

La ficción televisiva chilena en el 2009¹

Valerio Fuenzalida y Pablo Julio (coordinadores)
Verónica Silva - Ignacio Polidura - Soledad Gutiérrez

Con la colaboración de Time-Ibope

1. El contexto audiovisual del país

1. 1. La TV abierta en el país

Tabla 1.1. Cadenas nacionales de TV en el país

Tipo de canal	Identificación
Público	TVN – Televisión Nacional de Chile
Privados universitarios	UC TV - canal 13 (Pontificia Universidad Católica de Chile) UCV TV (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso)
Privados	Chilevisión ² Mega Red ³ Telecanal

La única cadena con total cobertura nacional es TVN, la cadena pública, ya que por ley debe cubrir todo el territorio y toda la población. La segunda cadena en mayor cobertura en población es UC TV - canal 13 de la Universidad Católica de Chile. Las demás cadenas cubren la mayor parte de la población urbana, y dejan de cubrir las zonas geográficas apartadas y las localidades con menor cantidad de población. El Consejo Nacional de TV (CNTV) dispone de un fondo económico anual para subsidiar la instalación de repetidoras de TV en localidades aisladas, al cual pueden recurrir los canales y las propias localidades que aspiran a cobertura de determinados canales.

¹ Este informe es una ampliación del capítulo chileno publicado en el Anuario 2010 de Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva - OBITEL. Los informes chilenos se pueden ver en www.obitel.cl

² De propiedad de Sebastián Piñera, quien el 11 de Marzo del 2010 asumió como nuevo Presidente de la República.

³ Red y Telecanal están vinculados al empresario de televisión Angel González.

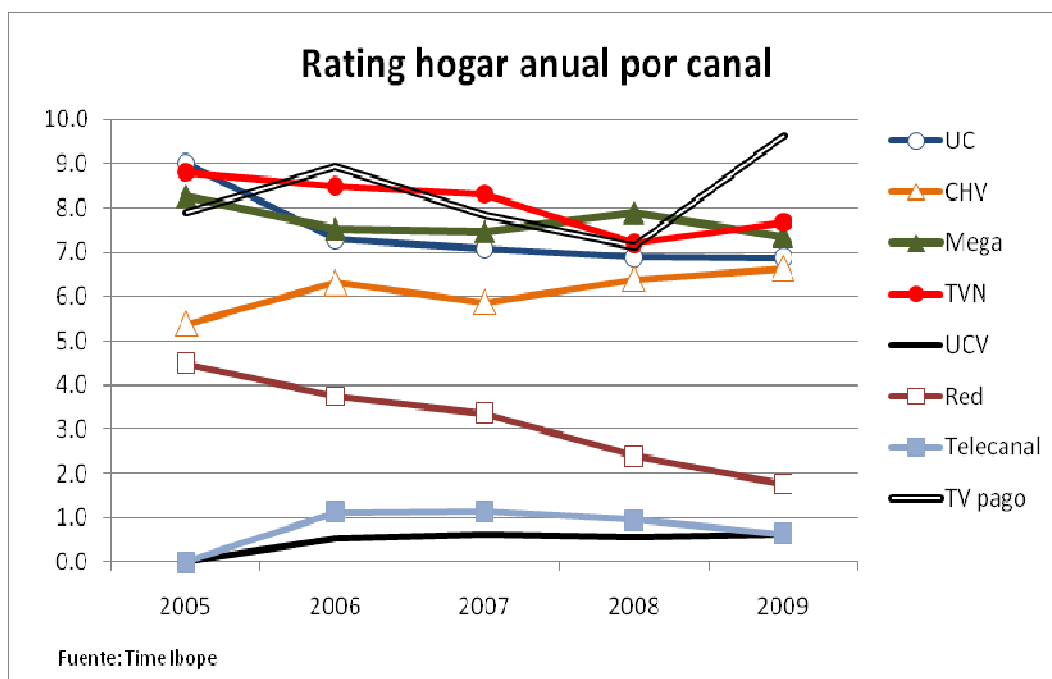
1.2. Evolución histórica y momento actual

Tabla 1.2. Rating hogar anual por canal

Año	UC	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecana	
							I	TV pago
2005	9.0	5.4	8.3	8.8	nd	4.5	0.0	7.9
2006	7.3	6.3	7.5	8.5	0.5	3.7	1.1	8.9
2007	7.1	5.9	7.5	8.3	0.6	3.4	1.1	7.9
2008	6.9	6.4	7.9	7.2	0.6	2.4	1.0	7.1
2009	6.9	6.6	7.4	7.7	0.6	1.8	0.6	9.6

Fuente: Time Ibope

Gráfico 1.1. Evolución rating anual por canal y TV de pago



Los datos históricos muestran que TVN, el canal público se mantiene en primer lugar con un 7,7 de rating promedio anual en el año 2009. En segundo lugar con 7,4 se ubica la estación privada Mega, que el año anterior se ubicó en primer lugar. Canal 13 ha bajado al tercer lugar con 6,9 y muestra un importante descenso en el quinquenio. En cuarto lugar y a corta distancia CHV con 6,6 puntos, estación que muestra una tendencia constante hacia el crecimiento. Hay que hacer notar que CHV es de propiedad del empresario y actual Presidente de la República, Sebastián Piñera, quien ha declarado que evalúa transformar el

canal en una Fundación, o su venta. Dos de las tres estaciones más pequeñas han sufrido importantes pérdidas de rating anual.

Un dato histórico importante es el **crecimiento en audiencia del cable**, que con 9,6 puntos supera el promedio anual del primer canal abierto. Tal crecimiento es consistente con estudios del CNTV que señalan un importante crecimiento, en el lapso de una década, en satisfacción de la audiencia con el cable y una baja en satisfacción con la TV abierta (CNTV. Sexta Encuesta Nacional de TV. 2008). El año 2009, la TV de pago tenía en todo el país 1.588.867 de subscriptores, que representan un 35% de penetración en hogares.

Tabla 1.3. Share hogar promedio total anual por canales⁴

Año	UC	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecana l	TV abierta	TV pago
2005	25%	15%	23%	25%	nd	12%	0%	82%	18%
2006	21%	18%	21%	24%	1%	11%	3%	80%	20%
2007	21%	17%	22%	25%	2%	10%	3%	81%	19%
2008	21%	20%	24%	22%	2%	7%	3%	82%	18%
2009	22%	21%	23%	24%	2%	6%	2%	77%	23%

Fuente: Time Ibope

Al comparar el share total anual en el quinquenio se observa mejor la pérdida de participación de la TV Abierta y el crecimiento de la TV de pago. Al desglosar el share en franjas horarias del Prime, se observa que el **horario de 20.00-21.00 horas es donde la TV abierta menos retiene audiencia**. En cambio hay una leve recuperación en el horario de 21-22.00 horas de los noticiarios centrales.

⁴ 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 1 ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..1 **Share hogar anual por canales en Prime Time (20.00-24.00 horas)**

20 a 21 horas	UC	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecanal	TV abierta	TV pago
2005	38%	9%	16%	24%	nd	13%		86%	14%
2006	24%	11%	17%	32%	1%	11%	4%	83%	17%
2007	27%	14%	19%	26%	2%	8%	3%	84%	16%
2008	28%	18%	20%	23%	2%	5%	3%	84%	16%
2009	25%	20%	18%	27%	4%	4%	2%	78%	22%

21 a 22 horas	UC	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecanal	TV abierta	TV pago
2005	31%	16%	17%	23%	nd	13%		86%	14%
2006	24%	18%	16%	27%	3%	10%	2%	85%	15%
2007	23%	21%	17%	27%	4%	7%	2%	86%	14%
2008	23%	23%	18%	26%	5%	5%	2%	86%	14%
2009	21%	24%	17%	28%	4%	4%	2%	81%	19%

22 a 23 horas	UC	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecanal	TV abierta	TV pago
2005	27%	13%	19%	26%	nd	14%		86%	14%
2006	25%	19%	19%	22%	2%	12%	2%	84%	16%
2007	22%	17%	22%	25%	3%	9%	2%	86%	14%
2008	22%	19%	23%	25%	3%	7%	2%	87%	13%
2009	22%	19%	21%	30%	3%	4%	1%	82%	18%

23 a 24 horas	UC	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecanal	TV abierta	TV pago
2005	27%	13%	19%	26%	nd	14%	0%	86%	14%
2006	25%	19%	19%	22%	2%	12%	2%	84%	16%
2007	22%	17%	22%	25%	3%	9%	2%	86%	14%
2008	22%	19%	23%	25%	3%	7%	2%	87%	13%
2009	22%	19%	21%	30%	3%	4%	1%	82%	18%

Fuente: Time Ibope

Tabla ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..**2 Minutos diarios de consumo de televisión por persona**

Minutos de consumo de TV						% Capturado por la televisión abierta					
Durante todo el día	2005	2006	2007	2008	2009	Durante todo el día	2005	2006	2007	2008	2009
Edad						Edad					
04 - 12	191	190	170	157	174	04 - 12	77%	74%	71%	72%	64%
13 - 17	184	189	169	160	156	13 - 17	82%	80%	80%	81%	74%
18 - 24	170	164	160	139	153	18 - 24	79%	77%	79%	81%	77%
25 - 34	192	192	196	177	186	25 - 34	83%	80%	82%	81%	77%
35 - 49	218	209	207	201	213	35 - 49	84%	81%	83%	85%	80%
50 - 64	250	247	249	236	232	50 - 64	86%	83%	87%	88%	81%
65 - +	279	280	270	257	271	65 - +	88%	86%	87%	87%	85%
GSE						GSE					
ABC1	192	189	189	164	155	ABC1	66%	64%	65%	66%	58%
C2	207	209	204	185	183	C2	77%	72%	75%	76%	70%
C3	206	210	214	209	213	C3	83%	81%	82%	83%	76%
D	222	210	198	187	211	D	91%	88%	90%	91%	87%
Sexo						Sexo					
Hombres	185	183	181	171	178	Hombres	79%	76%	79%	81%	75%
Mujeres	234	231	223	208	219	Mujeres	86%	84%	85%	85%	80%
Total población	211	208	203	190	199	Total población	83%	80%	82%	83%	78%

Fuente: Time Ibope

Al analizar el indicador de los minutos diarios de consumo promedio personal en toda la TV, aparece una baja total de los minutos de consumo en el quinquenio, en promedio diario de 211 a 199 minutos. Por otra parte, en la columna del año 2009, aparece que el porcentaje dedicado a ver televisión abierta ha ido perdiendo participación frente al consumo de TV de pago.

El grupo etáreo que menos es retenido por la TV abierta es el tramo de 04-12 años; este grupo está consumiendo 111 minutos en TV abierta y 63 minutos en TV de pago; ello es consistente con el dato que los canales infantiles del cable ocupan los primeros lugares en el ranking de sintonía anual; en efecto, los 4 primeros canales son Discovery Kids, Disney Channel, Cartoon Network, Disney XD; y el sexto lugar es ocupado por Nickelodeon.

Además, hay que destacar en las tablas siguientes las variaciones de consumo en minutos en los estratos ABC1 y C2 entre las 20.00-21.00 horas y las 22.00-23.00 horas. Anteriormente se destacó que de 20.00 a 21.00 horas se ve menos televisión que en años anteriores: es el horario tradicional de la telenovela vespertina nacional. En ese horario los grupos altos y medios se pasan máximamente a la TV de pago; en el grupo alto la TV abierta apenas retiene el 50% de la audiencia disponible, y el 67% del estrato C2. Entre las 22.00-23.00 horas también ocurre, pero en menor medida.

Por tanto, **el horario histórico de la telenovela vespertina no sólo tiene menos público, sino que respecto de la TV de pago, la audiencia en TV abierta es de mayor edad y de estratos más bajos,** lo que podría implicar una redefinición de los bienes y servicios publicitados en estos horarios.

Tabla ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..**3 Minutos de consumo de televisión por franja horaria**

Minutos de consumo de TV						% Capturado por la televisión abierta					
Entre las 20 y 21 horas	2005	2006	2007	2008	2009	Entre las 20 y 21 horas	2005	2006	2007	2008	2009
Edad						Edad					
04 - 12	16	16	15	13	14	04 - 12	88%	81%	73%	85%	71%
13 - 17	16	16	14	13	12	13 - 17	94%	81%	86%	85%	83%
18 - 24	13	12	12	9	10	18 - 24	85%	83%	83%	89%	80%
25 - 34	14	13	13	11	11	25 - 34	86%	77%	85%	91%	82%
35 - 49	15	14	14	13	13	35 - 49	87%	86%	86%	85%	77%
50 - 64	18	17	18	16	15	50 - 64	89%	82%	89%	88%	80%
65 - +	22	22	22	20	20	65 - +	86%	86%	86%	90%	80%
GSE						GSE					
ABC1	14	13	13	11	10	ABC1	71%	69%	69%	73%	50%
C2	15	15	14	12	12	C2	80%	73%	79%	75%	67%
C3	15	15	15	14	14	C3	87%	80%	87%	86%	79%
D	18	16	16	14	15	D	94%	94%	94%	93%	87%
Sexo						Sexo					
Hombres	14	13	13	12	12	Hombres	86%	85%	85%	83%	75%
Mujeres	18	17	17	15	14	Mujeres	89%	82%	88%	87%	86%
Total población	16	15	15	13	13	Total población	88%	87%	87%	85%	85%

Fuente: Time Ibope

Minutos de consumo de TV						% Capturado por la televisión abierta					
Entre las 21 y 22 horas	2005	2006	2007	2008	2009	Entre las 21 y 22 horas	2005	2006	2007	2008	2009
Edad						Edad					
04 - 12	15	15	14	13	14	04 - 12	73%	73%	71%	69%	64%
13 - 17	15	15	13	12	12	13 - 17	80%	80%	85%	83%	67%
18 - 24	12	12	12	9	10	18 - 24	83%	83%	83%	89%	80%
25 - 34	15	15	15	13	13	25 - 34	87%	80%	87%	85%	85%
35 - 49	18	17	17	16	16	35 - 49	89%	88%	88%	88%	88%
50 - 64	22	21	22	20	19	50 - 64	95%	90%	91%	95%	89%
65 - +	26	28	26	25	25	65 - +	96%	93%	96%	96%	92%
GSE						GSE					
ABC1	16	15	15	13	12	ABC1	81%	80%	73%	77%	67%
C2	16	17	16	15	14	C2	81%	76%	81%	80%	79%
C3	17	16	17	16	16	C3	82%	88%	88%	88%	81%
D	19	18	18	16	17	D	95%	94%	89%	94%	88%
Sexo						Sexo					
Hombres	16	16	16	14	15	Hombres	88%	81%	81%	93%	80%
Mujeres	19	18	18	16	16	Mujeres	89%	89%	89%	88%	88%
Total población	18	17	17	15	16	Total población	83%	88%	88%	87%	81%

Fuente: Time Ibope

Minutos de consumo de TV						% Capturado por la televisión abierta					
Entre las 22 y 23 horas	2005	2006	2007	2008	2009	Entre las 22 y 23 horas	2005	2006	2007	2008	2009
Edad						Edad					
04 - 12	15	15	14	12	14	04 - 12	80%	80%	71%	75%	64%
13 - 17	16	16	15	14	13	13 - 17	81%	81%	80%	86%	85%
18 - 24	14	13	13	11	12	18 - 24	86%	85%	85%	91%	83%
25 - 34	18	18	18	16	16	25 - 34	89%	83%	83%	81%	81%
35 - 49	21	19	19	19	19	35 - 49	86%	84%	84%	89%	84%
50 - 64	25	24	24	23	22	50 - 64	88%	88%	92%	91%	86%
65 - +	28	28	26	25	26	65 - +	89%	89%	88%	88%	85%
GSE						GSE					
ABC1	18	17	17	15	14	ABC1	72%	71%	71%	67%	64%
C2	19	19	18	17	16	C2	79%	79%	83%	82%	75%
C3	19	19	19	18	18	C3	84%	84%	84%	89%	83%
D	20	19	18	17	19	D	95%	89%	94%	94%	89%
Sexo						Sexo					
Hombres	18	17	17	16	17	Hombres	83%	82%	82%	88%	82%
Mujeres	21	20	20	18	19	Mujeres	86%	90%	85%	89%	84%
Total población	19	19	18	17	18	Total población	89%	84%	89%	88%	83%

Fuente: Time Ibope

Tabla 1.7. Composición total de la programación, oferta y participación de audiencia, según categorías y subcategorías (2008 y 2009)

Programación anual 2009				Programación anual 2008			
	# horas	% tiempo	% audiencia		# horas	% tiempo	% audiencia
Ficción	19,640	36.9%	34.9%	Ficción	19,419	35.1%	37.3%
Ficción TV	11,190	21.0%	21.7%	Ficción TV	10,279	18.6%	22.4%
Cine de sala	3,654	6.9%	3.0%	Cine de sala	4,433	8.0%	9.5%
Series animadas	4,698	8.8%	10.1%	Series animadas	4,624	8.4%	4.9%
Teleteatro	98	0.2%	0.2%	Teleteatro	83	0.1%	0.4%
Información	9,515	17.9%	36.7%	Información	10,475	18.9%	25.1%
Docu-reality	332	0.6%	0.8%	Docu-reality	374	0.7%	2.1%
Evento informativo	87	0.2%	0.3%	Evento informativo	184	0.3%	0.5%
Noticiero	6,343	11.9%	21.7%	Noticiero	6,900	12.5%	16.8%
Entrevista y debate	669	1.3%	0.6%	Entrevista y debate	757	1.4%	0.8%
Documental/Reportaje	1,591	3.0%	2.9%	Documental/Reportaje	1,466	2.7%	3.9%
Otros informativos	493	0.9%	10.2%	Otros informativos	795	1.4%	1.1%
Espectáculos	10,847	20.4%	14.8%	Espectáculos	11,309	20.5%	21.5%
Reality	1,219	2.3%	3.4%	Reality	913	1.7%	2.9%
Evento artístico	323	0.6%	0.3%	Evento artístico	330	0.6%	0.8%
Variedades	2,047	3.8%	4.2%	Variedades	3,724	6.7%	6.4%
Estelar	158	0.3%	0.3%	Estelar	53	0.1%	0.4%
Educativo	281	0.5%	0.3%	Educativo	211	0.4%	0.8%
Otro espectáculo	330	0.6%	0.4%	Otro espectáculo	1,027	1.9%	0.6%
Talk show	663	1.2%	0.3%	Talk show	321	0.6%	0.4%
Concurso	2,798	5.3%	3.0%	Concurso	2,131	3.9%	4.1%
Humor	785	1.5%	1.0%	Humor	786	1.4%	1.6%
Farándula	2,242	4.2%	1.7%	Farándula	1,814	3.3%	3.4%
Servicio	5,978	11.2%	8.6%	Servicio	5,169	9.3%	10.2%
Matinal	4,131	7.8%	3.9%	Matinal	3,339	6.0%	5.6%
Religioso	375	0.7%	1.5%	Religioso	392	0.7%	0.2%
Instruccional	46	0.1%	0.1%	Instruccional	38	0.1%	0.0%
Mediación	1,426	2.7%	3.1%	Mediación	1,399	2.5%	4.4%
Deportes	1,097	2.1%	1.6%	Deportes	2,418	4.4%	5.1%
Programa deportivo	533	1.0%	0.8%	Programa deportivo	1,265	2.3%	1.7%
Evento deportivo	564	1.1%	0.8%	Evento deportivo	1,153	2.1%	3.3%
Otros	6,128	11.5%	3.4%	Otros	6,509	11.8%	1.0%
Infomercial	4,282	8.0%	0.2%	Infomercial	172	0.3%	0.0%
Videoclip	1,578	3.0%	1.0%	Videoclip	39	0.1%	0.0%
Otros	268	0.5%	2.2%	Otros	6,298	11.4%	0.9%
Total general	53,205	100%	100%	Total general	55,299	100%	100%

Gráfico ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..1 Comparación tiempos de emisión y audiencia 2008 y 2009

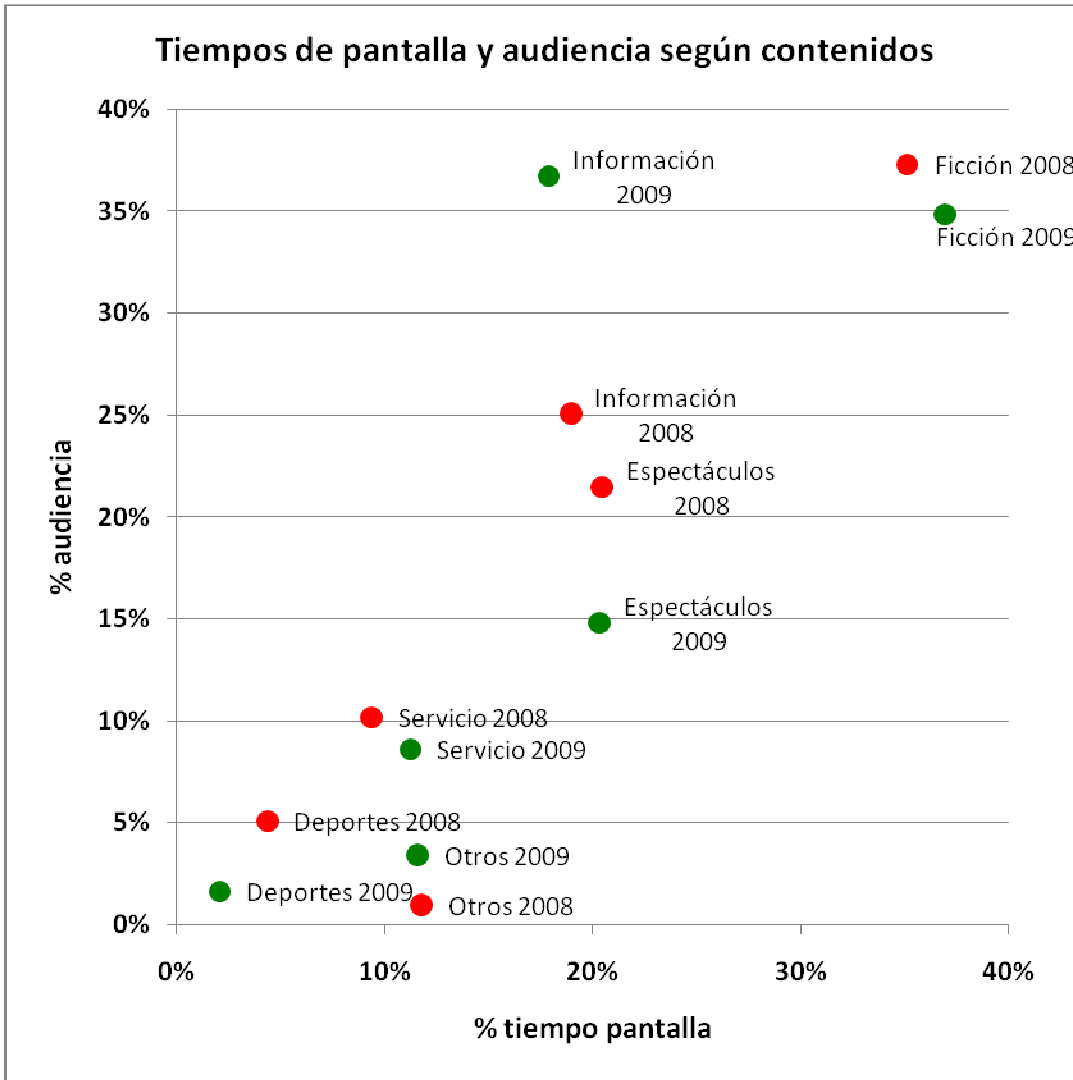


Tabla 1.8. Síntesis comparativa en categorías generales de programación: emisión y audiencia (2008 y 2009)

Categoría	Programación 2009		Programación 2008	
	% tiempo	% audiencia	% tiempo	% audiencia
Ficción	36.9%	34.9%	35.1%	37.3%
Información	17.9%	36.7%	18.9%	25.1%
Espectáculos	20.4%	14.8%	20.5%	21.5%
Servicio	11.2%	8.6%	9.3%	10.2%
Deportes	2.1%	1.6%	4.4%	5.1%
Otros	11.5%	3.4%	11.8%	1.0%
Total general	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

La TV abierta chilena tuvo en el año 2009 alrededor de 2.000 horas menos de programación de pantalla, en comparación con el año anterior. Ficción y programas de servicios son las únicas categorías que aumentan las horas de emisión.

Pero el año 2009 puede ser denominado como **el año de la recepción de información**, ya que la audiencia duplica el porcentaje de sintonía (36,7%) en relación al 17,9% de emisiones informativas, y se **constituye en la categoría con primera sintonía para las audiencias**. La hipótesis es que las elecciones parlamentarias y de Presidente de la República, realizadas en diciembre de 2009, atrajeron el interés de las audiencias hacia la información. El género de los informativos es predominante en la sintonía de las audiencias, y alcanza el 21,7% del total de la recepción. El análisis por canal muestra que La Red y Telecanal, canales de propiedad extranjera, se alejan del perfil informativo de la TV chilena: predomina la ficción y espectáculos, y declina la presencia de información.

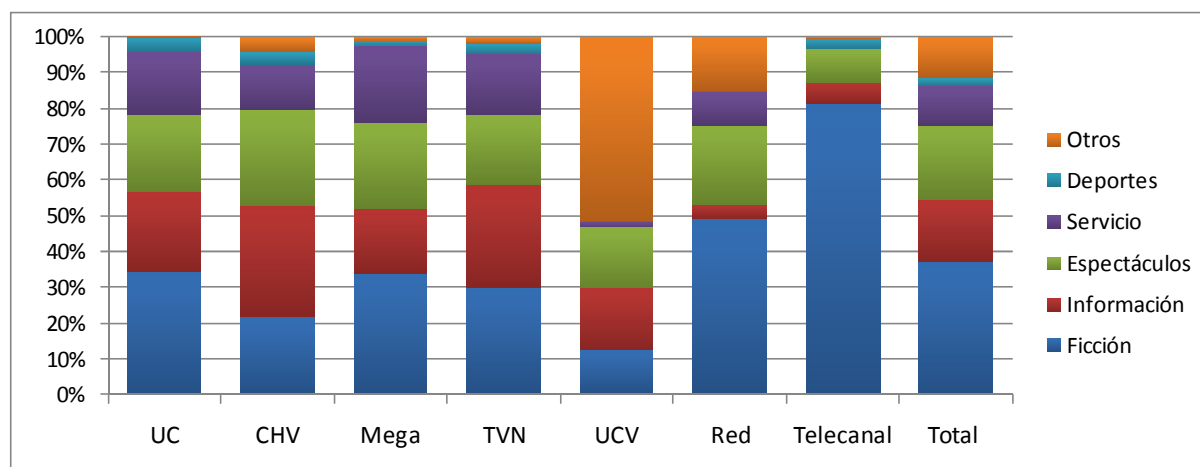
La ficción se mantiene con algo más de un tercio de la oferta y de la recepción. Comparando ambos años, el **área de Espectáculos sufre una importante declinación en la sintonía por parte de la audiencia**: de 21,5 a 14,8. Cabe destacar el aumento de horas de emisión de programas de farándula, de 1.814 horas (3,3%) a 2.242 horas (4,2%), pero la caída a la mitad en audiencia: de 3,4% a 1,7%.

Tabla ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..**4. Categorías de programación por canal - emisión 2009**

Tiempos de pantalla anuales	UC	CHV	Mega	TVN	UCV	Red	Telecanal	Total
Ficción	34.5%	22.0%	34.1%	30.0%	12.7%	49.3%	81.6%	36.9%
Información	22.2%	30.6%	17.8%	28.8%	17.2%	3.9%	5.8%	17.9%
Espectáculos	21.8%	27.1%	24.1%	19.6%	17.4%	22.0%	9.4%	20.4%
Servicio	17.1%	12.5%	21.7%	17.0%	1.0%	9.3%	0.0%	11.2%
Deportes	4.0%	3.5%	1.2%	2.7%	0.5%	0.3%	2.8%	2.1%
Otros	0.3%	4.3%	1.1%	1.9%	51.3%	15.2%	0.5%	11.5%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Gráfico ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..**2 Emisión programación por canal y categoría**



Cabe destacar un perfil semejante entre los cuatro canales de mayor audiencia, con proporciones relativamente similares de ficción, información, espectáculos y servicio. TVN ofrece el mayor porcentaje de información, con un 28,8% del total de la información ofrecida por la TV chilena. La Red y Telecanal muestran un perfil completamente diferentes, donde predomina la ficción y espectáculos, y declina la presencia de información.

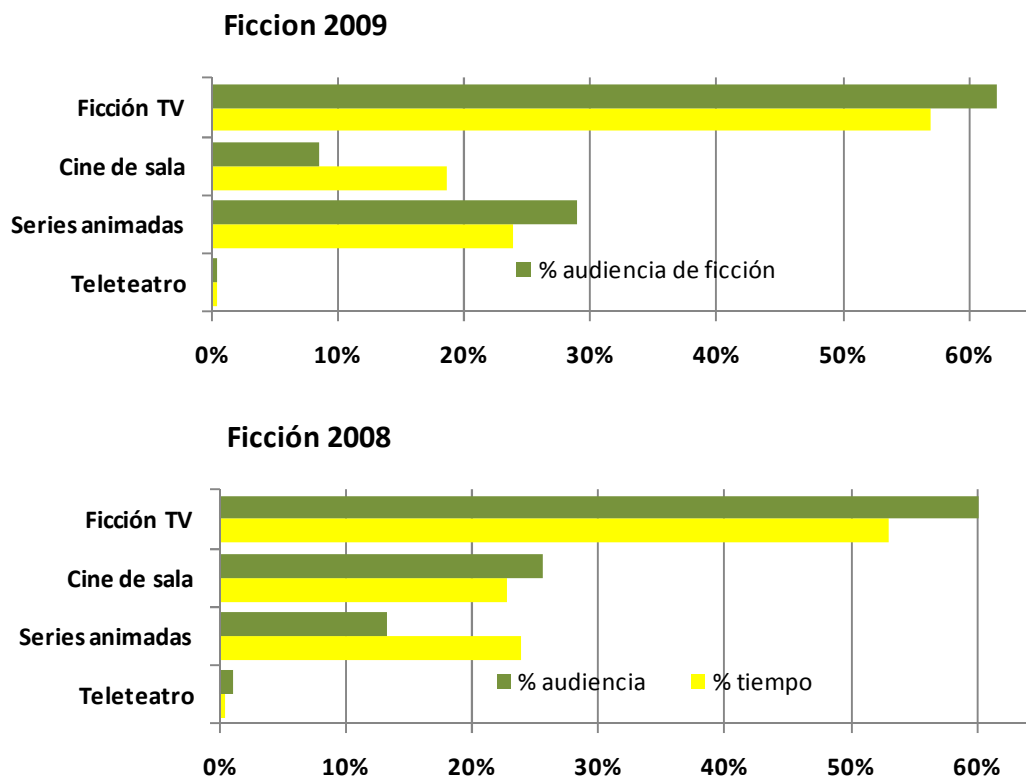
Tabla ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..**5 Ficción desagregada en televisión abierta**

Programación de ficción en 2009	# horas	% tiempo de ficción	% audiencia de ficción
Ficción TV	11,190	57.0%	62.2%
Cine de sala	3,654	18.6%	8.5%
Series animadas	4,698	23.9%	28.9%
Teleteatro	98	0.5%	0.5%
Total ficción	19,640	100%	100%

Programación de ficción en 2008	# horas	% tiempo de ficción	% audiencia de ficción
Ficción TV	10,279	52.9%	60.1%
Cine de sala	4,433	22.8%	25.5%
Series animadas	4,624	23.8%	13.3%
Teleteatro	83	0.4%	1.1%
Total ficción	19,419	100%	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Gráfico ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..3 **Emisión y audiencia de ficción en TV Abierta**



Comparando ambos años, aparece una declinación en la audiencia a la ficción de cine, y en cambio un crecimiento en audiencia a la ficción de TV y a la animación.

Tabla 11. Ficción TV emitida por canal y según su origen (de estreno y repetición) - horas y porcentaje

Horas de ficción TV 2009	Nacional		Latinoamérica		Norteamérica		Otros		Total	
Telecanal	0	0%	91	4%	2,096	91%	108	5%	2,295	100%
Red	0	0%	1,820	56%	1,393	43%	23	1%	3,236	100%
UCV	0	0%	22	6%	324	92%	5	1%	351	100%
TVN	747	51%	183	12%	541	37%	0	0%	1,471	100%
Mega	286	21%	920	67%	121	9%	55	4%	1,382	100%
CHV	565	44%	267	21%	339	26%	127	10%	1,298	100%
UC	389	34%	324	28%	443	38%	0	0%	1,156	100%
Total 2009	1,988	18%	3,629	32%	5,256	47%	317	3%	11,190	100%

Horas de ficción TV 2008	Nacional		Latinoamérica		Norteamérica		Otros		Total	
Telecanal	0	0%	487	26%	1,244	66%	147	8%	1,878	100%
Red	0	0%	972	43%	1,153	51%	120	5%	2,245	100%
UCV	0	0%	0	0%	241	91%	25	9%	266	100%
TVN	1,251	75%	133	8%	257	15%	27	2%	1,668	100%
Mega	266	20%	747	57%	261	20%	38	3%	1,312	100%
CHV	599	43%	644	46%	163	12%	3	0%	1,408	100%
UC	763	51%	323	21%	407	27%	10	1%	1,503	100%
Total 2008	2,879	28%	3,304	32%	3,725	36%	371	4%	10,279	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Nuevamente en la programación de ficción aparece **perfiles diferentes entre los canales**. Los tres canales pequeños emiten 0% de ficción de producción nacional, igual que el año anterior; en la Red y Telecanal se concentra la emisión de ficción procedente de USA y de América Latina: 4.400 horas (39,3%) del total anual de 11.190 horas de ficción. Mega es el canal que ofrece en su programación el mayor porcentaje de ficción latinoamericana, con un 67%, y es el canal con menor programación ficcional nacional (21%) de entre los cuatro grandes. TVN ofrece en su programación ficcional un 51% de producción nacional; le sigue CHV con un 44%, y luego UC con un 34%.

Como se ha dicho hay un crecimiento en el total de la ficción exhibida (de estreno y repetición): hay 911 horas más que el año 2008. **Además, aparece una importante alteración en cuanto a procedencia de la ficción exhibida:** la exhibición de ficción procedente de USA, presenta un incremento de 1.531 horas, acentuando una tendencia que ya se mostraba el año anterior. En cambio la exhibición de ficción chilena bajó 891 horas en su exhibición. Así la pantalla chilena que en años anteriores exhibía aproximadamente un tercio de cada una de las tres ficciones (chilena, latinoamericana y de USA), pasa a exhibir un 47% de USA, mantiene un 32% de ficción latinoamericana y **baja a un 18% la exhibición de ficción chilena**. La comparación con las tablas 2.1 y 2.2 de la siguiente sección, permite precisar esta baja en la exhibición de ficción chilena: la ficción chilena de estreno ha

aumentado de 667 horas a 710 horas; **por tanto lo que ha decrecido es la exhibición de repeticiones de ficción nacional.**

El **análisis por canal** muestra que el canal que más bajó la exhibición de ficción chilena fue TVN: de 1.251 horas el año 2008 a 747 horas el año 2009; también UC baja de 763 horas el año 2008 a 389 horas el año 2009. El canal que más elevó las horas de exhibición de ficción latinoamericana fue La Red que subió de 972 horas el año 2008 a 1.820 horas el año 2009; la ficción norteamericana en total de los canales La Red y Telecanal, ambos de propiedad de Ángel González, subió de 2.397 horas en el 2008 a 3.489 horas el año 2009; también TVN sube de 257 horas el año 2008 a 541 horas de ficción norteamericana.

Tabla ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..6. **Participación de la ficción televisiva en emisión y audiencia, según su origen**

Ficción TV 2009	Nacional	Latinoamérica	Norteamérica	Otros	Total
% Tiempo de ficción TV	18%	32%	47%	3%	100%
% Audiencia de ficción TV	47%	30%	22%	2%	100%

Ficción TV 2008	Nacional	Latinoamérica	Norteamérica	Otros	Total
% Tiempo de ficción TV	28%	31%	37%	4%	100%
% Audiencia de ficción TV	48%	30%	20%	2%	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

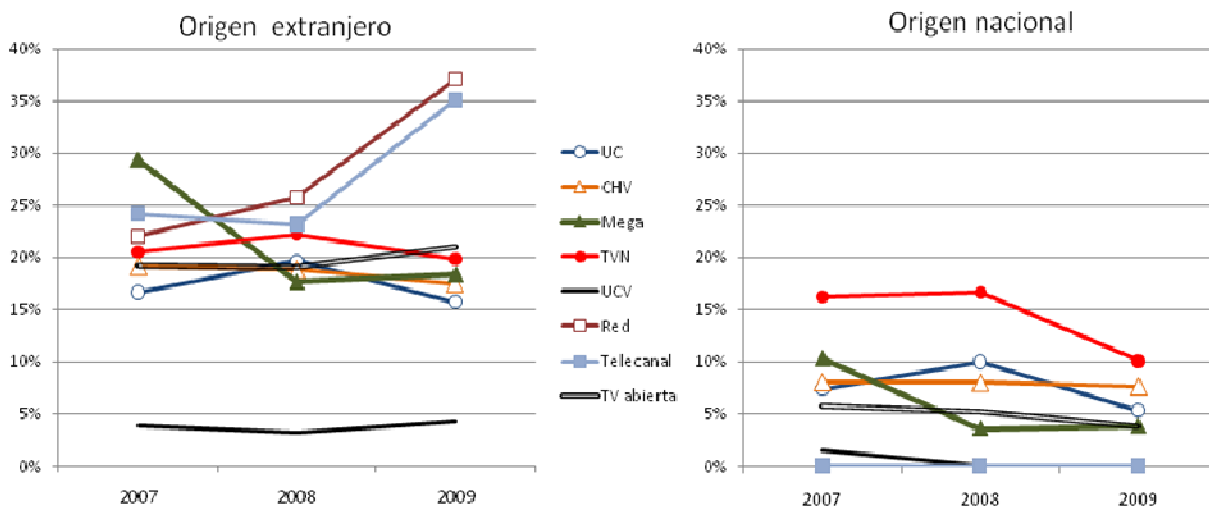
La Tabla 1.12 compara la emisión de ficción con la audiencia otorgada, según el origen de la producción; muestra que **se mantiene la preferencia por la ficción nacional:** ha bajado su participación de emisión al 18% en el año 2009, pero se mantiene en primer lugar de audiencia con el 47%. La preferencia de la audiencia por la ficción latinoamericana se mantiene equilibrada entre emisión y audiencia, y mantiene una participación del 30%. En cambio la ficción norteamericana aumenta su participación hasta un 47%, pero mantiene la menor audiencia con solo un 22% de preferencia.

Esta contradicción puede explicarse por los altos costos de producción y repetición de la ficción chilena, y los bajos costos de la ficción importada de USA y América Latina; en un año de crisis general en la economía y con probable baja en los ingresos publicitarios, los canales parecen haber privilegiado la baja de los costos en la ficción emitida.

Tabla ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..**7. Evolución de la oferta de ficción televisiva en los canales de televisión abierta**

Proporción del tiempo de pantalla destinado a ficción televisiva	Origen extranjero			Origen nacional		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Telecanal	24%	23%	35%	0%	0%	0%
Red	22%	26%	37%	0%	0%	0%
UCV	2%	3%	4%	1%	0%	0%
TVN	4%	6%	10%	16%	17%	10%
Mega	19%	14%	15%	10%	4%	4%
CHV	11%	11%	10%	8%	8%	8%
UC	9%	10%	10%	7%	10%	5%
Total TV abierta	13%	14%	17%	6%	5%	4%

Gráfico ¡Error! No hay texto con el estilo especificado en el documento..**4 Peso de la ficción televisiva en la oferta de los canales según su origen**



Fuente: Timelbope/Obitel

Tabla 1.14. Ranking de 10 series y sitcoms top ten de producción chilena

Canal	Programa	Rating hogar promedio (%)	Rating hogar máximo (%)
TVN	UNA PAREJA DISPAREJA	9,3	13,6
CHV	HERMANOS Y DETECTIVES	8,6	11,9
CHV	ANA Y LOS 7	8,2	10,3
Mega	OTRA VEZ PAPA	8,0	11,4
Mega	INDIGO	8,0	10,0
Mega	ZOOLO TV BKN	7,7	13,6
TVN	LOS VENEGAS	7,3	11,0
TVN	MI BELLA GENIO	6,5	10,3
CHV	MIS ANOS GROSSOS	6,4	10,4
UC	EL BLOG DE LA FENA 2	6,3	12,6

(Incluye series y sitcoms con 10 o más emisiones durante 2009)

Fuente: Time Ibope

Tabla 1.15. Ranking de 10 series y sitcoms top ten de producción extranjera

Canal	Programa	Rating hogar promedio (%)	Rating hogar máximo (%)
UC	LOST	8,5	12,3
TVN	DOCTOR HOUSE	7,9	17,4
Mega	EL CHAVO DEL OCHO	7,7	12,9
UC	HANNAH MONTANA	7,1	11,5
Mega	PRISION BREAK	6,9	12,6
Mega	H2O SIRENAS DEL MAR	6,4	9,7
UC	ZACK Y CODY	6,2	11,3
Mega	ALEXANDRA LA PRINCESA DEL ROCK	6,2	8,2
UC	NADIE ME ENTIENDE	5,6	7,6
Mega	LA UNIDAD	5,4	7,9

(Incluye series y sitcoms con 10 o más emisiones durante 2009)

Fuente: Time Ibope

1.2. Televisión de pago

Desde un punto de vista tecnológico, la TV de pago en Chile presenta tres alternativas: TV por cable, TV satelital, y TV IP.

- Según la información proporcionada por el Consejo Nacional de Televisión, en Chile hay 48 empresas de servicios de **TV por cable**, las más importantes, en términos de cobertura y participación de mercado, son: VTR y Cable Central.
- Las empresas que prestan servicios de **TV satelital** en Chile son: DirecTV, Telefónica Multimedia (Movistar) y Zap TV (Telmex).
- Telefónica del Sur es la única empresa que presta servicios de **TV IP**. En este sistema se distribuye televisión a través de conexiones de banda ancha sobre protocolo IP.

Hasta noviembre del 2009, según datos de la SUBTEL⁵, el número total de suscriptores de televisión de pago en Chile fue de 1.588.867 hogares, equivalente a una penetración del 35% a nivel nacional. De este total, 935.983 correspondió a TV cable y 652.884 a TV digital.

Tabla 1.16. Total suscriptores a TV de pago

Año	Suscriptores	% Hogares	% TV Cable	% TV Satelital
2006	1,026,667	23.7%	80.0%	20.0%
2007	1,241,346	28.2%	70.1%	29.9%
2008	1,461,490	32.6%	61.0%	39.0%
2009	1,709,013	37.6%	60.8%	39.2%

Fuente: Subtel⁶

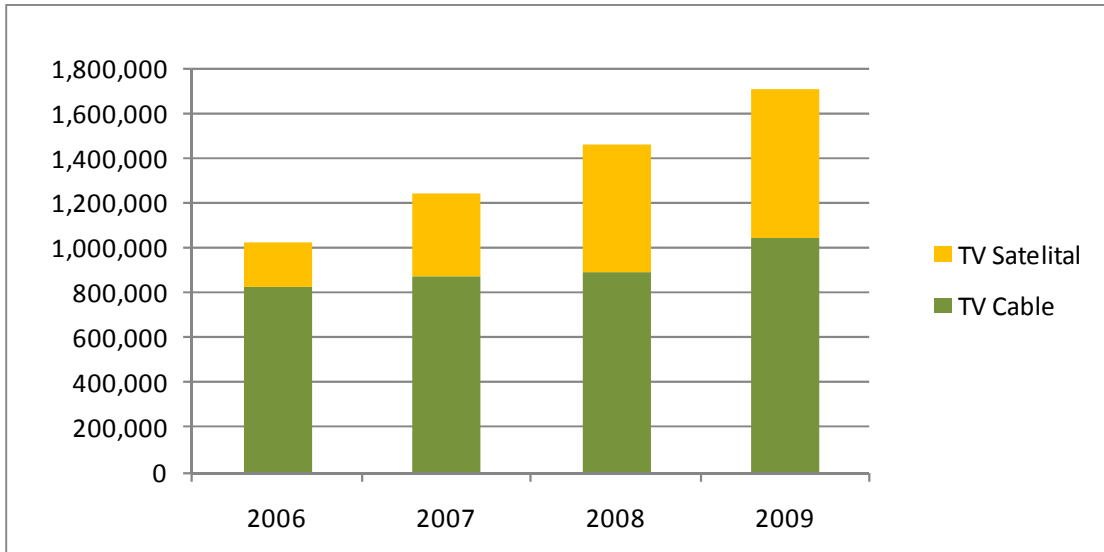
De acuerdo a la Tabla 1.14, se aprecia que la penetración de la TV pago en Chile ha aumentado en más de un 10%, pasando de un 23,7% en el 2006 a un 37,6% % en el año 2009.

⁵ http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/edic/base/port/p_estadist_hist.html

⁶ Datos a diciembre de cada año.

http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/artic/20080509/asocfile/20080509130640/1_series_servicios_limitados_tv_dic_09_010210_v1.xls (consulta: 22-mar-2010)

Gráfico N°1.6. Porcentaje de hogares con TV Cable y TV Satelital

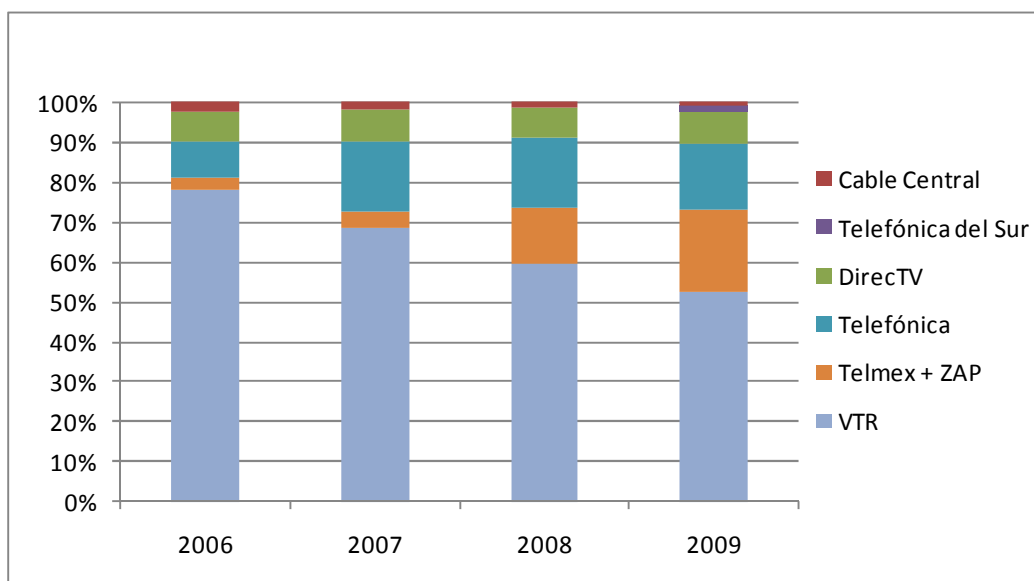


Según el gráfico 1.6 se constata que el porcentaje de hogares con TV Satelital ha experimentado un desarrollo significativo en los últimos tres años, aumentando de un 18,3% a un 41% los hogares suscritos a esta modalidad de televisión. Como contrapartida, se observa que la TV Cable, aun cuando sigue siendo predominante en el mercado de TV pago, ha ido progresivamente perdiendo protagonismo, y a fines de 2009 sólo representa el 60,8% del total de clientes.

Tabla 1.17. Participación de mercado de los principales operadores

Año	Cable Central	DirecTV	Telefónica del Sur	Telefónica	Telmex	ZAP (Telmex)	VTR
2006	2.1%	7.6%		9.2%		3.2%	77.9%
2007	1.8%	8.2%		17.5%		4.1%	68.4%
2008	1.2%	7.6%		17.8%		13.7%	59.8%
2009	0.8%	8.2%	1.6%	16.5%	5.9%	14.6%	52.5%

Gráfico N°1.7. Porcentaje de hogares con TV Cable y TV Satelital



En consonancia con los cambios vislumbrados dentro del mercado de TV pago, a partir de la tabla 1.15 y del Gráfico 1.7 se observa que en tan sólo tres años la participación de mercado de las empresas de televisión de pago también ha experimentado cambios significativos.

En primer lugar, se destaca la disminución de VTR, cuya participación cayó del 77,9% en el 2006 al 52,5% en el 2009. En contraparte, resalta el aumento de DirecTV, Telefónica Multimedia y, principalmente, de Telmex, que creció más de 10% su participación en el mismo período.

Detrás del fuerte crecimiento que ha mostrado la televisión satelital está la irrupción de ZAP, cuyo origen está en el Canal del Fútbol, y un lanzamiento inicial de la oferta de Telefónica, con paquetes de muy bajo precio, que se enmarca en una estrategia de competencia con VTR

más extensa que sólo la televisión de pago, al incluir también la telefonía, en acceso a internet y otros relacionados.

Tabla 1.18. Consumo promedio de televisión

Minutos diarios e consumo de TV	2005	2006	2007	2008	2009
TV abierta	2:55	2:47	2:46	2:38	2:35
TV de pago	0:35	0:40	0:36	0:32	0:43
Total	3:31	3:28	3:23	3:10	3:19

Fuente: Time Ibope

De acuerdo a la Tabla 1.16 el consumo promedio de televisión en Chile⁷ durante el 2009 fue de tres horas y diecinueve minutos. Dentro de estos tiempos, se aprecia que el consumo de televisión abierta tuvo una relevancia muy superior al de la televisión pagada. No obstante, los tiempos de la televisión de pago están calculados sobre la población total, por lo que estas proporciones serán distintas si se considera a los grupos con y sin TV de pago por separado.

⁷ La población cubierta por la medición representa, 53% de la población pertinente al estudio de Chile.

1.19. Ranking de los canales con mayor rating en la TV pagada en el 2009

Ranking	Canal	Rating (promedio hogares)
1	Discovery Kids	1.03
2	Disney Channel	0.89
3	Cartoon Network	0.56
4	Disney XD	0.38
5	Canal Fox	0.31
6	Nickelodeon	0.29
7	TNT	0.29
8	HBO	0.23
9	Cinecanal	0.23
10	CNN Chile	0.22
11	24 horas	0.19
12	TCM	0.19
13	Zona Latina	0.19
14	ETC TV	0.19
15	Cinemax	0.19
16	MTV	0.17
17	Universal	0.17
18	The Film Zone	0.17
19	Warner Channel	0.16
20	Discovery Channel	0.16

Fuente: **Timelbope**

Como se observa en la Tabla 1.17, los canales más vistos durante el 2009 corresponden a canales que ofrecen programación infantil, lo que da cuenta de que consumo de este tipo de contenidos es preponderante en la TV pagada.

Tabla 1.20. Ranking por rating promedio anual de los 10 canales más vistos durante el 2009 en cableoperadora VTR

Ranking	Canal	Categoría	Rating Anual
1	Discovery Kids	Infantil	2,26
2	Disney Channel	Infantil	1,96
3	Cartoon Network	Infantil	1,22
4	Disney XD	Infantil	0,82
5	Canal Fox	Series	0,67
6	Nickelodeon	Infantil	0,64
7	TNT	Cine	0,63
8	HBO	Cine	0,51
9	Cinecanal	Cine	0,51
10	24 horas	Noticias	0,50

Tabla 1.21. Canales chilenos de cable: Ranking por rating promedio anual durante 2009

Ranking	Canal Chileno	Rating Anual
1	CNN Chile	0,48
2	24 horas	0,41
3	Zona Latina	0,41
4	Via X	0,33
5	13C	0,19
6	ARTV	0,06

Tabla 1.22. Ranking por *peak* de rating de los 10 eventos en cable más vistos durante el 2009

Ranking	Canal	Programa	Rating	Día
1	ESPN	Barcelona vs. Real Madrid	20,50	29-11-2009
2	ESPN	Roland Garros: González vs. Soderling (Semifinales)	14,37	05-06-2009
3	ESPN	Tenis: Nadal vs. González	11,04	10-09-2009
4	Disney Channel	Toy Story	10,67	01-05-2009
5	CDF	Fútbol: U. Española vs. U. de Chile	10,58	07-07-2009
6	CDF	CDF Radio: U. de Chile vs. Colo Colo	10,37	19-04-2009
7	Cinecanal	Apocalypto	9,19	20-02-2009
8	Canal Fox	Los Simpson del domingo	8,67	28-06-2009
9	CDF	CDF Radio: U. Española - U. Católica	8,53	29-06-2009
10	CDF	Fútbol: U. Católica vs. Colo-colo	8,47	09-12-2009

1.3. El cine de salas en el 2009⁸

Esta sección relacionada al cine exhibido en salas ha sido tomada del informe “El cine en Chile en el 2009” elaborado por Alejandro Caloguerea para la Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile A. G. Se agradece la autorización para reproducir algunas tablas y comentarios.

Tabla 1.23. Evolución asistencia al cine en salas

Asistencia a Salas de Cine en Chile			
Año	Asistencia	Variación	%
1986	12.414.233		
1987	14.074.259	1.660.026	13,37%
1988	15.736.042	1.661.783	11,81%
1989	14.227.204	-1.508.838	-9,59%
1990	11.407.257	-2.819.947	-19,82%
1991	9.976.962	-1.430.295	-12,54%
1992	8.433.957	-1.543.005	-15,47%
1993	8.824.451	390.494	4,63%
1994	7.157.669	-1.666.782	-18,89%
1995	8.984.755	1.827.086	25,53%
1996	9.619.144	634.389	7,06%
1997	9.578.655	-40.489	-0,42%
1998	7.536.343	-2.042.312	-21,32%
1999	9.633.273	2.096.930	27,82%
2000	9.340.476	-292.797	-3,04%
2001	11.064.343	1.723.867	18,46%
2002	11.454.115	389.772	3,52%
2003	11.442.377	-11.738	-0,10%
2004	12.658.778	1.216.401	10,63%
2005	10.722.860	-1.935.918	-15,29%
2006	10.524.251	-198.609	-1,85%
2007	11.455.550	931.299	8,85%
2008	11.886.801	431.251	3,76%
2009	14.442.596	2.555.795	21,50%

⁸ Todas las cifras fueron entregadas por la CADIC (Cámara de Distribuidores Cinematográficos) a quienes agradecemos por su colaboración, y en especial a Elisa Paillao por su valioso aporte a la construcción de las estadísticas del sector audiovisual chileno.

El año 2009 fue muy bueno para el sector de la exhibición ya que la asistencia tuvo un aumento del 21,5% respecto del 2008. Es la mayor de los últimos diez años y es la segunda cifra más alta desde 1982, solo superada por el año 1988 en que llegó a 15.736.032 espectadores.

Las razones más destacadas de este aumento son:

El sector del cine es históricamente contra-cíclico respecto de las crisis económicas mundiales y sigue siendo el sector relativamente más económico en la industria del entretenimiento, lo que favorece el desplazamiento del gasto desde otras formas de consumo cultural al cine.

La tabla 1.24 muestra el mayor peso de las películas llamadas “grandes” o “blockbusters” en la asistencia. En el ranking del 2009 las 10 primeras películas tuvieron casi 2 millones más de espectadores que en el 2008, lo que significó un aumento del 46.79%, mucho mayor que el aumento general de la asistencia que fue del 21.50%.

Tabla 1.24. Asistencia a grandes películas

2008		2009	
Título	Asistencia	Título	Asistencia
WALL-E	701.585	LA ERA DEL HIELO III	1.421.722
BATMAN, EL CABALLERO DE LA NOCHE	655.977	2012	817.884
KUNG FU PANDA	640.365	HARRY POTTER Y EL MISTERIO DEL PRINCIPE	744.031
LAS CRÓNICAS DE NARNIA: EL PRÍNCIPE CASPIAN	444.842	UP UNA AVENTURA DE ALTURA	724.866
VIAJE AL CENTRO DE LA TIERRA	360.248	AVATAR	534.554
MADAGASCAR 2	374.749	LUNA NUEVA	480.433
HANCOCK	284.088	ANGELES Y DEMONIOS	456.193
LA MOMIA, EL REINO DEL EMPERADOR DRAGON	281.740	TRANSFORMERS II	425.116
INDIANA JONES, EL REINO DE LA CALAVERA DE CRISTAL	247.894	FUERZA G	318.476
IRON MAN	252.641	CREPUSCULO	306.826
	4.244.129		6.230.101
		Variación	1.985.972
		%	46,79%

Tabla 1.25. Asistencia a películas chilenas

2009					
	Fecha Estreno	Título	N° Copias	Total Admisiones	Promedio por copia
1	09/07/2009	GRADO 3	50	240.716	4.814
2	13/08/2009	NANA	20	91.512	4.576
3	10/09/2009	DAWSON ISLA 10	21	93.829	4.468
4	01/10/2009	SUPER, TODO CHILE ADENTRO	23	77.116	3.353
5	18/06/2009	TERESA	10	12.451	1.245
6	22/10/2009	ALL INCLUSIVE	46	9.382	204
7	19/03/2009	SOLOS	21	6.997	333
8	15/10/2009	TURISTAS	7	5.862	837
9	27/08/2009	RETRATO DE UN ANTIPOETA	8	2.766	346
10	05/11/2009	ILUSIONES OPTICAS	11	2.193	199
11	20/08/2009	NAVIDAD	12	2.070	173
12	03/12/2009	DESDE EL CORAZON	12	1.825	152
13	26/03/2009	SEIS	4	676	169
14	27/08/2009	WEEKEND	1	116	116
			246	547.511	2.226

En el estudio acerca del año 2008 se concluía que el mayor número de estrenos en el 2008 prácticamente no había significado un aumento de público para el cine chileno ya que había subido solamente de 914.539 del 2007 a 939.835 espectadores (un 2.8%) a pesar de que los estrenos subieron de 10 a 22 (un 54.6%) con el agravante que el promedio por película bajó de 91.454 a 42.720 espectadores (-53.3%).

Si a fines del año 2008 existía una preocupación por estas cifras, a fines del 2009 la inquietud aún persiste porque los estrenos chilenos tuvieron un 42% menos de público. Se bajó de 939.835 a 547.511 espectadores y con 14 estrenos el promedio bajó a 39.106 espectadores. Solo 1 película de las 14 superó los 100.000 espectadores y 9 no superaron los 10.000 espectadores.

Tabla 1.26. Comparación asistencia a 10 películas chilenas top ten: 2008-2009

2008		2009	
Título	Asistencia	Título	Asistencia
31 minutos	217.122	Grado 3	240.716
El regalo	198.395	Dawson Isla 10	93.829
Lokas	121.865	La nana	91.512
Tony Manero	86.193	Super	77.116
Mirageman	78.483	Teresa	12.451
Chile puede	72.647	Todo incluido	9.382
La buena vida	40.489	Solos	6.997
Pulentos	31.003	Turistas	5.862
El brindis	19.026	Retrato de un antipoeta	2.766
Muñeca	15.374	Ilusiones ópticas	2.193
	880.597		542.824
		Variación	-337.773
		%	-38,36%

A diferencia de lo ocurrido con las 10 primeras películas extranjeras que crecieron un 46.79% respecto del 2008, las 10 primeras chilenas bajaron un 38.36% respecto del mismo año.

Tabla 1.27. Evolución asistencia total y asistencia al cine chileno

Año	Total Asistencia	Cine Chileno	Estrenos	% Participación
2000	9.340.476	157.490	10	1,69%
2001	11.064.343	464.540	15	4,20%
2002	11.454.115	458.513	9	4,00%
2003	11.442.377	1.710.565	7	14,95%
2004	12.658.778	1.213.534	11	9,59%
2005	10.722.860	391.637	17	3,65%
2006	10.524.251	749.299	12	7,12%
2007	11.455.550	914.539	10	7,98%
2008	11.886.801	939.835	22	7,91%
2009	14.442.596	547.511	14	3,79%

En la última década, desde el año 2003, en que “Sexo con amor” llevó a casi un millón de espectadores, y en el 2004 donde “Machuca” consiguió más de 660.000, no ha surgido otra película que supere los 400.000 espectadores.

Tabla 1.28. Evolución cine chileno en la década

Cuadro Resumen del Cine Chileno										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total estrenos	10	15	9	7	11	17	12	10	22	14
Total Asistencia	157.490	464.540	458.513	1.710.565	1.213.534	391.637	749.299	914.539	939.835	547.511
Asistencia Anual Promedio	15.749	30.969	50.946	244.366	110.321	23.037	62.442	91.454	42.720	39.108
Con Asistencia mayor a 100.000	0	1	1	3	4	1	3	3	3	1
Con Asistencia menor a 10.000	6	13	4	2	3	5	6	3	11	9

Tampoco aparecen más de 4 películas al año que superen los 100.000 espectadores. Por el contrario aumentaron en los dos últimos años la proporción de las películas que no superan los 10.000 espectadores.

Tabla 1.29. Permanencia en salas por semanas de películas chilenas

Promedios de asistencia del cine chileno 2009 (Por semana)				
	Título	Admisiones Totales	Cantidad de semanas	Promedio Admisiones semanales
1	GRADO 3	240.716	10	24.072
2	DAWSON ISLA 10	93.829	11	8.530
3	LA NANA	91.512	9	10.168
4	SUPER, TODO CHILE ADENTRO	77.116	8	9.640
5	TERESA	12.451	12	1.038
6	TODO INCLUIDO	9.382	3	3.127
7	SOLOS	6.997	5	1.399
8	TURISTAS	5.862	6	977
9	RETRATO DE UN ANTIPOETA	2.766	6	461
10	ILUSIONES OPTICAS	2.193	3	731
11	NAVIDAD	2.070	4	518
12	DESDE EL CORAZON	1.825	4	456
13	SEIS	676	1	676
14	WEEKEND	116	1	116
	Total	547.511		

Es importante considerar que a pesar de las bajas asistencias en el año pasado, 12 de las 14 películas chilenas estrenadas permanecieron de 3 a 12 semanas en cartelera. Esto no avala la opinión de que los exhibidores sacan a la mayoría de las películas chilenas a la primera semana y que ésta sería la causa de la baja cantidad de público.

1.4. Internet

A fines del año 2009, según la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel.cl), un 40,1% de los hogares está conectado a Internet; 2,2 millones de conexiones a Internet en un país con 16 millones de habitantes y aproximadamente 4 millones de hogares; es un crecimiento importante si se considera que en el año 2006 solo el 22,1% de los hogares tenía conexión a Internet; sin embargo es una conexión baja comparada con el 95% de Corea del Sur, el 55% de Francia, y el 50% de USA. La banda ancha móvil solo alcanza al 9,7% de las conexiones a Internet, aún cuando es el más alto de América del Sur; se proyecta que entre el 2010-2011 la banda ancha móvil superará a la conexión fija.

Se considera que el alto precio de conexión sería la causa de la lenta expansión proyectada de Internet hacia el futuro, y de la fuerte estratificación social en el acceso: mientras el estrato alto en un 81,1% tiene conexión solo el 20,3% del estrato E está conectado.

Los proyectos para los próximos años apuntan a la expansión de la banda ancha móvil (ya se venden más notebooks que PC de escritorio), mayor velocidad, baja en los precios, y la introducción de la tecnología de 4G. Se estima que la incorporación de dos nuevos operadores (Nextel y VTR) contribuirá a una expansión y una mejor calidad de servicio.

Telefónica del Sur es la única empresa que presta servicios de TV IP. En este sistema se distribuye televisión a través de conexiones de banda ancha sobre protocolo IP.

1.5. Inversión publicitaria en medios

La Asociación de Agencias de Publicidad entrega las estadísticas de inversión publicitaria a mitad del año. Por tanto solo se conocen cifras del año 2008. Según ellas la TV sigue siendo el medio con mayor participación (48,4%), seguida por los diarios (28,7%).

Tabla 1.30. Distribución de la inversión publicitaria

Participación porcentual (%)	1984	1989	1994	1999	2004	2005	2006	2007	2008
Televisión	45.8	43.2	48.8	43.7	49.1	47.4	48.1	48.2	48.4
Diarios	36.2	35.6	33.3	36.0	29.4	29.4	29.2	28.6	28.7
Radios	9.9	10.9	8.2	9.8	8.2	8.2	7.5	6.9	7.2
Revistas	5.6	7.4	4.3	3.6	3.5	3.2	3.1	3.1	2.9
Vía Pública	2.3	2.6	5.1	6.5	6.7	8.4	8.8	9.5	8.7
Cine	0.3	0.2	0.2	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2
TV Cable	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	1.7	1.7	1.9	1.7
Medios online	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	1.4	1.4	1.6	2.3

Fuente: Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP)

Resulta destacable la notoria inercia que se observa en las decisiones de inversión publicitaria. En los últimos 25 años la televisión abierta ha enfrentado la aparición y masificación de la televisión por cable, la introducción del *people meter* y la irrupción de la televisión privada sin que la participación de la televisión abierta en la inversión publicitaria se haya visto significativamente afectada.

1.6. 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 septiembre 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 y configuración y financiamiento de la televisión pública.

Según algunas propuestas, la TV digital terrestre debería inaugurar una nueva etapa para la misión pública de TVN, etapa en la cual no solo tenga la tarea de asegurar una información plural, confiable y masiva sino mayor calidad para la audiencia con una oferta televisiva diversificada. TVN tiene la opción técnica de transformarse en **empresa multioperadora ofreciendo varias señales segmentadas con nuevas programaciones temáticas para la audiencia**. Si TVN se convierte en operador multicanal – posibilidad que la legislación actual no admite– podría manejar varias señales digitales de cobertura nacional, abiertas a todo el público, y segmentadas con contenidos diversificados, 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.

La introducción de la norma digital nipo-brasileña permitirá la expansión de nuevas formas de televisión abierta móvil y de televisión abierta por telefonía celular. **Tales posibilidades de distribución implican cambios en la situación de recepción, y ello estimulará la creación de nuevos formatos y nuevas expresiones televisivas multiplataformas** (noticias, narrativas, humor, deportes, etc.).

2. FICCIÓN DE ESTRENO EN CHILE

Tabla 2.1. Ficción de Estreno Total

Ficción TV de estreno	Títulos		Emisiones		Horas	
Nacional - Chile	29	37%	1,233	24%	643:56	19%
Iberoamericana	50	63%	3,867	76%	2787:44	81%
Latinoamericana (Obitel)	35	44%	2,647	52%	1837:48	54%
Latinoamericana (no Obitel)	0	0%	0	0%	0:00	0%
EEUU-Hispano	12	15%	1,088	21%	844:26	25%
Ibérica	1	1%	5	0%	3:44	0%
Coproducción	2	3%	127	2%	101:46	3%
Total Obitel	79	100%	5,100	100%	3431:40	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Considerando la cantidad de títulos estrenados, la ficción chilena de estreno ha mostrado **estabilidad**: 29 títulos el año 2006, 31 el 2008 y 29 el año 2009. En términos de horas, la producción ficcional nacional de estreno se mantuvo también relativamente estable entre 2008 y 2009, con totales de 667 y 644 horas respectivamente, representando el 29% (2008) y 19% del total de las horas de la ficción televisiva de origen iberoamericano exhibidas cada año: 3446 horas en 2008 y 3432 horas en 2009.

Tabla 2.2. Ficción de Estreno exhibida en cada país

Ficción TV de estreno	Títulos		Emisiones		Horas	
Argentina	2	3%	24	0%	21:22	1%
Brasil	7	9%	645	13%	451:13	13%
Chile	29	37%	1,233	24%	643:56	19%
Colombia	5	6%	254	5%	201:33	6%
EEUU-Hispano	12	15%	1,088	21%	844:26	25%
España	1	1%	5	0%	3:44	0%
México	20	25%	1,720	34%	1160:46	34%
Portugal	0	0%	0	0%	0:00	0%
Uruguay	0	0%	0	0%	0:00	0%
Venezuela	1	1%	4	0%	2:54	0%
Coproducción	2	3%	127	2%	101:46	3%
Total Obitel	79	100%	5,100	100%	3431:40	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

De los 79 títulos de estreno, **Chile ocupa el primer lugar** con 29 títulos, y el resto de títulos de países integrantes de Obitel sube a 50 (frente a 26 del año 2008). Chile tiene proporcionalmente más títulos (29 con un 37%) que horas de exhibición (644 horas con un 19%) porque la ficción externa está constituida substancialmente por títulos de telenovelas, con muchas horas de pantalla, mientras que los nacionales corresponden mayoritariamente a otros formatos con menos horas de episodios y capítulos. Desde el punto de vista del origen de las ficciones importadas aparece un **fuerte incremento de México** (20 títulos con 1160 horas - frente a 5 títulos con 489 horas el año 2008); la producción mexicana se ha exhibido especialmente en el canal Mega. La emisión de **producción de origen USA-Hispana se duplica** a 12 títulos con 844 horas - frente a los 6 títulos con 344 horas del año anterior.

Tabla 2.3. Capítulos/Episodios y Horas emitidos por Franjas Horarias

Franjas horarias	Nacional - Chile				Iberoamericano				Total			
	Emisiones		Horas		Emisiones		Horas		Emisiones		Horas	
Mañana (06:00 - 12:00)	135	11%	87:02	14%	12	0%	8:53	0%	147	3%	95:55	3%
Tarde (12:00 - 20:00)	235	19%	78:05	12%	3,386	88%	2438:54	87%	3,621	71%	2516:59	73%
Prime (20:00 - 24:00)	830	67%	451:19	70%	468	12%	339:05	12%	1,298	25%	790:24	23%
Nocturno (24:00 - 06:00)	33	3%	27:30	4%	1	0%	0:52	0%	34	1%	28:22	1%
Total	1,233	100%	643:56	100%	3,867	100%	2787:44	100%	5,100	100%	3431:40	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Los horarios de la Tarde (12.00-20.00 horas) y el Prime (20.00-24.00 horas) concentran la exhibición de la ficción de estreno con un 86% del tiempo de exhibición. Pero, al igual que en años anteriores, la **ficción chilena se emite prioritariamente en el Prime Time** (451 horas con el 70%). La ficción iberoamericana mantiene la tendencia a poblar la tarde televisiva: amplía a 2.439 las horas exhibidas en ese horario, concentrando así un 87% de su tiempo en éste horario; según la Tabla 2.4, el formato de telenovela ocupa 40 de los 50 títulos importados.

Tabla 2.4. Formatos de la Ficción Nacional e Iberoamericana

Formatos	Nacional - Chile						Iberoamericano					
	Títulos		Emisiones		Horas		Títulos		Emisiones		Horas	
Telenovela	8	28%	681	55%	337:54	52%	40	80%	3,175	82%	2332:18	84%
Serie	9	31%	286	23%	144:46	22%	1	2%	17	0%	12:40	0%
Miniserie	3	10%	17	1%	19:26	3%	2	4%	11	0%	9:24	0%
Sitcom	3	10%	160	13%	65:30	10%	1	2%	5	0%	3:44	0%
TV Movie	5	17%	68	6%	56:25	9%	2	4%	270	7%	176:19	6%
Docudrama	1	3%	21	2%	19:55	3%	4	8%	389	10%	253:19	9%
Total Obitel	29	100%	1,233	100%	643:56	100%	50	100%	3,867	100%	2787:44	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Se incrementa la variedad de títulos en la producción nacional; los títulos de series ascienden a 9. La telenovela suma 8 títulos, pero el formato totaliza la mitad de las horas de emisión - 338 de las 644 horas anuales. La telenovela es el formato importado abrumadoramente presente en la pantalla: 40 de los 50 títulos que totalizan 2,332 horas del total de 2,788 horas emitidas de origen importado; los ciclos de TV Movies ascienden a 5. En relación al año 2008, aparece un incremento de 7 a 10 títulos iberoamericanos en formatos distintos a la telenovela, predominando el docudrama con 4 títulos y 253 horas de emisión; **este formato, emparentado a la telenovela, pareciera tener importante aceptación en Chile.**

Tabla 2.5. Formatos de la ficción nacional por franjas horarias

Formatos	Mañana		Tarde		Prime time		Nocturno		Total	
Telenovela	0	0%	0	0%	8	44%	0	0%	8	28%
Serie	3	100%	3	75%	2	11%	1	25%	9	31%
Miniserie	0	0%	0	0%	2	11%	1	25%	3	10%
Sitcom	0	0%	1	25%	2	11%	0	0%	3	10%
TV Movie	0	0%	0	0%	3	17%	2	50%	5	17%
Docudrama	0	0%	0	0%	1	6%	0	0%	1	3%
Total	3	100%	4	100%	18	100%	4	100%	29	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Situando cada **título** en el horario en que en promedio es exhibido se observa que, salvo las series, el horario dominante para la exhibición de la ficción televisiva nacional de estreno es el *prime time*. Para determinar cuáles formatos son los dominantes en cada horario, es preferible ponderar los títulos por las horas que representa cada uno (**esa información no se muestra en la tabla**). Ese ejercicio arroja que en las mañanas sólo se exhiben series; en las tardes dominan las *sitcom* con un 61% del tiempo; el *prime time* es dominado por las telenovelas con un 74% del tiempo y en el horario nocturno se imponen las series con un 57% del tiempo.

Un fenómeno relevante (que no se refleja en esta partición horaria) son los cambios que han estado ocurriendo al **interior** del *prime time* que va de 20.00 a 24.00 horas. Históricamente las telenovelas nacionales, a excepción de las dirigidas a públicos adolescentes, se estrenaban prácticamente siempre en el comienzo del *prime time*, a las 20.00 horas inmediatamente antes de los noticiarios centrales (21.00 horas). La caída de las audiencias de ese horario y la irrupción de nuevos competidores dio cabida a que se explorara y consolidara el horario inmediatamente después de los noticiarios (22.00 horas) como el **nuevo espacio para las telenovelas de mayor audiencia e impacto social**.

Tabla 2.6. Capítulos/Episodios (duración neta)

Duración		Nacionales		Iberoamericanos		Total	
Corto	(<30')	760	62%	363	9%	1,123	22%
Mediano	(30'-60')	411	33%	3,182	82%	3,593	70%
Largo	(>60')	62	5%	322	8%	384	8%
Total		1,233	100%	3,867	100%	5,100	100%

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

En las emisiones iberoamericanas, el 82% muestra una duración de los episodios/capítulos de alrededor de 1 hora televisiva, ya que son principalmente en el formato de telenovela. En el caso chileno, tanto los ciclos de TV Movies 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 anterior a las noticias: ello explica la preeminencia de formatos de alrededor de 30 minutos

Tabla 2.7. Época de la ficción

Epoca	Títulos		Emisiones		Horas	
Presente	25	86%	1,186	96%	610:47	95%
Pasado	1	3%	10	1%	13:05	2%
Histórica	3	10%	37	3%	20:04	3%
Otro	0	0%	0	0%	0:00	0%
Total	29	100%	1,233	100%	643:56	100%

(Se consideró como históricas aquellas ambientaciones focalizadas a más de 50 años del presente)

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

Claramente la celebración del Bicentenario de la Independencia ha influido en la producción de temáticas ficcionales históricas.

Tabla 2.8. Los 10 títulos más vistos

	Título	País de origen de la idea original o guión	Casa productora	TV privada o pública	Formato	Guionista o autor de la idea original	Rating hogar	Share hogar (base: encendido)
1	¿Dónde esta Elisa?	Chile	TVN	Público	Telenovela	Pablo Illanes	34.8	46.7
2	Los 80 más que una moda 2	Chile	UC - Wood Producciones	Universitario	Miniserie	Rodrigo Cuevas	25.5	38.0
3	Conde Vrolok	Chile	TVN	Público	Telenovela	Pablo Illanes	22.6	34.3
4	Héroes	Chile	UC - Nueva Imagen, Chiloé Cine y Defrost Studio	Universitario	Miniserie	Julio Rojas	22.5	30.9
5	Hijos del monte	Chile	TVN	Público	Telenovela	Víctor Carrasco	19.5	37.4
6	Los exitosos Pells	Argentina	TVN	Público	Telenovela	Sebastián Ortega	17.8	27.7
7	Los ángeles de Estela	Chile	TVN	Público	Telenovela	Hugo Morales	16.3	28.7
8	Cuenta conmigo	Chile	UC	Universitario	Telenovela	José Ignacio Valenzuela	15.7	24.3
9	Infieles	Chile	CHV	Privado	TV Movie	Rodrigo Gijón	15.4	22.6
10	Corazon rebelde	Argentina	UC - Alce Producciones	Universitario	Telenovela	Cris Morena	13.4	22.5

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile. Los promedio de *rating* y *share* están contruidos considerando solamente las emisiones de estreno.

El canal público TVN mantiene su primacía con 5 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. UC TV también mantiene su liderazgo con 4 de los top ten. CHV mantiene un título, y Mega no figura, al igual que el año anterior, con ficciones destacadas entre los top ten.

Se consolida el horario del prime de las 22 horas como el más atractivo para la audiencia: los 4 primeros top ten se emitieron en ese horario privilegiado.

Otra diferencia con el año anterior es el retorno del formato telenovela: 7 de los top ten son telenovelas, 2 miniseries y un ciclo de TV Movies. Los docudramas del realizador Carlos Pinto, que en años anteriores ocupan importantes lugares entre los top ten, el año 2009 no tuvieron éxito de audiencia, lo cual puede expresar un agotamiento temático y estético.

Tabla 2.9. Temáticas en los 10 títulos más vistos

Título	Temáticas dominantes	Temáticas sociales
1 ¿Dónde esta Elisa?	Resolución de un crimen, relaciones familiares	Complicaciones de la vida contemporánea, incomunicación de la familia
2 Los 80 más que una moda 2	Relaciones familiares en un contexto político y económico adverso	Incertidumbre económica, inseguridad social, complejidades de la vida familiar
3 Conde Vrolok	Amores prohibidos, vampirismo	Conflictos provocados por alteraciones del orden social
4 Héroes	El conflicto íntimo de un marino dividido entre su familia y el cumplimiento del deber con su país	Incertidumbre y sacrificios de un padre de familia
5 Hijos del monte	Amores prohibidos, diferencias en un grupo de hermanos	Ambición, enfermedad, hijos no reconocidos
6 Los exitosos Pells	Confusión de identidades, relaciones amorosas	Imagen pública versus vida privada, homosexualidad oculta
7 Los ángeles de Estela	Identidades ocultas, Separación familiar	Incertidumbre laboral, estrechez económica
8 Cuenta conmigo	Amor no correspondido, relaciones familiares	Enfermedad, embarazo adolescente, violencia psicológica de la pareja
9 Infieles	Triángulos amorosos	Hacinamiento, Estrechez económica
10 Corazon rebelde	Conflictos entre padres e hijos	Rebeldía adolescente, incomunicación familiar

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile

El análisis de las temáticas muestra que además de los temas tradicionales de la ficción en telenovelas (conflictos y relaciones familiares, relaciones amorosas) y de la temática juvenil (conflictos padres-hijos), dos telenovelas introducen aspectos novedosos; “¿Dónde está Elisa?” acentúa un suspenso de investigación policial y criminal, y “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. Y la miniserie “Héroes”, con los episodios acerca de Arturo Prats, no solo aborda un personaje histórico sino que indagan en su vida personal e incluso ficcionalizan para relatar situaciones históricas acontecidas, pero acerca de las cuales no hay documentación suficientemente detallada para construir un personaje. Aparece así, que **los nuevos formatos ficcionales posibilitan el relato de nuevas temáticas, las cuales caben con más dificultad en el verosímil de la telenovela latinoamericana.**

Tabla 2.10. Perfil de audiencia de los 10 títulos más vistos: género, edad, nivel socioeconómico

Título	Cana l	Sexo (%)		Edad (%)							Nivel socioeconómico (%)			
		Mujeres	Hombres	04-12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	ABC 1	C2	C3	D
1 ¿Dónde esta Elisa?	TVN	63	37	8	6	10	16	27	18	14	10	22	28	39
2 Los 80 más que una moda 2	UC	58	42	10	8	10	17	31	15	9	10	21	31	38
3 Conde Vrolok	TVN	62	38	9	5	10	15	24	21	16	7	18	28	46
4 Héroes	UC	49	51	10	8	9	18	29	16	9	10	22	28	40
5 Hijos del monte	TVN	67	33	6	4	9	14	23	24	20	7	16	31	46
6 Los exitosos Pells	TVN	61	39	11	6	10	15	24	20	16	7	17	28	48
7 Los ángeles de Estela	TVN	65	35	11	7	11	15	23	19	15	7	17	30	46
8 Cuenta conmigo	UC	66	34	13	9	12	15	22	19	10	7	24	31	38
9 Infieles	CHV	42	58	5	8	12	20	29	15	12	6	17	30	47
10 Corazon rebelde	UC	62	38	23	15	14	12	18	13	6	5	18	30	47

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile. Los perfiles están contruidos considerando solamente las emisiones de estreno.

Dos títulos en los top ten, rompen la proporción de mayor perfil femenino, y atraen a una mayor proporción de hombres: “Héroes” e “Infieles”. En general, se confirma que las ficciones masivas atraen a todos los perfiles de audiencias. Hay que destacar la gran audiencia de 04-12 años para ficciones que se emiten a las 22 horas en horario adulto. La temática juvenil en Corazón Rebelde, emitido en horario vespertino, atrae mayormente a edades entre 04-24 años de edad.

3. FICHA 10 TÍTULOS DE FICCIÓN DE ESTRENO DE MAYOR AUDIENCIA

Título 1	¿Dónde está Elisa?
Año de producción	2008-2009
Formato	Telenovela
Género	Drama
Nº capítulos estreno 2009	111
Duración promedio capítulo	30 minutos
Fecha Primera emisión	21 de abril de 2009
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime time 22 horas
Rating promedio	35 puntos
Share de audiencia	46,7%
Producción	Televisión Nacional de Chile, Daniela Demicheli
Dirección	María Eugenia Rencoret
Guión	Pablo Illanes, Nona Fernández, Hugo Morales, Josefina Fernández
Elenco	Francisco Melo, Álvaro Rudolphy, Sigrid Alegría, Paola Volpato, Francisco Reyes

Argumento: Una adolescente de alta sociedad desaparece en una discoteca. La policía comienza a investigar y va descartando la intervención externa, transformando a su entorno -formado por familias de altos ingresos-, en sospechoso. La trama sufre dos vuelcos importantes: en el capítulo 52, el público sabe quién retiene a Elisa y en el 77, la joven muere en un hospital. A partir de ese momento, la historia está centrada en los intentos de su asesino por encubrir este crimen y en las nuevas fechorías que comete.

Comentario: “Dónde está Elisa?” fue el mayor fenómeno mediático de Chile en 2009. Es la telenovela nocturna de TVN más lograda a la fecha, con una efectiva mezcla de temática policial y una lectura crítica de la vida contemporánea; sus personajes parecen seres perfectamente insertos en la sociedad, pero pronto dejan al descubierto sus carencias y su falta de límites. No hay buenos sin manchas y a los villanos se los comprende. A su temática central, la de la adolescente separada de su familia, sumó atractivas historias secundarias, como la del triángulo entre una mujer, su esposo y el mejor amigo de ella. Por primera vez en Chile, la temática homosexual fue tratada con un grado mayor de profundidad en el género de telenovelas, incluyendo escenas íntimas y algunos conflictos y complicaciones de una relación de pareja homosexual.

Título 2	“Los 80”, segunda temporada
Año de producción	2009
Formato	Serie
Género	Drama
Nº episodios estreno 2009	10
Duración promedio capítulo	50 minutos
Fecha Primera emisión	18 de octubre de 2009
Canal	Canal 13
Franja de emisión	Prime time 22 horas
Rating promedio	25 puntos
Share de audiencia	38%
Producción	Wood Producciones y Alberto Gesswein para el área Bicentenario de Canal 13
Dirección	Boris Quercia
Guión	Rodrigo Cuevas
Elenco	Daniel Muñoz, Tamara Acosta, Loreto Aravena, Tomás Verdejo, Lucas Escobar, Daniel Alcaíno, Pablo Freire, Katty Kowaleczko

Argumento: La historia de la familia Herrera se retoma donde había quedado en el primer ciclo, es decir, se desarrolla entre 1983 y 1984, en plena dictadura. Los ejes principales de la temporada son el inesperado cuarto embarazo de la madre, Ana López, y la renuncia obligada del hijo mayor, Martín, a su carrera como piloto de la Fuerza Aérea. Como tramas secundarias se desarrolla el romance de los dos amigos de la familia -Nancy, la madre soltera, y Exequiel, el buscavidas- y el intento de Juan Herrera, el padre de la familia, por formar su propia empresa. Además, se entrega mayor protagonismo a los niños, Félix y Bruno.

Comentario: El primer ciclo de la serie obtuvo el Premio a la Excelencia del Consejo Nacional de Televisión, que consistió en \$400.000.000 (cerca de US\$750.000) para desarrollar la segunda temporada. Los nuevos episodios respondieron a la expectativa generada por este galardón y por el amplio respaldo del público y la crítica. La trama acentuó la carga dramática, abordando problemas típicos para una familia de clase media (la incertidumbre por la llegada de un nuevo integrante a la familia, la desorientación de un joven que pierde el rumbo que soñaba para su vida). El contexto político de la dictadura aparece principalmente como parte de la actividad de Claudia, la hija mayor, estudiante universitaria.

Título 3	“Conde Vrolok”
Año de producción	2009
Formato	Telenovela
Género	Drama
Nº capítulos estreno 2009	32
Duración promedio capítulo	30 minutos
Fecha Primera emisión	3 de noviembre de 2009
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime time 22 horas
Rating promedio	23 puntos
Share de audiencia	34,3%
Producción	Televisión Nacional de Chile, Daniela Demicheli
Dirección	María Eugenia Rencoret
Guión	Pablo Illanes, Nona Fernández, Francisca Bernardi, Juan Pablo Olave
Elenco	Álvaro Rudolphy, Francisca Lewin, Francisco Reyes, Claudia Di Girolamo, Julio Milostich, Luz Valdivieso

Argumento: Santa Bárbara es un pueblo de la zona central de Chile. El lugar es dominado por terratenientes, un capitán de Ejército –que ejerce como juez y policía-, más señoras y señoritas de apariencia correcta, servidos por peones obedientes. Ese orden se ve alterado por la llegada de un conde-vampiro, que desata las pasiones y los instintos básicos de los pueblerinos. Con múltiples referencias a la novela de Bram Stoker y a la adaptación cinematográfica de Ford Coppola, la historia suma infidelidades, incesto y amores entre distintas clases sociales.

Comentario: Realizada y estrenada a la sombra de “Dónde está Elisa?”, la primera telenovela de vampiros en la historia de las telenovelas en Chile, no ha conseguido el impacto de su antecesora, pese a que elementos de polémica no le faltan. Por ejemplo, entregó a la heroína clásica de las telenovelas locales, Claudia Di Girolamo, el papel de una madre incestuosa y convirtió a su galán de siempre, Francisco Reyes, en un libidinoso vampiro. La historia impacta más que por los elementos del terror, por su desafío a tabús sociales, pero la mayoría de sus personajes resultan antipáticos y es difícil empatizar con sus dramas.

Título 4	“Héroes, Prat”
Año de producción	2008-2009
Formato	Miniserie
Género	Drama
Nº episodios estreno 2009	2
Duración promedio episodio	60 minutos
Fecha Primera emisión	24 de mayo de 2009
Canal	Canal 13
Franja de emisión	Prime time 22 horas
Rating promedio	22 puntos
Share de audiencia	30,9%
Producción	Nueva Imagen, Defrost Studio, Chiloé Cine y Alberto Gesswein para el área Bicentenario de Canal 13
Dirección	Gustavo Graef Marino
Guión	Julio Rojas
Elenco	Andrés Waas, Ingrid Isense, Alejandro Montes, Pablo Cerda

Argumento: Los sucesos históricos del episodio más recordado de la Guerra del Pacífico (fines del siglo XIX), el combate naval de Iquique, son abordados desde una perspectiva humana. Se refuerzan aspectos conocidos de la vida de Arturo Prat, como su perfil de hombre de familia que deja a los suyos para cumplir con lo que cree es su deber superior: proteger a su país. El guión incluye párrafos de las cartas del marino, que muestran sus momentos de soledad y debilidad frente a las tareas que le son encomendadas. Un tercio del metraje se utiliza en narrar el 21 de mayo de 1879, mezclando un seguimiento paso a paso a la historia oficial de esa jornada (por ejemplo, el discurso de Prat que se inicia con “Muchachos, la contienda es desigual”) con personajes imaginarios, como el grumete Carrasco, un personaje que se creó para simbolizar a los niños que había en la tripulación de la Esmeralda.

Comentario: El episodio final de la ambiciosa serie de biografías fue el más complejo y el más costoso: \$200.000.000 de presupuesto (alrededor de 400.000 dólares), varios meses de casting para el personaje principal y ocho meses de post producción en Estados Unidos de las escenas de combate en 3D. Con esos esfuerzos, era esperable que se convirtiera en un referente audiovisual ineludible para hablar del 21 de mayo: pero lo que consiguió es un programa correcto, cuya trascendencia está aún por verse.

Título 5	“Hijos del monte”
Año de producción	2008-2009
Formato	Telenovela
Género	Drama
Nº capítulos estreno 2009	48
Duración promedio capítulo	50 minutos
Fecha Primera emisión	2 de septiembre de 2008
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime time 20 horas
Rating promedio	20 puntos
Share de audiencia	37,4%
Producción	Vania Portilla, TVN
Dirección	María Eugenia Rencoret
Guión	Víctor Carrasco, Carlos Galofré, David Bustos, Rodrigo Ossandón, Carlos Oporto
Elenco	Jorge Zabaleta, María Elena Swett, Francisco Pérez Bannen, Cristián Arriagada, Mónica Godoy

Argumento: Cinco hermanos adoptados ayudan a su padre a administrar un fundo. Al fallecer el patriarca, son sorprendidos por una nueva realidad: deberán compartir su herencia con Paula, una atractiva y trepadora mujer, la única hija biológica del padre. Juan, el mayor de los hermanos, se enamora de ella poniendo en riesgo su relación con Julieta, una bondadosa joven.

Comentario: La ambientación y la trama de esta telenovela no presentan elementos novedosos, pero sí los tiene a nivel de técnica y elenco. Lo primero, es que “Hijos del monte” fue la primera producción del área dramática de TVN grabada en alta definición (High Definition), lo que implicó un aprendizaje de la producción para el registro con esta tecnología. Además, esta telenovela fue el debut en TVN de Jorge Zabaleta y María Elena Swett, quienes habían sido una emblemática pareja de las telenovelas de Canal 13.

Título 6	“Los exitosos Pells”
Año de producción	2009
Formato	Telenovela
Género	Comedia dramática
Nº capítulos estreno 2009	143
Duración promedio capítulo	50 minutos
Fecha Primera emisión	3 de marzo de 2009
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime time 20 horas
Rating promedio	18 puntos
Share de audiencia	27,7 %
Producción	Patricio López, TVN
Dirección	María Eugenia Rencoret
Guión	Adaptada por Marcelo Leonart, en base al libreto original de Sebastián Ortega
Elenco	Ricardo Fernández, Luz Valdivieso, Claudia Di Girolamo, Alfredo Castro, Marcelo Alonso, Sebastián Leyseca

Argumento: Martín Pells, el conductor de noticias más importante del país, lleva una doble vida: públicamente casado con Sol, su compañera de la TV, secretamente emparejado con otro hombre. Cuando Martín sufre un accidente que lo deja en coma, la dueña del canal lo reemplaza con un actor increíblemente similar en el aspecto físico, pero opuesto en la personalidad. Gonzalo es un tipo sencillo, que se enamora de Sol, y luchará contra toda las mentiras que sostienen la vida de los Pells.

Comentario: Luego de “Viuda alegre” (2008), la fallida apuesta por regresar a las comedias al estilo de la década 1990, el área dramática de TVN optó por una historia más contemporánea, que se trabajó con un elenco menor al que era habitual en la producción del primer semestre del canal estatal, (16 actores) y con una realización más cercana a las sitcom norteamericanas y a la “tira” argentina.

Título 7	“Los ángeles de Estela”
Año de producción	2008-2009
Formato	Telenovela
Género	Comedia dramática
Nº capítulos estreno 2009	71
Duración promedio capítulo	50 minutos
Fecha Primera emisión	22 de septiembre de 2009
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime time 20 horas
Rating promedio	16 puntos
Share de audiencia	28,7%
Producción	Vania Portilla, TVN
Dirección	María Eugenia Rencoret
Guión	Hugo Morales, Andrés Telias, Carlos Galofré, Diego Muñoz, Carla Stagno
Elenco	Jorge Zabaleta, María Elena Swett, Francisco Pérez Bannen, Cristián Arriagada, Paola Volpato

Argumento: Tres amigos son dueños de un restaurante, que es destruido en un incendio. Cesantes y desesperados, son convocados por una misteriosa empresaria, Lady Cox, para que se transformen en peluqueros de un exclusivo centro de estética, a cambio de una suculenta oferta de dinero. No tienen los conocimientos, pero serán guiados por una voz femenina, a quien no pueden conocer. Los flamantes peluqueros no saben que Lady Cox tiene un motivo para retenerlos a su lado: quiere descubrir cuál de ellos es el hijo que abandonó hace décadas.

Comentario: Esta telenovela simboliza la incertidumbre de las áreas dramáticas para enfrentar la baja de audiencia de las producciones vespertinas: es una historia poco realista, con elementos infantiles y personajes de trazos gruesos, presentados sin pretensiones. Pese a sus carencias, logra liderar un horario en el que no enfrenta grandes desafíos (“Sin anestesia” de Chilevisión, su competencia directa, promedia 9,1 puntos).

Título 8	“Cuenta conmigo”
Año de producción	2008-2009
Formato	Telenovela
Género	Drama
Nº capítulos estreno 2009	106
Duración promedio capítulo	50 minutos
Fecha Primera emisión	2 de marzo de 2009
Canal	Canal 13
Franja de emisión	Prime time 20 horas
Rating promedio	16 puntos
Share de audiencia	24,3
Producción	Verónica Saquel, Canal 13
Dirección	Ítalo Galleani
Guión	José Ignacio Valenzuela, René Arcos, Adela Boltansky y Patricio Heim
Elenco	Carolina Arregui, María Izquierdo, Bastián Bodenhöfer, Pablo Cerda, Héctor Morales, Sofía García, Gloria Münchmeyer

Argumento: Josefina, la soñadora mujer de un sociólogo y madre de siete hijos, padece de cáncer. Cree que morirá y busca a quien la reemplace en el cuidado de su familia y en el corazón de su esposo. La elegida es Anita, la secretaria de su marido, quien ha vivido enamorada de él. En paralelo, los hijos sufren sus propios dramas. Destaca la historia de la chica de 16 años que queda embarazada y quiere elegir a quien dará en adopción a su hijo (una trama con evidente similitud a la película “Juno”) y la de la hermana mayor, quien sufre con un novio ambicioso y sin escrúpulos.

Comentario: Pese a que esta telenovela contaba con elementos atractivos, como el regreso de la pareja Bodenhöfer-Arregui (recordados por sus papeles en “Ángel malo” y “Te conté”), finalmente fue superada por la apuesta de TVN, “Los exitosos Pells” y lo más recordable estuvo en las comentadas tácticas de programación con que fue emitida. El director de programación de Canal 13, Vasco Moulian, decidió estrenarla a las 22:00, como parte del capítulo del reality “1810”, sin aviso a los televidentes. En adelante se emitió a las 20 horas, pero generó conflictos internos por su irregular horario de emisión, que variaba de acuerdo al rating online.

Título 9	“Infieles”
Año de producción	2009
Formato	Serie de telefilmes unitarios
Género	Comedia
Nº episodios estreno 2009	37
Duración promedio episodio	30 minutos
Fecha Primera emisión	2005
Canal	Chilevisión
Franja de emisión	Prime time 22 horas
Rating promedio	15 puntos
Share de audiencia	22,6%
Producción	Chilevisión
Dirección	Rodrigo Díaz
Guión	Rodrigo Gijón
Elenco	Cambia en cada episodio, pero la constante es la aparición de una vedette en el inicio de cada temporada.

Argumento: La serie presenta una historia distinta en cada episodio. El único punto en común es la infidelidad que desencadena los conflictos, generalmente ambientados en sectores populares.

Comentario: El ciclo 2009 mantuvo el tono de las últimas dos temporadas, centrado en lo picaresco y que le permite ser la ficción con más público masculino de la lista. La programación de la serie es una de las claves para el éxito y mantención de la propuesta: se emite un episodio nuevo, seguido de una repetición de ciclos anteriores.

Título 10	“Corazón rebelde”
Año de producción	2009
Formato	Telenovela juvenil
Género	Drama
Nº capítulos estreno 2009	81
Duración promedio capítulo	40 minutos
Fecha Primera emisión	18 de agosto de 2009
Canal	Canal 13
Franja de emisión	Prime time 20 horas
Rating promedio	13 puntos
Share de audiencia	22,5%
Producción	Alce Producciones y Juan Ignacio Vicente para Canal 13
Dirección	Herval Abreu
Guión	Original de Cris Morena, adaptada por Julio Rojas, Daniela Lillo, León Murillo
Elenco	Ignacio Garmendia, Luciana Echeverría, Denise Rosenthal, Augusto Schuster, Fernando Kliche, Katty Kowaleczko.

Argumento: Un colegio para alumnos de clase alta beca a jóvenes de bajos ingresos. En ese grupo ingresa Manuel, un joven que quiere infiltrarse en ese ambiente para seducir a la hija de un empresario, relacionado a la muerte de su padre. Los jóvenes viven en constante conflicto con sus padres, que son generalmente personajes conocidos de la sociedad, como una animadora de televisión y un senador.

Comentario: La historia ya se había visto en Chile con el original argentino, “Rebelde way”, y con su exitosa adaptación mexicana “Rebelde”. La versión local comenzó con buen rating, 25 puntos en el debut, y sus primeros episodios conservaron un buen ritmo, pero luego bajó la audiencia y su público quedó enfocado al nicho infantil- juvenil. Tal como se hizo en Argentina con Erreway y en México con Rebelde, el canal formó un grupo musical ligado a la banda, CRZ.

4. Tendencias de la ficción televisiva del 2009

1. El “monopolio” de Elisa

La ficción en Chile durante 2009 tuvo un dominador claro: la telenovela nocturna “¿Dónde está Elisa?”, producida y emitida por Televisión Nacional de Chile; concentró la atención pública, impuso temas de conversación y dio millonarias ganancias al canal.

Fue la séptima producción de la estación estatal para el horario nocturno, y combinó dosis precisas de temas “para adultos” con episodios de notable tensión dramática y vuelcos en la trama, extraídos del cine de crimen con suspenso y terror, que enriquecieron al género.

“¿Dónde está Elisa?”, además, fue la primera telenovela nocturna en producir más de 100 capítulos (tuvo 111, mientras sus antecesoras promediaban los 60) demostrando la creciente confianza del canal en las posibilidades del drama en este horario; éxito en contraste con la sostenida baja de audiencia de las ficciones vespertinas de las 20 horas. Porque, como en los últimos tres años, TVN fue el único canal en Chile que produjo y emitió **telenovelas** para el horario prime de las 22 horas. UC TV ha emitido series (“Héroes”, “Los 80”), y CHV series de unitarios (“Infieles”).

De emergencia a fenómeno. La producción comenzó sin la tradicional campaña publicitaria: salió al aire sin aviso el 21 de abril, en medio de una crisis de audiencia de TVN y como primera medida visible de una nueva camada de ejecutivos del canal, encabezada por la directora de programación María Elena Wood, quien asumió en reemplazo de Vicente Sabatini, el influyente realizador de las telenovelas en TVN hasta su partida (actualmente trabaja en Chilevisión).

La audiencia de “¿Dónde está Elisa?” se mantuvo en 20 puntos en las primeras semanas, pero a los tres meses comenzó a despuntar como fenómeno, transformándose en comentario obligado en los otros canales, en la prensa escrita y en las conversaciones sociales. Una de las razones para este despegue es que la historia fue más allá de la promesa inicial de retratar a una familia destrozada por la desaparición de su hija. Al ir “más allá” involucró al espectador con las motivaciones y las miserias del secuestrador, interpretado por uno de los actores más populares del país, Francisco Reyes. Y luego, aumentó la tensión con una seguidilla de crímenes protagonizada por una asesina interpretada por la actriz Paola Volpato, una villana al estilo de las despiadadas y manipuladoras mexicanas Catalina Creel, de “Cuna de lobos”, y Evangelina Vizcaíno de “Cadenas de amargura”.

TVN también potenció al programa estrella: dejó de repetir el capítulo de las 22:00 a la medianoche (estrategia que había usado en sus producciones nocturnas hasta “El señor de la Querencia”). A cambio, vendió la repetición en alianza con la empresa de TV de pago VTR, usando el modelo “Video on demand”, con un costo aproximado de US\$ 1,3 por capítulo. Otro hito de su emisión, y que define el interés que generó la trama, fue la filtración de fotografías con escenas decisivas del final. Aunque el spoiler es una práctica habitual en la industria audiovisual norteamericana, no se ha desarrollado en la televisión chilena. Las imágenes fueron registradas por un asistente de producción, quien las vendió a

un medio escrito que las publicó desplegadas en tres páginas en su edición dominical. TVN entabló una acción judicial para marcar un precedente en estos casos, alegando violación de los derechos de autor de la trama y del secreto profesional por parte de un empleado. Finalmente, los involucrados en la captura y venta del material pidieron disculpas públicas, al igual que la publicación.

Además de ser un salvavidas para superar una crisis de audiencia de TVN, “¿Dónde está Elisa?” fue un producto ideal para un año marcado por la crisis económica: alto rendimiento con los avisadores, grabada principalmente en locaciones – lo que ahorra el costo de los exteriores - y con un elenco estable de 15 actores, la mitad de lo que acostumbraban las telenovelas vespertinas.

Competencia anulada. Frente al fenómeno de audiencia, la competencia prácticamente fue anulada. El horario prime de la TV chilena se redefinió durante el tiempo en pantalla de la telenovela: entre lunes y jueves, la lucha por el rating comenzaba a las 22:40, cuando culminaba el episodio de “¿Dónde está Elisa?”. En algunas ocasiones, para rehuir de la competencia, Canal 13 emitió segmentos repetidos de sus reality show “1810” y “1910” y espacios futbolísticos. Otra medida tomó Mega, que comenzó a extender su noticiero central, que en lugar de terminar a las 21:55 horas se prolongó hasta las 22:15 aproximadamente. El objetivo: reducir el tiempo de competencia de su programa estelar con la telenovela.

Afianzamiento de las ficciones nocturnas. El éxito de “Elisa” aumentó las expectativas para los siguientes proyectos de telenovela nocturna. Su sucesora, “Conde Vrolok” debutó en TVN el día en que se emitía el penúltimo episodio de “¿Dónde está Elisa?”, pero sin alcanzar en los primeros meses su impacto ni audiencia. Una de las causas de esa baja es que la producción anticipó su estreno para aprovechar el público que tenía “Elisa”, sin considerar que su temática y ambientación podrían haber tenido mejores resultados en la alta temporada del año con mayor encendido de televisores.

La segunda producción que recibió el impacto directo de “Elisa” fue la telenovela nocturna producida por Chilevisión “Mujeres de lujo”. Pese a los problemas que tuvo la producción en su fase de desarrollo (cambio de director y de elenco, reenfoque de los personajes), en su estreno, ya en la primera semana de 2010, consiguió disputarle el público a “Conde Vrolok”.

Un tercer proyecto nocturno aún se mantiene como un enunciado: Canal 13 anunció que trabaja en su primera producción nocturna para estrenar en 2010. La trama está inspirada en un caso real de bebés cambiados en un hospital.

2. La paradoja de la calidad: “Los ‘80”

Difícilmente una serie representaría mejor los valores de un canal universitario y católico como Canal 13; “Los ‘80” trata de una familia que, pese a los enojos y a las dificultades económicas y políticas en la época de la dictadura, se mantiene unida, cuidando de no violar sus valores fundamentales. Junto a valores, un alto rating: la segunda ficción más vista en el año.

Pero la producción del área Bicentenario de la estación ha enfrentado, desde el inicio, una serie de complejidades, básicamente por su alto costo en el contexto de la TV chilena. Cada una de las dos temporadas de “Los ‘80” ha tenido un costo total — sumando los gastos de producción y campaña de marketing — de \$800 millones de pesos chilenos (US\$ 1,4 millones). El costo de alrededor de 140.000 dólares por episodio es completamente desorbitado para el mercado chileno. Para el segundo ciclo, la mitad de ese presupuesto fue cubierto gracias a un premio a la excelencia otorgado por el Consejo Nacional de Televisión.

La paradoja de “Los 80” no se queda ahí: porque, además de coherencia editorial, el programa ha sido un éxito de audiencia, de crítica y de avisadores. Entonces, el único punto en contra para su continuidad es el costo, lo que plantea un desafío para la industria local: el ejercicio que sigue haciendo Canal 13, una estación que ha tenido pérdidas económicas en su último año, es evaluar los méritos y logros de “Los 80” enfrentados a su costo. Y la mecánica no ha sido fácil. La tercera temporada fue aprobada sólo después de largas discusiones y dejando sin concretar otro proyecto de alto perfil, la serie “Finis Terrae”.

“Los ‘80” ha tenido además dos aspectos de interés industrial. Por una parte, la producción independiente ha trabajado exitosamente un formato propio de la TV, como es la serie con varios episodios y temporadas, innovando así, al mirar a la TV más allá de mera ventana para exhibir una película realizada para el cine de salas. Un segundo aspecto interesante es la recuperación de la traumática historia reciente chilena en el género del melodrama que trabaja desde las vivencias cotidianas y privadas; así aparece una innovación narrativa, ya que la memoria histórica a menudo solo ha sido recuperada por el género documental.

3. La producción externa y las series en crisis

Justo cuando TVN disfrutaba de este éxito, el resto de la industria televisiva chilena resentía varios golpes. El primero fue la quiebra de Roos Film, productora de cine y TV que había liderado el mercado durante la década, con adaptaciones de sitcom norteamericanas (“Mad about you”, “Married with children”, “The nanny”) y que en 2006 produjo una telenovela para un canal de TV (la versión chilena de “Montecristo” que emitió Mega). En los años siguientes, la actividad en Roos Film comenzó a decaer: finalizó su contrato de exclusividad con Mega y disminuyó su cantidad de producciones anuales (en 2008 sólo registra dos series). Hasta que en abril de 2009, cuando se preveía un repunte con la producción de cuatro programas, declaró la quiebra.

No fue la única empresa que no pudo superar la crisis económica. Nueva imagen, compañía emblemática de la renovación que produjo la producción externa en la pantalla a partir de los 90, cerró sus oficinas luego de la decisión de TVN de no continuar la producción de una serie policial. La misma medida afectó a Parox y Geoimagen. La intención del canal estatal era dejar de lado los programas vinculados a hechos de sangre. Sin embargo, llama a reflexión el hecho que sea precisamente la red estatal, que tiene como misión promover la industria audiovisual local, la que tome esta decisión, incluso teniendo contratos ya firmados con las productoras externas. Geoimagen es la empresa de Carlos Pinto, realizador, guionista y productor clave en la escena chilena desde 1992 a la fecha. Su espacio “Mea culpa” fue una carta de rating, tanto como “El día menos pensado”, que

comenzó en 2000. Ambos tomaban historias de casos reales y los dramatizaban. Mirado con distancia, en la década pasada Pinto consiguió el beneplácito de la crítica, lo que se sumó a su popularidad. Su modo de realización se transformó en su sello: utilizaba escenarios reales, actores poco conocidos y narración del propio director. Pero en 2009 su figura prácticamente desapareció de la primera línea. La explicación está ligada a la voluntad de TVN de “limpiar” su pantalla de las historias policiales que hicieron famoso a Pinto, pero también podría deberse a una necesidad todavía no resuelta de refrescar la realización y temáticas en las series del director, que ha permanecido apegado a su fórmula por 16 años.

La presencia de series en horario prime se redujo. No hubo nuevos ciclos de “Cárcel de mujeres” en TVN, tampoco “Gen Mishima”. Chilevisión optó por producir nuevos episodios de “Infieles”, pero dejó “Historias de campo” y “Mujeres que matan” reducidos a repeticiones. Como apuestas nuevas de este canal destacaron tres remakes: “Mis años grossos”, adaptación de “That 70’s show”, “Aquí no hay quien viva”, versión de la comedia española del mismo nombre, y “Hermanos & detectives”, original del director argentino Damián Szifrón. Sin embargo, las tres tuvieron un bajo promedio de audiencia.

3. Fragilidad de las áreas dramáticas

Tal como se ha consignado en informes anteriores de Obitel, las telenovelas vespertinas chilenas viven un período de baja en su audiencia. Las temáticas tampoco han contribuido a mejorar el escenario: algunas se quedan en las comedias con toques infantiles, mientras otros intentos de abordar problemas sociales más relevantes —como en “Sin anestesia” de Chilevisión y “Cuenta conmigo” de Canal 13— se diluyen y no traspasan la simple anécdota dramática.

Por eso, no resulta extraño que los canales que sólo emitieron telenovelas vespertinas, y que vivieron a la sombra de “¿Dónde está Elisa?”, enfrentaran dificultades. Un ejemplo es “Sin anestesia” y su deslucido paso por Chilevisión: originalmente el debut estaba pensado para marzo, pero la producción se fue atrasando y modificando en el camino; salió al aire el 24 de agosto y promedió 9 puntos.

En Canal 13 hubo problemas internos que, aunque no afectaron la continuidad de su producción, sí influyeron en la consolidación de su área dramática. Primero fueron los reclamos del elenco de “Cuenta conmigo” por el irregular horario de emisión de la telenovela. Esta medida formó parte de la estrategia llamada “parrilla flexible” que impulsó el director de programación Vasco Moulián y que se transformó en tema de debate televisivo: el ejecutivo programaba de acuerdo a lo que dictaba el people meter online y podía acortar o alargar producciones mientras estaban en pantalla. Sus detractores afirman que esta técnica sólo confunde al espectador y se impide formar hábitos entre los televidentes. El segundo remezón en la estación católica se llama Verónica Saquel: la productora ejecutiva que en 2003 refundó las telenovelas de la estación con “Machos”, dejó de trabajar en la estación a mediados de año. El área de producción de telenovelas quedó acéfala por un par de meses, hasta que asumió Sebastián Freund (ex productor de la serie “Huaiquimán & Tolosa”).

Estos dos canales enfrentaban sus problemas internos, pero seguían apostando por producir telenovelas, Mega simplemente renunció a la ficción local tras el final de su relación con Roos Film y de la fallida actualización del segmento humorístico “La oficina” en 2008. Sin embargo, para 2010 la realización anuncia nuevos proyectos, el más importante es la adaptación de “Adiós al Séptimo de línea”, una novela histórica ambientada en la Guerra del Pacífico, que obtuvo la mayor cifra de aporte estatal, a través del Consejo Nacional de Televisión: \$500 millones (US\$900 mil dólares).

4. Relación del cine y la TV local

Los dos actores más importantes de la industria audiovisual, cine y televisión, no han logrado en Chile una relación consolidada. En 2009 la situación no fue distinta: la audiencia de “Radio Corazón”, uno de los filmes chilenos con más convocatoria en la taquilla de los últimos años (más de 300 mil espectadores en 2007), tuvo un discreto comportamiento en su llegada a la TV: fue estrenada por TVN el 25 de junio y consiguió 17.8 puntos. Fue la de mejor performance, porque “Chile puede” “La sagrada familia” y “Lokas”, emitidas durante agosto y septiembre de 2009, no consiguieron entrar siquiera al grupo de los 10 más vistos de cada día.

El bajo rating probablemente alienta el divorcio entre el cine y la TV local. En años anteriores, Canal 13 y Chilevisión han comprado derechos de emisión de algunos filmes, pero esa política no ha sido constante. TVN es el único canal que entrega permanentemente una ventana de emisión a la realización local, con espacios como “Zona de realizadores” y ciclos con estrenos locales, de ficción y documental.

5. Narrativas y transmedialidad

En la década de los '80, la banda musical de las telenovelas producidas por los dos canales grandes (canal 13 y TVN) comenzó a ser deliberadamente trabajada como un producto cultural con vida independiente de la telenovela: era reproducida en cassette y compact disc, emitida por radios, y proyectada con audio y video en pantallas gigantes en discoteques para el baile de los asistentes. Es posiblemente la primera manifestación de transmedialidad en la TV chilena.

A fines de los '90, la asesoría de la BBC a TVN y a canal 13 introdujo el concepto de la producción televisiva en 360°, es decir, imaginar y planificar desde el momento inicial de una producción audiovisual diversas plataformas de emisión/distribución para distintos receptores, en diversas situaciones de recepción, con adaptación en los formatos. Tal diseño multimedial y multiplataforma se ha incorporado como ideal para muchas producciones audiovisuales de estos canales, incluso se han generado gerencias especializadas en nuevos medios e innovación.

Sin embargo las realizaciones multiplataforma y transmediales avanzan más lentamente en la realidad. No todas las realizaciones audiovisuales se prestan para ser distribuidas transmedialmente.

Se ha distribuido en DVD narraciones ficcionales, algunos reportajes y documentales. Episodios de series históricas como “Héroes” (UC TV) se han entregado en DVD al Ministerio de Educación para ser distribuidos a escuelas.

El tamaño de la población del país - 16 millones de habitantes - dimensiona la potencialidad del mercado. La **transmedialidad hacia niños y jóvenes** tiene características propias, como su gran familiaridad con Internet, la interactividad, la generación de comunidades, artículos de merchandising. Posiblemente la creación de páginas web en Internet y blogs han sido las formas más masificadas de contactar a las audiencias más allá de la pantalla televisiva.

El programa “31 Minutos” (con tres temporadas 2003-2005), inicialmente pensado como dirigido a niños y que se transformó en un exitoso programa familiar, fue producido por la productora independiente APLAPLAC y emitido por TVN. La producción diseñó estrategias de distribución audiovisual en DVD, CD con música de las canciones originales del programa, y realizó una película para cine de salas (2008). Tiene una página web en el canal emisor TVN. El segmento del programa La Nota Verde de ecología fue impresa como libro - El Libro Verde y el Libro Rojo - con apoyo de la agencia estatal del medioambiente (CONAMA). Los personajes han sido utilizados en campañas educativas en TV. Además han producido diversos artículos de merchandising, como juguetes, cuadernos, agendas, ropa, y otros.

“El Blog de la Feña” (2008) comenzó como un breve microprograma emitido en diversos horarios en canal 13, donde el personaje de la Feña planteaba situaciones con alternativas contrapuestas y pedía opiniones y consejos a la audiencia. Rápidamente en Internet generó

gran interactividad y el éxito le ha permitido crecer y diversificarse, creando comunidades de amigos, interactividad por celular, música y videoclips, productos de merchandising, etc.

Posiblemente la **transmedialidad con el mundo de los adultos y de las amas de casa** tendrá algunas características propias.

TV UC creó (2008) un sistema informativo 24 horas por Internet: Teletrece on line.

Recientemente el canal Mega emitió durante 4 temporadas (2004-2008) una exitosa adaptación de la sitcom de USA "Married with Children" (original de 1987), con el título "Casado con Hijos". El elenco de actores ha comenzado giras teatrales a lo largo del país representando una obra de teatro llamada "La Familia Ante Todo", con texto de creación colectiva y la dirección del mismo director de la realización televisiva.

Se ha mencionado anteriormente el caso de la exitosa telenovela "¿Dónde está Elisa" de TVN, cuyos capítulos de estreno podían ser recibidos en los horarios definidos por el televidente bajo la modalidad pagada de video on demand, (Catch Up On Demand) distribuido en convenio entre TVN y la operadora de cable VTR (julio 2009). El valor de cada bajada era \$690 pesos chilenos (US\$ 1,2 dólares aproximadamente). Las primeras evaluaciones eran optimistas y superaban la demanda por cine en ese servicio. TVN vendió también en formato video on demand el reality "Pelotón" y ahora la telenovela "Conde Vrolok".

UC TV puso en su página web gratis los episodios de "Los 80" en HD. Aunque había interés del público, no ha logrado editar en DVD ninguno de los dos ciclos, por dificultades con los derechos de autor de algunas de las canciones utilizadas, ya que no eran música original.

CHV también ofrece en internet gratuitamente episodios de sus producciones de ficción, como "Infieles". "Mujeres de lujo" está disponible en HD, también gratuitamente.

En octubre de 2009, TV UC y VTR acuerdan difundir por el canal digital 813 la programación en vivo de canal 13 y de canal 13 cable, en calidad digital, y también con la posibilidad de recibir fuera de horario, como video on demand, y con posibilidad de almacenar programas. Un par de emisoras radiales operadas por canal 13 - las radios Play (100.9 FM) y Sonar (105.7 FM) - se transmitirán en los canales de música de la TV Digital de VTR. Esta plataforma tiene un alto uso, ya que el 50% de los clientes de VTR escuchan radio desde el televisor.

Tecnología digital y transmedialidad.

La **tecnología digital** permitirá la operación de varios canales televisivos con contenidos segmentados, producidos por la misma empresa emisora. La tecnología permitirá una diversificación y segmentación de contenidos televisivos, imposible de proporcionar en un canal de generalista de la tecnología analógica. Es muy posible que la segmentación en TV abierta digital sea la etapa donde los canales chilenos próximamente inviertan grandes energías y recursos. TVN como paso preparatorio creó (2009) el canal segmentado de noticias 24 Horas, que se emite en cable por la operadora VTR. TV UC ya ha manejado desde hace varios años un canal de cable (13C), segmentado más bien hacia cultura.

Pero además, la digitalización seguramente acelerará la transmedialidad, ya que la misma norma será usada en TV y telefonía para audio, video y datos. Chile ha alcanzado como promedio más de un celular por persona, lo cual vuelve a la telefonía celular en una importante tecnología transmedial. La próxima adopción de la tecnología 4G en telefonía celular incrementará la alta calidad y la velocidad en recepción móvil de video televisivo en streaming en celulares y en pantallas de computadores.

Intermedialidad de TV y Cine

Posiblemente el problema de intermedialidad más complejo de resolver es la relación entre la TV Abierta chilena y la producción nacional de cine de salas y de documentales. Recientes investigaciones muestran que desde el regreso de la democracia en 1990, la política pública hacia el cine ha tenido una primera etapa de mecenazgo hacia autores y luego una segunda etapa de robustecimiento del conjunto de la industria audiovisual (Fuenzalida, Corro, Mujica, 2009). Se han creado 3 importantes fondos concursables de fomento del audiovisual (Fondo de Fomento del Audiovisual, Consejo Nacional de TV, Corporación de Fomento de la Producción - CORFO); ellos, junto a créditos del Banco del Estado y capitales de inversionistas privados están incrementando la producción de cine y documentales nacionales. Pero hay discrepancias profundas en relación con la próxima etapa a emprender. Una postura, impulsada por algunos productores audiovisuales, aspira a **medidas proteccionistas dentro del mercado nacional**, como cuotas en TV y en salas de cine; concibe la TV solo como ventana de exhibición del cine de salas y creen que es posible la sustentación económica del cine cargando a la TV o a la publicidad el déficit que no cubre la taquilla de salas. En el hecho hay baja asistencia a películas chilenas en salas de cine: el año 2007, la exhibición de 10 películas chilenas atrajo a 919.161 espectadores (8,38% del total), el año 2008, la exhibición de 19 estrenos chilenos atrajo a 681.633 espectadores (6,03% de la taquilla), y el año 2009, año de crecimiento de la asistencia total al cine, la asistencia a 12 estrenos nacionales atrajo a 545.433 espectadores (4,04% de la taquilla - datos hasta el 23 de diciembre del 2009. Cámara de Comercio Cinematográfica). Hay diagnósticos muy encontrados acerca de la carencia de empatía entre la audiencia masiva chilena y el cine nacional: algunos creen que los premios obtenidos en festivales internacionales convencerán al público masivo de retornar a las salas a ver cine chileno; otros realizadores estiman que esos premios son apreciados entre un pequeño grupo de cinéfilos y no atraen masivamente; otros incluso descalifican esos festivales internacionales ya que premiarían películas que han debido adaptarse a un estereotipo externo acerca del cine latinoamericano: temáticas con pobreza, violencia social y narcotráfico, tortura y dictadura.

Otra postura considera que el mercado nacional es muy pequeño e incapaz de sustentar económicamente a la producción cinematográfica; según esta postura, el próximo desafío para las políticas públicas de apoyo al audiovisual sería más bien doble; por una parte, contribuir a profesionalizar y fortalecer **la distribución y la exportación** de la producción, ingresando no solo al circuito artístico-independiente (cine arte, televisiones culturales, y otros) sino al conjunto de ventanas comerciales de exhibición del cine (salas, cable, DVD, otras plataformas, y finalmente TV abierta), creando así bases más amplias de sustentación; y por otra parte, ayudar a robustecer la profesionalización de la producción independiente, de modo que produzca crecientemente en **formatos propios de la TV**; esto es, considerar a

la TV no solo como ventana de exhibición de películas de cine y documentales sino como un medio que demanda producciones en géneros y formatos propios, diferentes a los formatos propios del cine de salas; en el hecho hay productores audiovisuales que ya trabajan en esta opción; con grandes dificultades, sin embargo, por el desigual peso de los canales de TV y las productoras independientes. Se ha mencionado anteriormente que en el año 2009 quebraron dos importantes productoras independientes que desarrollaron lazos con la TV abierta; es bastante imperioso estudiar seriamente estos casos fracasados para obtener señales de orientación.

Finalmente, en esta discusión se introduce el nuevo aspecto de la recién introducida tecnología digital: esto es, la innovación para **producir cine con tecnología digital** en lugar del celuloide; una TV que opera en estándar digital ciertamente exigirá producciones digitales a las productoras independientes, y tal tecnología de producción puede facilitar más posibilidades de transmedialidad.

Referencias

Fuenzalida V., Corro P., Mujica C. 2009. "Melodrama, Subjetividad e Historia, en el cine y televisión chilenos de los 90". Facultad de Comunicaciones PUC - Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Fondo de Fomento Audiovisual. Santiago.