario la isla de Madeira, ficcionalizó una historia de vidas dobles y traición.

De una forma general, se puede decir que continúa verificándose la tendencia, iniciada el 2009, de explotación del formato serie y derivados, y un ligero retraimiento en la producción de los formatos telenovela y *sitcom*, normalmente identificados como los más expresivos.

Con relación a los contenidos latinoamericanos, continúa verificándose la presencia del formato telenovela, contándose apenas con la presencia de tres series.

Tabla 6. Formatos de ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|-------------------------|----------|------------|----------|--------------|------------|--------------|----------|----------|-----------|------------|
| Telenovela | - | - | - | | 8 | 32,0 | - | - | 8 | 25,8 |
| Serie | 1 | 100 | 4 | 80,0 | 7 | | - | - | 12 | |
| Miniserie | - | - | 1 | 20,0 | 6 | 24,0 | - | - | 7 | 22,6 |
| Telefilme/tv movie | - | | - | | - | - | - | - | - | - |
| Otros (<i>sitcom</i>) | - | - | - | | 4 | | - | - | 4 | |
| Total | 1 | 100 | 5 | 100,0 | 25 | 100,0 | - | - | 31 | 100 |

Fuente: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

Se constata que la oferta de ficción, a pesar de repartida entre los tres primeros períodos horarios, gana especial destaque en el *prime time*, con un total de 80% del total de títulos. La telenovela vuelve a ser el formato más destacado, seguido *ex aequo*, por la serie y por la miniserie, terminando con la *sitcom*, en una diferencia de apenas un título.

Tabla 7. Duración de capítulos/episodios (sin intervalos comerciales)

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|------------------|---------------------|------------|
| Corta (30') | 45 | 2,6 |
| Media (30'- 60') | 1.667 | 96,3 |
| Larga (60'+) | 19 | 1,1 |
| Total | 1.731 | 100 |

Fuente: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

A pesar de que la duración media continúe siendo la más ofrecida (24 títulos/1.664 capítulos/episodios), en el 2010 encontramos una oferta de cuatro títulos de corta duración (*sitcom*) que se ex-

presa en 45 capítulos/episodios en los tres canales de señal abierta y tres títulos de larga duración (miniseries), en el canal de servicio público, RTP1 y en el canal comercial, SIC, presentados en 19 capítulos/episodios.

Tabla 8. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|------------|
| Presente | 25 | 80,7 |
| Pasado | 2 | 6,4 |
| Histórica | 4 | 12,9 |
| Otra | - | - |
| Total | 31 | 100 |

Fuente: Obitel Portugal, MediaMonitor/Marktest Audimetria

En la línea de los años anteriores, los productos domésticos de ficción centran su acción en el presente. En el 2010 se destaca la producción de cuatro títulos de ficción histórica por parte de la RTP1, en la secuencia de las celebraciones de la implantación de la República.

La televisión portuguesa explotó, además, temáticas de época en la serie *Regresso a Sizalinda* (la acción se desarrolla entre el Portugal y la Angola de los años 1960 a la actualidad) y *Conta-me como foi* (la acción se desarrolla en Portugal desde 1968 a la actualidad).

Tabla 9. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| | País de origen de la idea o guión original | Casa productora | TV privada/pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | % Rating | % Share |
|------------------------------|--|-------------------------------|--------------------|------------|--|----------|---------|
| 1º <i>Deixa que te leve</i> | Portugal | TVI / Plural Entertainment | Privada | Telenovela | Patrícia Müller | 15,1 | 43,6 |
| 2º <i>Espírito indomável</i> | Portugal | TVI / Plural Entertainment | Privada | Telenovela | Sandra Santos | 13,1 | 36,9 |
| 3º <i>Meu amor</i> | Portugal | TVI / Plural Entertainment | Privada | Telenovela | António Barreira | 12,4 | 39,6 |
| 4º <i>Destino imortal</i> | Portugal | TVI / Plural Entertainment | Privada | Miniserie | Artur Ribeiro yCristina Silva | 11,5 | 33,0 |
| 5º <i>Sedução</i> | Portugal | TVI / Plural Entertainment | Privada | Telenovela | Rui Vilhena | 10,4 | 32,1 |
| 6º <i>Mar de paixão</i> | Portugal | TVI / Plural Entertainment | Privada | Telenovela | Patrícia Müller | 9,7 | 36,5 |
| 7º <i>Perfeito coração</i> | Portugal | SIC / SP Televisão | Privada | Telenovela | Pedro Lopes | 9,1 | 25,1 |
| 8º <i>Dias felizes</i> | Portugal | TVI / Plural Entertainment | Privada | Miniserie | Maria João Mira | 8,6 | 31,0 |
| 9º <i>Laços de sangue</i> | Portugal/Brasil | SIC/ SP Televisão / TV Globo | Privada | Telenovela | Pedro Lopes y Aguinaldo Silva | 8,4 | 23,9 |
| 10º <i>República</i> | Portugal | RTP / Ukbar Filmes | Pública | Miniserie | Jorge Paixão da Costa | 8,4 | 21,2 |
| Total de producciones: 10 | | Guiones originales nacionales | | | Guiones extranjeros | | |
| 100% | | 95% | | | 5% | | |

En el 2010 el número de producciones nacionales que figura en la lista de los diez títulos más vistos aumentó en comparación con el 2009. Portugal produjo 95% de los guiones originales, 5% más con relación al año anterior. La única excepción en la tabla fue la telenovela *Laços de sangue*, producida en coparticipación con la tv Globo (Brasil). Con relación a la casa productora, 70% del total de producciones pertenece a la Plural Entertainment (creada en el 2009, resultado de la unión de la NPB y de la Plural, responsable por la mayoría de los programas de ficción de la TVI) y 20% corresponden a la SP Televisão (productora de algunos programas de ficción para la SIC y para la RTP, creada en el 2007). Los 10% restantes pertenecen a la productora Ukbar Filmes, responsable por la miniserie *República* (RTP1).

De los títulos, 90% fueron emitidos en canales privados, 70% por la TVI y 20% por la SIC. El canal público RTP1 apareció en la lista sólo una vez con la miniserie *República*. El formato con mayor éxito continúa siendo la telenovela – siete de los diez títulos de la tabla – sin embargo, tal como se observó en 2009, con relación a las series, se nota la aparición de las miniseries que ocupan tres lugares en la lista.

Es importante resaltar que, comparativamente, las audiencias promedio por minuto – *rating* – bajaron con relación al año anterior. Si reunimos los títulos del Top Ten y calculamos el promedio de *audiencia* entre ellos, tendremos 10,67% en el 2010. El mismo cálculo con los datos del 2009 apunta a un resultado de 12,17%, o sea, se nota el descenso de casi un 2% de las audiencias promedio por minuto de los títulos de ficción nacional más vistos.

Tabla 10. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año de producción | Número de capítulos | Duración del capítulo/ episodio | Fecha de la primera exhibición | Fecha de la última exhibición | Franja de exhibición |
|------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|---------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| 1º <i>Deixa que te leve</i> | Telenovela | Romance, comedia | 2009-2010 | 279 | 45 minutos | 11/5/2009 | 21/3/2010 | Prime time |
| 2º <i>Espírito indomável</i> | Telenovela | Drama | 2010 | * | 50 minutos | 31/5/2010 | * | Prime time |
| 3º <i>Meu amor</i> | Telenovela | Drama, romance | 2009-2010 | 319 | 55 minutos | 19/10/2009 | 23/10/2010 | Prime time |
| 4º <i>Destino imortal</i> | Miniserie | Drama juvenil, fantasía | 2010 | 6 | 110 minutos | 24/1/2010 | 7/2/2010 | Tarde |
| 5º <i>Sedução</i> | Telenovela | Drama, romance | 2010 | * | 45 minutos | 25/10/2010 | * | Prime time |
| 6º <i>Mar de paixão</i> | Telenovela | Drama, romance | 2010 | * | 40 minutos | 15/3/2010 | * | Prime time |
| 7º <i>Perfeito coração</i> | Telenovela | Drama, tragedia | 2009-2010 | 167 | 55 minutos | 17/10/2009 | 11/6/2010 | Prime time |
| 8º <i>Dias felizes</i> | Miniserie | Drama, tragedia | 2010 | 6 | 55 minutos | 18/4/2010 | 16/5/2010 | Prime time |
| 9º <i>Laços de sangue</i> | Telenovela | Romance, comedia, suspenso | 2010 | * | 50 minutos | 13/9/2010 | * | Prime time |
| 10º <i>República</i> | Miniserie/ Telefilme | Histórico | 2010 | 2 | 60 minutos | 4/10/2010 | 5/10/2010 | Prime time |

* Los datos correspondientes al número de capítulos y a la fecha de la última exhibición no están disponibles, teniéndose en cuenta que las telenovelas en Portugal son obras abiertas y, por lo tanto, no hay previsión para el término de las transmisiones.

Tabla 11. Temáticas de los diez más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|------------------------------|---|---|
| 1º <i>Deixa que te leve</i> | Triángulo amoroso, herencias, relaciones familiares. | Protección ambiental del lobo ibérico, preservación de costumbres. |
| 2º <i>Espírito indomável</i> | Venganza, crímenes, revelación de identidad, familias rivales. | Crisis económica, adopción, busca de libertad femenina. |
| 3º <i>Meu amor</i> | Amor prohibido, conflictos familiares, bastardía, revelaciones de secretos, ambición. | Valores morales, enfermedades, realidad de familias campesinas en Alentejo. |
| 4º <i>Destino imortal</i> | Adolescencia, vampiros, crímenes. | Conflictos juveniles. |
| 5º <i>Sedução</i> | Relaciones familiares, adulterio, bigamia, venganza, crímenes. | Valores morales, busca de independencia financiera de la mujer. |
| 6º <i>Mar de paixão</i> | Villa de pescadores. | Donación y trasplante de órganos. |
| 7º <i>Perfeito coração</i> | Amor prohibido, traiciones. | Crisis económica, accidentes/coma. |
| 8º <i>Dias felizes</i> | Traición, revelaciones de identidad, amor clandestino, adulterio. | Romance entre parejas de mediana edad, turismo en la isla de Madeira. |
| 9º <i>Laços de sangue</i> | Disputas entre hermanas, triángulo amoroso, venganza, envidia, crímenes. | Vicios de juego, separaciones familiares por motivos trágicos, valores morales. |
| 10º <i>República</i> | Amor prohibido, historia nacional, política. | Revolución y mudanzas político-históricas. |

La telenovela *Deixa que te leve* (TVI) alcanzó el primer lugar como título más visto en 2010 con 15,1% de *rating* y 43,6% de *share*. La trama de este título es conducida por un personaje femenino que regresa de Italia para revivir sus orígenes en el interior de Portugal y modificar el cotidiano de las personas de una villa de la región del Miño, al norte del país. La temática principal es sentimental, resultante de un triángulo amoroso. La protagonista es rica y heredera del mayor hotel rural de la región. Los escenarios son generalmente ambientados en el exterior, con paisajes bucólicos. La narrativa adoptada es lineal, pero con recurso de escenas de la infancia de la pareja protagonista, con la utilización de *flashbacks*. En el transcurso de la telenovela, el personaje principal se va a mudar a Lisboa, cuando los escenarios se modifican por los de la ciudad y focalizan menos el interior.

El título *Espírito indomável* (TVI) ocupa el segundo lugar en la tabla con 13,1% de *rating* y 36,9% de *share*. La trama también es protagonizada por una mujer y ambientada en una villa del interior. Sin embargo, la temática principal es la rivalidad entre dos familias de Alentejo. La naturaleza y el medio rural son utilizados como escenarios principales. Los núcleos se dividen entre esas dos familias que fueron inmigrantes en Uruguay, volvieron al país y continúan siendo enemigas. Más allá de las cuestiones amorosas de la trama, como la relación de los hijos de las familias adversarias, algunos temas sociales son abordados como la crisis financiera que alcanza a algunos propietarios de tierras en Alentejo.

La producción *Meu amor* (TVI) quedó en tercer lugar en la audiencia de los más vistos con 12,4% de *rating* y 39,6% de *share*. Los escenarios son predominantemente internos. La trama cuenta con múltiples núcleos de personajes, divididos entre hombres y mujeres. Un empresario rico es el protagonista de la historia, juntamente con sus hijas y nuera. Los enredos son sentimentales, pero el campo profesional es valorizado en la medida en que las historias involucran los oficios de los personajes.

La respuesta de la TVI a la tendencia de producción de títulos del género fantasía – con historias de vampiros – fue el lanzamiento de la miniserie de seis capítulos *Destino imortal*. El cuarto lugar de la tabla, con 11,5% de *rating* y 33% de *share*, explota la temática con escenarios internos y externos sombríos. La trama es maniquea, con dos núcleos principales, el clan del bien y el del mal. Los dos protagonistas son jóvenes y forman una pareja de estudiantes universitarios.

La trama de *Sedução* (TVI) forma parte de la lista de telenovelas cuyo personaje central es una mujer: una madre de familia que es engañada por el marido y sueña con abrir su propio negocio. La historia está dividida en múltiples enredos, los escenarios son predominantemente internos y la historia se desarrolla en la capital. Durante el año 2010, *Sedução* conquistó 10,4% de *rating* y 32,1% de *share*.

Mar de paixão (TVI) ocupa el sexto lugar en la tabla, con 9,7% de *rating* y 36,5% de *share*. El litoral es su principal escenario que divide los núcleos entre Portugal continental y las islas Azores. La temática social de la donación y trasplante de órganos es el hilo conductor de la trama. Los núcleos son múltiples y los personajes principales son la joven que recibe un nuevo corazón y la familia del donador.

El enredo de *Perfeito coração* (SIC) es protagonizado por una pareja joven, separada por un trágico accidente. Los núcleos se dividen entre los familiares de la pareja. La novela está dividida en dos fases, antes y después del atropellamiento del protagonista, que queda cinco años en coma, pero es dado por muerto. Los escenarios son normalmente internos, excepto en la corta primera fase de la trama, cuando son abordados temas como la crisis económica del país. En términos de audiencias, en el 2010 *Perfeito coração* alcanzó un promedio de 9,1% de *rating* y 25,1% de *share*.

Dias felizes (TVI) es un ejemplo más del éxito de las miniseries en la televisión abierta portuguesa. La producción de seis capítulos alcanzó 8,6% de *rating* y 31% de *share*. *Dias felizes* prioriza la utiliza-

ción de escenarios externos, localizados en la isla de Madeira, con paisajes marítimos. El enredo de la trama es múltiple, con parejas de diferentes franjas etarias que protagonizan la historia.

La coproducción entre la SIC y la TV Globo, *Laços de sangue*, está compuesta por un triángulo amoroso formado por dos hermanas y un joven. El enredo es sentimental e involucra temas como romance, envidia y venganza. Los escenarios son mixtos, externos (núcleo pobre) e internos (núcleo rico, excepto en viajes de turismo), predominantemente. La historia está ambientada en Lisboa. Las audiencias registraron 8,4% de *rating* y 23,9% de *share*.

República (RTP) forma parte de un ciclo de miniseries/telefilmes producidos por la Ukbar Filmes para la RTP, en conmemoración del centenario de la implantación de la República Portuguesa. Con sólo dos episodios, esta miniserie logró alcanzar un promedio de 8,4% de *rating* y 21,2% de *share*.

Tabla 12. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

| | Programa | Canal | Género % | | Franja etaria % | | | | | | | Nivel socioeconómico % | | | |
|----|---------------------------|-------|----------|---------|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------------------------|------|------|------|
| | | | Mujeres | Hombres | 4-14 | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 64+ | A/B | C1 | C2 | D |
| 1 | <i>Deixa que te leve</i> | TVI | 64,0 | 36,0 | 9,4 | 11,1 | 7,6 | 13,0 | 14,9 | 17,3 | 26,7 | 9,8 | 17,9 | 34,5 | 37,8 |
| 2 | <i>Espírito indomável</i> | TVI | 63,8 | 36,2 | 9,0 | 10,5 | 8,8 | 11,9 | 14,3 | 15,9 | 29,7 | 8,8 | 18,5 | 31,2 | 41,6 |
| 3 | <i>Meu amor</i> | TVI | 65,6 | 34,4 | 9,0 | 10,3 | 8,3 | 11,7 | 15,1 | 16,5 | 29,1 | 9,2 | 19,5 | 32,2 | 39,1 |
| 4 | <i>Destino imortal</i> | TVI | 60,2 | 39,9 | 18,0 | 22,7 | 8,5 | 18,4 | 11,9 | 9,5 | 11,2 | 8,0 | 26,0 | 38,9 | 27,1 |
| 5 | <i>Sedução</i> | TVI | 61,3 | 38,7 | 8,8 | 11,9 | 9,4 | 11,9 | 14,9 | 15,7 | 27,4 | 9,0 | 20,8 | 31,1 | 39,1 |
| 6 | <i>Mar de paixão</i> | TVI | 64,2 | 35,8 | 8,4 | 10,4 | 8,4 | 11,1 | 15,5 | 16,0 | 30,2 | 8,7 | 19,1 | 31,5 | 40,6 |
| 7 | <i>Perfeito coração</i> | SIC | 63,5 | 36,5 | 9,1 | 11,3 | 12,3 | 15,2 | 15,2 | 15,7 | 21,1 | 15,5 | 22,9 | 29,6 | 32,0 |
| 8 | <i>Dias felizes</i> | TVI | 65,7 | 34,3 | 5,9 | 11,6 | 6,3 | 11,8 | 15,9 | 18,3 | 30,3 | 9,9 | 22,2 | 31,2 | 36,0 |
| 9 | <i>Laços de sangue</i> | SIC | 63,9 | 36,1 | 13,9 | 14,9 | 11,9 | 16,5 | 15,3 | 9,9 | 17,5 | 15,7 | 29,2 | 28,3 | 26,8 |
| 10 | <i>República</i> | RTP1 | 54,6 | 45,4 | 6,2 | 8,1 | 7,4 | 14,1 | 12,1 | 17,6 | 34,5 | 21,5 | 22,1 | 24,3 | 32,1 |

Con relación al perfil de las audiencias el 2010, podemos notar que sufrió una ligera alteración si se lo compara con el de los años anteriores. Los datos de la Tabla 12 apuntan a un cambio del nivel socioeconómico de las audiencias de algunos títulos. La mayor parte de las personas que vieron, por ejemplo, *Laços de sangue* (sic) pertenece al grupo C1 (29,2%), al contrario de otros títulos como *Espírito indomável* (TVI), cuya clase social dominante es la D (41,6%). *Perfeito coração* (sic) también registró índices más equilibrados entre las clases sociales, siendo el nivel C2 (29,6%) el que más siguió esta telenovela. Estos números indican que hubo una ligera elevación del nivel social de quien ve las telenovelas de la SIC en Portugal, relativamente a las producciones de la TVI.

Las mujeres siguen siendo el público preferencial de las telenovelas. De acuerdo con los indicadores, el mayor equilibrio, en términos de género, sólo se notó con relación al título *República* (RTP1), con 54,6% de mujeres y 45,4% de hombres.

La franja etaria que más ve telenovelas sigue siendo el público de más de 64 años. Mientras que, *Laços de sangue* (sic) registró también un ligero cambio en este perfil, pues se nota un equilibrio entre todas las franjas etarias. Es importante destacar también que el público juvenil (22,7%) fue el que más vio la telenovela con temática vampírica *Destino imortal* (TVI).

9.3. La recepción transmediática

En Portugal la ficción nacional aún está vivenciando un lento período de adaptación a los transmedios. Si por un lado la mayoría de los productores avanza en el sentido de invertir en el lanzamiento de contenidos de ficción para plataformas digitales, por otro, las audiencias no siempre responden a la altura de esos estímulos. Sin embargo, algunas propuestas de asociación de las direcciones electrónicas de los sitios a las redes sociales como el Facebook (la red social con mayor éxito en Portugal) y el Twitter, incentivan al público a recorrer el mundo virtual de la ficción con mayor facilidad.

En Portugal, debido a las estrategias adoptadas por los canales para captar audiencias, se hace muy difícil notar cuando un título de ficción está a punto de terminar. La imposibilidad de observar la última semana de exhibición de los títulos lleva por lo tanto a la decisión de, *a priori*, observar las páginas en la internet de *Espírito indomável* (TVI)³ durante el último mes del año, entre los días 20 y 26 de diciembre del 2010. A través de la observación de la actividad del público en el sitio oficial, en las páginas del Facebook, en el Twitter y en los blogs de *Espírito indomável*, se observó que los fans han demostrado un tímido interés por los asuntos de la ficción en la plataforma digital. Curiosamente, a pesar del número de páginas encontradas y al contrario de lo que apuntan las audiencias promedio de este título, el número de personas que interactúan de alguna forma en las direcciones electrónicas es reducido.

El análisis de *Espírito indomável* en la internet apuntó la existencia de un sitio oficial (institucional), cuatro páginas de grupo y un perfil – todos en el Facebook, un perfil en el Twitter y tres blogs de fans. El sitio institucional coloca a disposición del visitante un menú con las opciones: semana (resumen textual de los acontecimientos), historia (sinopsis), quién es quién (personajes), galería (fotos y vídeos de los episodios), *wallpapers* (disponibles para *download*), y banda sonora (lista de músicas del CD de la novela). Sin embargo, debido a la inexistencia de un fórum o espacio para comentarios, el visitante no tiene posibilidades de interacción activa. También no hay relación directa entre el sitio y las redes sociales, lo que interfiere en el proceso de ampliación de la experiencia transmedios.

3 En la tabla del Top Ten, la telenovela *Espírito indomável* es el segundo título de ficción con mayor audiencia y el primer lugar como título “inédito” de 2010. El primer lugar se repitió como en el 2009, en virtud a los lanzamientos de productos de ficción en Portugal que ocurrieron generalmente en el segundo semestre, o sea, los títulos permanecen en exhibición de los últimos meses de un año hasta la mitad del año siguiente.

En términos numéricos, en el Facebook, a 1.245 personas les “gustaba” la primera página de esa telenovela, a 877 personas les “gustaba” la segunda página, a 57 personas les “gustaba” la tercera página, 293 personas eran miembros del grupo y 2.078 personas eran amigas del perfil de *Espírito indomável*⁴ al 26 de diciembre de 2010. Todas las páginas, grupo y perfil tenían el nombre de la telenovela. En el Twitter el perfil tenía 23 seguidores a la misma fecha.

A título comparativo, se decidió también examinar el movimiento en las páginas de otro título del Top Ten, *Laços de sangue* (sic), del 21 al 27 del febrero de 2011. De todos los títulos del Top Ten, se notó que las páginas de esta telenovela son las que logran mayor movimiento de internautas. Conforme las tablas a seguir, notamos que el sitio institucional de *Laços de sangue* posee un menú con las opciones: episodios, personajes, bastidores, vídeos, fotos, no se pierda (novedades), pasatiempos, fórum, en la red (*links*), sobre (sinopsis). Al contrario de los sitios de las producciones de la TVI, inclusive de *Espírito indomável*, el sitio de la telenovela de la sic posee herramientas para la promoción de interactividad activa como espacio para comentarios y fórum de discusiones.

Laços de sangue posee uno sitio institucional y dos blogs. Sin embargo, el Facebook es el instrumento más utilizado por los fans para poner en práctica la experiencia participativa (14 páginas, ocho grupos y tres perfiles, sólo uno de ellos creado por los productores de la novela). Los demás son ejemplos de la creatividad de los consumidores y de la necesidad de comunicar, buscar y producir contenidos en la web. En la página del Facebook relacionada al sitio oficial es posible observar que, sólo durante el fin de semana (días 26 y 27), el número de personas a las que les “gusta” dio un salto de 33.822 a 34.289 personas. Eso significa que, en menos de 48 horas, casi 500

4 En el Facebook coexisten tres modalidades de divulgación: el perfil (debe representar un individuo, pero no siempre eso se utiliza sólo para ese fin), la página (creada para presentar una organización) y el grupo (creado como un espacio para compartir opiniones e intereses por un asunto).

personas entraron en la página por lo menos una vez y adhirieron al clicar en la opción “me gusta”.

El análisis comparativo apuntó además que los públicos que frecuentan las páginas del Facebook de *Espírito indomável* y *Laços de sangue* son diferentes. En términos de franja etaria, se percibe que los internautas fans de *Espírito indomável* son mucho más jóvenes (4-14 y 15-24 años), tanto por los datos indicativos en el perfil, como por el lenguaje utilizado en los comentarios – generalmente colmados de vocabulario informal, jergas y códigos virtuales. Los fans de *Laços de sangue* son, generalmente, adultos. Este público articula mejor las ideas, más allá de optar por escribir los mensajes de manera más formal y correcta desde el punto de vista gramatical.

De forma general, el perfil de las audiencias televisivas en Portugal corresponde a los mayores de 64 años, residentes en el interior y pertenecientes a la clase media baja o baja. Los jóvenes que ven las telenovelas – y tienen algún acceso a la internet – son, normalmente, niños y adolescentes menores de 14 años que acompañan a sus abuelos durante la transmisión televisiva en el interior, donde no existen tantas opciones de entretenimiento como en los grandes centros. Así, podemos llegar a la conclusión de que el perfil de los fans de *Espírito indomável* es más joven y pertenece a las clases media baja y baja. En contrapartida, podemos evaluar que los apreciadores de *Laços de sangue* que participan activamente en la internet son adultos y pertenecen a la clase media y media alta.

Descripción general del portal del programa en la internet o de la página de red social (Facebook, Twitter)

| Nombre de la página, website o red social: <http://sic.sapo.pt/lacosdesangue> Período de observación: 21/2/2011 al 27/2/2011 | | |
|---|--|--|
| General | Descripción | Finalidad |
| 1. Origen: Portal Sapo <http://www.sapo.pt/> | Creador del portal: Sapo.pt - PTC (Portugal Telecom SA), Abílio Martins (dirección). | Portal oficial de la telenovela <i>Laços de sangue</i> , institucional, con el objetivo de divulgar la producción y poner a disposición herramientas de interacción con las audiencias. |
| 2. Herramientas del sitio que posibilitan la interacción entre las audiencias | Permite ver el capítulo de la telenovela (excerptas). Permite dejar comentarios sobre los vídeos, fotos, personajes. El recuento del número de visitantes y comentarios no está visible. Permite que los usuarios coloquen <i>links</i> para otros sitios en el fórum. No permite bajar contenidos del sitio (vídeos, audio, fotos etc.). Cuenta con fórum de discusión. Ofrece <i>link</i> para la página de la novela en la red social Facebook. | La interactividad de las audiencias en el sitio es posible observarse en los comentarios visibles a todos, disponibles en las opciones del menú inicial (episodios, personajes, bastidores, vídeos, fotos, no se pierda, pasatiempos, fórum, en la red (<i>links</i>), sobre). |
| 3. Número promedio de visitantes durante el período de observación | El número de visitantes no está disponible en el sitio. | El número de visitantes no está disponible en el sitio. |
| 4. Número promedio de comentarios publicados (<i>posts</i>) durante el período de observación | Durante el período de observación 154 comentarios fueron publicados en las diferentes opciones del menú inicial del sitio. | En los comentarios del sitio encontramos diversas formas de interactividad, principalmente activa y creativa. La interacción es relacional y crítica. También hay interacción propositiva. |

| | | |
|---|---|---|
| 5. Porcentaje de hombres y mujeres participantes | La página no permite el acceso a los datos sobre la cantidad de hombres y mujeres que visitan el sitio. | Sin embargo, por el perfil de los comentarios, es posible observar la presencia femenina en mayor cantidad. |
|---|---|---|

2. Tipos de comentarios publicados (postados)

| Nombre de la página, website o red social: < http://sic.sapo.pt/lacosdesangue > Período de observación: 21/2/2011 al 27/2/2011 | |
|--|---|
| Número Total de Comentarios | Descripción |
| Número de comentarios sobre la ficción y sus contenidos: 154 | <ul style="list-style-type: none"> - En total, 154 internautas comentaron las opciones: sobre (6), fórum (36), no se pierda (35), fotos (16), vídeos (10), personajes, (18), episodios (33). - De los 154 comentarios, 114 hablan sobre los personajes, 38 hablan sobre la historia y dos hablan sobre la temática. - Del total, 25 comentarios eran sobre la emisora. Ningún comentario mencionó horarios, ni los intervalos publicitarios. - Dos los comentarios, 112 tuvieron un tono positivo y 42 tuvieron un tono negativo. |
| Número de comentarios dirigidos a otros usuarios: 22 | <ul style="list-style-type: none"> - En total, 22 internautas comentaron algo dirigiéndose a otros usuarios. |
| Número de <i>links</i> dejados en la página: 0 | |
| Niveles de interactividad mediante el uso de la plataforma | <ul style="list-style-type: none"> - Los 154 comentarios fueron activos, o sea, los usuarios respondieron al estímulo dado dentro de las condiciones ofrecidas por el sitio. Ningún comentario fue creativo, pues no produjo contenidos. La interactividad pasiva, en este caso, no pudo ser contabilizada, teniendo en vista que el sitio no posee dispositivo de recuento de usuarios visible. - Sobre la interacción, 56 fueron en tono relacional, 40 en tono propositivo y 58 hicieron alguna crítica. |

| Localización del comentario | | |
|-----------------------------|-----------------------|-------|
| Menú | Número de comentarios | % |
| Sobre | 6 | 3,9 |
| Fórum | 36 | 23,4 |
| No se pierda | 35 | 22,7 |
| Fotos | 16 | 10,4 |
| Videos | 10 | 6,5 |
| Personajes | 18 | 11,7 |
| Episodios | 33 | 21,4 |
| Total | 154 | 100,0 |

| Naturaleza del contenido del comentario | | |
|---|-----------------------|-------|
| Clasificación | Número de comentarios | % |
| Historia | 38 | 24,7 |
| Temática | 2 | 1,3 |
| Personajes | 114 | 74,0 |
| Total | 154 | 100,0 |

| Direccionamiento del comentario | | |
|---------------------------------|-----------------------|-------|
| Comentarios | Número de comentarios | % |
| Comentaron sobre la emisora | 25 | 16,2 |
| No comentaron sobre la emisora | 129 | 83,8 |
| Total | 154 | 100,0 |

| Posicionamiento de las audiencias | | |
|-----------------------------------|-----------------------|-------|
| Tono | Número de comentarios | % |
| Positivo | 112 | 72,7 |
| Negativo | 42 | 27,3 |
| Total | 154 | 100,0 |

| Indicador de niveles de interactividad | | |
|--|-----------------------|-------|
| Interactividad | Número de comentarios | % |
| Activa | 154 | 100,0 |
| Creativa | 0 | 0,0 |
| Pasiva | 0 | 0,0 |
| Total | 154 | 100,0 |

| Tipo de interacción | | |
|---------------------|-----------------------|-------|
| Interacción | Número de comentarios | % |
| Relacional | 56 | 36,4 |
| Propositiva | 40 | 26,0 |
| Crítica | 58 | 37,7 |
| Total | 154 | 100,0 |

9.4. Lo más destacado del año

El 2010 fue un año de solidificación de la presencia de contenidos ficcionales en las programaciones. El interés y posterior inversión en el segmento se extendió a los tres canales de señal abierta y si, en los años de observación anteriores, la TVI lideraba en número de títulos y en audiencias, por sobre todo, por falta de competidores, ahora se observa la aparición empeñada, tanto de la SIC como de la RTP1. Los objetivos comunes reflejan, sin embargo, líneas de orientación particulares, lo que contribuyó a un Top Ten tripartito, cosa que no sucedió en el 2009.

El canal de servicio público (RTP1) motivado por los principios previstos en el Contrato de Concesión del Servicio Público de Televisión, diseñó una propuesta, en la que la ficción histórica y de época bajo los formatos miniserie y serie, ganan especial destaque. Teniendo como propósito valorizar la cultura y la identidad portuguesas, y aprovechando la celebración de los 100 años de la implantación de la

República, cuatro de los 12 títulos transmitidos fueron producciones de la propia RTP en colaboración con productoras externas a la estación (Ukbar Filmes, HOP, David y Golias). Acontecimientos importantes del inicio del siglo XX hasta 1910 fueron contados bajo el formato miniserie de dos episodios, de conformidad con los estándares europeos para la producción histórica y fueron transmitidos en los varios canales de la RTP (RTP1, RTP1 HD, RTP Internacional y RTP África). *A noite do fim do mundo*, *Noite sangrenta*, *O segredo de Miguel Zuzarte* y *República* fueron reconocidos por la estación como “eventos culturales”, dado el carácter de *happening*, habiendo contribuido a sus efectos con la elección de los equipos de producción empeñados, así como el apoyo financiero de instituciones públicas.

Es de destacar que *República*, la historia ficcional de una mujer casada con un monarca que se enamora de un republicano y que vive, tal como Portugal, en el limbo entre el confort y la incerteza, integra el Top Ten del 2010, con 8,4% de *rating* y 21,2% de *share*.

A pesar de ya producida en el 2007, la serie *Regresso a Sizalinda* basada en la obra *Fala-me de África* de Carlos Vaz Ferraz, fue producida en coparticipación con la TPA – Televisión Pública de Angola. Exhibida en los dos canales de servicio público, relata la historia de un pasado desconocido de uno de los personajes, en una inspiración de las vivencias coloniales portuguesas y en una línea temporal entre los años 1960 y la actualidad.

La coparticipación con Angola volvió a repetirse en el 2010, con la presentación de la serie *Voo directo*. Sin ser un contenido histórico o de época, explota la relación (histórica) de los dos países a través de la vida de cuatro amigas azafatas. En una producción conjunta de la productora portuguesa SP Televisão con la productora angoleña Semba, las filmaciones fueron hechas en los dos países y, por primera vez, se vio en transmisión simultánea.

Más allá de estos momentos de destaque, la RTP1 integró en sus programaciones otros seis programas de ficción. *Cidade despida*, una serie policial protagonizada por una actriz/presentadora portuguesa

de éxito, Catarina Furtado, se destaca por las cuatro nominaciones a la 50.^a edición del Festival de Cine de Monte Carlo (Productor Internacional, Productor Europeo, Mejor Actriz y Mejor Actor), en una disputa con series norteamericanas como *Lost* y *Dexter*.

En una línea de actuación continua, la RTP no explota, nacionalmente, el formato telenovela, optando por la serie y miniserie. Las principales temáticas se asientan, principalmente, en momentos históricos nacionales y los equipos de producción buscan nuevos y diversificados autores, productoras alternativas, privilegiando la producción conjunta.

La SIC, después de sucesivas tentativas (fracasadas) de hacer frente a la TVI dentro del segmento “ficción nacional”, surge, en el 2010, con nuevos proyectos y levanta dos lugares en el Top Ten. *Perfeito coração* (9,1% de *rating* y 25,1% de *share*) y *Laços de sangue* (8,4% de *rating* y 23,9% de *share*) son dos telenovelas nacionales producidas por la SP Televisão, una productora independiente nacida en el 2007 y que ya tiene una cartera de proyectos considerable (SIC y RTP1). Ubicadas en el séptimo y noveno lugar, respectivamente, se destacan por la capacidad de agitar el mercado. Mediante un análisis focalizado en los dos títulos, se encuentran cuatro valencias que nos parecen distintivas: a) coproducción; b) estrategias de *marketing*; c) transmediación y d) procesos evaluativos.

a) Coproducción

Laços de sangue (SIC, SP Televisão y TV Globo), se presenta como un producto cuidado y alternativo. Los actores tuvieron un período de *coaching*, con una profesional brasileña, antes del inicio de las grabaciones para componer los personajes, más allá de la supervisión en otras áreas de la producción. Paralelamente, la estación ha ofrecido las condiciones necesarias para un desarrollo coherente de la narrativa, al transmitir los episodios en días y horas fijas, con una duración muy poco oscilante, lo que permite la creación de expectativas y su efectución junto al público.

b) Estrategias de marketing

En el proceso de escritura de la telenovela *Laços de sangue*, a pedido de la estación, se buscó una ventana de oportunidad para el patrocinio encubierto. Basado en la historia, el director del argumento seleccionó la producción del aceite, actividad portuguesa con impacto en el extranjero. A partir de eso, se desarrolló una asociación con la marca *Oliveira da Serra*, creándose el aceite “Oliveira da Serra-Lagar do Marmelo”, el nombre de la quinta de la familia ficcional Caldas Ribeiro, situada en las planicies alentejanas, y ampliamente focalizada en la trama. El proceso de creación del nuevo aceite es explotado en la propia telenovela, a través de los diálogos y de imágenes. Lo que es más, la marca anuncia el producto entre el genérico y el inicio del programa y, en su sitio, induce al telespectador a ser el primero a tener en casa “el mejor ingrediente de su novela”.

c) Transmediación

La explotación multi-plataformas ha sido una práctica repetida por parte de los medios. En Portugal, los contenidos ficcionales, a pesar de las altas tasas de audiencia, no tienen tradición de recorrer diferentes aparatos, ni de ofrecer prácticas interactivas con su público. Además de una página asignada a los sitios de las estaciones emisoras con contenidos meramente informativos, encuentran blogs dispersos con información inconsistente y páginas abiertas en la red social Facebook, con pocos “amigos” y casi sin comentarios. *Perfeito coração* y *Laços de sangue* marcan la diferencia: ambos poseen un sitio interactivo, páginas en el Facebook con seguidores y comentarios y blogs oficiales. Con relación a este último punto, y en el primer título, el hijo de Leonor, personaje femenino principal, es raptado en la maternidad, por lo que la madre construye un blog para, no sólo compartir la angustia, sino para intentar encontrar al niño. A través del sitio, el público tenía la posibilidad de entrar en ese mismo blog y hacer comentarios. Debido a una cierta irregularidad en la transmisión de los títulos, el blog no siempre fue

actualizado, hecho que no se volvió a repetir en *Laços de sangue*. En esta última telenovela (que todavía está en el aire) el blog del restaurante *M* también ofrece la posibilidad de interactividad. En constante actualización se describen eventos que sucedieron en la propia trama y el público es invitado a enviar recetas que son leídas, posteriormente, por los personajes en el transcurso de la historia.

d) Procesos evaluativos

La SIC, a modo de complementar el conocimiento cualitativo sobre el público de sus telenovelas, desarrolla procesos de evaluación. Mediante la aplicación del método del *focus group*, tiene la posibilidad en cuatro momentos distintos, de percibir si el rumbo de las historias y de los personajes se encaja en las expectativas de los receptores. Estos análisis llevan a la creación de momentos de cambio o continuidad, contribuyendo al aumento de la empatía con los consumidores.

Del espectro de oferta en el 2010, destáquese, además, *Lua vermelha*, una serie juvenil sobre vampiros. Por tendencia internacional, la SIC siguió la experiencia iniciada por el canal de la competencia TVI, con una miniserie de temática y público al que apunta semejante tema. Su transmisión ha sido irregular, tanto a nivel de número de episodios por semana, como a nivel de horarios, configurándose como una experiencia no muy bien lograda.

Sin embargo, la estación con casi 20 años de existencia y con poca experiencia en la producción de ficción doméstica, está por convertirse en catalizadora del cambio del paradigma de producción y transmisión de contenidos ficcionales vigente hace 11 años. Fruto de la explotación de historias diferentes, de elencos menos conocidos y más acompañados, de técnicas más precisas al nivel de la estética audiovisual y del compromiso entre todos los elementos implicados, quedan en abierto diferentes posibilidades futuras.

En esta línea de pensamiento, y mientras no se emprenda un giro efectivo del modelo actual, la TVI cuenta con siete títulos en el Top Ten, seis de ellos, los primeros de la tabla. Este hecho muestra la ofer-

ta elevada de la estación (14 títulos), que se destaca por diversificar los formatos de presentación – telenovela (6), serie (4), miniserie (3) y *sitcom* (1) – así como a través de la introducción de temas poco o nada tratados en la ficción televisiva portuguesa, como el amor entre vampiros y humanos (*Destino imortal*) y thrillers policiales (37), con el *slogan* “descubra al asesino o muera de curiosidad”.

A pesar de no haber sido contabilizado para efectos de análisis Obitel, el teatro fue una oferta reiterativa por parte de la TVI. Obras en teatros portugueses, con el patrocinio de la estación, fueron filmadas y transmitidas, lo que revela la estrategia de la diversificación.

Pero, el 2010 se reviste de especial importancia para el canal comercial debido a la conquista de un Emmy en la categoría “Mejor Telenovela Internacional”. En la madrugada del 22 de noviembre, Portugal y la ficción portuguesa derrotaron a Argentina y a las Filipinas con *Meu amor* de la autoría de António Barreira, ya considerado “el más reciente” autor de telenovelas. Con un elenco colmado de estrellas, la historia de un amor prohibido entre una joven campesina y el hijo rico de una casa importante, se encuentra en tercer lugar en el Top Ten, siendo que, de acuerdo con los datos de la MediaMonitor/Marktest Audimetria, el último episodio (transmitido el día 23 de octubre) fue visto por 1,7 millón de personas, obteniendo 18,8% de *rating* y 55,1% de *share*.

Después de la consolidación (2008) y de la ausencia de crisis (2009), el 2010 se revela como el año de las continuidades, pero también de las rupturas, de las conquistas, en el fondo, de nuevos desafíos que continúan colocando la ficción televisiva como el pilar de la programación de los canales generalistas de señal abierta.

9.5. Tema do ano: la calidad en la ficción televisiva

Cuando se habla de calidad televisiva, hay una tendencia a explorar los principios de servicio público. Normalmente identificado con la BBC (*British Broadcasting Corporation*) y con el Reino Unido, esta

forma de hacer televisión nació con el objetivo de poner a disposición el mismo servicio a todos los ciudadanos, a través de la oferta de una programación generalista con base en la clásica trilogía: informar, formar y entretener. Desde los años 1980-1990 que la definición y efectuación de un servicio público televisivo se debate con la inexistencia de líneas orientativas definidas, en especial sobre su viabilidad económica y sobre la mejor forma de gestión, teniendo siempre como base el factor de identidad (Raboy, 1995).

Un poco por todo el mundo, ese período está marcado por la abertura del mercado a la iniciativa privada. En Portugal, el período más conturbado data entre 1987 y 1995, en el que la necesidad de cambio y de reforma era real, dentro del espectro europeo y nacional, con las demandas para la descentralización de la radio y de la televisión. En 1989, con la Revisión Constitucional y con el Decreto Ley n. 58/90 del 7 de septiembre, va a ser el año de cambios, al alterarse el diploma en el que era negada cualquier iniciativa particular de medio audiovisual.

Como mercado pequeño, Portugal y el servicio público de televisión asistieron a la conmoción de sus estructuras, confrontándose con el reparto de la torta publicitaria (exigua), con la necesidad de pagos de la transmisión de señal (dado que la RTP había vendido la red de transmisores) y con la abolición de la tasa televisiva paga por posesión de aparato. Paralelamente, los 35 años de monopolio no permitieron la creación de hábitos y métodos de agilización de las operaciones, llevando a confrontarse con la falta de estrategias relativas a los límites de la competencia y a las reglas de programación, poniendo como causa la “calidad” de los programas ofrecidos.

En este sentido, el nuevo mercado pasó a regirse según las leyes de la oferta y de la demanda, con la disputa de estrellas; con la búsqueda de los exclusivos y de los derechos; con la abertura de espacio al ciudadano anónimo; con el fomento de una programación orientada por *talk shows*, *reality shows*, concursos, fútbol y por un flojo porcentaje de producción nacional en las programaciones.

A lo largo de los años, y de una forma generalizada por Europa, se toman iniciativas, se crean comisiones de reflexión sobre el asunto, en una clara tentativa de saneamiento de las estaciones de servicio público, así como en una tentativa de (re)definición de sus principios base. En virtud de la falta de consenso, tanto a nivel macro como a nivel interno, la idea de prestación de un servicio público, luego diferenciado, va asumiendo nuevas acepciones, teniendo en cuenta que la satisfacción de quien está del otro lado de la pantalla es misión común a los canales televisivos de señal abierta (públicos y privados). Así, todos buscaron asumir un compromiso con el público, pasando a funcionar como una referencia para los miembros del público, teniendo en cuenta la imparcialidad y el pluralismo necesarios, a través de una oferta variada para un público variado.

En el 2002, con la llegada de un nuevo gobierno al poder, se constata la pérdida de influencia de la estación en el mercado, así como la falencia técnica y financiera. Esta realidad estaba relacionada con una progresiva pérdida de identidad y con una incoherencia de decisiones, fruto de la inestabilidad de los cuerpos de gestión, conduciendo a una actuación concreta en el terreno. Así, fue adoptada una nueva línea de programación asentada en la matriz clásica de servicio público, las antenas internacionales (RTP Internacional y RTP África) fueron incentivadas a tener producción propia y el segundo canal abierto fue reestructurado mediante una asociación con la sociedad civil.

A mediano plazo, estas iniciativas promovieron la creación de una RTP, diferenciada de los canales comerciales, y destacada por el nivel cualitativo de los programas de información y por no incluir, en sus programaciones, el formato telenovela. Tradicionalmente menos rico, gana cuerpo en Portugal la telenovela, primero en 1977 con la transmisión de *Gabriela* (tv Globo) y en 1982 con la primera experiencia portuguesa, *Vila Faia*. Tal como en el espacio iberoamericano, los niveles de audiencia de este formato son muy expresivos habiendo llevado al canal comercial TVI – que estaba en posición des-

favorable desde su nacimiento – a liderar, en una primera instancia, el *prime time* (2000) y, poco después, el mercado televisivo, lugar donde todavía se mantiene.

La sic – canal conocido por la transmisión en exclusivo de los contenidos de la tv Globo, de programas de entretenimiento familiar y de una información fuerte – se vio confrontada, por un lado, con las estrategias de la RTP1 y, por otro, con una TVI anclada a una dialéctica “*reality shows*-ficción nacional”.

Como podemos observar, data de ese momento conturbado, el fomento de la producción ficcional propia, en lo que se refiere al pilar diferenciador de la oferta *mainstream*. Observando, ahora, apenas ese segmento de contenidos, se verifica una tendencia generalizada hacia una abertura a nuevos temas, nuevos formatos, nuevos autores, nuevos elencos y nuevas productoras. 2010 es un año paradigmático en ese sentido:

1. La diversidad de oferta tiene en cuenta los elementos que componen la audiencia, llevando al ajuste de *targets* y de horarios.
2. La entrega de la producción a nuevas productoras, cuyo objetivo es la conquista de un lugar en el mercado, permite el desarrollo de un trabajo más cuidado a nivel del argumento, composición de personajes, aparato técnico y estético.
3. Los contenidos, en otro tiempo asentados en propuestas transnacionales, son contruidos pensando en los destinatarios finales, conduciendo a la pulverización de las locaciones y al abordaje de temas de interés público. Este criterio es revelador de la intención de informar y de formar al público portugués sobre las idiosincrasias locales.
4. La explotación de otros formatos se reveló una tentativa de contar historias de una forma diferente, llevando, por un lado, a la conquista de nuevos públicos y, por otro lado, a la aproximación de estándares de calidad.

5. Se destaca, así, el aumento del número de miniseries, formato considerado como el más acabado. Como en Portugal, la miniserie no siempre está sujeta a las audiencias, por lo que, normalmente, es transmitida en *prime time* y se destina a un público con un mayor espectro de opciones de entretenimiento. En muchos casos es un formato utilizado en ocasiones festivas, funcionando como una creación de raíz o adaptación de una obra emblemática nacional. Su dimensión serial es más reducida (entre los dos y los seis episodios) que la de la serie o que la de la telenovela, funcionando como momento especial y recuperando la ritualidad de la salida al teatro o al cine.
6. La regulación y la autorregulación, a través de la acción de las entidades competentes, permiten una evaluación regular del (in)cumplimiento de los primados exigidos para el buen funcionamiento del mercado televisivo.

En esta secuencia, la calidad de los productos ficcionales portugueses gana consistencia en los niveles de audiencia recibidos y en el reconocimiento entre pares, con la nominación a premios nacionales e internacionales, de donde se subraya la conquista del Emmy como “Mejor Telenovela Internacional” por la TVI (*Meu amor*).

En el presente momento, se asiste a un giro más en el mercado, con la RTP1 distinguiéndose por la programación ofrecida, en especial en el campo de la información y de la ficción alternativa a las telenovelas. Esta revelación del cumplimiento de los principios inherentes al servicio público, está desencadenando una agitación en el mercado, lo que ya condujo a la TVI, estación comercial conocida por agradar a un público más popular, a anunciar el lanzamiento de propuestas de información más cercanas a los estándares de calidad de la RTP1. En esta línea, el 2010 se presenta como un año de redefiniciones estratégicas, como un año de (más) y **nuevos desafíos**.

Referencias bibliográficas

- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- RABOY, M. "The world situation of public service broadcasting: overview and analysis". International Roundtable on Cultural and Educational Functions of Public Service Broadcasting, Paris, Unesco. (fotocopia).
- VASSALLO DE LOPES, M. I. et al. "Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira". In Vassallo de Lopes, M. I. (Coord.). *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas*. São Paulo: Globo, 2009.
- VASSALLO DE LOPES, M. I. y OROZCO, G. "Transmedia Storytelling across Ibero-American Countries". Paper presented at the Congress of IAMCR, Braga, Portugal, 2010.

10.

URUGUAY: CONTINUIDADES Y CAMBIOS EN LA FICCIÓN¹

Rosario Sánchez Vilela²

10.1. El contexto audiovisual

Las cadenas nacionales de televisión abierta y sus audiencias

La composición del sistema de televisión abierta en 2010 no sufrió cambios respecto a los años anteriores.³ Tres televisoras privadas y una pública constituyen el sistema de televisión abierta. En relación con la audiencia, el indicador del *rating* y el del *share* confirman mayores porcentajes para las cadenas privadas con relación a la televisión pública. Como en el 2009, Teledoce se coloca a la cabeza de las mediciones.

| Nombre | Tipo de canal | Rating % | Share % |
|--------------------|---------------|----------|---------|
| Canal 12 Teledoce | Privado | 3,7 | 23,5 |
| Canal 4 Montecarlo | Privado | 3,2 | 20,5 |
| Canal 10 Saeta | Privado | 2,9 | 18,0 |

1 Los datos de base necesarios para la elaboración de las tablas que contiene este estudio fueron proporcionados por Ibope Uruguay a quienes agradecemos su apoyo permanente. El procesamiento de los datos para la elaboración de las tablas y gráficos, estuvo a cargo de Paula Santos Vizcaíno, sin cuya dedicación no hubiera sido posible este trabajo.

2 Con la colaboración de Paula Santos Vizcaíno, Agustina Fazzio y Ángela Reyes.

3 Ver *Anuario Obitel 2009* y *Anuario Obitel 2010*.

| | | | |
|--|---------|-----|-----|
| Canal 5, Televisión Nacional del Uruguay TNU | Público | 0,5 | 5,1 |
|--|---------|-----|-----|

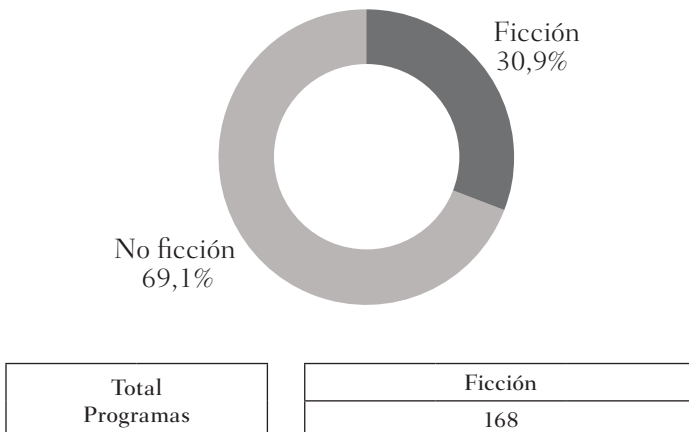
Fuente: Ibope Uruguay

Respecto a la televisión para abonados, son nueve las empresas que operan en el país. El total de suscriptores al servicio es de 473.000 en todo el territorio nacional y de ellos el 44% corresponde a la capital, Montevideo. La penetración de la televisión para abonados en todo el país es de 34,99% y 35,07% en Montevideo.⁴

La ficción en la oferta de programación

La programación en televisión abierta este año estuvo constituida por un total de 542 programas. En ese contexto, la ficción total emitida por televisión abierta (cine, dibujos animados y ficción televisiva) con 168 programas, representó el 30,9% del total de la oferta. La ficción televisiva, incluyendo todos los orígenes, repeticiones y estrenos, representó un 61,3% del total de la ficción.

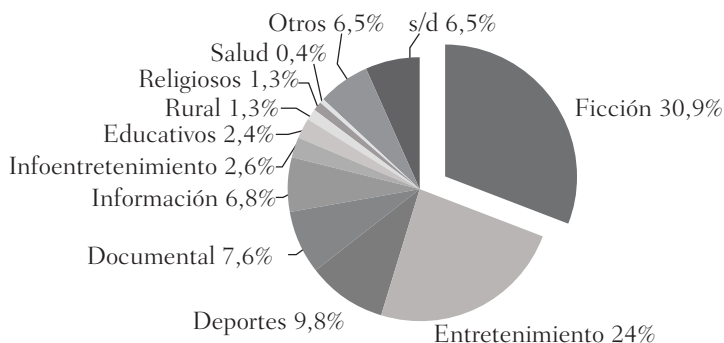
Gráfico 1. Oferta de programación – ficción y no ficción



4 Ver URSEC, 2010a.

| 540 | | Dibujos Animados | Espacios de Cine | Ficción Televisiva |
|---------|------------|------------------|------------------|--------------------|
| Ficción | No Ficción | | | |
| 168 | 374 | 31 | 34 | 103 |
| 30,9% | 69,1% | 18,5% | 20,2% | 61,3% |

**Gráfico 2. Composición de la programación
por género y cantidad de títulos**

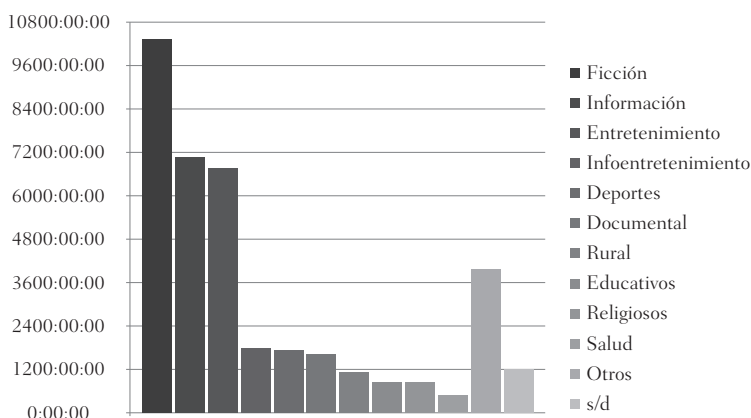


| Género | Títulos | % |
|---------------------|---------|--------|
| Ficción | 168 | 30,9 |
| Entretenimiento | 130 | 24,00 |
| Deportes | 53 | 9,80 |
| Documental | 41 | 7,60 |
| Información | 37 | 6,80 |
| Infoentretenimiento | 14 | 2,60 |
| Educativos | 13 | 2,40 |
| Rural | 7 | 1,30 |
| Religiosos | 7 | 1,30 |
| Salud | 2 | 0,40 |
| Otros | 35 | 6,50 |
| s/d | 35 | 6,50 |
| Totales | 542 | 100,00 |

En cuanto al número de títulos, analizando la composición de la programación por géneros se observa que la Ficción ocupa el primer lugar en la oferta, mientras que Entretenimiento y Deportes quedan en segundo y tercer lugar respectivamente (Gráfico 2). Sin embar-

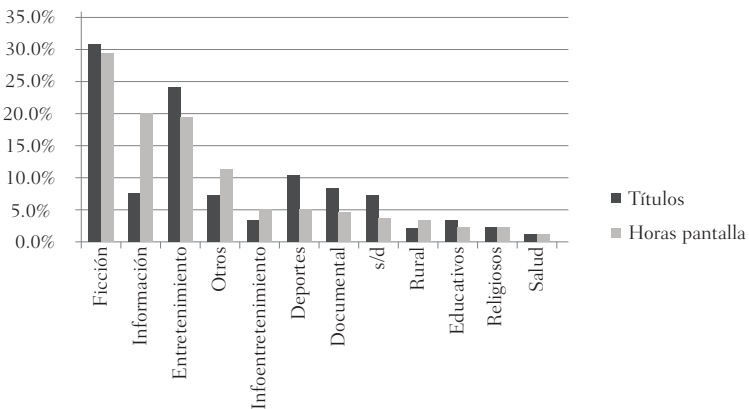
go, la significación de cada género en la pantalla es diferente si se toma en cuenta la cantidad de horas de emisión destinadas a cada uno (Gráfico 3). Esa perspectiva confirma el primer lugar para la ficción que concentra el 29,7% del tiempo de emisión, pero revela a la Información como el segundo género relevante en la oferta televisiva ocupando el 19,9%. La jerarquización de géneros en términos de visibilidad en la pantalla se manifiesta en la cantidad de horas destinadas a cada uno. El *ranking* así configurando desplaza a Entretenimiento (19,1%) al tercer lugar y a bastante distancia porcentual el Infoentretenimiento y Deportes. La comparación de la cantidad de títulos y el tiempo pantalla (Gráfico 4) permite dimensionar mejor el peso que tiene cada género en la programación: la ficción confirma su predominio en la oferta tanto en cantidad de títulos como en horas de emisión, mientras que los programas de información sustentan su relevancia en el tiempo pantalla y la categoría Documentales desciende al sexto lugar.

**Gráfico 3. Programación de televisión abierta
2010. Distribución por horas de transmisión**



| Género | Horas | % |
|---------------------|--------------|--------|
| Ficción | 9.962:17:00 | 29,70 |
| Información | 6.671:59:00 | 19,90 |
| Entretenimiento | 6.402:09:00 | 19,10 |
| Infoentretenimiento | 1.440:40:00 | 4,30 |
| Deportes | 1.397:02:00 | 4,20 |
| Documental | 1.231:13:00 | 3,70 |
| Rural | 808:54:00 | 2,40 |
| Educativos | 482:55:00 | 1,40 |
| Religiosos | 478:20:00 | 1,40 |
| Salud | 111:31:00 | 0,30 |
| Otros | 3.621:47:00 | 10,80 |
| s/d | 917:14:37 | 2,70 |
| Totales | 33.526:01:37 | 100,00 |

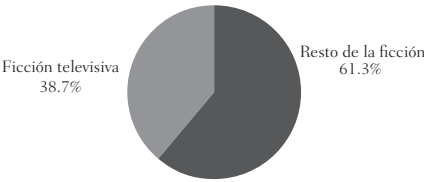
**Gráfico 4. Programación de televisión abierta 2010.
Comparativo de distribución porcentual**



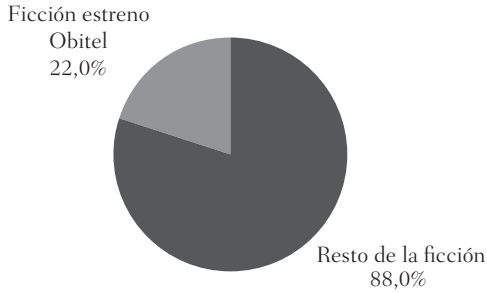
| Género | Títulos | Horas |
|-------------------|---------|-------|
| Ficción | 31,0% | 29,7% |
| Entretenimiento | 24,0% | 19,1% |
| Deportes | 9,8% | 4,2% |
| Documental | 7,6% | 3,7% |
| Información | 6,8% | 19,9% |
| Otros | 6,5% | 10,8% |
| s/d | 6,5% | 2,7% |
| Infoentrenimiento | 2,6% | 4,3% |
| Educativos | 2,4% | 1,4% |
| Religiosos | 1,3% | 1,4% |
| Rural | 1,3% | 2,4% |
| Salud | 0,4% | 0,3% |

La significación de la ficción iberoamericana estreno en la oferta de ficción total y de ficción televisiva puede observarse en el Gráfico 5. Los 37 títulos de ficción estreno Obitel estreno representaron el 22% del total de ficción emitida en televisión abierta y constituyeron el 35,9% del total de ficción televisiva emitida en el año que representó el 64,1%.

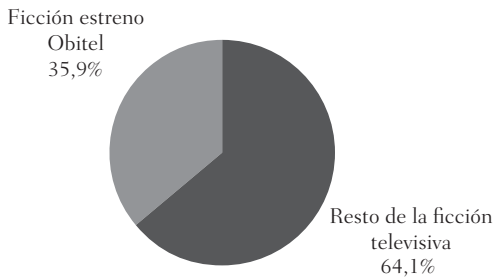
Gráfico 5. Porcentajes de ficción Obitel estreno en el conjunto de la ficción (títulos)



| Ficción Televisiva | Total ficción |
|--------------------|---------------|
| 103 | 168 |



| Ficción estreno OBITEL | Total ficción |
|------------------------|---------------|
| 37 | 168 |



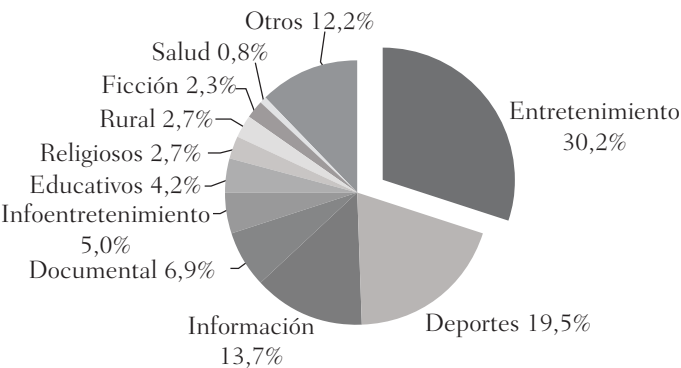
| Ficción estreno OBITEL | Ficción Televisiva Total |
|------------------------|--------------------------|
| 37 | 103 |

Tendencias de la programación nacional

La producción nacional en televisión abierta estuvo constituida por 262 programas lo que representó el 48,33% del total de la programación. La composición por géneros (Gráfico 6) pone en evidencia las tendencias de la producción nacional: los programas de entretenimiento, deportes e información concentran los mayores porcentajes de producción, mientras que la ficción nacional, ocupa el 2,3% de los títulos ofertados. El lugar del entretenimiento en la producción na-

cional (30,2%) se intensifica si a ello se le suma un conjunto de programas fronterizos que se registran en la categoría del infoentretenimiento (5%). La observación de la producción nacional en términos de visibilidad en horas pantalla revela que la información ocupó la mayor cantidad de horas de emisión: 6625:32:00, el 35,1% del total de horas destinadas a productos nacionales, casi un 50% más que las horas ocupadas por el entretenimiento (Gráfico 7). El documental pasa al octavo lugar, con 440:31:00 horas y la ficción al noveno, con 243:25:00 horas, lo que revela el lugar incipiente que ocupa en las tendencias de producción.

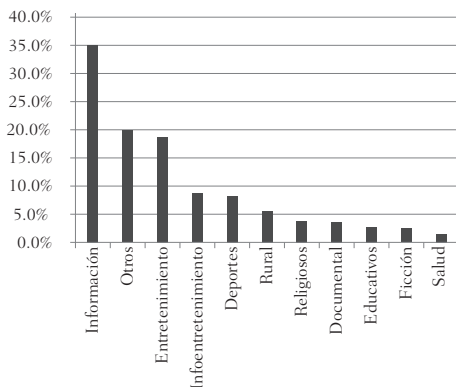
Gráfico 6. Composición del total de la producción nacional por género (títulos)



| Género | Títulos | % |
|---------------------|---------|------|
| Entretenimiento | 79 | 30,2 |
| Deportes | 51 | 19,5 |
| Información | 36 | 13,7 |
| Documental | 18 | 6,9 |
| Infoentretenimiento | 13 | 5,0 |
| Educativos | 11 | 4,2 |
| Religiosos | 7 | 2,7 |
| Rural | 7 | 2,7 |

| | | |
|---------|-----|-------|
| Ficción | 6 | 2,3 |
| Salud | 2 | 0,8 |
| Otros | 32 | 12,2 |
| Totales | 262 | 100,0 |

Gráfico 7. Composición del total de la programación nacional por género y horas de pantalla



| Género | Horas | % |
|---------------------|--------------|-------|
| Información | 6.625:32:00 | 35,1 |
| Otros | 3.611:36:00 | 19,1 |
| Entretenimiento | 3.458:03:00 | 18,3 |
| Infoentretenimiento | 1.439:36:00 | 7,6 |
| Deportes | 1.373:02:00 | 7,3 |
| Rural | 808:54:00 | 4,3 |
| Religiosos | 478:20:00 | 2,5 |
| Documental | 440:31:00 | 2,3 |
| Educativos | 299:51:00 | 1,6 |
| Ficción | 243:25:00 | 1,3 |
| Salud | 111:31:00 | 0,6 |
| Totales | 18.890:21:00 | 100,0 |

Por último, para completar el contexto televisivo en el que se desempeñó la ficción iberoamericana de estreno, presentamos una aproximación al comportamiento de la audiencia respecto al total de la programación de la televisión abierta durante el 2010. En el *ranking* de los diez programas más vistos se destaca que la ficción televisiva continúa teniendo un lugar preponderante con cuatro títulos, más allá de que el primer lugar en el *ranking* lo ocupa *Showmatch*. En cuanto al origen de los programas, cuatro son de origen argentino y tres nacionales. Por otra parte, los títulos se distribuyen sólo entre dos canales de televisión abierta.

Los diez programas de más de diez horas de transmisión y más de diez capítulos con mayor rating (individuos) del año 2010

| Programa | Origen | Género | Duración | Episodios | Cadena | Rating % | Share % |
|------------------------------------|-----------|-------------------------------|-----------|-----------|-------------------|----------|---------|
| <i>Showmatch</i> | Argentina | Entretenimiento | 304:11:00 | 126 | Teledoce | 11,2 | 46,8 |
| <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Chile | Ficción Obitel/ estreno | 79:26:00 | 75 | Saeta canal 10 | 9,9 | 29,9 |
| <i>Valientes</i> | Argentina | Ficción Obitel/ no estreno | 41:58:00 | 34 | Teledoce | 9,6 | 32,5 |
| <i>Porque te quiero así</i> | Uruguay | Ficción Obitel/ estreno | 21:34:00 | 17 | Saeta canal 10 | 9,0 | 25,2 |
| <i>Planeta Disney</i> | Genérico | Dibujos animados | 29:45:00 | 15 | Teledoce | 8,0 | 27,8 |
| <i>Telemundo 12</i> | Uruguay | Información | 423:54:00 | 261 | Teledoce | 8,0 | 29,0 |
| <i>Bendita TV</i> | Uruguay | Entretenimiento | 69:20:00 | 40 | Saeta canal 10 | 8,0 | 26,7 |
| <i>Minuto para ganar</i> | Argentina | Entretenimiento | 24:30:00 | 17 | Teledoce | 7,9 | 28,9 |
| <i>Malparida</i> | Argentina | Ficción Obitel/ estreno | 179:07:00 | 152 | Teledoce | 7,9 | 27,6 |
| <i>Sábados de cine 2a. función</i> | Genérico | Cine | 106:17:00 | 51 | Teledoce | 7,7 | 28,4 |

Internet

Según el último informe del *Latinobarómetro*, Uruguay ha triplicado su conectividad en siete años. Se ubica en el cuarto lugar en el uso de internet, entre los países de América Latina, con un 47% de personas que declaran haberse conectado alguna vez. Por otra parte, en cuanto al uso diario de internet ocupa el tercer lugar, después de Chile y Argentina: un 21% de personas manifiestan que se conectan diariamente.⁵

Para este informe, intentamos actualizar la información sobre conectividad, no obstante, la mayoría de la información obtenida avanza solo un semestre o poco más respecto a la que incluimos en el reporte para el *Anuario Obitel 2010*. En cuanto al total de conexiones a banda ancha ascendía a 330.327 a diciembre del 2009⁶ y un 30% de hogares tenían conexión. En agosto del 2010 las conexiones a banda ancha fija eran 365 mil y a banda ancha móvil 184 mil,⁷ lo que muestra la continuidad del crecimiento de la conectividad. Por otra parte, según otras fuentes, la cantidad de usuarios al 2010 ascendería a 1.855.000 con un 52% de penetración.⁸

En lo que se refiere a los servicios de telefonía móvil ellos llegan a 4.262 en junio del 2010⁹ y la teledensidad móvil (servicios móviles cada 100 habitantes) es de 126, 97.¹⁰

5 Ver *Latinobarómetro*.

6 Ver Estévez, J. P.

7 Ver Gómez, G.

8 Disponible en: <www.internetworldstats.com/stats10.htm>. Acceso el: 17 de febrero de 2011.

9 Ver URSEC, 2010b, p. 14.

10 Ídem, p. 16.

Inversiones publicitarias

En el período enero-diciembre de 2010 la inversión publicitaria en televisión abierta ocupó 13.093.966 segundos distribuidos en orden decreciente en las siguientes categorías: normal, evento, avance, político, presentación de programa. La mayor concentración se registró en la publicidad correspondiente a la categoría “normal”, con más de 12.000.000 de segundos.¹¹

Los segundos comerciales por televisora se distribuyeron de la siguiente manera: 30,4% para Teledoce; 29,8% Saeta; 25,4% Montecarlo y Televisión Nacional 14,4%. Si bien la cantidad de segundos comerciales son mayores respecto al 2009, la distribución entre los canales no sufrió variaciones sustanciales.

Debate de políticas de comunicación

Televisión Digital y legislación de medios han sido dos temas presentes durante el 2010. Respecto a la tv Digital se generaron algunas novedades, aunque no se trató en sí mismo de un debate, sino del cambio en la decisión respecto a la norma a adoptar. El nuevo gobierno que asumió en 2010 resolvió adoptar la norma japonesa ISDB-TV en lugar de la norma europea que había sido elegida por el gobierno anterior. De esta forma, Uruguay tendrá la misma norma que el resto de los países del Mercosur. Se ha anunciado que las primeras pruebas se realizarán en septiembre del 2011, el recambio de televisores analógicos será el 2012 y el apagón analógico en los años 2014 y 2015.¹²

La legislación en medios de comunicación ha sido uno de los debates del año. En nuestro informe anterior habíamos dado cuenta de las ideas centrales de un proyecto de ley en ciernes.¹³ Durante el

11 Esta aproximación a la inversión publicitaria ha sido posible gracias a los datos proporcionados por Ibope Uruguay.

12 Ver Dinatel.

13 Ver *Anuario Obitel 2010*, pp. 389-392.

2010, primer año de un nuevo gobierno del Frente Amplio, el debate no se refirió a ese proyecto, sino que adoptó otras formas. Desde la Dirección Nacional de Telecomunicaciones (Dinatel), organismo ministerial, se manifestó la necesidad de iniciar un proceso de consulta pública sobre los contenidos de una futura ley para luego proceder a la elaboración de un anteproyecto. Se constituyó entonces un Comité Técnico Consultivo (CTC) cuyos integrantes pertenecían a ámbitos empresariales, universitarios, organizaciones profesionales, entre otros. Los miembros del CTC participaban a título personal y no en representación de sus ámbitos de pertenencia. El Comité trabajó durante varios meses, en sesiones públicas, y culminó con la presentación de un informe final que da cuenta de algunos consensos alcanzados y también de los disensos. A partir de allí Dinatel anuncia que redactará el anteproyecto de ley.

No es posible en este espacio abordar la totalidad de los temas a los que se refiere el Informe Final de CTC, pero vale la pena señalar algunos aspectos. El primer elemento notorio es el que refiere al cambio de nombre: ya no se habla de Ley de Medios (probablemente para tomar distancia de los conflictos que se generaron en torno a este tipo de leyes en la región), sino que se propone una designación abarcativa del área, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Respecto a algunos de los temas especialmente de interés para este Observatorio se destaca el planteo de la necesidad de un marco regulatorio que contemple los derechos de la audiencia por distintos mecanismos, la prevención de contenidos discriminatorios y la diversificación de la oferta. El aliento a la producción nacional, especialmente a la producción independiente se proponen como temas relevantes para la próxima legislación, pero se discute respecto a la conveniencia de la adopción de un sistema de cuotas o de un sistema de incentivos.¹⁴ Por otra parte se enfatiza el carácter de interés público respecto a los contenidos audiovisuales y se dedica un tramo

14 Ver CTC.

extenso del documento a la relación entre educación y medios de comunicación. En este sentido, se adopta una posición favorable a implantar en los planes de estudio “educación para los medios”.

Además del trabajo del Comité y del anuncio de la redacción de la ley, es relevante consignar las declaraciones del Presidente de la República, José Mujica, realizadas en el mismo momento en que se iba a presentar el documento final de CTC y que mostraron ambigüedad y desconcierto en esferas oficiales.¹⁵

Tabla 1. Producciones exhibidas en 2010 y respectivas emisoras

| | | | |
|---|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| Canal 4, Montecarlo Televisión (2 títulos) | | 10 | <i>Más sabe el diablo</i> |
| 1 | <i>Charly en el aire 2</i> | 11 | <i>Mujeres asesinas</i> |
| 2 | <i>Correr el riesgo</i> | 12 | <i>Niní</i> |
| | | 13 | <i>Nuevo rico nuevo pobre</i> |
| Saeta Canal 10 (1 título) | | 14 | <i>S.O.S. Sexo y otros secretos</i> |
| 3 | <i>Porque te quiero así</i> | 15 | <i>Soy tu dueña</i> |
| | | 16 | <i>Teresa</i> |
| Títulos importados y coproducciones Obitel en 2010 y respectivas emisoras | | 17 | <i>Toda una dama</i> |
| Canal 4, Montecarlo Televisión (14 títulos) | | Saeta Canal 10 (11 títulos) | |
| 4 | <i>Bella Calamidades</i> | 18 | <i>Águila roja</i> |
| 5 | <i>Botineras</i> | 19 | <i>Aida</i> |
| 6 | <i>Catalina</i> | 20 | <i>¿Dónde está Elisa?</i> |
| 7 | <i>Corazón salvaje</i> | 21 | <i>Guardián de tu amor</i> |
| 8 | <i>El señor de la querencia</i> | 22 | <i>Juan Querendón</i> |
| 9 | <i>Llena de amor</i> | 23 | <i>Juro que te amo</i> |
| | | 24 | <i>La niñera</i> |
| | | 25 | <i>La traición</i> |

15 Ver *Portal 180* y *La Nación*. Más allá de lo anecdótico y de las rectificaciones que luego se hicieron desde ámbitos próximos a la Presidencia, el hecho tiene su relevancia en tanto provocó incertidumbre respecto al rumbo de un debate que había sido convocado desde ámbitos gubernamentales.

| | | |
|----|----------------------------|---------------------------------------|
| 26 | <i>Mujeres de lujo</i> | Canal 12, Teledoce (9 títulos) |
| 27 | <i>Pecadora</i> | 29 <i>Acuarela de amor</i> |
| 28 | <i>Salvador de mujeres</i> | 30 <i>Alguien que me quiera</i> |
| | | 31 <i>Ciudad paraíso</i> |
| | | 32 <i>El clon</i> |
| | | 33 <i>El profeta</i> |
| | | 34 <i>En nombre del amor</i> |
| | | 35 <i>India, una historia de amor</i> |
| | | 36 <i>Malparida</i> |
| | | 37 <i>Mar de amor</i> |

10.2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

La oferta de estrenos de ficción televisiva en televisión abierta ha sido más abundante durante el 2010, superando los niveles de años anteriores. El análisis de la composición de los 37 títulos evidencia algunas continuidades y transformaciones. Continúa el predominio de títulos de origen latinoamericano con 30 títulos lo que constituye el 81,1% de los estrenos iberoamericanos y el 82,2% de las horas de emisión (2.199:52:00 horas).

En cuanto a la producción nacional es relevante constatar la presencia de tres títulos: *Porque te quiero así*, *Charly en el Aire 2* y *Correr el riesgo*. Si bien el número de producciones es inferior a la expectativa que se tenía para este año, la persistencia de la misma cantidad de títulos que en el 2009, alienta la consolidación de una tendencia y la constitución de un público para la ficción nacional. No obstante, la visibilidad de la ficción nacional es aún incipiente en términos comparativos: ocupó 47:26:00 horas contra un total de 2.676:55:00, es decir un 1,8% del total de tiempo de emisión destinado a la ficción iberoamericana de estreno; representó el 8,1% de los títulos ofertados y en términos de capítulos significó un 1,6% de los capítulos/episodios.

El resto de la oferta se caracteriza por una gran variedad de orígenes con un crecimiento de los títulos mexicanos. Si bien es tradicional la presencia de la telenovela mexicana en la pantalla nacional, durante el 2010 su crecimiento ha sido notorio (diez **títulos**), **superando a la ficción proveniente de Argentina** (cinco **títulos**). **En términos de horas de emisión Argentina perdió su liderazgo tradicional y la mayor cantidad de horas de pantalla también estuvo ocupada por ficciones mexicanas.**

Tabla 2. Total de ficción de estreno en 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| Nacional | 3 | 8,1 | 43 | 1,6 | 47:26:00 | 1,8 |
| Iberoamericana | 34 | 91,9 | 2.691 | 98,4 | 2.629:29:00 | 98,2 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 30 | 81,1 | 2.217 | 81,1 | 2.199:52:00 | 82,2 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| EE.UU. (producción hispana) | 2 | 5,4 | 271 | 9,9 | 244:13:00 | 9,1 |
| Ibérica | 2 | 5,4 | 12 | 0,4 | 11:29:00 | 0,4 |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | 3 | 8,1 | 234 | 8,6 | 221:21:00 | 8,3 |
| Total | 37 | 100,0 | 2.734 | 100,0 | 2.676:55:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel-Uruguay a partir de datos proporcionados por Ibope

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida en cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|-----------|---------|------|-----|------|-----------|------|
| Brasil | 4 | 10,8 | 368 | 13,5 | 344:38:00 | 12,9 |
| Argentina | 5 | 13,5 | 425 | 15,5 | 462:21:00 | 17,3 |
| Chile | 3 | 8,1 | 176 | 6,4 | 166:39:00 | 6,2 |
| Colombia | 3 | 8,1 | 219 | 8,0 | 214:19:00 | 8,0 |
| Ecuador | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| España | 2 | 5,4 | 12 | 0,4 | 11:29:00 | 0,4 |

| | | | | | | |
|---|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| EE.UU. (producción hispana) | 2 | 5,4 | 271 | 9,9 | 244:13:00 | 9,1 |
| México | 10 | 27,0 | 762 | 27,9 | 728:15:00 | 27,2 |
| Portugal | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Uruguay | 3 | 8,1 | 43 | 1,6 | 47:26:00 | 1,8 |
| Venezuela | 2 | 5,4 | 224 | 8,2 | 236:14:00 | 8,8 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | 3 | 8,1 | 234 | 8,6 | 221:21:00 | 8,3 |
| Total | 37 | 100,0 | 2.734 | 100,0 | 2.676:55:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel-Uruguay, a partir de datos de Ibope

En una mirada retrospectiva, tomando como punto de referencia el 2008, año en que Uruguay se integró a Obitel, se constata una tendencia a la disminución de la oferta de ficción argentina, proveedor principal de la televisión uruguaya desde sus inicios, y también de la brasilera,¹⁶ instalada como constante desde hace tres décadas. Como contrapartida, se produce una fuerte diversificación de la oferta: casi todos los países integrantes de Obitel tienen presencia en la oferta ficcional. Destacamos particularmente el crecimiento de la presencia de Chile que no ha sido un proveedor habitual de ficción para Uruguay. Por otra parte, en el caso de Telemundo se percibe su asentamiento en el repertorio ficcional: ya sea a través de producciones propias o en coproducciones con RTI, la estética Telemundo adquiere visibilidad en el flujo televisivo. Ello se constata en los cinco títulos en el que el sello Telemundo se hace presente ocupando 465:34:00 horas de emisión. El siguiente cuadro permite ver la variación en la composición de la oferta a lo largo de los últimos tres años.

16 El cuarto título, *India, una historia de amor*, se comenzó a emitir recién a mediados de diciembre. Por otra parte, en los últimos años se mantenían al aire dos títulos al mismo tiempo durante todo el año, mientras que en el 2010, en algunos meses, permanecía sólo uno.

| País | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Brasil | 7 | 5 | 4 |
| Argentina | 15 | 5 | 5 |
| Chile | 0 | 1 | 3 |
| Colombia | | 2 | 3 |
| Ecuador | | 0 | 0 |
| España | 3 | 1 | 2 |
| EE.UU. | 2 | 1 | 2 |
| México | 4 | 6 | 10 |
| Portugal | 0 | 0 | 0 |
| Uruguay | 0 | 3 | 3 |
| Venezuela | 0 | 1 | 2 |
| Otras (producciones/ coproducciones otros países iberoamericanos) | 4 | 4 | 3 |
| Total | 35 | 29 | 37 |

Tabla 4. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franja horaria

| Nacionales | | | | |
|----------------------------|-----------|--------------|-----------------|--------------|
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 13 | 30,2 | 13:01:00 | 27,4 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 30 | 69,8 | 34:25:00 | 72,6 |
| Total | 43 | 100,0 | 47:26:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 150 | 5,6 | 141:41:00 | 5,4 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 1.465 | 54,4 | 1.398:14:00 | 53,2 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 478 | 17,8 | 419:10:00 | 15,9 |

| | | | | |
|----------------------------|------------|----------|-------------|----------|
| Noche (22:00h-6:00h) | 598 | 22,2 | 670:24:00 | 25,5 |
| Total | 2.691 | 100,0 | 2.629:29:00 | 100,0 |
| Total | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 150 | 5,5 | 141:41:00 | 5,3 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 1.465 | 53,6 | 1.398:14:00 | 52,2 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 491 | 18,0 | 432:11:00 | 16,1 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 628 | 23,0 | 704:49:00 | 26,3 |
| Total | 2.734 | 100,0 | 2.676:55:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel-Uruguay a partir de datos de Ibope

La mayor parte de los capítulos de las ficciones nacionales se emitieron en horario nocturno: 72,6% de las horas destinadas a la ficción nacional. Vale la pena destacar que incluso cuando se iniciara la emisión en el *prime time*, indicando una intención de programarla en ese horario privilegiado, la mayor cantidad de minutos de cada capítulo transcurrieron en el horario de la noche. Tal fue el caso de *Porque te quiero así*, pero también se aplica a ficciones de otros orígenes. Esto puede explicarse porque los canales de tv abierta otorgan centralidad al noticiero en el *prime time*. Sumado ello a la extensión cada vez mayor del espacio dedicado a las noticias,¹⁷ redundando en el desplazamiento de la ficción televisiva hacia la tarde y hacia la noche.

La tarde concentra la mayor cantidad de horas, 1.398:14:00, un 52,2% del total de tiempo de emisión de la ficción televisiva iberoamericana estreno y 1.465 capítulos, el 53,6% de los capítulos emitidos. Suele ser el espacio de la telenovela mexicana. El segundo horario preferido para la programación de ficción televisiva es el nocturno que representa el 25,5% del tiempo destinado a la ficción iberoamericana estreno. Constituye una novedad la reaparición de la oferta de ficción durante la mañana que había sido una franja hora-

17 Ver Gráficos 6 y 7.

ria desestimada para programar ficción en 2008 y 2009, aunque en años anteriores sí registró alguna utilización esporádica.

Tabla 5. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Nacionales | | | | | | |
|----------------------------------|---------|-------|-------|-------|-------------|-------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Serie | 2 | 66,7 | 31 | 72,1 | 35:55:00 | 75,7 |
| Miniserie | 1 | 33,3 | 12 | 27,9 | 11:31:00 | 24,3 |
| Telefilme/TV movie | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0:00:00 | 0,0 |
| Total | 3 | 100,0 | 43 | 100,0 | 47:26:00 | 100,0 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 29 | 85,3 | 2.582 | 95,9 | 2.543:11:00 | 96,7 |
| Serie | 5 | 14,7 | 109 | 4,1 | 86:18:00 | 3,3 |
| Miniserie | 0 | 0,0 | 0 | 0 | 0:00:00 | 0 |
| Telefilme/TV movie | 0 | 0,0 | 0 | 0 | 0:00:00 | 0 |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | 0 | 0,0 | 0 | 0 | 0:00:00 | 0 |
| Total | 34 | 100,0 | 2.691 | 100,0 | 2.629:29:00 | 100,0 |

Fuente: Obitel- Uruguay, a partir de datos de Ibope

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|------------|--------|-----|-------|-----|------------|-------|-------|------|-------|---|
| Telenovela | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0 |
| Serie | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 100,0 | 1 | 50,0 | 0 | 0 |
| Miniserie | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 50,0 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | |
|------------------------|----------|------------|----------|------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|----------|
| Telefilme/tv movie | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0 |
| Otros (docudrama etc.) | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0 |
| Total | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 100,0 | 2 | 100,0 | 0 | 0 |

Fuente: Obitel Uruguay, a partir de datos de Ibope

Respecto a los formatos, la ficción nacional tiende a privilegiar la serie sobre otros formatos y en la ficción iberoamericana domina la telenovela con 29 títulos. Consecuentemente, en las horas de emisión de ficción iberoamericana se constata el predominio de la telenovela siguiendo la tendencia de años anteriores. En cuanto a la relación entre formatos y horarios, *prime time* y noche están siendo los elegidos por los programadores de los canales de televisión abierta para la ficción nacional, tanto se trate de serie o de miniserie.

**Tabla 7. Duración de capítulos/episodios
(con intervalos comerciales)**

| Duración | Capítulos/ Episodios | % |
|-----------------|-------------------------|--------------|
| Corta (30') | 56 | 2,0 |
| Media (30'-60') | 1.974 | 72,2 |
| Larga (60'+) | 704 | 25,7 |
| Total | 2.734 | 100,0 |

Fuente: Obitel-Uruguay, a partir de datos de Ibope

Tabla 8. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|--------------|
| Presente | 33 | 89,2 |
| Pasado | 4 | 10,8 |
| Histórica | 0 | 0,0 |
| Otra | 0 | 0,0 |
| Total | 37 | 100,0 |

Fuente: Obitel-Uruguay, a partir de datos de Ibope

La mayoría de los capítulos y episodios han tenido una duración media en las emisiones del 2010. Es necesario señalar que hemos tomado la duración de los capítulos incluyendo el intervalo comercial por la imposibilidad de obtener la duración neta de cada emisión. Por otra parte, la duración de cada entrega, especialmente en la telenovela no es regular: los primeros capítulos son extensos para conquistar a la audiencia y los últimos suelen ser más breves, estirando la llegada del capítulo final.

Respecto al momento en el que se desarrollan las historias, el presente continúa siendo el predominante, pero con un aumento de las ficciones con ambientación de época: *El profeta*, *El señor de la querencia*, *Corazón salvaje* y *La traición*.

Los diez títulos más vistos

El *ranking* de los Top Ten revela algunas transformaciones respecto a años anteriores en cuanto a la relación entre la oferta de títulos y la respuesta de la audiencia en términos de puntos de *rating*. El elemento novedoso sustancial para la televisión uruguaya es que una ficción nacional ocupe el segundo lugar en el *ranking* de los más vistos. En 2009 la ficción nacional entró en la tabla de los Top Ten con *Las novias de Travolta*, pero en décimo lugar. Se mantiene entonces la presencia de la ficción nacional, a la vez que asciende en la preferencia.

La composición de los diez títulos más vistos presenta además la novedad de la ubicación de una ficción chilena a la cabeza de las mediciones: ¿Dónde está Elisa?. Las características de la historia centrada en una intriga de revelación, con la expectativa puesta en la búsqueda de Elisa primero y en la de su asesino después; la proximidad con algún caso local con presencia en las noticias y una fuerte campaña de expectativa en la instalación del producto, probablemente sean algunas de las explicaciones de la captación de público que esta ficción logró. La novedad se refuerza con la inclusión de otro título chileno en los Top Ten: *Mujeres de lujo* en noveno lugar.

Como se ha dicho, Chile es un proveedor reciente y esporádico de ficción para Uruguay y en las instancias anteriores sus títulos nunca lograron estas posiciones. Tradicionalmente los diez títulos de ficción televisiva más vista se integraban con producciones argentinas y brasileñas, pero en el 2010 ellas no superan el 50% y las preferencias de audiencia se dirigieron a una variedad más amplia. Por otra parte, se mantuvo la presencia de Telemundo en los Top Ten, aunque con un sólo título, mientras que en el 2009 tenía tres títulos entre los diez primeros.

Respecto a las cadenas emisoras, Teledoce, Canal 12, pierde el liderazgo en el *rating* de la ficción: los dos títulos que encabezan la tabla fueron emitidos por Saeta, Canal 10, pero además a este canal corresponden cinco títulos de los diez más vistos. Montecarlo, Canal 4, que es el que tiene más ficción televisiva estreno en su programación (14 títulos) solo logró ubicar una en la tabla del Top Ten.

Se mantienen algunas constantes: el predominio de la telenovela en los formatos, aunque aumentó la presencia de las series; los sellos productores constantes a lo largo de estos tres años han sido Pol-ka y tv Globo.

Tabla 9: Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| Título | País de origen de la idea original o guión | TV privada/pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | Rating | Share |
|------------------------------|--|--------------------|---------------------|---|--------|-------|
| <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Chile | Pública | Telenovela | Pablo Llanes, Nona Fernández, Hugo Morales y Josefina Fernández | 9,9 | 29,7 |
| <i>Porque te quiero así</i> | Uruguay | Privada | Serie | Adriana Lorenzón | 9,0 | 27,0 |
| <i>Malparida</i> | Argentina | Privada | Telenovela | Lily Ann Martin, Pablo Junovich y Cecilia Guerty | 7,9 | 25,1 |
| <i>Acuarela de amor</i> | Brasil | Privada | Telenovela | Walcyr Carrasco | 7,5 | 29,3 |
| <i>La niñera</i> | EE.UU. | Telefé/Sony | Privada Serie | Idea original: Fran Drescher y Peter Marc Jacobson Adaptación: Diego Alarcón-Axel Kuschvatzky. | 6,8 | 32,4 |
| <i>Ciudad Paraíso</i> | Brasil | Privada | Telenovela | Benedito Ruy Barbosa | 6,8 | 32,4 |
| <i>Águila roja</i> | España | Pública | Serie | Carmen O. Carbonero | 6,5 | 20,1 |
| <i>Alguien que me quiera</i> | Argentina | Privada | Telenovela | Alejandro Ocón, Solange Keolegán y Sebastián Parrotta | 6,3 | 20,2 |
| <i>Mujeres de lujo</i> | Chile | Privada | Telenovela | Coca Gómez, Josefina Fernández, Malú Urriola y Pablo Riquelme | 6,3 | 20,0 |
| <i>Más sabe el diablo</i> | Colombia | Privada | Telenovela | Jimena Romero y Lina Uribe | 6,2 | 19,1 |
| Total de producciones: 10 | | | Guiones extranjeros | | | |
| 100% | | | 90% | | | |

Fuente: Obitel Uruguay a partir de datos de Ibope

Tabla 10. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año de Producción | Número de capítulos | Duración del capítulo/ episodio | Fecha de la primera emisión | Fecha de la última emisión | Franja horaria |
|------------------------------|------------|----------------------|-------------------|---------------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Telenovela | Drama | 2008 | 112 | 25 minutos | 3/3/2010 | 30/7/2010 | Noche |
| <i>Porque te quiero así</i> | Serie | Comedia costumbriata | 2010 | 16 | 30 minutos | 20/7/2010 | 9/11/2010 | Noche |
| <i>Malparida</i> | Telenovela | Melodrama | 2010 | 175 | 60 minutos | 3/5/2010 | 30/12/2010 | Noche |
| <i>Acuarela de amor</i> | Telenovela | Romance | 2009 | 145 | 60 minutos | 31/5/2010 | 22/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| <i>La niñera</i> | Serie | <i>Sitcom</i> | 2004-2005 | 175 | 30 minutos | 3/11/2010 | 30/12/2011 | Noche |
| <i>Ciudad Paraíso</i> | Telenovela | Romance | 2009 | 100 | 45 minutos | 22/7/2010 | 10/12/2010 | Tarde |
| <i>Águila roja</i> | Serie | Drama | 2009 | 33 | 80 minutos | 28/5/2010 | 13/6/2010 | Noche |
| <i>Alguien que me quiera</i> | Telenovela | Comedia costumbriata | 2010 | 185 | 40 minutos | 8/2/2010 | 7/4/2010 | Noche |
| <i>Mujeres de lujó</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 78 | 30 minutos | 14/7/2010 | 26/11/2010 | Noche |
| <i>Más sabe el diablo</i> | Telenovela | Melodrama | 2009 | 182 | 40 minutos | 22/3/2010 | 5/11/2010 | <i>Prime time</i> |

Fuente: Obitel Uruguay

Tabla 11. Temáticas en los diez títulos más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|---------------------------------|--|---|
| 1º <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Resolución de crímenes. Relaciones familiares. Infidelidades. Secreto. | Abuso sexual. Homosexualidad. Incomunicación y familia. |
| 2º <i>Porque te quiero así</i> | Relaciones amorosas: rupturas, triángulo amoroso. | Corrupción. Emigración y jóvenes. |
| 3º <i>Malparida</i> | Venganza. Amor, identidad oculta. Traición. | |
| 4º <i>Acuarela de amor</i> | Amor, identidad, diferencias sociales. | Discapacidad. Protección a los animales. |
| 5º <i>La niñera</i> | Enredos familiares. Triángulo amoroso. Diferencias sociales. | |
| 6º <i>Ciudad Paraíso</i> | Amor, confrontación con la vida religiosa. Tradiciones y vida rural. | Corrupción política y medios de comunicación. |
| 7º <i>Águila roja</i> | Aventuras y heroísmo. Amor. Identidad. | Dominación, corrupción política. |
| 8º <i>Alguien que me quiera</i> | Relaciones amorosas, cambio de identidad. | Discapacidad. Corrupción. |
| 9º <i>Mujeres de lujo</i> | Relaciones amorosas. Dominación. Cambio de identidad | Prostitución. Adicciones. |
| 10º <i>Más sabe el diablo</i> | Bastardía, venganza. Amor. | Vida en la calle, inmigración, redes delictivas. |

Fuente: Obitel Uruguay

Tabla 12. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

| | Programa | Canal/ Cadena | Género % | | Franjas de edad % | | | | | | | Nivel socioeconómico % | | | | |
|----|----------------------------------|-----------------------|----------|------|-------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------------------|-----|------|------|----------|
| | | | M | H | 4 a 11 | 12 a 17 | 18 a 24 | 25 a 34 | 35 a 49 | 50 a 59 | 60 y más | AA AM | MA | MM | MB | BM BB |
| 1 | <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Saeta Canal 10 | 68,1 | 31,9 | 6,9 | 5,9 | 7,7 | 11,5 | 28,6 | 13,3 | 26,2 | 6,0 | 6,1 | 29,8 | 17,9 | 40,2 |
| 2 | <i>Porque te quiero así</i> | Saeta Canal 10 | 62,7 | 37,4 | 6,5 | 6,5 | 4,9 | 11,6 | 27,0 | 15,8 | 27,8 | 7,6 | 8,0 | 24,7 | 24,1 | 35,6 |
| 3 | <i>Malparida</i> | Teledoce Canal 12 | 69,8 | 30,2 | 7,1 | 10,3 | 7,6 | 14,1 | 18,3 | 12,0 | 30,7 | 7,7 | 8,1 | 21,8 | 19,4 | 43,0 |
| 4 | <i>Acuarela de amor</i> | Teledoce Canal 12 | 75,6 | 24,4 | 6,5 | 6,4 | 5,6 | 6,5 | 16,9 | 9,3 | 48,8 | 2,8 | 6,3 | 19,2 | 19,6 | 52,2 |
| 5 | <i>La niñera</i> | Saeta Canal 10 | 62,0 | 38,0 | 8,3 | 8,1 | 6,4 | 13,0 | 20,6 | 16,2 | 27,4 | 6,3 | 8,2 | 16,1 | 26,6 | 42,9 |
| 6 | <i>Ciudad Paraíso</i> | Teledoce Canal 12 | 76,5 | 23,5 | 6,9 | 6,4 | 5,6 | 6,7 | 14,6 | 9,5 | 50,4 | 1,4 | 4,6 | 16,1 | 19,2 | 58,8 |
| 7 | <i>Águila roja</i> | Saeta Canal 10 | 65,5 | 34,5 | 7,5 | 7,4 | 8,6 | 15,0 | 20,5 | 12,4 | 28,6 | 1,7 | 5,2 | 14,9 | 25,9 | 52,2 |
| 8 | <i>Alguien que me quiera</i> | Teledoce Canal 12 | 65,0 | 35,0 | 8,3 | 8,0 | 5,9 | 13,2 | 18,1 | 17,4 | 29,1 | 7,6 | 6,4 | 22,2 | 18,1 | 45,7 |
| 9 | <i>Mujeres de lujo</i> | Saeta Canal 10 | 63,5 | 36,5 | 4,3 | 5,3 | 7,7 | 11,0 | 24,0 | 17,3 | 30,4 | 5,5 | 5,2 | 24,4 | 22,2 | 42,7 |
| 10 | <i>Más sabe el diablo</i> | Montecarlo Canal 4 | 71,0 | 29,0 | 5,3 | 6,4 | 6,3 | 12,0 | 21,7 | 18,0 | 30,4 | 2,6 | 7,2 | 13,7 | 28,4 | 48,2 |

Fuente: Obitel Uruguay a partir de datos proporcionados por Ibope

En cuanto al perfil de la audiencia se constata que está compuesto mayoritariamente por mujeres, como ha sido una constante en los años pasados. El público femenino oscila entre el 62% y el 76% de la audiencia de estos diez títulos, mientras que el público masculino no supera el 38% y los mayores guarismos se registran en dos ficciones caracterizadas por el humor, *Porque te quiero así* y *La niñera*,¹⁸ a las que se le suma una tercera con una trama con componentes eróticos e intriga criminal, *Mujeres de lujo*.

Desde el punto de vista de la composición etaria, se observa que el público infantil entre cuatro y 11 años es el menos atraído por la ficción y no supera el 8% en ninguno de los títulos. Algo similar ocurre con el público de adolescentes y jóvenes. Los mayores porcentajes de la audiencia continúan concentrándose en la franja etaria de 60 años y más. A lo largo de los diez títulos entre el 26% y el 50% de la audiencia corresponde a ese rango de edades. El segundo lugar en la concentración de audiencia lo ocupa el tramo de espectadores que tienen entre 35 y 49 años. Dependiendo de los títulos, el porcentaje de audiencia correspondiente a esta franja va desde un 14% a un 28%.

10.3. La recepción trasmediática

Los procesos de recepción televisiva protagonizados por las audiencias se han transformado a partir de la transmedialidad de los programas. El momento de recepción ya no está sujeto a los mismos parámetros temporales ni espaciales, además de que la ficción misma puede sufrir transformaciones: los sitios unas veces ofrecen capítulos completos, pero otras veces fragmentan las narrativas de una manera diferente a la ideada desde su producción y las ponen en relación con otras informaciones disponibles en la misma página, entrevistas a los actores, información sobre ellos, escenas del *back-*

18 Ambas protagonizadas por la misma actriz, Florencia Peña.

stage, capítulos pasados, adelantos de la historia, comentarios de los consumidores. Una suerte de multidireccionalidad de la mirada es estimulada desde la web y el receptor puede construir un nuevo texto con el trayecto que escoja hacer. Las teorías de la recepción han explicado distintas dimensiones de la productividad del receptor en su relación con los textos mediáticos, desde la interpretación y los diversos planos de la lectura hasta el uso. En la recepción transmediática la interactividad es una de las expresiones de aquella productividad, pero su intensidad varía, desde la expresión de un comentario hasta la producción de un nuevo relato por el que el consumidor se constituye en *prosumidor*, como ocurre en las *fanfiction*. En las ficciones nacionales, como se verá en el caso elegido, la interactividad, aunque presente, ha tenido un desarrollo limitado.

La ficción que elegimos estudiar para esta experiencia piloto de investigación de la recepción transmediática que Obitel se ha propuesto es *Porque te quiero así*. La elección está fundada en que fue la más vista de las tres ficciones nacionales del año y en que ocupó el segundo lugar en los Top Ten.

En este caso el canal productor creó un *website* <<http://www.canal10.com.uy/porque-te-quiero-asi>> en el que se ofrecen vídeos de los actores presentando a su personaje, capítulos de la serie, escenas detrás de cámaras. Este sitio ofrece una interactividad limitada: el usuario puede ver en línea o bajar los vídeos, pero no puede escribir sus comentarios ni interactuar con otros usuarios. También desde el canal se creó el Facebook *Porque te quiero así* pero no está *linkeado* desde el sitio oficial de la serie.

El período de observación definido para este estudio piloto fue el del último mes de emisión de la serie. Optamos por este criterio en lugar de la observación de la última semana como indica la metodología general Obitel porque las ficciones nacionales son de frecuencia semanal. Se entendió que tomando sólo la última semana de emisión no se tendría una aproximación sustanciosa de la recepción transmediática de la serie.

En ese período los usuarios del Facebook *Porque te quiero así* fueron 4.524, de ellos 614 se sumaron en este último mes de emisión. El total de usuarios en el Facebook fue de 5.020 entre su creación y febrero de 2011, mes en el que se continuó registrando actividad.

El análisis de la actividad de los usuarios en el Facebook durante el último mes de emisión revela un aumento hacia el último capítulo tal como lo expresan los siguientes gráficos.

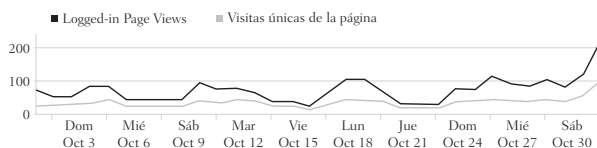
Último mes de emisión – 2/10/2010 a 2/11/2010

Análisis de Cada día Usuarios Activos?



Actividad

Páginas Vistas?



Visualizaciones por pestaña?

2.296 Muro
221 Fotos
111 Video
110 Information
64 Encuesta
35 Notas
3 Eventos

Referencias externas?

96 google.com.uy
48 google.com.ar
35 search.conduit.com
24 google.es
14 google.com
6 google.com.mx
3 google.it
2 bing.com
2 google.com.pe

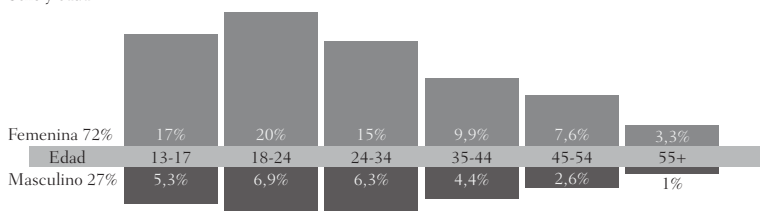
Fuente: Saeta, Canal 10

Atendiendo la composición de la audiencia interactiva en el Facebook es interesante observar algunas constantes y diferencias respecto a la composición con la audiencia televisiva. En cuanto a la variable de género se reitera el predominio femenino de los usuarios:

72% de quienes me conectaron con este Facebook son mujeres y un 27% son hombres, lo que manifiesta una brecha mayor entre los géneros (45 puntos) que la de los guarismos registrados por el título que figuran en la Tabla 12. En cuanto a la variable etaria en cambio se observa una mayor concentración de los usuarios en las franjas más jóvenes, particularmente entre los 18 y 24 años, mientras estos fueron los sectores menos voluminosos en la medición de audiencia televisiva (ver Tabla 12). Esta característica de la composición de los usuarios podría explicarse por la combinación de dos factores: la penetración que el uso de las redes sociales ha tenido entre adolescentes y jóvenes, y la expansión de la práctica de consumir productos televisivos por internet en lugar de usar el aparato de TV.

Características demográficas

Sexo y edad



Fuente: Saeta, Canal 10

Los comentarios registrados durante el período son en su mayoría manifestaciones de aprobación, aliento para continuar haciendo la ficción y valoración de alguno de los actores. Se aprecia el humor en la historia, pero no hay comentarios puntuales sobre otros aspectos de la misma. Las características de los comentarios y la escasa interactividad a la que habilita el sitio oficial de la serie no permitieron avanzar en la exploración de la recepción transmediática más allá de lo que se ha expuesto.

10.4. Lo más destacado del año

Los aspectos más destacables del año están vinculados a la producción nacional. El hecho más relevante consistió en que una ficción nacional logró ocupar el segundo lugar entre los diez títulos estreno más vistos del 2010. Una comedia, *Porque te quiero así*, conquistó buenos niveles de audiencia desde el primer día de emisión en el que obtuvo 14,8 puntos de *rating* y fue el programa más visto el día de su estreno. La fidelidad del público durante los dieciséis capítulos, sumada a la promesa de una segunda temporada, constituye una novedad en la historia de las ficciones nacionales. La participación de profesionales argentinos en roles centrales (la actriz protagonista, la autora del guión y el director) fue una característica de esta producción. No obstante la ficción contó con personajes encarnados por actores uruguayos que podían generar un fuerte reconocimiento del producto como nacional.

El segundo hecho destacable es que por primera vez en la televisión uruguaya una ficción nacional tiene una segunda temporada: *Charly en el aire 2*,¹⁹ que obtuvo un promedio de 2,7 puntos de *rating*. Según declaraciones de sus realizadores la creación de esta segunda temporada fue alentada por la interactividad de sus seguidores en las redes sociales de internet. La narrativa de esta segunda temporada se apoya en el *flashback* mediante el cual se recorre un año de la vida de Charly durante 13 capítulos, cinco más que en la temporada anterior.

Por último, la tercera novedad consistió en la presencia de un título que incursionó en un género no transitado en la corta trayectoria de producción de ficción televisiva nacional. *Correr el ries-*

19 Producida por 2:22 Films, escrita por Oscar Estévez y Federico Rocca, emitida por Montecarlo.

go²⁰ fue una miniserie que podría clasificarse como *thriller* en 13 capítulos. La narración se inicia con el asesinato de la esposa del Ministro del Interior y a partir de allí se desarrolla la intriga, con ambiciones de abordar tanto los planos de la corrupción política, judicial y policial como los de las relaciones amorosas, cruzadas y clandestinas. Secuestros, explosiones, asesinatos atraviesan la historia y el hilo narrativo se pierde en una trama descentrada, en la que la tensión propia del género se diluye. La calidad técnica de las imágenes y la presencia de un par de buenos actores no logran amortiguar las debilidades del guión. El *rating* promedio fue de 2,6.

A diferencia de lo sucedido en otras oportunidades, este año en los tres casos se trabajó sobre la expectativa del público para la instalación del producto y se lo jerarquizó en la asignación del horario. Se puede percibir un mayor cuidado en estos aspectos, también en la elección del día de emisión: *Porque te quiero así* fue los martes, después del noticiero central, *Correr el riesgo* los jueves en horario nocturno y *Charly en el aire 2* quizás fue el menos favorecido porque, si bien fue en *prime time*, se emitió los sábados. Las tres ficciones nacionales adoptaron la frecuencia semanal en lugar de la diaria y ello pone de manifiesto dos particularidades de la producción de ficción nacional persistentes hasta el momento: por una parte la limitación en el número de capítulos que se producen y, por otra parte, la ficción en frecuencia semanal se ve exigida por un desafío mayor para la fidelización del público que la tira diaria. En el caso de *Porque te quiero así*, logra conquistar una audiencia estable a lo largo de todo el tiempo de emisión.

El 2010 se inició con la expectativa de que sería un buen año para la ficción televisiva nacional: se anunciaba la presencia de cinco títulos en pantalla, en los tres canales de televisión privada. Finalmente los títulos en el aire fueron tres, pero las dos ficciones previs-

20 Producida por 4K Visual Company, guión y dirección de Mario Banchero, emitida por Montecarlo, Canal 4.

tas por Teledoce, *Adicciones* y *Maltratadas*²¹ están en proceso de comercialización en el exterior y probablemente integren los estrenos del próximo año.

10.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

La calidad de la televisión constituye un tema de discusión, campo de visiones encontradas y de puntos de partida diversos. Hacia fines de los años 1980 Kim Schroder expresaba la inquietud que provocaba el tema en una conferencia, luego publicada con el título significativo “Calidad cultural: ¿persecución de un fantasma?”.²² Conscientes de lo controversial del campo, nos propusimos indagar respecto a las significaciones que adquiere el término calidad en el ámbito uruguayo cuando se aplica a la televisión y a la ficción televisiva. En otras palabras: a qué nos estamos refiriendo en Uruguay cuando discutimos sobre la calidad de un programa de televisión nacional y, específicamente de la ficción, ¿con qué criterios lo valoramos? En el estado actual de la industria audiovisual nacional en relación a la ficción televisiva consideramos que ésta era una indagación necesaria para la discusión en torno a políticas de estímulo y a políticas culturales en general.

Con este propósito se procedió a analizar los artículos de prensa de los principales medios nacionales referidos a las ficciones televisivas uruguayas estrenadas este año y se realizaron entrevistas a informantes calificados pertenecientes a distintas áreas vinculadas a la industria audiovisual: responsables de entidades gubernamentales, productoras independientes, guionistas y profesionales vinculados a los canales de televisión. El objetivo fue configurar un mapa provi-

21 Habían sido anunciadas dos ficciones a ser emitidas por Teledoce, Canal 12: *Adicciones* producida por TV Contenidos y otra ficción, *Maltratadas*, producida por el mismo canal y Flor Latina Entertainment Group.

22 Ver Schroder, 1997.

sional de las nociones de calidad con las que se piensa en la ficción nacional, como instrumento en el diálogo entre los actores involucrados en un desarrollo posible de la industria audiovisual.

En la prensa uruguaya no es habitual encontrar columnas de crítica sobre la ficción televisiva como sí puede encontrarse sobre el cine. Los espacios dedicados a la ficción televisiva adoptan la forma de reseñas y suelen centrarse en dar cuenta del *rating*. Pareciera ser tomado como indicador de calidad en tanto una ficción tiene cierta presencia en la prensa cuando las mediciones son buenas y baja en la evaluación cuando no lo es, al punto de quedar relegada por el periodismo que cubre el área. Las reseñas sobre ficción relevadas para este informe no contienen generalmente reflexiones explícitas acerca de la calidad de los productos. Sin embargo, existe una identificación y jerarquización de aquellos elementos que se consideran necesarios para un buen producto.

En primer lugar se encuentra el *capital humano*. La trayectoria profesional, tanto de los actores como del equipo de producción, es el primer punto a partir del cual se considera la calidad de las ficciones. Por tanto, aquellas con actores consagrados tienen una primera evaluación positiva, en especial cuando éstos tienen trayectoria en televisión o aunque provenientes del teatro han demostrado versatilidad al pasar de un ámbito a otro. En segundo lugar se encuentra el *argumento*, las reseñas hacen énfasis en la historia que narra la ficción. Los *aspectos técnicos*, en cambio, quedan rezagados. Habitualmente el único aspecto que se menciona es cuando las ficciones se filman en Alta Definición (HD) y en breves referencias al cuidado de los detalles técnicos y estéticos. Tampoco se consideran las ficciones en función del presupuesto invertido, los datos numéricos en general no se mencionan.

Por último, se evalúan positivamente las *innovaciones* que propongan las ficciones, de cualquier tipo que ellas sean. Así, el discurso periodístico suele señalar como innovación la presencia de rasgos uruguayos explotados “como no se ha hecho anteriormente” y ello

es valorado positivamente; pero si hace exactamente lo contrario y universaliza la tira a través de la historia, los personajes y aun el lenguaje como “no lo hicieron las anteriores”, también se la valora como buena. Los indicadores de calidad vinculados a la innovación abarcan diversidad de aspectos: desde la utilización de tomadas aéreas en una ficción,²³ la explotación de espacios urbanos con atractivo turístico hasta la modalidad de relacionamiento con el público. En el caso puntual de *Charly en el aire*, se subraya el uso de las redes sociales y que, según declaran sus productores, la segunda temporada fue impulsada desde allí.

El análisis de las entrevistas realizadas a informantes calificados permite distinguir el repertorio conceptual asociado a la calidad ficcional desde dos perspectivas marcadas: por una parte la de quienes están directamente ligados a la producción y por otra parte la de quienes tienen responsabilidades políticas en organismos estatales relacionados con el sector, Ministerio de Educación y Cultura (MEC), Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU).

Los entrevistados vinculados al hacer, señalan dos dimensiones centrales: la calidad técnica de la realización y la calidad artística. La ficción de calidad es aquella que adquiere estándares técnicos de calidad en relación a calidad visual y sonora tanto como un tratamiento estético acorde a las exigencias internacionales. En general, esta dimensión de la calidad no se percibe como un objetivo dificultoso para las ficciones nacionales, aunque sí ligada a la necesidad de inversión económica relevante. En cambio, se constata una convergencia en cuanto a señalar como elemento central de la calidad de la ficción la fortaleza del guión y se señala este aspecto como “el punto débil” de la ficción nacional. En la misma línea se asocia la calidad con la idea de que el producto cumpla con dos objetivos centrales: proporcionar al espectador entretenimiento y posibilitar la identifica-

23 Aspecto destacado, por ejemplo en el caso de *Correr el riesgo*, pero no es el único caso.

ción con distintas dimensiones humanas. La fortaleza de la historia y de los personajes, más que los componentes y referencias a lo local o lo nacional, serían el sustento de la relación con la audiencia. El concepto de calidad en el discurso de los entrevistados se relaciona también con la idea de que una ficción de calidad tiene que tener una identidad propia y respetar al espectador.

Desde la perspectiva de los entrevistados vinculados a organismos gubernamentales se incorporan algunos otros matices diferenciales a la discusión. Se enfatiza como criterio central de calidad el respeto al espectador en tanto ciudadano. La necesidad de instalar un “código de ética” y de diversidad en las empresas de comunicación son aspectos señalados como relevantes al interrogar sobre la calidad ficcional. La calidad desde la perspectiva oficial se vincula por una parte a garantizar la accesibilidad a los bienes culturales y por otra a generar las condiciones para a la profesionalización de los distintos planos involucrados en la realización del producto.

La calidad como fruto del aprendizaje del oficio

La discusión de los criterios de calidad puso de manifiesto su relación con dos aspectos centrales: el aprendizaje y el negocio. En el primer aspecto se señala la necesidad de la continuidad de la producción para que en todos los rubros de la ficción se logre el aprendizaje: “es la forma que nos va a dar la gimnasia a todos, el oficio a todos que se necesita para hacer este tipo de productos [...] oficio de actores, oficio de productores, oficio de guionistas”.²⁴

Lograr ficción televisiva de calidad exige del ejercicio del oficio en un proceso continuo. Al mismo tiempo esa necesidad debe combinarse con la viabilidad del negocio. En este sentido “repartir el riesgo”, una actitud empresarial dispuesta a un retorno a mediano plazo y la búsqueda de alianzas internacionales (aprender de otros) y de proyección exportadora se señalan como dimensiones que redundan en la calidad.

Para el tratamiento del tema del año trabajamos en dos direc-

24 Luis Castro, gerente de producción de Saeta, Canal 10.

ciones: por una parte, tratando de tipificar las nociones de calidad presentes en nuestro contexto y por otra, aplicando algunos parámetros de calidad a una de las ficciones nacionales emitidas este año, para lo que adoptamos como criterio de selección el mayor *rating* obtenido. No estamos proponiendo aquí que el *rating* es un indicador exclusivo de la valoración que el público hace de un producto televisivo. Las personas eligen un programa haciendo distintas lecturas y usos que no siempre responden a una atribución de calidad. No obstante es sí un indicador relevante respecto a la elección del público en un espectro de oferta y en este caso la ubicó en el segundo lugar de la tabla de los Top Ten.

La ficción elegida, *Porque te quiero así*, fue realizada en HD y desde el punto de vista técnico – calidad de la imagen, el sonido, las locaciones en las que se desarrolló la acción, la musicalización – se ajustó a los estándares de calidad de las producciones disponibles hoy en la circulación internacional. Se trata de una ficción nacional pero que recurre al oficio de una experimentada guionista argentina y de un director de la misma nacionalidad. Desde el punto de vista narrativo se estructura en torno al desarrollo de dos líneas de acción articuladas: el desarrollo de las relaciones amorosas en el triángulo amoroso principal (Susana-Lito-Washington) y la suerte deportiva de un club de fútbol pequeño, el Club Olímpico, ligada a la elección de su presidente. Esta doble línea argumental permite que la ficción transcurra por distintos espacios y proponga un abanico amplio de personajes, desarrollados con desigual eficacia, pero que en conjunto logran general la ilusión de totalidad o “mundo completo”, propios de la novela.

Más allá de la utilización de una serie de referencias locales (el nombre de alguno de los personajes, el del club, la murga incorporada a la vida social) la efectividad de la ficción se sustenta en la comicidad de las situaciones y el desempeño actoral, que aunque no es uniforme, tiene en algunos actores pilares que lo sostienen. Utiliza el atractivo de una figura reconocida por el público uruguayo, una

actriz de comedia como Florencia Peña, a la vez que en el *casting* de actores nacionales combinó el reconocimiento de generaciones diversas: desde Cristina Morán y Adhemar Rubbo hasta Jorge Esmoris y Gustaf. La ficción apeló también a experiencias distintas de la audiencia: a la tradición murguera, que es posible asociar a la figura de Esmoris e incorporada en la trama con el personaje que interpreta Cardozo; a la música de Rubén Rada o a ser hinchita de un cuadro chico, de arraigo barrial. En suma, se propone una apelación a una audiencia amplia. En las dos dimensiones argumentales cumple con las expectativas del género comedia y con el propósito de ofrecer un entretenimiento para un público familiar.

El desempeño de la ficción nacional en los últimos dos años pone de manifiesto algunos hechos: dos productos nacionales lograron integrar el *ranking* de los títulos más vistos (*Las novias de Travolta* y a décimas de diferencia, aunque fuera del Top Ten, también *Hogar dulce hogar* en el 2009, *Porque te quiero así* en el 2010. La persistencia en la cantidad de títulos estrenados, la ejecución de una segunda temporada de *Charly en el aire* y la proyección de una segunda *Porque te quiero así*, son otros síntomas del estado en el que se encuentra la producción nacional de ficción televisiva. ¿Estamos ante los síntomas del surgimiento de una industria audiovisual de la ficción televisiva? ¿Es un intento más en la cadena de episódicos resurgimientos como el que se produjo entre 1999 y 2004? Los síntomas exigen una interpretación y en ese terreno ellos aún son insuficientes para hacer un diagnóstico. Mucho menos un pronóstico. Son más las preguntas que las certezas, pero quizás se estén dando algunas confluencias (tecnológicas, empresariales, de definición de políticas culturales) que permitan generar condiciones de continuidad de producción.

Referencias bibliográficas

CTC. Comité Técnico Consultivo – CTC. Informe Final Comité Técnico Consultivo. En el mismo sitio pueden consultarse la Actas de las sesiones. Disponible en: <<http://www.miem.gub.uy/portal/hgcpp001?5,11,549,O,S,0,PAG;CONC;485;3;D;6209;1;PAG;MNU;E;30;9;MNU>>.

DINATEL. Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual – Dinatel. Disponible en: <www.miem.gub.uy>.

ESTÉVEZ, J. P. *Barómetro Cisco de Banda Ancha Uruguay 2008-2010*. Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual – Dinatel. Disponible en: <www.miem.gub.uy>. No se encontraron publicados datos oficiales sobre el 2010. La información incluida en nuestro reporte anterior llegaba a mediados del 2009.

GÓMEZ, G. *Universalización del acceso a Banda Ancha en Uruguay* (fragmento). Disponible en: <www.miem.gub.uy>.

LA NACIÓN. “Mujica: la mejor ley de prensa es la que no existe”, 27 de septiembre de 2010. Disponible en: <<http://www.lanacion.com.ar/1308894-mujica-la-mejor-ley-de-prensa-es-la-que-no-existe>>.

LATINOBARÓMETRO. Informe 2010, pp. 100-101.

PORTAL 180. “Mujica paro el proceso para una ley de medios”, 10 de diciembre de 2010. Disponible en: <http://www.180.com.uy/articulo/15668_Mujica-paro-el-proceso-para-una-ley-de-medios>.

SCHRODER, K. “Calidad cultural: ¿persecución de un fantasma?”. In Dayan, D. *En busca del público*. Barcelona: Gedisa, 1997.

URSEC. (a). Informe de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones – URSEC. *Evolución del sector Telecomunicaciones en el Uruguay. Datos estadísticos a junio 2010*. Disponible en: <www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada.asp?nota=Contenidos/Info%20Mercados/Telecomunicaciones/*&COLUMNAS=1&ORDEN=>>. Acceso el: 17 de febrero de 2011.

URSEC. (b). Informe *Evolución del sector telecomunicaciones en el Uruguay*. Datos estadísticos a junio de 2010, pp. 14 y 16. Disponible en: <[http://www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada.asp?nota=Contenidos/Info%20Mercados/Telecomunicaciones/050%20Evoluci%F3n%20de%20los%20mercados%20de%20las%20telecomunicaciones%20en%20Uruguay%20\(junio%202010\)&Despliegue=DATOS_big.asp](http://www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada.asp?nota=Contenidos/Info%20Mercados/Telecomunicaciones/050%20Evoluci%F3n%20de%20los%20mercados%20de%20las%20telecomunicaciones%20en%20Uruguay%20(junio%202010)&Despliegue=DATOS_big.asp)>.

11.

VENEZUELA: NUEVAS NORMAS, VIEJAS PROHIBICIONES

*Morella Alvarado Miquilena y
Luisa Elena Torrealba Mesa¹*

11.1. El contexto audiovisual

Cadenas nacionales de televisión abierta en Venezuela de alcance nacional²

| Cadenas privadas (8) | Cadenas públicas (7) |
|----------------------|---|
| Canal 1 | Fundación Televisora de la Asamblea Nacional de Venezuela ANTV |
| Globovisión | La Nueva Televisión del Sur C.A. Tele Sur |
| La Tele | Fundación Televisora Venezolana Social. rves |

1 Morella Alvarado y Luisa Torrealba, investigadoras adscritas al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela (ucv). Se contó con el invalorable apoyo de Ysrael Serrano (Universidad Central de Venezuela ucv – Facultad de Humanidades y Educación, Maestría en Gestión y Políticas Culturales) y Massimo Dotta Botto (director y productor de Cine y tv), como investigadores cooperantes. Agradecimiento especial a nuestra asistente de investigación Leidy Diana Rivas (estudiante de la Escuela de Sociología, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales – ucv) y a la empresa AGB Nielsen Media Research, por su colaboración desinteresada.

2 Consideramos importante aclarar que, aunque reseñemos la existencia de 15 cadenas de televisión que transmiten por señal abierta, en el caso venezolano la cantidad de espacios de emisión televisiva es mucho más amplio, particularmente si tomamos en consideración a los canales locales y regionales, así como a las denominadas televisoras comunitarias, las televisoras universitarias, los canales nacionales por suscripción y los canales internacionales, panorama éste que fue mencionado en el *Anuario Obitel 2010*.

| | |
|----------------------|--|
| Meridiano Televisión | Compañía Anónima Venezolana de Televisión. vtv |
| Televen | Covetel – Vive tv |
| tv Familia | Colombeia – La televisora educativa de Venezuela |
| Vale tv | Ávila tv |
| Venevisión | |
| Total Cadenas: 15 | |

Gráfico 1. Géneros de programas ofertados por la tv

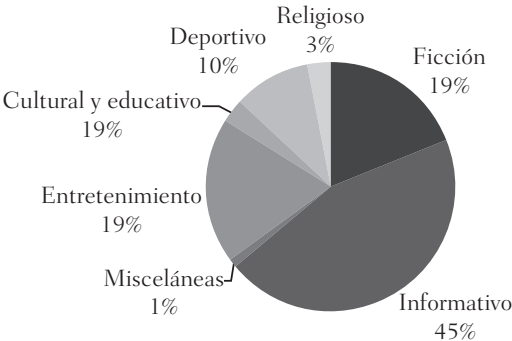
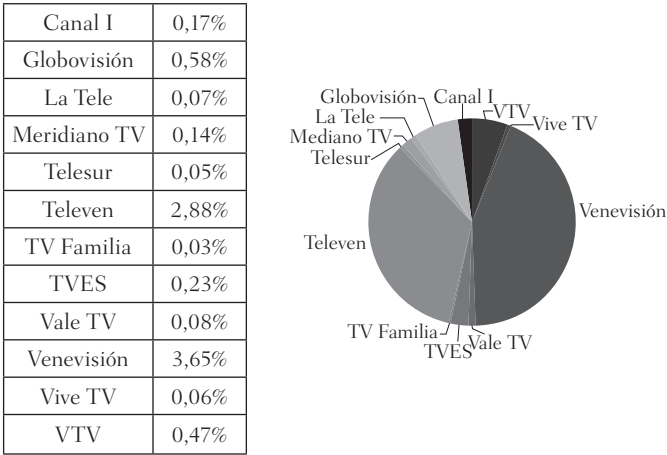


Gráfico 2. Audiencia de tv por Canales



La censura arrojó a la TV venezolana

El año 2010 fue un período de crisis para la producción de ficción, la cual estuvo signada por la entrada en vigencia de un conjunto de normativas que, contemplaron restricciones para las empresas televisivas y por medidas que impidieron que se transmitieran en el país algunas producciones dramáticas internacionales que gozaban de popularidad entre las audiencias. Ello, debido a llamados hechos por la estatal Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), órgano dependiente de la Vicepresidencia de la República.

La medida de censura – que devino en autocensura – dejó fuera del aire a dos telenovelas colombianas.³ El 28 de octubre de 2010, la Conatel envió un comunicado a las televisoras Venevisión y Televen, en el que las instaba a sacar del aire a las telenovelas colombianas *Rosario Tijeras* (Venevisión) y *El capo* (Televen), por considerar que ambas transmitían contenidos violentos, relacionados con la actividad del narcotráfico y que a su vez, eran violatorios de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.⁴ Ambas producciones fueron sacadas del aire por las propias televisoras, luego de

3 Otro episodio similar se produjo en enero del 2011. Se trató de la telenovela *Chepe Fortuna* (2010), una historia ambientada en las costas colombianas y que usa el humor como un elemento importante en la trama. La Conatel, a través de un comunicado dirigido a la televisora Televen (13 de enero de 2011), la exhortó a suspender de forma inmediata la transmisión de la telenovela por considerar que tenía contenidos que resultaban denigrantes y ofensivos para el país, así como contenidos que promueven la intolerancia política y racial y que hacen apología del delito. En la telenovela el personaje “Venezuela”, es caracterizado por una actriz obesa y morena, cuya representación está “asociada a actividades delictivas, injerencismo y ramplonería”, lo que según la Conatel implica una “manipulación del guión para desmoralizar a la población venezolana” (Conatel, 2011a).

4 Desde el 20 de diciembre de 2010, cambió de denominación, cuando la Asamblea Nacional (Poder Legislativo) aprobó una reforma que la convirtió la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos* (Resorteme), publicada en Gaceta Oficial n. 39.579 del 22 de diciembre de 2010. Como parte de la reforma incorporó restricciones para la publicación de contenidos de televisoras, radioemisoras e internet.

permanecer menos de un mes al aire. Según las fuentes consultadas, tal medida se debió a la publicación de un comunicado firmado por el Centro de Estudios Sobre Crecimiento y Desarrollo de la Población Venezolana (Fundacredesa), fundación adscrita al Ministerio del Poder Popular para las Comunas y Protección Social, denominado “Narconovelas, Drogas y Sexo” (publicado el miércoles, 27 de octubre de 2010), así como de la queja presentada por el Comité de Usuarios de Radio y Televisión del Estado Miranda, ante la Asamblea Nacional, el día jueves, 28 de octubre de 2010. Uno de los principales argumentos, tiene que ver con la transmisión de contenidos no adecuados para las audiencias infantiles y juveniles los cuales se presentaban a través de los promocionales y avances, durante el horario destinado a dicho público. Basados en tales denuncias, así como en las disposiciones de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, desde la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) se ordenó su salida del aire. Desde el blog de la denominada Fundación Movimiento para el Periodismo Necesario (FMPN), Heida Salcedo, jefa del Canal Informativo del Sistema Radio Nacional de Venezuela, publicó el texto “Narconovelas: aceptación de capos presidentes y la cultura del narcotráfico por vía mediática” (s/f), a través del cual se ofrece información que pretende ser un análisis semiótico y de contenidos de ambas producciones. El informe, lleno de imprecisiones, sirvió como soporte para la solicitud de suspensión que realizó la Conatel a las televisoras. Como consecuencia de esta acción, se generó un acalorado debate en torno a la libertad de expresión y sobre lo que implica la representación televisiva de temas y problemáticas sociales como la violencia y el narcotráfico, así como las pocas respuestas efectivas que desde el gobierno nacional se ha dado para la atención de esta problemática en la vida real.⁵ Destacamos que durante el último día de trans-

5 Según la “Encuesta Nacional de Victimización y Percepción de Seguridad Ciudadana 2009 (ENVPSC-2009)”, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y publicada en mayo del 2010, durante el año 2009 fueron asesinadas en Venezue-

misión de *Rosario Tijeras* y *El capo*, éstos alcanzaron los índices de audiencia de 5,87% y 6,12%, respectivamente. Según el diario venezolano *El Universal* la salida del aire de ambas telenovelas implicó pérdidas aproximadas de 1 millón de dólares para cada televisora, por concepto de las licencias de transmisión de las producciones e inversión publicitaria.

Además de estos dos casos, el 23 de diciembre de 2010, la Conatel exhortó a las televisoras Televen y Venevisión, a que suspendieran de forma inmediata la transmisión de los programas *Caso cerrado* y ¿Quién tiene la razón? Ambos en formato *talk show*, presentaban casos vinculados con conflictos familiares, amorosos o laborales en los que había partes enfrentadas y en los que las moderadoras intentaban buscar una solución. El organismo consideró que los programas difundían contenidos no adecuados para los niños, niñas y adolescentes, porque contenían “temas de alto contenido sexual, intolerancia de género, infidelidad, violencia doméstica e incluso casos de zoofilia, los cuales, sin lugar a dudas no son aptos para ser transmitidos en el horario todo usuario, durante el cual los niños, niñas y adolescentes no cuentan con la supervisión de sus padres o representantes” (Conatel, 2010a). Tanto en este caso, como en los que reseñamos anteriormente, se observó como elemento común, que no hubo un procedimiento administrativo previo que les permitiera a las televisoras esgrimir su defensa. Adicionalmente se agudizó la política de secreto que mantiene dicha Comisión, en relación con el número de total de televisoras de señal abierta y por suscripción que operan actualmente en el país, así como el número de televisoras comunitarias que se encuentran a la espera del otorgamiento de las licencias que les permitan transmitir legalmente.

la 19.113 personas, lo cual equivale a una muerte cada 27 minutos. Relacionado con las cifras sobre la inseguridad en Venezuela, destaca el debate televisado por CNN entre el Dr. Rafael Briceño León (UCV) y el Director de Telesur y ex ministro de Información y Comunicación Andrés Izarra, quien para evadir la discusión decidió burlarse a carcajadas de las cifras presentadas por el científico social, como dato obtenido por el Observatorio de la Violencia.

En lo que respecta a las políticas de comunicación, el 22 de diciembre de 2009 fue publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela número n. 39.333, la *Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual*, dictada por el Directorio de Responsabilidad Social, órgano adscrito a la Conatel.⁶ Esta normativa cataloga a los canales que transmiten a través de los servicios de televisión por suscripción que pertenezcan a empresas venezolanas habilitados por Conatel y que tengan más del 30% de programación que califique como producción nacional (Conatel, 2009). Con ello, la programación de dichos canales pasa a regirse por la *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos* (Ley Resorteme) y adicionalmente, deben transmitir las alocuciones oficiales,⁷ gratuitas y obligatorias, de radio y televisión (también conocidas como cadenas de radio y televisión), que se difunden frecuentemente en Venezuela y que en algunos casos han alcanzado ocho horas de transmisión continua. Este hecho obliga a modificar la programación e implica una lesión económica a los canales, debido a los *spots* publicitarios que dejan de transmitir durante las cadenas.

Según dicha normativa, RCTV Internacional (RCTVI), televisora que emite por los servicios de TV de paga, reúne los requisitos para ser considerada como Productor Nacional Audiovisual. Con lo que quedaba obligado a cumplir con un proceso de notificación y registro ante la Conatel.⁸ La norma, establece que las empresas que ofre-

6 El Directorio de Responsabilidad Social es el órgano encargado de velar por el cumplimiento de la Ley de responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Radioeléctricos.

7 La mayoría de los mensajes transmitidos a cadenas de radio y televisión corresponden a alocuciones del Presidente de la República, del Vicepresidente de la República, ministros o directivos de otros poderes públicos. En algunas ocasiones se ha registrado más de una cadena por día.

8 Previo al proceso de notificación y registros, los operadores de televisión están obligados a presentar ante la Conatel documentos que probaran o no su condi-

cen el servicio de televisión por suscripción, no podrán incluir en su oferta programática a aquellos canales que según la Conatel reúnan las características de Productores Nacionales Audiovisuales y que no estén registrados ante el organismo. También ordena a los prestadores de servicios de televisión por suscripción, la exclusión de su programación de las televisoras que no presentaran ante la Conatel la documentación necesaria para clasificarlos o no como productores nacionales audiovisuales.

El 21 de enero de 2010 la Conatel publicó el listado de las televisoras que según su criterio son Productores Nacionales Audiovisuales y estarían obligadas a acatar la Ley Resorteme e incluyó allí a RCTVI. Como consecuencia, el 24 de enero de 2010 varias empresas de televisión por suscripción sacaron a ésta y a otras televisoras de sus parrillas de programación, por el supuesto incumplimiento por parte de dicho canal de la Ley Resorteme, al negarse a transmitir una alocución oficial del Presidente Chávez, en días previos.

RCTVI, solicitó ante el Tribunal Supremo de Justicia (TSJ), la nulidad de la decisión que produjo su salida del aire a través del sistema de televisión por suscripción, así como para pedir una medida cautelar que le permitiera regresar al aire, la cual le fue negada. La televisora alegó que su figura jurídica está registrada en Estados Unidos y que comenzó sus transmisiones a través de las operadoras de suscripción en julio de 2009, luego que el Estado venezolano no le renovara la concesión que le permitía transmitir por señal abierta.

Posteriormente RCTVI intentó una nueva acción para seguir al aire, en febrero de 2010, manifestó ante la Conatel su decisión de inscribirse en el registro de Productores Nacionales Audiovisuales y de crear la televisora RCTV Mundo, cuya programación nacional

ción de Productores Nacionales Audiovisuales sobre la base de la muestra de cuatro meses de la programación emitida por esos operadores en el período previo a la publicación de la norma (Primera Disposición Transitoria de la *Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual*); a los fines de que el organismo pudiera efectuar la clasificación.

sería menor del 29% y que por lo tanto no tendría la obligación de cumplir con lo establecido en la *Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual*. Esta solicitud fue rechazada por Conatel, que consideró que estaba fuera del lapso establecido en la norma y que en el caso de RCTV Mundo, la información suministrada era “inexacta e incompleta”.⁹ Al momento de cierre de la presente investigación, RCTVI continuaba fuera del aire en los servicios de televisión por suscripción en Venezuela (Conatel, 2010a). Esta acción produjo una baja importante en materia de difusión de programas de ficción de producción nacional, pues las telenovelas constituían una fracción importante de los contenidos que generaba RCTVI, televisora que sustituyó a la extinta Radio Caracas Televisión (RCTV), que fue tradicionalmente la casa productora de las telenovelas venezolanas más afamadas.¹⁰

A pesar de las suspensiones, vemos que la audiencia venezolana busca otras fórmulas para acceder a los contenidos de los programas. Por una parte, recurre a la difusión que se realiza por internet, gracias a servicios como YouTube, o bien, a una de las prácticas de consumo más populares en nuestro país, los denominados “vídeos piratas”. Gracias a estas prácticas, así como la grabación de capítulos o los comentarios a través de las redes sociales, la audiencia se mantiene al tanto de la trama y con ello, regula y auto administra su consumo. Así, el proceso de recepción de la telenovela es múltiple, es decir, se realiza a través de diversas vías y medios. La posibilidad de localización y recuperación de episodios gracias a las tecnologías, ha modificado inevitablemente a nuestra audiencia, otorgándole un

9 La Conatel dio a conocer esta decisión a través de la Providencia Administrativa n. 1.569 del 4 de marzo de 2010.

10 RCTV Internacional (RCTVI), es una televisora que pertenece al grupo empresarial IBC, el mismo propietario de Radio Caracas Televisión (RCTV). RCTVI inició sus transmisiones, el 17 de julio de 2007, a través de servicios de televisión por suscripción para llenar parcialmente el vacío dejado por RCTV, que fue la primera televisión de señal abierta en el país, salió del aire el 28 de mayo de 2007.

indiscutible rol activo, que implica escenarios de cognición, emocionalidad e integración a las prácticas de la vida cotidiana. A ello se suma, la penetración de Facebook en Venezuela, que también ha sido utilizado como mecanismo de filiación, principalmente con las telenovelas. Durante el mes de agosto de 2010, esta red social alcanzó la cifra de 7.148.100 usuarios, que representa el 26,3% de la población, según Internet World Stats (iws, 2010). Esto implica que el uso de Facebook ha experimentado un incremento importante en relación con el año 2009, cuando alcanzó la cifra de 2,45 millones de venezolanos. Además de constituirse en mecanismo activador de la participación ciudadana y del intercambio de documentos, vídeos, fotografías, canciones etc., con amigos, familiares y compañeros de labores, la web 2.0 se ha constituido en un mecanismo de promoción de las producciones dramáticas y en espacios de interacción entre actores, guionistas, directores y sus audiencias.

Aún con ello, la penetración de internet en Venezuela para el cierre de 2010, sigue siendo baja en relación con el universo de la población venezolana (menos de la mitad de la población tiene acceso a este servicio); sin embargo, se ha registrado un incremento de 4,43% en la penetración de internet en el país, en relación con el año 2009, cuando la penetración de internet era de 31,20%. Así, según la Conatel, para el año 2010 hubo un número estimado de 10.272.944¹¹ usuarios de internet. Ello representa una penetración de 35,63%, en un país que cuenta con una población aproximada de 28.830.996 habitantes. El servicio de internet es prestado por 24 empresas (Conatel, 2011a). El 49% de los usuarios que navegan en internet lo hacen a través de centros de conexión (Infocentros¹², cybercafé, centros de trabajo o estudio etc.) El porcentaje de quie-

11 La Conatel no incluye en esta cifra a los usuarios que tienen acceso a internet desde equipos de telefonía móvil.

12 Los Infocentros son centros públicos de conexión a internet, creados y financiados por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias.

nes acceden a internet desde sus hogares se incrementó durante el 2010, con una cifra estimada de 48%. Según la empresa Tendencias Digitales, especializada en estudios referidos al consumo de nuevas tecnologías, 2010 es el primer año que Venezuela tiene usuarios más conectados desde sus hogares que desde los cybercafé (Tendencias Digitales, 2010).

Varios factores siguen siendo cruciales en el aumento del incremento de la penetración de internet, en especial el crecimiento del uso en hogares. Uno sigue siendo la oferta de varias empresas que originalmente ofrecían servicios de televisión por suscripción y que ahora ofrecen además, los servicios de telefonía básica y conexión a internet (como Suprecable e Intercable). O el caso de empresas cuyo mercado original era el de la telefonía móvil y ahora han incluido servicios de televisión internet y de televisión por suscripción (como es el caso de la empresa Telefónica). Otro aspecto relevante es que la estatal Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela (CANTV), ofrece el servicio de venta de computadoras que incluyen el servicio de internet y que se puede pagar en cuotas mensuales sin recarga por intereses, junto al costo mensual del servicio de telefonía básica.

Durante el 2010 se mantuvo la tendencia del año anterior relacionada con una alta penetración en la telefonía móvil, que se ubicó en 96,70%; con un total de 29.472.425 suscriptores, más que el número de pobladores estimados del país (Conatel, 2011b), destacando un aumento en el uso de teléfonos smartphones que permiten la conexión a internet y el acceso a diversas aplicaciones. Aun así, la cifra de usuarios que se conectan a internet a través de sus dispositivos móviles es menor del 5%, cifra que se estima crecerá en los próximos años (Tendencias Digitales, 2010). Otra tendencia relevante que se mantuvo en el año 2010 es que más de la dos terceras partes de los usuarios de internet en Venezuela (68% de los usuarios) pertenecen a los estratos socioeconómicos D y E (Tendencias Digitales, 2010), lo que evidencia un crecimiento

que seguirá en ascenso en los últimos años. El crecimiento en la penetración de internet y de la telefonía móvil con plataforma de acceso a internet se ha reflejado en un importante incremento en el número de venezolanos que usan activamente las herramientas de la web 2.0; que se refleja en el incremento del número de cuentas en las redes sociales, especialmente en Facebook y Twitter, las que concentran el mayor número de usuarios en el país. Para febrero de 2011 se reportaban un total de 305.724 cuentas de Twitter abiertas por instituciones o particulares venezolanos (Twitter-Venezuela.com, 2011).

Se ha observado también un incremento en el uso de otras herramientas de la web 2.0 para el desarrollo de nuevos medios de comunicación audiovisuales *online* que difunden contenidos informativos, de entretenimiento (musicales) y de variedades. Por ejemplo el canal online Sin Cable tv que se puede visualizar a través de la página <<http://sincable.tv>>.

De igual forma siguen activos la televisora Cool Channel tv, que difunde sus contenidos a través de la página <<http://www.cool-channel.tv/com/>>, que además de contenidos de entretenimiento ha reservado espacios para la difusión de contenidos informativos y de entrevistas de reconocidos analistas políticos y económicos. Una tercera experiencia de televisión a través de internet lo constituye Planeta Urbe tv a la que se puede acceder a través del enlace <<http://www.planetaurbe.tv/page/home.html?as=177686>>. Es una televisora de corte juvenil que transmite programas diversos programas de entretenimiento. Una novedad de este canal es que trabaja con una modalidad de membresía. Los usuarios se pueden registrar y difundir sus propios vídeos. Muchas de las producciones publicadas corresponden a cortometrajes que narran historias dramatizadas, que incluyen contenidos que no podrían ser transmitirse en la televisión abierta, por las restricciones que impone la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Durante el 2010, siguen activos los portales dedicados al humor político vinculados a la ficción, como

El Chigüire Bipolar (<www.elchiguirebipolar.com>)¹³ con presencia en Facebook y Twitter; Coronel Macario (<www.coronelmacario.com.ve>) y Ratael, en el que un personaje animado ofrece discursos en los que de forma paródica, se refiere a situaciones del contexto sociopolítico venezolano. En lo que se refiere a la penetración de tv paga, durante el año 2010 alcanzó la cifra de 49,8%, mientras que la tv abierta es del 91.9%. La estructura de la programación en señal abierta, está compuesta por los siguientes formatos: Misceláneos (Servicio Público) 1%; Cultural y Educativo (3%); Religioso (Especiales y Oficios) 3%; Deportivos (Especiales, Opinión, Partidos) 10%; Ficción (Unitarios, Filmes, Miniserie, Telenovelas y Series) 19%; Entretenimiento (Concursos, *Talk show*, Lotería, Humor, Juvenil, Infantil, Musical, Farándula, Magazine, Cocina, Hogar, Salud, Astros) 19%; Informativos (Documentales, Periodísticos, Noticieros, Opinión) 45%. Ello sin incluir los porcentajes de programación vinculados a Publicidad, Propaganda (Incluye a las denominadas “Cadenas”) y Promociones de los canales.

Durante el año 2010 la inversión publicitaria correspondiente a los espacios de ficción televisiva estuvo liderada por la industria de los productos de belleza y cosméticos, seguida por el renglón de los medicamentos. El tercer lugar lo ocupó la industria de los alimentos, seguido por el Gobierno Bolivariano.¹⁴ Se constató una modificación del mapa de la inversión publicitaria en relación con el año anterior

13 El Chigüire Bipolar sigue transmitiendo el seriado animado de humor *La Isla Presidencial*, que parodia de un encuentro entre los presidentes de los países de América Latina, cuyo primer capítulo fue transmitido en febrero de 2010. Un año después habían difundido cinco capítulos, alcanzando éxitos en audiencias nacionales e internacionales que motivaron que los capítulos fueran subtítulos al inglés.

14 Datos procesados por el equipo de investigación a partir de la información suministrada por AGB Nielsen Media Research. Actualmente el valor del dólar al cambio oficial es de 4,3 Bf por cada dólar y, debidos a las restricciones que imponen el control de cambio, en el “mercado paralelo” el dólar oscila entre los 8,82 y 10,81.

cuando estuvo dominada por la industria de bebidas, seguida por la industria de los alimentos y los productos de belleza y cosméticos.

Podemos observar una composición más completa del mapa de la inversión publicitaria en la televisión venezolana de señal abierta durante el año 2010, a partir de los datos de las 50 principales empresas anunciantes. Los datos que se muestran a continuación corresponden a una muestra de sólo 12 días comprendidos entre el primero de enero y el 31 de diciembre de 2010, que son ilustrativos de la tendencia del año.

| Inversión publicitaria en televisión por parte de los 50 principales anunciantes durante 2010 | | | |
|--|----------------------------|-----------------------|-------------------|
| Categoría | Cantidad de anunciantes | Monto total en BsF | Monto en US\$ |
| Productos de belleza y cosméticos. | 8 | 796.550,00 | 185.244,19 |
| Medicamentos OTC | 9 | 416.825,00 | 96.936,05 |
| Alimentos | 8 | 314.560,00 | 73.153,49 |
| Gobierno Bolivariano | 1 | 215.954,00 | 50.221,86 |
| Bebidas | 1 | 203.150,00 | 47.244,19 |
| Vestuario y calzado | 5 | 158.490,00 | 36.858,14 |
| Telefonía, Comunicación e Internet | 2 | 138.150,00 | 32.127,91 |
| Servicios financieros | 3 | 119.245,00 | 27.731,40 |
| Otros | 5 | 105.793,00 | 24.603,02 |
| Electrodomésticos y hogar | 2 | 45.300,00 | 10.534,88 |
| Cadenas comerciales | 2 | 36.455,00 | 8.477,91 |
| Juguetería | 1 | 31.500,00 | 7.325,58 |
| Artículos de limpieza | 1 | 31.200,00 | 7.255,81 |
| Seguros | 1 | 20.815,00 | 4.840,70 |
| Poder Electoral | 1 | 16.589,00 | 3.857,91 |
| Total | 50 | 2.650.576,00 | 616.413,02 |

Resalta la alta inversión en productos de belleza, que desplazan a las bebidas gaseosas que tradicionalmente habían tenido el liderazgo. Vale destacar algunos hechos del contexto venezolano que pudieron haber incidido esta modificación del mapa publicitario: el primero fue la huelga que sostuvieron durante varias semanas empleados de una importante empresa líder en el mercado mundial de las bebidas refrescantes, que pudo haber tenido un impacto económico que pudo repercutir en una reducción de la inversión publicitaria. Otro elemento de interés fueron las recurrentes amenazas de parte de altos voceros de gobierno con una posible acción de expropiación contra una de las principales empresas venezolanas del sector de alimentos y bebida; que produjo que redujeran la publicidad relativa a sus bebidas refrescantes e hicieran énfasis en mensajes corporativos para reforzar la identificación de los venezolanos con los valores de la empresa. En tercer lugar destaca el auge publicitario por parte de las empresas que ofrecen productos de belleza y cuidado personal, que estuvo relacionado con el auge que tuvo la belleza de la mujer venezolana tanto a nivel nacional como a nivel internacional, luego de que dos candidatas venezolanas ganaran de forma consecutiva, en los años 2008 y 2009 el afamado concurso internacional Miss Universo. Y en el concurso correspondiente al año 2010, hubo gran expectativa con la posibilidad de una tercera corona consecutiva para el país, lo que tuvo su correlato en los espacios televisivos y en el mundo publicitario. En el caso de la ficción de la televisión, el fenómeno de la belleza de la mujer venezolana se reflejó en la producción de la telenovela *La mujer perfecta*, en la que se rinde culto a la belleza femenina lo cual ofrece el contexto propicio para la publicidad de productos de belleza.

En lo que respecta a escenarios de convergencia y transmediación, vemos que las telenovelas que alcanzaron el *ranking* de las diez más vistas, tuvieron espacios en los portales web de las televisoras que las transmitieron. Allí aparecían algunas informaciones básicas como sinopsis, personajes, resumen de los capítulos, fotografías y en

algunos casos, los últimos capítulos en vídeo. El espacio más completo con variedad de opciones como la descarga de los capítulos, lo presentó *La mujer perfecta*, así como un apartado de episodios denominado “los mejores momentos” de acuerdo a Comedia, Drama y Romance. A su vez se incluyen los *links* para seguirlos a través de las cuentas de Twitter y Facebook.

Los vídeos presentados en el portal incluyen no sólo los capítulos sino entrevistas, tras cámaras y escenas de personajes específicos. Destaca un apartado denominado Anuncio Google, en el que se ofrecen productos adelgazantes, la lista de las mujeres más sobresalientes del mundo o bikinis de mujeres, entre otros.

11. 2. El análisis del año: la ficción nacional e iberoamericana

El universo seleccionado para el presente estudio, está compuesto únicamente por las cadenas que transmiten por señal abierta. De este universo de 14 cadenas, la muestra está compuesta únicamente por las seis que cumplen como condición la transmisión de ficción seriada en diversos formatos, excluyendo de este grupo, a la ficción que se presenta bajo el formato de animación. Esto último está presente en la cadena pública denominada Vive tv que, aunque incluye producción nacional en su programación la mayoría no se produjo durante el año 2010.¹⁵

15 Como ejemplo de ello, vale la pena destacar a las series *Bugo, la hormiga* (2004) en coproducción con Albatros Producciones C.A.; *Samuel y las cosas* (2008) producción de Albatros Producciones C.A. *Los Onqui Tonquis* (2005) en coproducción con Cine Seisocho C.A.; *Kike y su amigos* (2006), producido por la Cooperativa Secuencia 8; *La Caja que cuenta cuentos* (2006) producción de La Villa del Cine; *La máquina de Chuíto* (2005) en coproducción con R&TV Producciones; *Sala 404. Historias para niños pacientes* (2006) en coproducción con el Círculo de Investigaciones y Estudios con el Psicoanálisis (CIEP). Destacamos asimismo que, no se incluye en este análisis la producción de ficción correspondiente a series de ficción norteamericana de producción no hispana; los dibujos animados y las películas transmitidas por tv.

Tabla 1. Producciones exhibidas en 2010 y respectivas emisoras

| Canal I | | Tves | |
|----------------|---|-------------------|---|
| 1 | <i>Abigail</i> (Telenovela) | 46 | <i>El colegio del agujero negro (1ra Temporada)</i> (Serie) |
| 2 | <i>Casi ángeles</i> (Serie) | 47 | <i>El príncipe del café</i> (Telenovela) |
| 3 | <i>Como una ola</i> (Telenovela) | 48 | <i>Juana de Arco</i> (Miniserie) |
| 4 | <i>El cuerpo del deseo</i> (Telenovela) | 49 | <i>La caja que cuenta cuentos</i> (Serie) |
| 5 | <i>Pasión de gavilanes</i> (Telenovela) | 50 | <i>La esclava Isaura</i> (Telenovela) |
| 6 | <i>Señora</i> (Telenovela) | 51 | <i>Los miserables</i> (Miniserie) |
| 7 | <i>La ex</i> (Telenovela) | 52 | <i>Los tres Villalobos</i> (Telenovela) |
| | | 53 | <i>Mi árbol naranja lima</i> (Serie) |
| La Tele | | 54 | <i>Miranda regresa, la serie</i> (Serie) |
| 8 | <i>Doña Bella</i> (Telenovela) | 55 | <i>Trópico amargo</i> (Serie) |
| 9 | <i>Los Roldán</i> (Telenovela) | 56 | <i>Vals de primavera</i> (Telenovela) |
| 10 | <i>Milagros de amor</i> (Telenovela) | | |
| 11 | <i>Trópico</i> (Telenovela) | Venevisión | |
| 12 | <i>Una joya en palacio</i> (Telenovela) | 57 | <i>A corazón abierto</i> (Telenovela) |
| 13 | <i>Vidas prestadas</i> (Telenovela) | 58 | <i>Alma indomable</i> (Telenovela) |
| 14 | <i>Xica da Silva</i> (Telenovela) | 59 | <i>Amor en custodia</i> (Telenovela) |
| | | 60 | <i>Amor sincero</i> (Telenovela) |
| Televen | | 61 | <i>Amor urbano</i> (2da Temporada) |
| 15 | <i>¿Dónde está Elisa?</i> (Telenovela) | 62 | <i>Camaleones</i> (Telenovela) |
| 16 | <i>Angélica (Mujer comprada-La fuerza del destino)</i> (Telenovela) | 63 | <i>Corazón salvaje</i> (Telenovela) |
| 17 | <i>Aurora</i> (Telenovela) | 64 | <i>Corazones extremos</i> (Serie) |
| 18 | <i>Bella Calamidades</i> (Telenovela) | 65 | <i>Cuando me enamoro</i> (Telenovela) |
| 19 | <i>Betty la fea</i> (Telenovela) | 66 | <i>El Chavo</i> (Serie) |
| 20 | <i>Cada quien su santo</i> (Serie) | 67 | <i>Ellas son... La alegría del hogar (1ra Temporada)</i> (Telenovela) |
| 21 | <i>Chepe Fortuna</i> (Telenovela) | 68 | <i>Gabriel, amor inmortal</i> (Telenovela) |
| 22 | <i>Cuando quiero llorar no lloro (Victorinos)</i> (Telenovela) | 69 | <i>Harina de otro costal</i> (Telenovela) |
| 23 | <i>Decisiones de mujeres</i> (Serie) | 70 | <i>La bella Ceci y el imprudente</i> (Telenovela) |

| | | | |
|----|---|----|--|
| 24 | <i>Doña Bárbara</i> (Telenovela) | 69 | <i>Harina de otro costal</i> (Telenovela) |
| 25 | <i>El capo</i> (Telenovela) | 70 | <i>La bella Ceci y el imprudente</i> (Telenovela) |
| 26 | <i>El clon</i> (Telenovela) | 71 | <i>La mujer perfecta</i> (Telenovela) |
| 27 | <i>El fantasma de Elena</i> (Telenovela) | 72 | <i>La quiero a morir</i> (Telenovela) |
| 28 | <i>Gabriela, giros del destino</i> (Telenovela) | 73 | <i>La rosa de Guadalupe</i> (Serie) |
| 29 | <i>Juegos prohibidos</i> (Telenovela) | 74 | <i>Las detectivas y el Víctor</i> (Telenovela) |
| 30 | <i>La favorita</i> (Telenovela) | 75 | <i>Los protegidos</i> (Telenovela) |
| 31 | <i>La loba</i> (Telenovela) | 76 | <i>Mar de amor</i> (Telenovela) |
| 32 | <i>Las Aparicio</i> (Telenovela) | 77 | <i>Mariana y Scarlet (Hilos de amor)</i> (Telenovela) |
| 33 | <i>Las muñecas de la mafia</i> (Telenovela) | 78 | <i>Mi pecado</i> (Telenovela) |
| 34 | <i>Lo que callamos las mujeres</i> (Serie) | 79 | <i>Mujer, casos de la vida real</i> (Serie) |
| 35 | <i>Los Barriga</i> (Telenovela) | 80 | <i>Oye bonita</i> (Telenovela) |
| 36 | <i>Más sabe el diablo</i> (Telenovela) | 81 | <i>Pecadora</i> (Telenovela) |
| 37 | <i>Nadie es eterno en el mundo</i> (Telenovela) | 82 | <i>Pobre diabla</i> (Telenovela) |
| 38 | <i>Niños ricos, pobres padres</i> (Serie) | 83 | <i>Prófugas del destino</i> (Telenovela) |
| 39 | <i>Ojo por ojo</i> (Telenovela) | 84 | <i>Rosario Tijeras, amar es mas difícil que matar</i> (Telenovela) |
| 40 | <i>Perro amor</i> (Telenovela) | 85 | <i>Salvador de mujeres</i> (Telenovela) |
| 41 | <i>Por la plata baila el mono (hasta que el dinero nos separe)</i> (Telenovela) | 86 | <i>Sortilegio</i> (Telenovela) |
| 42 | <i>Tu voz estéreo</i> (Serie) | 87 | <i>Soy tu dueña</i> (Telenovela) |
| 43 | <i>Un gancho al corazón</i> (Telenovela) | 88 | <i>Teresa</i> (Telenovela) |
| 44 | <i>Vivir la vida</i> (Telenovela) | 89 | <i>Tomasa Tequiero</i> (Telenovela) |
| 45 | <i>Vuélveme a querer</i> (Telenovela) | 90 | <i>Un esposo para Estela</i> (Telenovela) |
| | | 91 | <i>Zacatillo, un lugar en tu corazón</i> (Telenovela) |
| | | | |
| | | | Vive tv |
| | | 92 | <i>Leyendas de mi pueblo</i> (Unitario) |

De un total de 92 producciones (100%) correspondiente a la ficción seriada transmitida por los canales de señal abierta en Venezuela, según se desprende de la Tabla 1, 75 (81,52%), corresponden a producciones que se transmitieron por primera vez en Venezuela

y 17 (18,47%) son reposiciones. Entre éstas últimas se destacan tres “clásicos” de la ficción televisiva seriada en Latinoamérica, a saber, *Yo soy Betty la fea*, *La esclava Isaura* y *Xica da Silva*. El primero de ellos con un alto índice de audiencia, por lo que se ubicó en uno de los diez títulos más vistos.

Tabla 2. Total de ficción de estreno en 2010

| Ficción | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Nacional | 9 | 13,44 | 380 | 6,55 | 379:42:00 | 6,78 |
| Iberoamericana | 58 | 86,56 | 5.429 | 93,45 | 5.222:25:00 | 93,22 |
| Latinoamericana (ámbito Obitel) | 47 | 68,65 | 4.743 | 81,64 | 4.536:25:00 | 80,98 |
| Latinoamericana (ámbito no Obitel) | 1 | 1,49 | 65 | 1,11 | 65:00:00 | 1,16 |
| EE.UU. (producción hispana) | 10 | 16,41 | 621 | 19,69 | 621:00:00 | 11,08 |
| Ibérica | | | | | | |
| Otras (coproducciones iberoamericanas) | | | | | | |
| Total | 67 | 100 | 5.809 | 100 | 5.602:07:00 | 100 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

De las 75 producciones exhibidas por primera vez en Venezuela, sólo nueve corresponden a ficción de estreno de producción nacional, disminuyendo en un 85,7% en relación al año 2009. Si bien la cantidad de producciones de ficción seriada de estreno transmitida por los canales de señal abierta en Venezuela durante el año 2010 alcanza un total de 75 producciones, la selección con la que hemos trabajado las Tablas 2, 3,¹⁶ 4, 5, 6, 7, 8 y 9 corresponde únicamente a las produc-

16 Dentro del grupo de Otras de la Tabla 3, se incluyen las producciones: *Los tres Villalobos* (Cuba); *Los Barriga* (Perú-Ecuador); y las coproducciones: *El clon*, *Pasión de gavilanes*, *Doña Bárbara* y *A corazón abierto* (Colombia-EE.UU.); *Salvador de mujeres* (Colombia-Venezuela) y *Pecadora* (Venezuela-EE.UU.).

ciones realizadas en Latinoamérica, EE.UU. (producción hispana) e Iberoamérica. De allí, que el total de ficción de estreno en 2010 sea de 67 producciones. La única producción considerada dentro del ámbito no Obitel corresponde a *Los tres Villalobos* (Cuba).

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida en cada país

| País | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
|---|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Brasil | 3 | 4,47 | 392 | 6,74 | 392:00:00 | 6,99 |
| Argentina | 2 | 2,98 | 281 | 4,83 | 281:00:00 | 5,01 |
| Chile | | | | | | |
| Colombia | 19 | 28,35 | 1.961 | 33,76 | 1.889:25:00 | 33,76 |
| Ecuador | 1 | 1,49 | 120 | 2,06 | 120:00:00 | 2,14 |
| España | | | | | | |
| EE.UU. (producción hispana) | 9 | 14,43 | 621 | 10,70 | 621:00:00 | 11,08 |
| México | 17 | 25,37 | 1.519 | 26,16 | 1.504:00:00 | 26,84 |
| Portugal | | | | | | |
| Uruguay | | | | | | |
| Venezuela | 9 | 13,44 | 380 | 6,54 | 379:42:00 | 6,77 |
| Otras (producciones y coproducciones de otros países latinoamericanos/ iberoamericanos) | 7 | 10,44 | 535 | 9,20 | 416:00:00 | 7,42 |
| Total | 67 | 100 | 5.809 | 100 | 5.602:07:00 | 100 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

Siete de los nueve estrenos nacionales, fueron producidos por Venevisión, dos de los cuales se habían estrenado en el 2009 (*Tomas, te quiero* y *Un esposo para Estela*); uno corresponde a la segunda temporada (*Amor urbano*) y otro (*Corazones extremos*), que transmitió sólo un capítulo de 42 minutos. Así, la producción de ficción nacional realizada por canales privados de señal abierta se redujo a dos telenovelas (*Harina de otro costal* y *La mujer perfecta*). Además de la producción de canales privados, compuesta básicamente por telenovelas y series, la únicas dos producciones nacionales estrenadas

desde el ámbito público, corresponden a la versión televisiva del largometraje *Miranda regresa* (2007), a saber, *Miranda regresa, la serie*¹⁷ producida por la Fundación La Villa del Cine, adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Cultura y, lo que se ofrece como una serie *Leyendas de mi pueblo – La leyenda de las ánimas* (Vive tv) pero que sólo fue un cortometraje, por lo que podemos catalogarlo dentro del renglón de Unitarios.

Vale la pena mencionar el esfuerzo por diversificar la parrilla de programación de la Televisora Venezolana Social (tves), al incluir en su franja programática a la ficción como formato.¹⁸ Según las fuentes consultadas, los once títulos de ficción seriada exhibidos durante el año 2010 podemos reagruparlos en: dos reposiciones (*La esclava Isaura*, de Brasil, y *La caja que cuenta cuentos*, de Venezuela) y nueve estrenos (*El colegio del agujero negro*, de Canadá; *El príncipe del café*, de Corea; *Juana de Arco*, de Canadá; *Los miserables*, de Francia; *Los tres Villalobos* de Cuba; *Mi árbol naranja lima*, de Brasil; *Miranda regresa, la serie*, de Venezuela; *Trópico amargo*, de Francia; *Vals de primavera*, de Corea. De las 11 producciones, dos son venezolanas y nueve extranjeras. De las producciones venezolanas, sólo una es de estreno, *Miranda regresa, la serie*, con lo que se constata que la producción de ficción seriada de carácter nacional que divulga tves es mínima, pues para el año 2010, no superó las 70 horas de transmisión, ello si incluimos la reposición de *La caja que cuenta cuentos*.¹⁹

17 *Miranda regresa, la serie* (2010), la cual también fue transmitida por Venezolana de Televisión, Televisora Venezolana Social (tves), Vive tv, Asamblea Nacional Televisión (ANTV), Colombeia, Catia tv y Caricuao tv. Las dos últimas inscritas dentro de las denominadas televisoras comunitarias.

18 En sus inicios, tves realizó esfuerzos por generar producciones de ficción seriada y los ejemplos son *Caramelo e chocolate* (2008) y *Los muchachos de la acera de enfrente* (2008), los cuales arrojaron resultados poco favorables desde el punto de vista de la recepción.

19 Frente a este panorama desolador para la ficción televisiva de producción nacional, vemos que son otros los tipos de producción los que se han fortalecido y nos referimos específicamente a la pornografía. Esto lo inferimos porque al uti-

Tabla 4. Capítulos/Episodios y horas emitidos por franja horaria

| Nacionales | | | | |
|----------------------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | 30 | 7,89 | 15:00:00 | 3,45 |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 45 | 11,85 | 45:00:00 | 11,86 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 240 | 63,16 | 254:42:00 | 67,55 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 65 | 17,10 | 65:00:00 | 17,14 |
| Total | 380 | 100 | 379:42:00 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | | | | |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 2.287 | 42,12 | 2.222:00:00 | 42,55 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 1.647 | 30,34 | 1.623:00:00 | 31,07 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 1.495 | 27,54 | 1.377:25:00 | 26,38 |
| Total | 5.429 | 100 | 5.222:25:00 | 100 |
| Total | | | | |
| Franjas horarias | C/E | % | H | % |
| Mañana (6:00h-12:00h) | | | | |
| Tarde (12:00h-19:00h) | 2.347 | 40,40 | 2.282:00:00 | 40,74 |
| Prime time (19:00h-22:00h) | 1.902 | 32,75 | 1.877:42:00 | 33,51 |
| Noche (22:00h-6:00h) | 1.560 | 26,85 | 1.442:25:00 | 25,75 |
| Total | 5.809 | 100 | 5.602:07:00 | 100 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

lizar el motor de búsqueda Google, y colocar “producción audiovisual venezolana 2010”, uno de los resultados que llamó nuestra atención tiene que ver con la página Mundo Anuncio (localizado en: <http://www.mundoanuncio.co.ve/categoria/encuentros_sexuales_17/buscar/casting.html>), en la que durante dos días del año 2010 (domingo, 16 de mayo, y lunes, 2 de agosto), se publican 20 anuncios en los que se solicita talento para la producción de vídeos en Venezuela, vinculados con el tema. Esto sucede, aun cuando desde diversos espacios educativos – formales o no –, se promueve la capacitación para la producción audiovisual, entre los que destacan las universidades (UCV, ULA, LUZ), los institutos privados (Escuela Nacional de Cine, EscineTV, Cotrain), los canales comunitarios y alternativos (Catia tv y Ávila tv) y las iniciativas de tipo gubernamental (Escuela metropolitana de Producción Audiovisual – EMPA), entre las que sobresalen las generadas desde el propio Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información.

El horario privilegiado para la ficción seriada en el caso venezolano es el de la tarde, seguido por el *prime time*. Ello está determinado por la cantidad de restricciones que impone la Ley Resorteme, lo que ha provocado que los canales auto regulen su programación y frente a la casi inexistencia de programas de ficción nacional, se recurre a la producción importada para construir la parrilla de programación.

Tabla 5. Formatos de la ficción nacional e iberoamericana

| Nacionales | | | | | | |
|----------------------------------|-----------|------------|--------------|------------|--------------------|------------|
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 4 | 44,45 | 319 | 82,70 | 319:00:00 | 83,00 |
| Serie | 3 | 33,33 | 56 | 14,70 | 55:42:00 | 14,40 |
| Miniserie | 1 | 11,11 | 5 | 1,30 | 5:00:00 | 1,30 |
| Telefilme/tv movie | | | | | | |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | 1 | 11,11 | | 1,30 | | 1,30 |
| Total | 9 | 100 | 380 | 100 | 379:42:00 | 100 |
| Iberoamericanos | | | | | | |
| Formatos | Títulos | % | C/E | % | Horas | % |
| Telenovela | 54 | 93,10 | 5.004 | 92,18 | 4.797:25:00 | 91,86 |
| Serie | 2 | 3,44 | 401 | 7,38 | 401 | 7,68 |
| Miniserie | 2 | 3,45 | 24 | 0,44 | 24 | 0,46 |
| Telefilme/tv movie | | | | | | |
| Otros (docudrama, unitario etc.) | | | | | | |
| Total | 58 | 100 | 5.429 | 100 | 5.222:25:00 | 100 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

| Formatos | Mañana | % | Tarde | % | Prime time | % | Noche | % | Total | % |
|------------------------|----------|-------|----------|-------|------------|-------|----------|-------|----------|------------|
| Telenovela | | | 1 | 11,11 | 2 | 22,22 | 1 | 11,11 | 4 | 44,45 |
| Serie | 1 | 11,11 | | | 2 | 22,22 | | | 3 | 33,33 |
| Miniserie | | | | | | | 1 | 11,11 | 1 | 11,11 |
| Telefilme/tv movie | | | | | | | | | | |
| Otros (docudrama etc.) | | | | | 1 | 11,11 | | | 1 | 11,11 |
| Total | 1 | | 1 | | 5 | | 2 | | 9 | 100 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

Tabla 7. Duración de capítulos/episodios (sin intervalos comerciales)

| Duración | Capítulos/Episodios | % |
|------------------|---------------------|------------|
| Corta (30') | 609 | 10,48 |
| Media (30'- 60') | 5.200 | 89,52 |
| Larga (60'+) | | |
| Total | 5.809 | 100 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

Tabla 8. Época de la ficción

| Temporalidad | Títulos | % |
|--------------|-----------|------------|
| Presente | 62 | 92,52 |
| Pasado | 4 | 6,0 |
| Histórica | 1 | 1,48 |
| Otra | | |
| Total | 67 | 100 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

Tabla 9. Los diez títulos más vistos: origen, formato, rating, share

| Título | País de origen de la idea original o guión | Casa productora | TV privada/pública | Formato | Nombre del guionista o autor de la idea original | Rating | Share |
|------------------------------|--|---|--------------------|-------------------------|--|--------|-------|
| 1° <i>La mujer perfecta</i> | Venezuela | Venevisión | Privada | Telenovela | Leonardo Padrón | 8,55 | 51,02 |
| 2° <i>Soy tu dueña</i> | México | Televisa | Privada | Telenovela | Inés Rodena | 8,30 | 47,00 |
| 3° <i>El clon</i> | Brasil | RTI Televisión para Telemundo | Privada | Telenovela | Glória Perez (idea original) | 8,12 | 52,2 |
| 4° <i>¿Dónde está Elisa?</i> | EE.UU. | Telemundo | Privada | Telenovela | Pablo Illanes | 8,03 | 48,3 |
| 5° <i>Más sabe el diablo</i> | EE.UU. | Telemundo | Privada | Telenovela | Jimena Romero y Lina Uribe | 7,47 | 55,6 |
| 6° <i>Chepe Fortuna</i> | Colombia | RCN Televisión | Privada | Telenovela | Miguel Ángel Vaquero y Eloísa Infante | 7,41 | 37,5 |
| 7° <i>Doña Bárbara</i> | Colombia-EE.UU. | RTI Televisión – Telemundo | Privada | Telenovela | Rómulo Gallegos | 7,38 | 49,50 |
| 8° <i>El capo</i> | Colombia | FOX Telecolombia y RTI Televisión | Privada | Serie | Gustavo Bolívar | 7,15 | 34,60 |
| 9° <i>A corazón abierto</i> | Colombia-EE.UU. | Disney Media Network Latin America, Vista Producciones Inc, RCN Televisión. | Privada | Telenovela | Fernando Gaitán | 6,94 | 47,70 |
| 10° <i>Rosario Tijeras</i> | Colombia | Teleset para RCN Televisión | Privada | Serie | Jorge Franco | 6,91 | 44,80 |
| Total de producciones: 10 | | Guiones originales nacionales: 1 | | Guiones extranjeros: 90 | | | |
| 100% | | 10% | | 90% | | | |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

A pesar de la crisis en la producción, Venevisión es la empresa que favorece la producción de ficción seriada en nuestro país, lo cual se explica principalmente por su adscripción a la Organización Cisneros, una de las empresas más poderosas en Venezuela, con conexión internacional; por la larga tradición en la producción de telenovelas y, por la rentabilidad de dicho producto.

Tabla 10. Los diez títulos más vistos

| Título | Formato | Género | Año de producción | Número de capítulos | Duración del capítulo/ episodio | Fecha de la primera emisión | Fecha de la última emisión | Franja horaria |
|------------------------------|------------|----------------------|-------------------|---------------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1° <i>La mujer perfecta</i> | Telenovela | Drama Humor | 2010 | 95 | 60 minutos | 1/9/2010 | Al aire | <i>Prime time</i> |
| 2° <i>Soy tu dueña</i> | Telenovela | Melodrama | 2010 | 146 | 60 minutos | 29/6/2010 | 8/12/2010 | <i>Prime time</i> |
| 3° <i>El clon</i> | Telenovela | Drama | 2010 | 184 | 60 minutos | 12/5/2010 | Al aire | Noche |
| 4° <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Telenovela | Suspense | 2010 | 105 | 60 minutos | 27/7/2010 | 26/11/2010 | <i>Prime time</i> |
| 5° <i>Más sabe el diablo</i> | Telenovela | Drama | 2009 | 182 | 60 minutos | 14/12/2009 | 27/7/2010 | <i>Prime time</i> |
| 6° <i>Chepe Fortuna</i> | Telenovela | Comedia costumbrista | 2010 | 25 | 35 minutos | 12/11/2010 | Al aire | <i>Prime time</i> |
| 7° <i>Doña Bárbara</i> | Telenovela | Drama | 2008 | 190 | 42 minutos | 21/9/2009 | 20/5/2010 | Noche |
| 8° <i>El capo</i> | Telenovela | Drama | 2009 | 35 | 60 minutos | 13/9/2010 | 27/10/2010 | Noche |
| 9° <i>A corazón abierto</i> | Telenovela | Comedia Drama | 2010 | 89 | 46 minutos | 19/5/2010 | 29/9/2010 | <i>Prime time</i> |
| 10° <i>Rosario Tijeras</i> | Serie | Drama | 2010 | 18 | 60 minutos | 6/10/2010 | 27/10/2010 | Noche |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

Por segundo año observamos que la producción nacional lidera el Top Ten de la ficción seriada. Ello pone en evidencia desde nuestro punto de vista, la fidelidad de las audiencias por la larga tradición de generación de contenidos en nuestro país, la cual por primera vez se vio quebrantada de forma drástica, después de muchos años de producción sin interrupciones.

Tabla 11. Temáticas en los diez títulos más vistos

| Títulos | Temáticas dominantes | Temáticas sociales |
|------------------------------|---|---|
| 1° <i>La mujer perfecta</i> | Competencias. Amor. Fama. Poder. Ambición. Culto al ego. Unión familiar. Amores Cruzados. Infidelidad. Mundo de los medios. | Transformación y cuidado del cuerpo. Obsesión por la belleza. Trastorno de Asperger. Adicción por la belleza. Prostitución. Anorexia, Cáncer de Mama, Violencia Intrafamiliar. Diversidad Sexual. |
| 2° <i>Soy tu dueña</i> | Amor y Traición. Ambición. Relaciones entre grupos sociales diferentes. Relaciones familiares. | Cultivo de tierras. |
| 3° <i>El clon</i> | Amor imposible. Relaciones entre grupos sociales diferentes. Relaciones familiares. | Diversidad cultural. Doctrina y Religión. Inseminación Artificial. Manipulación genética. Drogadicción y Alcoholismo en adolescentes. |
| 4° <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Resolución de un crimen. Relaciones familiares. Ambición, Intriga y Suspense. | Incomunicación familiar. Secuestro. Miedos. |
| 5° <i>Más sabe el diablo</i> | Amor y Traición. Ambición. Relaciones entre grupos sociales diferentes. Relaciones familiares. | Inmigración ilegal. Vida en la calle. Redes delictivas. Corrupción administración de justicia. |
| 6° <i>Chepe Fortuna</i> | Amor. Liderazgo político. | Protección del ambiente. Clima político. Justicia y Equidad Social. |
| 7° <i>Doña Bárbara</i> | Venganza. Codicia. Amores cruzados. | Abuso Sexual. Corrupción. Alcoholismo. |

| | | |
|---------------------------------|---|---|
| 8° <i>El capo</i> | Amor. Venganza. Codicia. Amores cruzados. Valentía. Fidelidad. Mundo de los medios. | Violencia. Narcotráfico. <i>Narcocultura</i> . Problemática carcelaria. Redes. Administración de justicia. Corrupción. |
| 9° <i>A corazón abierto</i> | Amor. Historias médicas. Amores cruzados, Infidelidad. Envidia. | Cuerpo Enfermo y enfermedades. Cáncer. Mal de Alzheimer. Ejercicio libre de la sexualidad. |
| 10° <i>Rosario Tijeras</i> | Amor. Venganza. Amores cruzados. Relaciones entre grupos sociales diferentes. Vidas en riesgo. | Abuso sexual. Violencia. Narcotráfico. <i>Narcocultura</i> . Sicariato. |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

Son dos aspectos que nos interesa resaltar en torno a las temáticas detectadas, una la inclusión del cuerpo como tema, presente de manera directa en una producción *La mujer perfecta* e indirecta en otras dos, *El clon* y *A corazón abierto*, ello pone en evidencia que se trata de una de las denominadas “obsesiones hipermodernas” que han dejado de ser objeto de atención desde la academia, para colocarlo del lado de la audiencia e invitarlos a reflexionar. Un antecedente importante lo encontramos en la serie estadounidense *Nip/Tuck* (2003-2010) y en la miniserie colombiana *Sin tetas no hay paraíso* (2006). El segundo aspecto está relacionado con la *Narcocultura*,²⁰ componente de tipo sociocultural de ineludible alusión en los contextos latinoamericanos, sobre todo en Colombia, México y Venezuela.

20 “La *narcocultura* [...] tiene un universo simbólico particular, un sistema de valores a partir de la premisa del *honor*, muy al estilo de las culturas y mafias mediterráneas: valentía, lealtad familiar y de grupo, protección, venganza, generosidad, hospitalidad, nobleza y prestigio, formas de regulación interna – el uso de la violencia física a quien traicione al jefe o quiera salirse del negocio; un consumo específico; uso de cocaína o la adquisición de joyería de oro; un argot particular-manejo de claves como estrategia de clandestinidad (Héau y Giménez, 2004; Venezuela, 2002); modelos de comportamiento caracterizados por un exacerbado “anhelo de poder”, en una búsqueda a ultranza del hedonismo y el prestigio social; una visión fatalista y nihilista del mundo y distintas formas de objetivas su imaginario social” (Sánchez, 2009, p. 80).

Tabla 12. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

| | Programa | Canal/ Cadena | Género % | | Franjas de edad % | | | | | Nivel socioeconómico % | | | |
|----|------------------------------|------------------|----------|---------|-------------------|-------|-------|-------|-------|------------------------|------|-------|-------|
| | | | Mujeres | Hombres | 4-11 | 12-17 | 18-34 | 35-44 | 45+ | AB | C | D | E |
| 1 | 1º <i>La mujer perfecta</i> | Venevisión | 14,2 | 9,23 | 10,47 | 18,57 | 19,23 | 19,37 | 27,32 | 6,53 | 8,59 | 15,08 | 16,05 |
| 2 | 2º <i>Soy tu dueña</i> | Venevisión | 12,55 | 8,21 | 13,32 | 19,63 | 18,24 | 9,86 | 26,02 | 5,95 | 7,10 | 11,30 | 11,88 |
| 3 | 3º <i>El clon</i> | Televen | 11,57 | 8,62 | 14,73 | 9,82 | 18,19 | 9,72 | 21,86 | 2,87 | 6,01 | 8,52 | 11,14 |
| 4 | 4º <i>¿Dónde está Elisa?</i> | Televen | 9,67 | 6,07 | 10,01 | 11,88 | 5,77 | 7,38 | 19,72 | 4,87 | 5,53 | 7,98 | 9,25 |
| 5 | 5º <i>Más sabe el diablo</i> | Televen | 9,29 | 5,95 | 16,08 | 11,72 | 11,52 | 7,62 | 13,02 | 3,59 | 3,90 | 7,49 | 9,45 |
| 6 | 6º <i>Chepe Fortuna</i> | Televen | 8,89 | 6,70 | 10,83 | 6,45 | 13,97 | 7,54 | 19,51 | 4,95 | 4,65 | 7,54 | 8,76 |
| 7 | 7º <i>Doña Bárbara</i> | Televen | 7,95 | 6,23 | 17,86 | 8,99 | 12,67 | 6,66 | 14,41 | 5,88 | 3,98 | 7,25 | 9,07 |
| 8 | 8º <i>El capo</i> | Televen | 7,90 | 4,98 | 13,89 | 8,87 | 11,43 | 6,59 | 12,02 | 3,70 | 3,90 | 6,80 | 7,64 |
| 9 | 9º <i>A corazón abierto</i> | Venevisión | 6,84 | 4,78 | 9,35 | 5,44 | 9,73 | 5,87 | 14,43 | 3,45 | 3,87 | 5,43 | 7,84 |
| 10 | 10º <i>Rosario Tijeras</i> | Venevisión | 5,87 | 4,35 | 8,99 | 5,35 | 9,8 | 4,92 | 10,75 | 2,94 | 3,10 | 4,65 | 6,94 |

Fuente: Obitel – Datos obtenidos por el equipo de investigación, a partir de diversas fuentes.

11.3. La recepción transmediática

Hemos decidido trabajar no con la producción que encabeza a los Top Ten del año 2010, sino con una que está incluida dentro del este grupo, en el octavo lugar, a saber *El capo*. Las razones de esta selección van en dos sentidos. En primer lugar, la suspensión de su transmisión por parte de la televisora Televen y la segunda, por la cantidad de respuestas que se generaron por parte de la audiencia, tanto a favor como en contra de dicha “salida del aire”, lo cual nos ubica dentro del grupo de las producciones que tuvieron mayor impacto en internet, luego de poco más de un mes de transmisiones. Optamos por dividir la semana a analizar en dos partes. La primera mitad, corresponde al lapso antes de la salida del aire y la segunda mitad, al lapso posterior a su salida. Las herramientas y espacios de interacción seleccionadas son cuatro, a saber Twitter, YouTube, Noticiero Digital y Total tv. Éstas permitieron que la audiencia se apropiara del tema y que emitiera argumentos a favor o en contra de la medida así como sobre los contenidos de la telenovela. Apasionados comentarios, como los que se observaron en un foro del portal informativo Noticiero Digital, que tuvo 14 comentarios el mismo día de su apertura, dieron cuenta de que la trama trascendió las pantallas y que generó impacto en la audiencia venezolana. Fue difícil identificar el género de los participantes debido a que muchos usan *nicknames* que no permiten su identificación. Incluso la discusión fue más allá e incorporó a personas que no seguían la telenovela, pero consideraban propicios los espacios de discusión en internet para fijar su posición sobre la libertad de expresión en el país. Un ejemplo de ellos es el forista *Simoran*, quien señaló:

Eso eso se llama, autocensura [...] ... no soy, ni seré novelero... pero es bueno que ese tipo de tramas, aunque ficticias, la vean los adultos y así podrán observar como funcionan las actividades de los malditos narcos y luego explicarle o vigilar a los hijos, pa' que no caigan nunca en eso... la verdad es que no veo justificación por esa medida y menos

si cuatro pendejos lo solicitan y no la gran mayoría de los noveleros [...]
(Noticiero Digital, 2010)

Mientras otros, como el forista identificado como *Andrés García791*, aprovecharon la coyuntura para pedir también la salida del aire de otros programas:

Deberían sacar de Televen un programa que alienta el libertinaje, mas bien parece una venta al mejor postor, el programa se llama creo que Doce Corazones o algo así, además que lo pasan en horario de todo público, luego se preguntan porqué (sic) hay tanta promiscuidad. (Noticiero Digital, 2010)

Entretanto el blog *Total T.V.* registró 36 comentarios en menos de cuatro días en los que la polémica, diversidad de puntos de vista e incluso comentarios políticos se hicieron presentes:

Las telenovelas salieron del aire por el clamor popular que solicitó firmeza y decisión a CONATEL para sacar del aire esas dos basuras [...];

estas historias [...] son escritas por unos tremendos autores, y no se escapan de la realidad en que vive nuestro país;

[...] con respecto a las novelas, no enseñan nada productivo y las colombianas la mayoría son de drogas y prostitución [...] como si ese país sólo tuviera ese tipo de gente [...];

[...] el asunto de las drogas y las bajas pasiones no son ajenas a nuestro estilo de vida; el fanatismo por una política errada de prohibición y censura no nos lleva a nada, esas series eran transmitidas después de las 11pm. Deberían dejar que las personas decidan que clase de programas quieren ver [...];

esas novelas representan realidades cotidianas en nuestro país;

bueno ahora q nos queda??? sino ver a El Chavo y El Zorro en horario estelar. Total TV, 2010

Otros espacios revisados para constatar otras versiones relativas a la salida del aire de la telenovela fue el Twitter de la unidad de relaciones públicas de Televen, identificada como @RRPPTVELEVEN, lo cual nos ubica en la dimensión institucional, teniendo un registro de

44 *following* y 9.580 *followers*. Constatamos que en la semana previa y en la posterior a la salida del aire de la telenovela, no hubo ninguna mención sobre el caso. Las únicas menciones a la telenovela corresponden al mes de septiembre o a los primeros días del mes de octubre, en los que invitan a la audiencia a ver la telenovela y afirman que han ganado en audiencia a la telenovela *Rosario Tijeras* difundida por el canal de la competencia, Venevisión.

En una revisión hecha a través de la red social Facebook, encontramos que fueron creados varios grupos para incentivar el regreso del aire de la telenovela. Unos de éstos es *El capo (Club de fans Venezuela)*, creado el 28 de septiembre de 2010 y que agrupa a 802 personas. El grupo ofrece a sus seguidores un *link* en el que se pueden descargar todos los capítulos de la telenovela: <<http://www.tvytelenovelas.com/2010/03/todos-los-capitulos-de-el-capo-no.html>>. A pesar de integrar a un importante número de personas, en el muro del grupo de no se observa ningún comentario relacionado con la salida del aire. Otro grupo de interés es “Venezuela quiere de vuelta a Rosario Tijeras y El capo”, con 1.886 fans, y creado el 31 de octubre de 2010. Los creadores del grupo de forma recurrente colocan preguntas para motivar la participación, relacionadas con la posibilidad de que las telenovelas regresen al aire. Un elemento de interés es que este grupo congrega a seguidores de ambas telenovelas y promueve su regreso al aire sin discriminación. Incluso los fans comparten *links* en el que los interesados pueden descargar los capítulos o información sobre canales que difunden su señal en televisión por suscripción, que tienen a alguna de las telenovelas en su oferta de programación.

Otros grupos más pequeños como 100.000 Me gusta Para que el Capo Buelva (sic) a Televen, creado el 31 de octubre de 2010, no tuvo el mismo impacto que los anteriores, pues sólo logró agrupar a 18 personas.

Lo importante de todas estas experiencias es que una limitación para que la audiencia pudiera disfrutar de estas telenovelas por

los canales de señal abierta, se convirtió en una oportunidad para diseñar espacios de intercambio con el apoyo de medios tecnológicos y que los televidentes buscaran opciones alternativas para poder seguir los contenidos de las estas telenovelas e incluso comentar los capítulos, compartir ideas sobre lo que creían que debería suceder en la trama o simplemente intercambiar emociones y sentimientos generados a partir de la trama.

Como señala Leonardo Padrón, escritor de la telenovela *La mujer perfecta*: “ahora hay una interacción brutal con el televidente. La gente chatea y opina mientras ve la novela, por Twitter, por Facebook, por Blackberry. Ahora somos un gran foro colectivo en el que todos comentan” (*El Nacional*, 6 de agosto de 2010).

En relación a lo anterior es importante señalar el caso de *La mujer perfecta*, en la que interacción se dio a través de la cuenta de Facebook que reúne a 243.957 personas (<<http://www.facebook.com/lamujerperfecta>>). A través del Twitter, se genera interacción entre guionistas, audiencia y actores, que se da de forma simultánea a la transmisión de los capítulos. A través de la cuenta @lamujerperfecta, que reúne 62.250 seguidores, el equipo de producción comenta lo que ocurre, coloca resúmenes y anuncia cómo continuará la trama. Mientras que la audiencia envía comentarios, preguntas, felicitaciones tanto al escritor, como a los guionistas y actores. Incluso algunos actores han creado cuentas con los nombres de sus personajes, en los que comparten con la comunidad de *twitteros* comentándole las preocupaciones y alegrías del personaje y consultando a las audiencias acerca de lo que deberían hacer para afrontar las situaciones que les toca vivir en la trama.

11.4. Lo más destacado del año

Destacamos como relevante cuatro aspectos que incidieron negativamente en la recepción televisiva: 1) La transmisión de los partidos de fútbol correspondientes al Mundial de Fútbol de la FIFA Su-

dáfrica 2010; 2) La interrupción de la programación para transmitir las denominadas “Cadenas Presidenciales” o “Mensajes Oficiales”; 3) Los cambios del horario de programación por parte de las cadenas, sin previo aviso, así como el “recorte” de las emisiones y, 4) Las interrupciones y suspensión del servicio de energía eléctrica en diferentes partes del país, especialmente durante el primero, segundo y tercer trimestre del año, situación que fue detectada al revisar algunos foros y espacios de discusión de la audiencia, entre otros aspectos que incidieron en la producción y recepción televisiva. Un elemento que deseamos destacar, tiene que ver con el episodio protagonizado por el Teniente Coronel Hugo Rafael Chávez Frías, en el primer programa dominical del año *Aló Presidente* (número 374) transmitido el 10 de enero de 2010, desde la población El Tinaco, en el Estado Cojedes, en el que el mandatario confesó su afición por las telenovelas, práctica que desarrolló desde su encierro carcelario como consecuencia del golpe de Estado que lideró en contra de Carlos Andrés Pérez, en el año 1992. Tras confesar que en la cárcel “no me pelaba telenovela” (no dejaba de verlas), afirmó – al dirigirse a Román Chalbaud, (cineasta y dramaturgo) y a Luis Brito García (escritor) – “Les voy a pedir que hagamos telenovelas socialistas, distintas a las capitalistas [...] como las que se difunden en Cuba, con contenido social”.

Asimismo, aseguró que en el país “también se puede hacer buen cine [...] No cine capitalista que es veneno y que incita a nuestros niños al consumo de drogas e incluso los llevan hacia la delincuencia”. Así, aunque el primer mandatario trazó esta línea de trabajo con “valores sociales y revolucionarios”, vemos que la realidad de la ficción seriada televisiva de producción nacional fue otra, y que se manifestó en la casi desaparición de la ficción nacional de estreno de nuestras pantallas. De un total de 92 títulos vistos, apenas cinco (lo que equivale al 5,43%), se produjeron en nuestro país. De esos cinco títulos (que representan 161:02:00 horas de producto acabado), 155:42:00 horas correspondieron a la producción generada desde el ámbito priva-

do concretamente desde Venevisión (*Corazones extremos*, 42 minutos, *Harina de otro costal*, 60 horas, y *La mujer perfecta*, 95 horas) y cinco horas y media, a producción de ficción generada desde el ámbito público (cinco horas para *Miranda regresa, la serie*, desde La Villa del Cine, y 20 minutos para *Leyendas de nuestro pueblo – La comparsa de las ánimas*, producida por Vive tv).²¹ Frente a la poca producción de ficción nacional en el país, sobresale la oferta que proviene de otros escenarios, en la que se distingue la producción que proviene de México, EE.UU. y Colombia. De este último país, es importante mencionar las telenovelas y series que incluyen en su trama el tema de la violencia y específicamente, la violencia generada a partir del fenómeno del tráfico de estupefacientes y la *narcocultura*, que incluye una cantidad de hábitos, instituciones y elementos simbólicos, razón por las que se les denomina *narconovelas*.

En relación a la poca producción de ficción seriada con sello nacional y al éxito de la producción colombiana, consideramos importante destacar el trabajo de Carolina Acosta-Alzuru ¿Ha muerto la telenovela venezolana? (5 de julio de 2010),²² en el que manifestaba

21 Al revisar la producción cinematográfica nacional del 2010, encontramos que se estrenaron cinco largometrajes de ficción, a saber *Cheila, una casa pa'maita* dirigida por Eduardo Barbarena; *Muerte en alto contraste* dirigida por César Bolívar; *Taita Boves* de Luis Alberto Lamata; *Havana Eva* de Fina Torres; *Hermano* dirigida por Marcel Rasquin.

22 Sobre el impacto de la telenovela colombiana en nuestro contexto expresa: "Hay varias razones: 1. La asociación entre las productoras colombianas y Telemundo (cuyo dueño es la cadena norteamericana NBC) ha logrado una poderosa mezcla de creatividad con altos presupuestos. 2. La telenovela colombiana no se produce bajo las restricciones de una Ley de Contenidos. 3. La telenovela colombiana no se produce en el ambiente que ha dejado en la tv venezolana la no renovación de la licencia de RCTV y la posterior salida del aire de RCTV Internacional. Estas medidas han traído como consecuencia aprehensión en la otra estación de televisión que produce telenovelas en Venezuela. El resultado de las razones 2 y 3 es una telenovela menos atractiva, menos arriesgada y menos contemporánea porque es excesivamente escrupulosa. 4. Las telenovelas colombianas no se producen bajo el esquema cambiario y con las devaluaciones que existen en Venezuela,

que, para ese momento no se encontraba al aire ninguna telenovela venezolana luego de décadas de trabajo sostenido. Desde el punto de vista de los contenidos, resulta ineludible nombrar al cuerpo como tema, lo cual aparece reflejado tanto en *El clon*, *A corazón abierto* como en *La mujer perfecta*. En el caso venezolano, desde el “Centro Estético Infinito” y una academia de modelaje, se cuenta la historia de seis mujeres, que intentan convertirse en *La mujer perfecta*, a través de diversos procedimientos que van desde el ejercicio y las dietas, hasta las intervenciones y transformaciones corpóreas. Esto ha servido para interpretar que, en las sociedades occidentales contemporáneas y, en especial, en el contexto venezolano, la feminidad está vinculada no sólo a formas de comportamiento, sino también a la configuración de imágenes específicas, entre las que encontramos las que están vinculadas con la conformación de la corporalidad. Como ejemplo de lo anterior tenemos a las múltiples intervenciones quirúrgicas, regímenes dietéticos y de ejercicios, medicamentos y un sin fin de aditamentos que se utilizan para alcanzar lo que se concibe como el “ideal de belleza” corporal. Asimismo vemos que la construcción social del “cuerpo” funciona también como “expresión” de la exclusión, sobre todo en quienes no reproducen determinadas concepciones de “ideal corporal”. Esto tal vez, es el acierto más importante de *La mujer perfecta* poner en evidencia, uno de los grandes problemas socioculturales del contexto actual.

11.5. Tema del año: la calidad en la ficción televisiva

En el caso venezolano, tomaremos como referencia para establecer los parámetros de calidad por una parte los referenciados por Viñes

las cuales inciden en la actualización de nuestros equipos y el entrenamiento de nuestro personal. 5. Las telenovelas colombianas han sido mejor mercadeadas en el mercado internacional que las venezolanas” (Acosta-Alzuru, 2010, parr-5). En: Blog “Telenovelas”, de Carolina Acosta-Alzuru, localizado en <<http://telenovelas-carolina-esp.blogspot.com/>>.

y Gonzáles (2008) y por otra, los de Mulgan (1990), aplicable a la producción de ficción nacional de estreno. En relación al primer aspecto, podemos afirmar que desde el punto de vista del aspecto narrativo, hay un intento por trabajar en base a tramas conocidas, como es el caso de la célebre *Romeo y Julieta* de William Shakespeare, en la que el enfrentamiento de las familias es el obstáculo para la realización amorosa. Si bien el argumento ha funcionado históricamente, en el caso de las dos producciones que se elaboraron tomándolo como base, a saber, *Corazones extremos* y *Harina de otro costal*, no fueron exitosas. La primera sólo tuvo la emisión del capítulo de estreno y la segunda, no logró los índices de audiencia esperados. Ello sin embargo no ocurrió con *La mujer perfecta* en la que tanto la temática principal, así como la construcción de personajes y la elaboración de líneas argumentales, sumado a la particular forma que utiliza Leonardo Padrón en sus diálogos, la inclusión del humor, el lenguaje metafórico y el argot urbano venezolano, así como la caracterización de los personajes, garantizó la aceptación del público.

En relación al segundo aspecto, a saber, la calidad técnica, desde nuestro punto de vista resalta el hecho de que *Miranda regresa, la serie* se realizó a partir de un producto acabado, el largometraje. Ello, desde el punto de vista técnico, permitió trabajar bajo la técnica cinematográfica (incidiendo ello en los ritmos de producción). Tener especial cuidado con la dirección de arte, las escenas masivas y la dirección de fotografía, sumado a ello, el hecho de tratarse de una ficción de época. En el caso de *La mujer perfecta*, vemos que está liderada por el reconocido cineasta César Bolívar, quien además ha sido productor y director de fotografía, existe un especial cuidado en lo que al lenguaje audiovisual (tipos de plano, movimientos de cámara, musicalización y edición) se refiere, lo cual le otorga calidad cinematográfica, así como en la dirección de actores y Puesta en escena, en el que por momentos integra a los personajes en interacción con el proceso de recepción televisiva, así como situaciones de un canal de tv. A ello se suma el hecho de que por tratarse el tema

de la belleza, hay un especial cuidado en los aspectos vinculados a la dirección de arte, como lo son el vestuario, maquillaje, escenografía y utilería. Asimismo, vale destacar el gran empeño puesto por Venevisión no sólo en lo que a inversión en la producción, sino en la promoción y seguimiento de las transmisiones.

Ello probablemente tuvo dos causas: incentivar la atención del público venezolano, que había estado sin la posibilidad de ver ninguna producción de estreno de factura nacional durante cuatro meses, e incentivar la participación e interacción con las audiencias, a través de diversos mecanismos, con la finalidad de lograr una mayor penetración de los televidentes y crear un sentido de pertenencia que se pudiera visibilizar en resultados favorables en las mediciones de audiencia. Por otra parte, sólo Venevisión fue la empresa que generó empleos directos a partir de la producción de las dos ficciones de estreno de larga duración. Asimismo, al conformar parte de la Organización Cisneros, existe garantía de su distribución a nivel internacional. Desde el punto de vista de la recepción, la calidad puede valorarse a partir de diversos indicadores: índices de audiencia, interacción a través de las redes sociales, participación a través de comentarios en diversos espacios (YouTube, foros etc.), y lo más importante, la presencia del tema en la opinión pública. Finalmente, el hecho de incluir una gran variedad de temas que abordan problemáticas sociales, la necesidad de promover conductas positivas frente a la diversidad, como por ejemplo, el trastorno de Asperger y el tratamiento del cuerpo a través de las líneas argumentales de forma transversal, se suman a los demás factores que colocan a esta telenovela en el Top Ten del 2010.

Referencias bibliográficas

- CONATEL. *Norma Técnica sobre los Servicios de Producción Nacional Audiovisual*, 2009. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/files/Servicio_Produccion_Nacional_Audiovisual/Norma_Tec_Prod_Nacional_Audiovisual.pdf>. Acceso el: 15 de febrero de 2011.
- CONATEL. (2010a). *Conatel exhortó a Televen y Venevisión la suspensión de programas no aptos para niños, niñas y adolescentes, en horario todo usuario*. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/noticiacompleta?id_noticia=2909>. Acceso el: 28 de febrero de 2011.
- CONATEL. (2010b). *Providencia Administrativa n. 1.569*. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/files/Servicio_Produccion_Nacional_Audiovisual/nota_providencia.pdf>. Acceso el: 10 de febrero de 2011.
- CONATEL. (2010c). *Total de Medios Comunitarios Habilitados*. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/files/solicitudes/habilitaciones/Total_de_Medios_Comunitarios_Habilitados.pdf>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.
- CONATEL. (2011a). *Conatel exhortó a Televen la suspensión de 12 corazones y Chepe Fortuna por contenidos denigrantes*. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/noticiacompleta?id_noticia=2916>. Acceso el: 11 de febrero de 2011.
- CONATEL. (2011b). *Servicio de Internet. Indicadores años 1998-2010*. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2010_anual/internet_10.pdf>. Acceso el: 11 de febrero de 2011.
- CONATEL. (2011c). *Telefonía Móvil. Indicadores años 1997-2010*. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2010_anual/telefoniamovil10.pdf>. Acceso el: 11 de febrero de 2011.
- EL UNIVERSAL. *Suspenden transmisión de las series El capo y Rosario Tijeras*, 28 de octubre de 2010. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/2010/10/28/tele_ava_suspenden-transmisio_28A4666451.shtml>. Acceso el: 15 de febrero de 2011.

INTERNET WORLD STATS. *América del Sur*, 2010. Disponible en: <<http://www.exitoeexportador.com/sur.htm#ve>>. Acceso el: 28 de febrero de 2011.

MARTÍNEZ, ANDREÍNA. "La situación de la telenovela es hija de la crisis del país". *El Nacional*, 6 de agosto de 2010. Disponible en: <<http://www.grupoactoral80.com/deinteres-leonardopadron4.html>>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.

NOTICIERO DIGITAL. *Sacan del aire a "Rosario Tijeras" y "El Capo"*, 2010. Disponible en: <<http://www.noticierodigital.com/forum/viewtopic.php?t=706257>>. Acceso el: 6 de marzo de 2011.

SÁNCHEZ G., JORGE ALAN. "Procesos de institucionalización de la narcocultura en Sinaloa". *Frontera Norte*, vol. 21, n. 41, enero-junio 2009, pp. 77-103, Colegio de la Frontera Norte, Tijuana.

TENDENCIAS DIGITALES. *9 millones de personas usan Internet en Venezuela*, 2010. Disponible en: <<http://www.tendenciasdigitales.com/794/9-millones-de-personas-usan-internet-en-venezuela/>>. Acceso el: 15 de febrero de 2011.

TOTAL TV. *Suspenden en Venezuela emisiones de El capo y Rosario Tijeras*, 2010. Disponible en: <<http://totaltvblog.com/2010/10/28/suspenden-en-venezuela-emisiones-de-el-capo-y-rosario-tijeras/>>. Acceso el: 6 de marzo de 2011.

TWITTER-VENEZUELA.COM. *Cuentas de Twitter en Venezuela*, 2011. Disponible en: <<http://twitter-venezuela.com/pag/cuantos-usan-twitter-en-venezuela>>. Acceso el: 25 de febrero de 2011.

ANEXO

FICHAS TÉCNICAS DE LOS TOP TEN DE LOS PAÍSES OBITEL

ARGENTINA

1. Valientes

Dirección: Martín Saban; Sebastián Pivotto

Guionistas: Marcos Carnevale; Lily Ann Martin

Elenco: Luciano Castro; Julieta Díaz; Mariano Martínez; Eleonora Wexler; Marcela Kloosterboer; Gonzalo Heredia; Betiana Blum; Arnaldo André

2. Malparida

Dirección: Jorge Nisco, Jorge Bechara

Guionistas: Lily Ann Martin, Pablo Junovich, Cecilia Guerty

Elenco: Juana Viale, Raúl Taibo, Gonzalo Heredia; Carina Zampini

3. Botineras

Dirección: Creación de Sebastián Ortega

Dirigido por: Carlos Luna, Pablo Vázquez, Diego Sánchez

Guionistas: Esther Feldman, Alejandro Maci, Nuri Abramowicz, Alejandro Quesada, Martín Méndez

Elenco: Florencia Peña, Nicolás Cabré, Romina Gaetani, Isabel Macedo

4. *Para Vestir Santos*

Dirección: Daniel Barone

Guionista: Javier Daulte

Género: Comedia dramática

Elenco: Gabriela Toscano, Celeste Cid, Griselda Siciliani, Betiana Blum, Hugo Arana, Fernán Mirás

5. *Casi Ángeles*

Dirección: Mariano Demaría, Mauro Scandolari y Flavio Rondelli

Guionista: Leandro Calderone

Elenco: Juan Pedro Lanzani, Mariana Espósito, María Eugenia Suárez, Nicolás Riera, Gastón Dalmau.

Apariciones de Emilia Attías, Julia Calvo

6. *Caín & Abel*

Dirección: Pablo Vázquez, Diego Sánchez, Andrés Palacios

Guionista: Guillermo Salmerón

Elenco: Joaquín Furriel, Fabián Vena, Julieta Cardinali, Vanesa González, Federico D'Elía, Luis Machín, Virginia Lago Luis Brandoni y Mercedes Oviedo

7. *Niní*

Dirección: Jesús Braseras y Deniel Defelippo

Guionistas: Jorge Chernov y Gabriela Fiore

Elenco: Florencia Bertotti, Federico Amador, Paula Morales, Juan Manuel Guilera, Melanie Chong, Sheyner Cristian Díaz Gómez, Paula Moarales, Esteban Meloni y Héctor Días

8. *Alguien que me quiera*

Dirección: Martín Saban y Sebastián Pivotto

Guionistas: Alejandro Ocón, Solange Keolegian, Sebastián Parrotta

Elenco: Osvaldo Laport, Andrea Del Boca, Miguel Ángel Rodríguez, Susú Pecoraro

9. *Todos contra Juan 2*

Dirección: Gastón Pauls y Gabriel Nesci

Guionista: Gabriel Nesci

Elenco: Gastón Pauls, Sebastián de Caro,
Mercedes Oviedo, Henny Trayles

10. *Sueña Conmigo*

Canal: Telefé

Dirección: Roberto Gómez Fernández

Guionista: Claudio Lacelli

Elenco: Eiza Gonzalez, Santiago Ramundo, Vanesa
Gabriela Leiro, Valentin Villafañe y Brenda Asnicar

BRASIL

1. *Viver a vida*

Producción: Globo

Dirección: Jayme Monjardim, Fabrício Mamberti

Guionista: Manoel Carlos

Elenco: Taís Araújo (Helena), Alinne Moraes (Luciana),
Lilia Cabral (Tereza), José Mayer (Marcos) y otros

2. *Caras e bocas*

Producción: Globo

Dirección: Jorge Fernando

Guionista: Walcyr Carrasco

Elenco: Flávia Alessandra (Dafne), Malvino Salvador
(Gabriel), Deborah Evelyn (Judith), Isabelle Drumond
(Bianca), Henri Castelli (Vicente) y otros

3. *Passione*

Producción: Globo

Dirección: Denise Saraceni, Carlos Araújo, Luiz Henrique Rios, Natalia Grimberg, Allan Fiterman, André Câmara

Guionista: Silvio de Abreu

Elenco: Fernanda Montenegro (Bete Gouvea), Tony Ramos (Totó), Mariana Ximenes (Clara) y otros

4. *Ti-ti-ti*

Producción: Globo

Dirección: Jorge Fernando

Guionista: Maria Adelaide Amaral

Elenco: Murilo Benício (Arclenes), Alexandre Borges (Jaques Leclair), Cláudia Raia (Jaqueline), Cristiane Torloni (Rebeca) y otros

5. *Dalva e Herivelto - Uma canção de amor*

Producción: Globo

Dirección: Dennis Carvalho, Cristiano Marques

Guionista: Maria Adelaide Amaral

Elenco: Adriana Esteves (Dalva de Oliveira), Fábio Assunção (Herivelto Martins) y otros

6. *Papai Noel existe*

Producción: Pindorama filmes/Globo

Dirección: Estevão Ciavatta

Guionista: Guel Arraes

Elenco: Regina Casé (Francis), Rodrigo Santoro (Robson Luiz), Isaac Bardavid (Seu Habib), Douglas Silva (Jalmir)

7. *Escrito nas estrelas*

Producción: Globo

Dirección: Rogério Gomes, André Binder, Fabio Strazzer, Pedro Vasconcelos, Roberta Richard

Guionista: Elizabeth Jhin

Elenco: Nathalia Dill (Viviane), Jaime Matarazzo (Daniel), Humberto Martins (Ricardo) y otros

8. *Cama de gato*

Producción: Globo

Dirección: Amora Mautner

Guionistas: Duca Rachid, Thelma Guedes

Elenco: Marcos Palmeira (Gustavo Brandão), Camila Pitanga (Rose), Paola Oliveira (Verônica), Carmo Dalla Vecchia (Alcino) y otros

9. *A grande família*

Producción: Globo

Dirección: Maurício Farias

Guionistas: Claudia Jouvin, Mauricio Rizzo e Bernardo Guilherme

Elenco: Marco Nanini (Lineu), Marieta Severo (Dona Nenê), Pedro Cardoso (Agostinho), Guta Stresser (Bebel), Lucio Mauro Filho (Tuco) y otros

10. *Batendo o ponto*

Producción: Globo

Dirección: José Lavigne

Guionista: Paulo Cursino

Elenco: Ingrid Guimarães (Val), Felipe Abib (Paiva), Pedro Paulo Rangel (o chefe), Eduardo Landim (Kleiton), Alexandre Nero (Caíque) y otros

COLOMBIA

1. A corazón abierto

Dirección: Sergio Osorio

Guionistas: Fernando Gaitán y Mauricio Miranda

Elenco: Verónica Orozco, Rafael Novoa Carolina Gómez, Jorge Enrique Abello, Juan Pablo Espinoza y Juan Manuel Mendoza

2. La Pola

Dirección: Sergio Cabrera

Guionista: Juan Carlos Pérez Flórez

Elenco: Carlos Hurtado, Carlos Camacho, Susana Torres, Ana Fernández, Ana María Estupiñán y Carolina Ramírez

3. Amor sincero

Dirección: Rodrigo Triana

Guionistas: Fabiola Carrillo y Rodrigo Holguín

Elenco: Marbelle, Rodolfo Silva, Marcela Benjumea, Carlos Vega e Inhira Serrano

4. Chepe Fortuna

Dirección: Mario Rivero

Guionistas: Miguel Ángel Baquero y Eloísa Infante

Elenco: Taliana Vargas, Javier Jattin, Kristina Lilley, Margalida Castro, Judy Henríquez, Carlos Muñoz y Consuelo Luzardo

5. Rosario Tijeras

Dirección: Rodrigo Lalinde y Carlos Gaviria

Guionistas: Carlos Duplat, Luz Mariela Santofimio

Elenco: María Fernanda Yépez, Sebastián Martínez, Andrés Sandoval, Liliana Vanegas y Adriana Arango

6. *Oye bonito*

Dirección: William González

Guionista: Arlet Castillo

Elenco: Karoll Márquez, Diana Hoyos, Patricia Hercole, Nicolás Nocceti y Alejandro Palacio

7. *Las detectivas y el Víctor*

Dirección: Pepe Sánchez

Guionista: Juan Manuel Cáceres

Elenco: Gregorio Pernía, Paola Rey, Nataly Umaña, Juan Pablo Gamboa y Joemy Blanco

8. *Amor en custodia*

Dirección: Juan Carlos Vásquez y Olga Lucía Rodríguez

Guionistas: Juliana Lema y Julio Castañeda

Elenco: Alejandra Borrero, Ernesto Calzadilla, Ana Wills, Iván López, Ana María Estupiñán, Estefanía Godoy y Marcelo Dos Santos

9. *El Capo*

Dirección: Ricardo Gabrielli y Lilo Vilaplana

Guionista: Gustavo Bolívar

Elenco: Marlon Moreno, Marcela del Mar, Katherine Vélez, María Adelaida y Diego Trujillo

10. *A mano limpia*

Dirección: Luis Orjuela, Rocío Cruz y Mónica Cifuentes

Guionistas: Diego Vivanco y Julio Contreras

Elenco: Valentina Acosta, Claudio Castaño, Elkin Díaz, Manuel Sarmiento y Amuschástegui Kepa

CHILE

1. Los 80 más que una moda

Dirección: Boris Quercia

Guionista: Rodrigo Cuevas

Elenco: Daniel Muñoz, Tamara Acosta, Loreto Aravena, Tomás Verdejo, Daniel Alcaíno y Lucas Escobar

2. 40 y Tantos

Dirección: María Eugenia Rencoret, Ítalo Galleani

Guionistas: Marcelo Leonart, Ximena Carrera, Andrea Franco, Carla Stagno, José Fonseca

Elenco: Francisco Melo, Paola Volpato, Francisco Pérez-Bannen, Francisca Imboden, Matías Oviedo

3. Conde Vrolock

Dirección: María Eugenia Rencoret, Víctor Huerta, Claudio López de Lérda

Guionistas: Pablo Illanes, Nona Fernández, Francisca Bernardi y Juan Pablo Olave

Elenco: Álvaro Rudolphy, Luz Valdívieso, Claudia Di Girolamo, Francisca Lewin, Francisco Reyes, Bastián Bodenhöfer

4. Mujeres de Lujo

Dirección: Patricio González

Guionistas: Coca Gómez, Josefina Fernández, Malú Urriola y Pablo Riquelme

Elenco: Fernanda Urrejola, Álvaro Morales, Pablo Macaya, Ignacia Allamand y Héctor Noguera

5. *Martín Rivas, Aventuras de un Soñador*

Dirección: María Eugenia Rencoret, Germán Barriga

Guionistas: Víctor Carrasco, David Bustos, Fernando Delgado, Jaime Morales, Carlos Oporto

Elenco: Diego Muñoz, María Gracia Omegna, Pablo Cerda, Ignacia Baeza, Álvaro Gómez, Mauricio Pesutic, Amparo Noguera

6. *Infieles*

Dirección: Rodrigo Díaz

Guionista: Rodrigo Gijón

Elenco: Variable según los episodios

7. *La Familia de al Lado*

Dirección: María Eugenia Rencoret, Víctor Huerta

Guionista: José Ignacio Valenzuela

Elenco: María Elena Swett, Jorge Zabaleta, Álvaro Rudolphy, Luz Valdivieso, Cristián Arriagada, Francisca Lewin

8. *El Día Menos Pensado*

Dirección: Carlos Pinto

Guionista: Carlos Pinto

Elenco: Variable según los episodios

9. *Los Ángeles de Estela*

Dirección: María Eugenia Rencoret, Rodrigo Velásquez, Nicolás Alemparte

Guionistas: Hugo Morales, Andrés Telías, Carlos Galofré, Diego Muñoz y Carla Stagno

Elenco: Coca Guazzini, María Elena Swett, Jorge Zabaleta, Cristián Arriagada, Francisco Pérez Bannen

10. Volver a Mí

Dirección: Matías Stagnaro

Guionistas: María Izquierdo, Omar Saavedra,
Enrique Videla y Vladimir Rivera

Elenco: María Izquierdo, Esperanza Silva,
Catalina Saavedra, Alejandro Trejo,
Alejandro Goic y Macarena Teke

ECUADOR

1. El Capo

Dirección: Riccardo Gabrielli y Lilo Vilaplana

Guionista: Gustavo Bolívar

Elenco: Marlon Moreno, Marcel Mar,
Katherine Vélez, Elkin Díaz, Diego Trujillo,
Manuel Sarmiento, Oscar Borda

2. El Primer Golpe

Dirección: Danny Gavidia

Guionistas: Roberto Stopello director dpt. Escritores

Elenco: Jeancarlos Canela, Miguel Varoni, Angélica Celaya

3. Rosario Tijeras

Dirección: Luis Solano, Carlos Gaviria,
Israel Sánchez, Rodrigo Lalinde

Guionistas: Carlos Duplat y Luz Marina
Santofimio. Historia original de Jorge Franco

Elenco: María Fernanda Yépez, Sebastián
Martínez, Andres Sandoval

4. *Amor Sincero*

Dirección: Rodrigo Triana

Guionista: Original de María Inés Sánchez,
Escrita por Fabiola Carrillo

Elenco: Marbelle, Marcela Benjumea, Carlos
Manuel Vesga, Indhira Serrano, Javier Botero

5. *Donde está Elisa*

Dirección: Leonardo Galavís, Nicolas Diblasi

Guionistas: Original de Pablo Illanes. Roberto
Stopello director dpt. escritores

Elenco: Vanessa Pose, Gabriel Porras, Sonya Smith,
Catherine Siachoque, Roberto Mateos, Jorge Luis Pila

6. *Más Sabe el Diablo*

Dirección: David Posada, Danny Gavidia

Guionistas: Original de Jimena Romero y Lina Uribe

Elenco: Gaby Espino, Jeancarlos Canela, Miguel Varoni, Jorge
Luis Pila, Patricia Pillar, Deborah Secco, Carmo Dalla Vecchia

7. *Mi Recinto*

Dirección: Fernando Villarroel

Guionista: Gino Freire

Elenco: Fernando Villarroel, Paola Olaya
y diez actores adicionales

8. *Doña Bella*

Dirección: Toni Navia

Guionista: Daniella Castagno

Elenco: Zharick León, Fabián Ríos, Marcelo Buquet, Luis
Fernando Múnera, Stephanie Cayo, Denise Garay, Luis Fernando
Salas, Stephanie Cayo, Jorge López, Pedro Rendón, Xilena Aycardi,
Armando Gutiérrez, Gloria Zapata, Gloria Montoya, Alfonso Ortiz

9. *Rosita, la taxista*

Dirección: Nitsy Grau, Lucho Aguirre y Guadalupe Llor

Guionistas: Cristián Cortéz, Hugo Calera

Elenco: Claudia Camposano, Diego Spotorno, Sonia Cubides, Santiago Carpio, Tania Salas, Marcela Ruete, Pablo Mario Ansaldo y Raymundo Zambrano

10. *Chepe Fortuna*

Dirección: Mario Ribero

Guionistas: Miguel Ángel Baquero, Eloísa Infante

Elenco: Tatiana Vargas, Javier Jattin, Carlos Muñoz, Judy Henríquez, Margalida Castro, Consuelo Luzardo, Pedro Palacio, Lorna Cepeda y Adriana Ricardo

ESPAÑA

1. *Águila roja*

Dirección: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo

Guionistas: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo, Pilar Nadal, Carmen O. Carbonero

Elenco: David Janer, Javier Gutiérrez, Francis Lorenzo, Miryam Gallego, Inma Cuesta, Pepa Aniorte y Roberto Álamo

2. *La señora*

Dirección: Lluís Maria Güell

Guionista: Virginia Yagüe

Elenco: Adriana Ugarte, Rodolfo Sancho, Roberto Enríquez, Anna Turpín, Laura Domínguez, Alberto Ferreiro y Lucía Jiménez

3. *Cuéntame cómo pasó*

Dirección: Tito Fernández, Agustín Crespi,
Antonio Cano y Sergio Cabrera

Guionistas: Eduardo Ladrón de Guevara, Patrick Buckley,
Alberto Macías, Jacobo Delgado y M^a Sol Farré

Elenco: Imanol Arias, Ana Duato, Ricardo Gómez, María
Galiana, Pablo Rivero, José Sancho y Roberto Cairo

4. *Felipe y Letizia*

Dirección: Joaquín Oristrell

Guionista: Joaquín Oristrell

Elenco: Amaia Salamanca, Fernando Gil, Juanjo
Puigcorbé, Marisa Paredes, Alicia Pérez, Àgata
Roca, Quim Vila, Elena Irureta y Ferrán Rañé

5. *Hispania, la leyenda*

Dirección: Carlos Sedes y Alberto Rodríguez

Guionistas: Ramón Campos, Ana Domínguez, Gema
R. Neira, Natxo López y María José Rustarazo

Elenco: Roberto Enríquez, Juan José Ballesta, Nathalie
Poza, Jesús Olmedo, Manuela Vellés y Ana de Armas

6. *La Duquesa*

Dirección: Salvador Calvo

Guionistas: Antonio Hernández Centeno y Carmen Pombero

Elenco: Irene Visedo, Roberto Enríquez, Manuel de
Blas, Carmen Sánchez y Karmele Aranburu

7. *Gran reserva*

Dirección: Carlos Sedes, Salvador García, Eduardo Armiñán

Guionistas: Ramón Campos, Gema R. Neira,

Moisés Gómez Ramos, Laura León, Déborah

Rope, Eligio R. Montero, Natxo López

Elenco: Emilio Gutiérrez Caba, Tristán Ulloa, Armando del Río, Ana Risueño, Paula Echevarría y Francesc Garrido

8. *El pacto*

Dirección: Fernando Colomo

Guionista: Santos Mercero

Elenco: Marina Salas, Macarena García, Diana

Gómez, Vicky Luengo, Denise Maestre, Georgina

Latre, Natalia Rodríguez y Gara Muñoz

9. *El secuestro de Anabel*

Dirección: Pedro Costa y Luis Oliveros

Guionistas: Pedro Costa y Antonio Ojeda

Elenco: Enrique Villén, Luisa Martín, Juan Antonio Codina, Amparo Climent, Roberto Quintana y Polina Kiryanova

10. *Los protegidos*

Dirección: Ignacio Mercero, Alfonso Arandia,

José Ramos Paíno y Álvaro Ron

Guionistas: Ruth García, Darío Madrona, David

Lorenzo, David Oliva y Luis Gamboa

Elenco: Antonio Garrido, Angie Cepeda, Ana Fernández, Luis Fernández, Mario Marzo y Priscilla Delgado

ESTADOS UNIDOS

1. Soy tu dueña

Dirección: Nicandro Díaz

Guionista: Inés Rodena (Co-adaptación:

Alejandro Orive y Gerardo Luna)

Elenco: Lucero, Fernando Colunga, Sergio Goyri,
Silvia Pinal, David Zepeda, Gaby Spanic

2. Sortilegio

Dirección: Karina Duprez y Mónica Miguel

Guionista: Caridad Bravo Adams

Elenco: Jacqueline Bracamontes, William Levy,
Daniela Romo, David Zepeda y Chantal Andere

3. Hasta que el dinero nos separe

Dirección: Armando Uiñonez y Víctor Manuel Fouilloux

Guionista: Fernando Gaitán

Elenco: Itatí Cantoral, Pedro Fernández,
Luz Elena González y Víctor Noriega

4. En el nombre del amor

Dirección: Fernando Nesme

Guionistas: Maricarmen Peña y Cuauhtémoc Blanco

Elenco: Victoria Ruffo, Leticia Calderón,
Sebastián Zurita y Altair Jarabo

5. Eva Luna

Dirección: Leandro Padrón

Guionistas: Alex Hadad y Nora Castillo,
original de Isabel Allende

Elenco: Blanca Soto, Guy Ecker, Susana
Dosamantes y Jorge Lavat

6. *Mi Pecado*

Dirección: Gilberto Macín Arenas y Aurelio Ávila Arriaga

Guionistas: Cuauhtémoc Blanco,

Maricarmen Peña y Víctor Medina

Elenco: Maite Perroni, Eugenio Siller, Daniela

Castro, Armando Araiza y Sergio Goyri

7. *Mujeres Asesinas 2*

Dirección: Mafer Suárez y Carlos García Agraz

Guionista: Damián Szfron

Elenco: Variable según los episodios

8. *Llena de amor*

Dirección: Angelli Nesma

Guionistas: Carolina Espada/Rossana Negrín

Elenco: Ariadne Díaz, Valentino Lanús,

César Evora y Altair Jarabo

9. *La Rosa de Guadalupe*

Dirección: Miguel Ángel Herros

Guionistas: Carlos Mercado y Julian Aguilar

Elenco: Variable según los episodios

10. *Un gancho al corazón*

Dirección: Alejandro Gamboa

Guionistas: Juan Carlos Alcalá y Fermín Zúñiga

Elenco: Danna García, Sebastián Rulli, Ana Martín,

Otto Sirgo, Armando Araiza y Laisha Wilkins

MÉXICO

1. Soy tu dueña

Dirección: Nicandro Díaz

Guionista: Inés Rodena (Co-adaptación:

Alejandro Orive y Gerardo Luna)

Elenco: Lucero, Fernando Colunga, Sergio Goyri,
Silvia Pinal, David Zepeda, Gaby Spanic

2. Triunfo del amor

Dirección: Alberto Díaz

Guionista: Delia Fiallo

Elenco: Victoria Ruffo, Maite Perroni, William Levy,
Osvaldo Rios, Daniela Romo y Diego Olivera

3. Llena de amor

Dirección: Angelli Nesda

Guionistas: Carolina Espada/Rossana Negrín

Elenco: Ariadne Díaz, Valentino Lanús,
César Evora y Altair Jarabo

4. Cuando me enamoro

Dirección: Carlos Moreno Laguillo

Guionista: Caridad Bravo Adams

Elenco: Silvia Navarro, Juan Soler, Jessica Coch y Lisardo

5. Teresa

Dirección: Mónica Miguel

Guionista: Mimí Bechelani

Elenco: Angelique Boyer, Aarón Díaz, Sebastián Rulli,
Ana Brenda, Cynthia Klitbo y Margarita Magaña

6. *Zacatillo*

Dirección: Lucero Suárez

Guionista: Pedro Pablo Quintanilla

Elenco: Ingrid Martz, Jorge Aravena, Laura Zapata, Patricia Navidad, Arath de la Torre y Arleth Terán

7. *Para volver a amar*

Dirección: Eric Morales/ Francisco Franco

Guionistas: Adriana Suárez/Pedro Miguel Rozo

Elenco: Rebecca Jones, René Strickler, Alejandro Camacho, Nailea Norvid, Alejandra Barros y Jesús Ochoa

8. *Locas de amor*

Dirección: Francisco Franco-Alba

Guionistas: Pablo Lago/Susana Cardozo

Elenco: Daniel Giménez Cacho, Cecilia Suárez, Ilse Salas y Ximena Ayala

9. *El Clon*

Dirección: Mauricio Cruz y Agustín Restrepo

Guionista: Gloria Pérez

Elenco: Sandra Echeverría, Mauricio Ochmann, Juan Pablo Raba, Andrea Montenegro, Saúl Lisazo, Roberto Moll, Daniel Lugo y Andrea López

10. *Gritos de muerte y libertad*

Dirección: Mafer Suárez y Gerardo Tort

Guionistas: Caitlin María Irwin/Carlos Pascual/

Luis Mario Moncada/Catalina Aguilar

Elenco: Daniel Jiménez Cacho, Cecilia Suárez, Diego Luna, José María Yaspik, Alberto Estrella, Julio Bracho, Odiseo Bichir y Alejandro Tommasi

PORTUGAL

1. Deixa que te leve

Dirección: Gonçalo Mourão, António Borges Correia,
Jorge Humberto, José Afonso Pimentel, Luís Justo

Guionista: Patrícia Müller

Elenco: Mariana Monteiro, João Catararé,
Vera Kolodzig, Maya Booth

2. Espírito Indomável

Dirección: Carlos Dante, António
Martinho, José Manuel Fernandes

Guionista: Sandra Santos

Elenco: Diogo Amaral, Vera Kolodzig,
António Capelo, Luís Esparteiro

3. Meu Amor

Dirección: António Moura Mattos, Nuno Franco, Paulo Brito

Guionista: António Barreira

Elenco: Nicolau Breyner, Margarida Marinho,
Alexandra Lencastre, Rita Pereira, Paulo Pires,
Rodrigo Menezes, Marco D'Almeida

4. Destino Imortal

Dirección: Artur Ribeiro, António Borges
Correia, José Manuel Fernandes

Guionistas: Artur Ribeiro e Cristina Silva

Elenco: Pedro Barroso, Catarina Wallenstein, Rogério
Samora, Maria João Luís, Evelina Pereira, Jorge Corrula

5. *Sedução*

Dirección: António Borges Correia, Luís Justo,
Gonçalo Mourão, Carlos Salgueiro

Guionista: Patrícia Müller

Elenco: Paula Lobo Antunes, José Carlos Pereira,
Rogério Samora, Pedro Teixeira, Pedro Carvalho

6. *Mar de Paixão*

Dirección: António Borges

Guionista: Patricia Muller

Elenco: Paula Lobo Antunes, Sara Salgado,
Rogério Zamora y José Carlos Pereira

7. *Perfeito Coração*

Dirección: Duarte Teixeira, José Macedo, Miguel Guerreiro

Guionista: Pedro Lopes

Elenco: Sandra Barata Belo, Ricardo Pereira,
Alexandre de Sousa, Jorge Henriques

8. *Dias Felizes*

Dirección: Manuel Rebelo

Guionista: Maria João Mira

Elenco: Dalila Carmo, Marco Delgado, Helena
Isabel, Júlio César, Lúdia Franco, Helena Laureano,
Liliana Santos, Carlos Vieira, João Pedro Silva,
Joana Barradas, Ruth Teixeira e Sara Butler

9. *Laços de Sangue*

Dirección: Guilherme Bokel

Guionistas: Pedro Lopes e Aguinaldo Silva

Elenco: Diana Chaves, Diogo Morgado, Joana Santos,
Carlos Vieira, Lia Gama, Margarida Carpinheiro,
Pompeu José, Teresa Tavares, Rui Santos

10. República

Dirección: Pandora da Cunha Telles, Pablo Iraola

Guionista: Jorge Paixão da Costa

Elenco: Helena Costa, Pedro Lamares, Joaquim de Almeida, Filipe Vargas, Ian Vellozo, Fernando Luíz, Claudia Jardim, Inês Nogueira, Ana Nave, Cassiano Carneiro, António Melo, Sisley Dias

URUGUAY

1. ¿Dónde está Elisa?

Dirección: María Eugenia Rencoret

Guionistas: Pablo Llanes, Nora Fernández, Hugo Morales y Josefina Fernández

Elenco: Francisco Melo, Sigrid Alegría, aro Rudolphy, Montserrat Prats, Paola Volpato, Francisco Reyes, Francisca Imboden, Alejandra Fosalba

2. Porque te quiero así

Dirección: Eduardo Rípari

Guionista: Adriana Lorenzón

Elenco: Florencia Peña, Jorge “Coco” Echagüe y Jorge Esmoris. Ruben Rada, Gustaf, Noelia Campo, Humberto de Vargas, Cristina Morán, Ademar Rubbo, Virginia Ramos, Martín Cardozo, Florencia Zabaleta y Mauricio Jortack

3. Malparida

Dirección: Jorge Nisco, Jorge Bechara

Guionistas: Lily Ann Martin, Pablo Junovich, Cecilia Guerty

Elenco: Juana Viale, Raúl Taibo, Gonzalo Heredia; Carina Zampini, Selva Alemán

4. *Acuarela de amor*

Dirección: Jorge Fernando

Guionista: Walcyrr Carrasco

Elenco: Flávia Alexandra, Malvino Salvador, Ingrid Guimarães, Deborah Evelyn, Isabelle Drummond

5. *La niñera*

Dirección: Claudio Ferrari

Guionistas: Fran Drescher, Peter Marc Jacobson

Elenco: Florencia Peña, Boy Olmi, Roberto Carnaghi, Carola Reyna, Agustina Córdova, Malena Luchetti, Mariano Colombo, Mirta Busnelli, Carmen Vallejo, Jorgelina Aruzzi

6. *Ciudad paraíso*

Dirección: Rogério Gomes

Guionista: Edmara Barbosa

Elenco: Eriberto Leão, Nathália Dill, Vanessa Giácomo, Cássia Kiss Magro, Reginaldo Faria

7. *Águila roja*

Dirección: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo

Guionistas: Daniel Écija, Juan Carlos Cueto, Ernesto Pozuelo, Pilar Nadal, Carmen O. Carbonero

Elenco: David Janer, Javier Gutiérrez, Francis Lorenzo, Miryam Gallego, Inma Cuesta, Pepa Aniorte, Roberto Álamo, Santiago Molero, Erika Sanz, Marta Aledo, Guillermo Campa, Patrick Criado, Oscar Casas, Borja Sicilia

8. *Alguien que me quiera*

Dirección: Martín Saban y Sebastián Pivotto

Guionistas: Alejandro Ocón, Solange

Keolegian, Sebastián Parrotta

Elenco: Osvaldo Laport, Andrea Del Boca, Miguel

Ángel Rodríguez, Susú Pecoraro, Viviana Saccone,

Luisana Lopilato, Nacho Gadano, María Leal

9. *Mujeres de Lujo*

Dirección: Patricio González

Guionistas: Coca Gómez, Josefina Fernández,

Malú Urriola, Pablo Riquelme

Elenco: Fernanda Urrejola, Álvaro Morales, Pablo

Macaya, Ignacia Allamand, Héctor Noguera

10. *Mas sabe el diablo*

Producción: Telemundo internacional

Dirección: David Posada, Danny Gavidia

Guionistas: Ximena Romero y Lina Uribe

Elenco: Gaby Espino, Jencarlos Canela, Miguel Varoni

VENEZUELA

1. *La mujer perfecta*

Dirección: César Bolívar

Guionista: Leonardo Padrón

Elenco: Mónica Spear, Ricardo Álamo, Ana Karina Manco,

Marlene De Andrade, Manuel Sosa, Marisa Román, Flavia Gleske

2. *Soy tu dueña*

Dirección: Salvador Garcini

Guionista: Inés Rodena

Elenco: Lucero, Fernando Colunga, Gabriela Spanic, Sergio Goyri, Jacqueline Andere, David Zepeda, Silvia Pinal, Ana Martín, Jose Carlos Ruiz

3. *El Clon*

Dirección: Hugo León Ferrer

Guionista: Gloria Pérez (idea original)

Elenco: Mauricio Ochmann, Sandra Echeverría, Saúl Lisazo, Roberto Moll, Géraldine Zivic, Andrea López, Juan Pablo Raba, Tiberio Cruz

4. *¿Dónde está Elisa?*

Dirección: Aurelio Valcárcel

Guionista: Pablo Illanes

Elenco: Catherine Siachoque, Sonya Smith, Gabriel Porras, Jorge Luis Pila, Vanessa Pose, Roberto Mateos, Ivelín Giro

5. *Más sabe el diablo*

Dirección: David Posada y Danny Gavidia

Guionistas: Jimena Romero y Lina Uribe

Elenco: Gaby Espino, Jencarlos Canela, Miguel Varoni, Karla Monroig, Jorge Luis Pila, Carlos Camacho

6. *Chepe Fortuna*

Dirección: Mario Ribero

Guionistas: Miguel Ángel Baquero y Eloisa Infante

Elenco: Taliana Vargas, Javier Jattin, Kristina Lilley, Margalida Castro, Judy Henríquez, Carlos Muñoz, Consuelo Luzardo

7. *Doña Bárbara*

Dirección: Arturo Valcárcel Carrol

Guionista: Valentina Párraga – Adaptación

Elenco: Edith González, Christian Meier, Génesis Rodríguez, Paulo Quevedo, Roberto Mateos, Katie Barberi, Arap Bethke

8. *El Capo*

Dirección: Riccardo Gabrielli y Lilo Vilaplana

Guionista: Gustavo Bolívar

Elenco: Marlon Moreno, Marcela Mar, Katherine Vélez, Elkin Díaz, Manuel Sarmiento, Oscar Borda, María Adelaida Puerta, Manuel José Chávez, Natalia Jerez

9. *A Corazón Abierto*

Dirección: Sergio Osorio

Guionistas: Shonda Rhimes (original), Fernando Gaitán (adaptador), Mauricio Miranda, Mauricio Guerra, Cecilia Percy, Elkin Ospina, Fernan Rivera

Elenco: Verónica Orozco, Rafael Novoa, Carolina Gómez, Jorge Enrique Abello, Juan Pablo Espinoza

10. *Rosario Tijeras*

Dirección: Luis Solano, Carlos Gaviria, Israel Sánchez, Rodrigo Lalinde

Guionistas: Jorge Franco (original) Carlos Duplat y Luz Marina Santofimio

Elenco: María Fernanda Yépez, Sebastián Martínez, Andres Sandoval, Liliana Vanegas, Adriana Arango, Héctor García



El *Anuario Obitel 2011* se constituye como el quinto libro de una serie histórica iniciada en el 2007 y refleja la maduración de un modelo metodológico que busca aliar el estudio de base cuantitativa al análisis contextual de la ficción televisiva asociada a la dinámica sociocultural en los diferentes países integrantes del Observatorio Ibero-Americano de la Ficción Televisiva.

A través de un estudio sistemático basado en el monitoreo de las producciones de ficción televisiva, este *Anuario* presenta y analiza datos de producción, circulación, distribución y consumo de programas de ficción exhibidos en el 2010 y presenta una síntesis comparativa de lo que fue el año en términos de ficción televisiva en los países de Obitel.

La centralidad de las narrativas ficcionales de televisión en la constitución del escenario de comunicación en la actualidad se muestra cada vez más elocuente tanto en la constitución de las identidades y culturas como en la adopción de modelos de negocios estratégicos por parte de las empresas de comunicación. Dentro de ese cuadro, el estudio nos ofrece la posibilidad de pensar la comunicación y la sociedad a partir de variables que contienen, entre otras, la realidad y la ficción, el singular y el plural, el arte y el mercado, la tradición y la tecnología de punta. Ese también es el terreno fértil para discutirse como tema del año de Obitel, el que es calidad en la ficción de televisión. Finalmente, el presente anuario nos propone caminos para pensar/actuar en el territorio disputado que caracteriza la producción y la recepción de la comunicación en la contemporaneidad. Territorio ese cada vez más marcado por las producciones y mediciones que se crean y circulan en la internet constituyendo una nueva frontera también para los estudios de ficción televisiva.



GLOBO UNIVERSIDADE

ISBN 978-85-250-5073-1



9 788525 050731