



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE
FACULTAD DE COMUNICACIONES

2009

Tercer Informe Obitel - CHILE

Autores

Valerio Fuenzalida
Pablo Julio
Constanza Aguirre
Constanza Mujica
Verónica Silva

Coodinadores

Valerio Fuenzalida
Pablo Julio

Con la colaboración de Time - Ibope

Este informe a contado con el apoyo del Fondo de Fomento del Audiovisual del Consejo Nacional de la Cultura y de Las Artes y, en una versión reducida, formará parte del Tercer Anuario Iberoamericano de la Ficción Televisiva 2009 del Proyecto Orbitel.

ÍNDICE

01 EL CONTEXTO AUDIOVISUAL DE CHILE

Datos generales del año 2008 ~ 4

Emisión en pantalla y audiencia ~ 6

02 ANÁLISIS DEL AÑO: LA FICCIÓN DE ESTRENO DE CHILE E IBEROAMÉRICA

03 FICHA DE DIEZ TÍTULOS MÁS VISTAS DE LA FICCIÓN TELEVISIVA NACIONAL DE ESTRENO 2008

El día menos pensado ~ 37

El Señor de la Querencia ~ 38

Mea Culpa ~ 39

Los 80 más que una moda ~ 40

El cuento del Tío ~ 41

Lola ~ 42

Cárcel de Mujeres ~ 43

Historias de Campo ~ 44

Mujeres que Matan ~ 45

Don Amor ~ 46

04 LO MÁS DESTACADO DEL AÑO DE LA FICCIÓN

Telenovelas vespertinas: entre el melodrama y el sitcom ~ 48

El año de la época y la nostalgia ~ 49

El Señor de la Querencia: entre el pasado y la identidad contemporánea ~ 52

Los problemas de la industria televisiva ~ 53

Bibliografía ~ 55

05 TEMA DEL AÑO: PUBLICIDAD

5.1 Descripción general de la publicidad en TV y otros medios ~ 57

Características de la oferta publicitaria en TV abierta durante 2007 y sus tendencias desde el año 2000 ~ 57

Tandas más cortas ~ 58

Regulación de la publicidad en TV ~ 58

Detalle de cifras de inversión publicitaria ~ 58

5.2 Tendencias en publicidad: lo pasado, lo actual y lo que viene ~ 59

Infomerciales ~ 59

Placement ~ 59

Retail TV ~ 60

Programas Publicitarios ~ 61

01

EL CONTEXTO AUDIOVISUAL DE CHILE

Esta introducción quiere señalar algunos cambios y continuidades en la TV chilena del año 2008 en relación con el año anterior.

Así mismo dar cuenta del lugar que ocupa la ficción de cine y la ficción de TV en el total de la programación televisiva de los 7 canales chilenos en TV abierta en el año 2008.

La codificación y clasificación de la programación de TV abierta ha sido realizada a partir del levantamiento de datos de emisiones y audiencias de la empresa **Time - Ibope, colaborador fundamental en este proyecto.**

DATOS GENERALES DEL AÑO 2008

PIB del audiovisual: el año 2008 marca un hito al comenzar la medición del aporte económico del sector

cultural al Producto Interno Bruto (PIB), el cual es una medida de la actividad económica generada por el área.

Los datos indican que la contribución de la cultura al PIB alcanza al 1.3% en el año 2007; tal porcentaje se traduce en 1.500 millones de dólares. Ese porcentaje totaliza por el momento solo a tres sectores de la cultura, y se desglosa en:

- 0.66% del audiovisual
- 0.50% del libro
- 0.02% de la música

Esta medición es un aporte a la evaluación económica de un área, economía de la cultura, la cual es profundamente desconocida, y en particular en el sector audiovisual.

Tabla 1.1: Rating hogar promedio anual

DIA ENTERO	TELECANAL	RED	UCV	TVN	MEGA	CHV	UC
2004		4.4		9.2	9.7	5.4	7.9
2005		4.5		8.8	8.3	5.4	9
2006	1.1	3.7	0.5	8.5	7.5	6.3	7.3
2007	1.1	3.4	0.6	8.3	7.5	5.9	7.1
2008	0.9	2.4	0.6	7.2	7.9	6.4	6.9

FUENTE: TIME IBOPE

Esta tabla 1.1 señala dos tendencias en el año 2008. Por una parte, un acercamiento en el rating promedio anual entre los cuatro canales que disputan el liderazgo: todos ellos fluctúan en el rango de 6 a 7 puntos de rating anual. Por otra parte, Mega el año 2008 vuelve a obtener el liderazgo

con el mayor promedio anual, al igual que el año 2004; en ambos años desplaza a TVN del primer hacia el segundo lugar. UC TV, que el año 2005 ocupó el primer lugar, es desplazado hacia el tercer puesto el año 2008.

Tabla 1.2: Rating hogar promedio anual del horario tradicional de los noticiarios centrales

21 a 22 HRS	TELECANAL	RED	UCV	TVN	MEGA	CHV	UC
2004		8.2		19.6	14.2	11.1	18.6
2005		9.2		16	11.9	11.1	21.4
2006	1.2	6.7	2.2	18.2	11.2	12.6	16.2
2007	1.1	4.6	2.4	18.1	11.2	14.1	15.1
2008	1.1	3.2	2.8	16.1	11	14.1	14.1

FUENTE: TIME IBOPE

Según las cifras de la tabla 1.2, en el importante horario de los noticiarios centrales se advierte el mismo fenómeno de acercamiento en el rating promedio total anual; pero se advierten posicionamientos diferenciales en los canales según los servicios informativos: TVN mantiene en el año 2008 el liderazgo informativo, y en segundo lugar se ubican UC TV junto a Chilevisión. Mega no logra posicionar sus servicios informativos y es desplazado a un cuarto lugar.

El área de la información en la TV chilena está experimentando importantes cambios. Para potenciar su área informativa, Mega a comienzos del 2008

llevó como conductor de su noticiario a Bernardo de la Maza, un periodista de reconocida credibilidad e importante trayectoria en otros canales. En mayo de 2008, UC TV inaugura la primera señal online de noticias las 24 horas: Teletrece Online. En diciembre de 2008, CNN, en asociación con la compañía operadora de cable VTR, inauguró un canal chileno de noticias 24 Horas en el cable, trabajando en colaboración con el diario La Tercera y la cadena radial Bio Bio. TVN inauguró en marzo del año 2009 un canal por cable segmentado en información, y para ello ha convocado como hombre ancla al periodista Alejandro Guillier de alta credibilidad, y quien era conductor en el canal Chilevisión.

Estos cambios han sido introducidos como preparación a la operación de canales informativos temáticos con la tecnología digital. Si bien la norma técnica aún no se define en Chile, el Gobierno de la Presidente Bachelet ha enviado al Parlamento una reforma a la ley de TV, la cual permitirá la operación en multiplex digital a los actuales operadores. Los canales en TV abierta han evolucionado desde una actitud inicial de resistencia al multiplex hacia una activa preparación para operar canales segmentados y temáticos, en donde llevan la delantera los canales de información 24/7.

Esta evolución hacia estaciones multioperadoras con varios canales temáticos parece haber sido influida

por el decrecimiento constante - en un lapso de diez años - en la percepción de satisfacción por parte de la audiencia que afecta a la TV abierta frente al alza en satisfacción ante la TV cable/satelital. En efecto, la TV abierta alcanzaba un 55,6% de satisfacción en 1999 pero bajó en el 2008 a un 46,1% de satisfacción por parte de la audiencia; en cambio, la TV por cable sube a un 69,2% de satisfacción en el año 2008 (CNTV. Sexta Encuesta Nacional de TV, 2008). Desde un punto de vista de satisfacción con la oferta televisiva, la audiencia parece estar reclamando más diversidad programática a la TV Abierta chilena, la cual sería mejor lograda por un servicio digital con más canales de programación temática y segmentada.

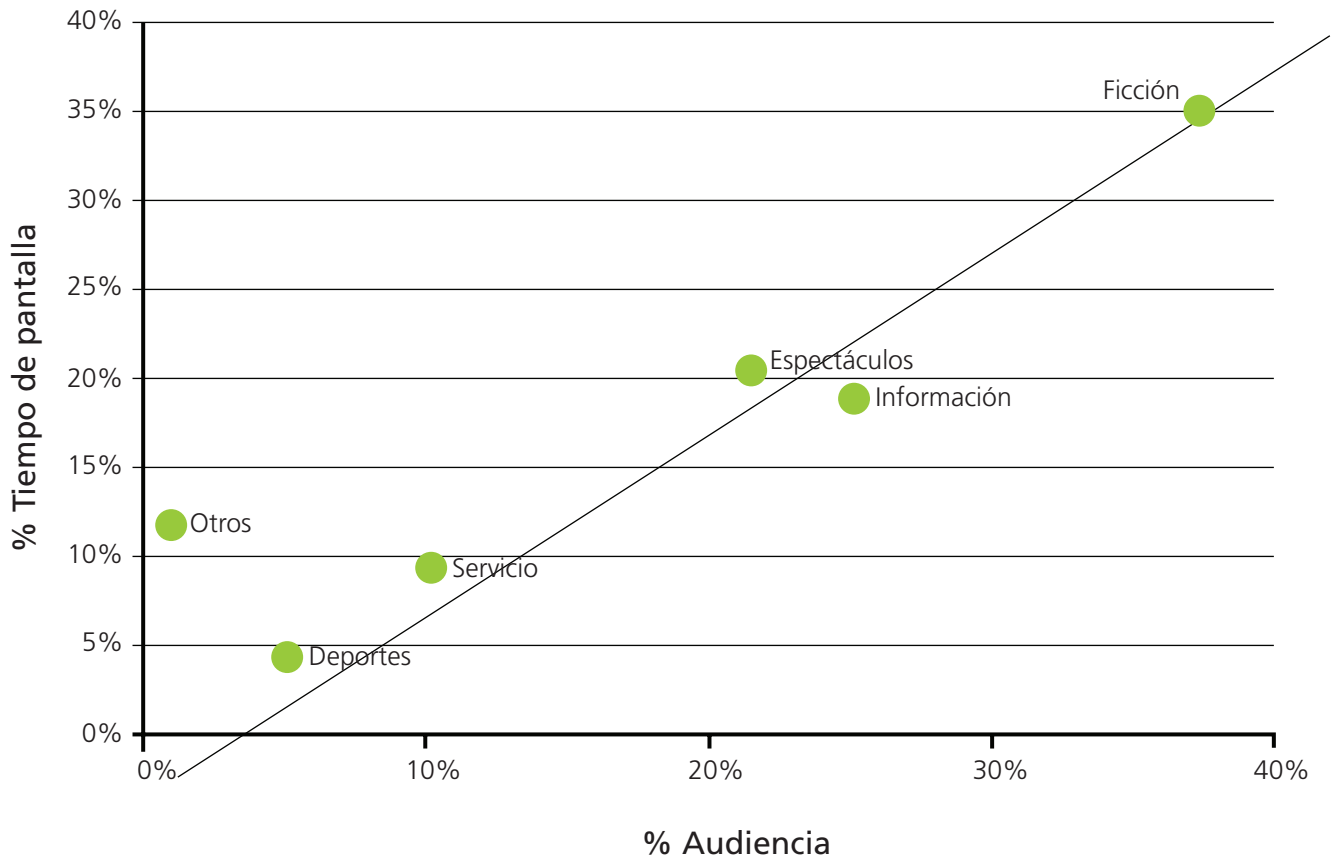
EMISIÓN EN PANTALLA Y AUDIENCIA

Tabla 1.3: Composición total de la pantalla, oferta y participación de la audiencia, según categorías.

PROGRAMACIÓN ANUAL	HORAS	EMISIONES ¹	% TIEMPO	% AUDIENCIA
Ficción	19,419	34,385	35%	37%
Información	10,475	24,391	19%	25%
Espectáculos	11,309	13,431	20%	21%
Servicio	5,169	6,666	9%	10%
Deportes	2,418	2,548	4%	5%
Otros	6,509	7,918	12%	1%
Total	55,299	89,339	100%	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile

Gráfico 1.1: Tiempos de pantalla y participación de audiencias.



Ficción con 35% de la emisión, luego Espectáculos (20%), y luego Información con un 19% de pantalla son las tres categorías predominantes en la emisión; luego vienen programas de servicio y deportes. Todas las categorías suben en su porcentaje de audiencia, pero especialmente la categoría Información que sube al 25% de la audiencia, y desplaza a Espectáculos

al tercer lugar en audiencia; este diferencial de casi 6% entre emisión y audiencia indica un interés de la audiencia en esta categoría. La tabla siguiente que desagrega estas categorías generales es muy importante para apreciar los diversos géneros en su emisión y audiencia.

¹ La expresión emisión está siendo usada para referir a la *unidad mínima de exhibición*. Un noticiario tendrá 365 emisiones en el año, un partido de fútbol es una emisión, y una telenovela tiene tantas emisiones como capítulos se transmitan.

Tabla 1.4: Composición total de la pantalla, oferta y participación de la audiencia, según sub-categorías.

PROGRAMACIÓN ANUAL	HORAS	EMISIONES	% TIEMPO	% AUDIENCIA
Ficción	19,419	34,385	35%	37%
Cine de sala	4,433	2,800	8%	10%
Ficción TV	10,279	13,739	19%	22%
Series animadas	4,624	17,794	8%	5%
Teleteatro	83	52	0%	0%
Información	10,475	24,391	19%	25%
Documental / Reportaje	1,466	1,999	3%	4%
Docu - reality	374	286	1%	2%
Entrevista y debate	757	1,022	1%	1%
Evento informativo	184	226	0%	0%
Noticiero	6,900	13,306	12%	17%
Otros informativos	795	7,552	1%	1%
Espectáculos	11,309	13,431	20%	21%
Concurso	2,131	1,771	4%	4%
Educativo	211	304	0%	1%
Estelar	53	25	0%	0%
Evento artístico	330	418	1%	1%
Farándula	1,814	914	3%	3%
Humor	786	1,314	1%	2%
Otro espectáculo	1,027	739	2%	1%
Reality	913	1,025	2%	3%
Talk Show	321	222	1%	0%
Variedades	3,724	6,699	7%	6%
Servicio	5,169	6,666	9%	10%
Instruccional	38	106	0%	0%
Matinal	3,339	2,931	6%	6%
Mediación	1,399	1,686	3%	4%
Religioso	392	1,943	1%	0%
Deportes	2,418	2,548	4%	5%
Evento deportivo	1,153	715	2%	3%
Programa deportivo	1,265	1,833	2%	2%
Otros	6,509	7,918	12%	1%
Infomercial	172	252	0%	0%
Otro	6,298	7,558	11%	1%
Video clip	39	108	0%	0%
Total general	55,299	89,339	100%	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile

Al omitirse los decimales, por facilidad de lectura, aparecen con 0% los tiempos de emisión menores al 0.5% de la programación anual, esto es, menores 280 horas anuales. Lo mismo ocurre con las participaciones de audiencia.

La categoría general de **información** muestra que el consumo (25%) es muy superior al porcentaje de emisión (19%); esto indica un interés de la audiencia y una sub oferta de los canales. El género de noticiarios es el predominante en la emisión (12%) y sube de manera importante en su consumo (17%); luego vienen los reportajes/documentales y los docu-realities; este último género despierta bastante interés ya que su consumo (2%) duplica al tiempo de emisión (1%). El género de entrevista/debate despierta, en cambio, bajo interés equivalente a su tiempo de emisión (1%).

La categoría de **espectáculos** ocupa un segundo lugar (20%) como categoría de emisión, pero ocupa el tercer lugar en relación al consumo (21%); esta baja relativa (en relación al alza del consumo en ficción e información) puede indicar un desgaste en los programas que los hace menos atractivos para la audiencia. La categoría cuenta con diversos géneros, entre los cuales destacan en emisión y recepción los programas de variedades, concursos, y luego la farándula, que de comentarios se ha ido transformando en un género por sí mismo.

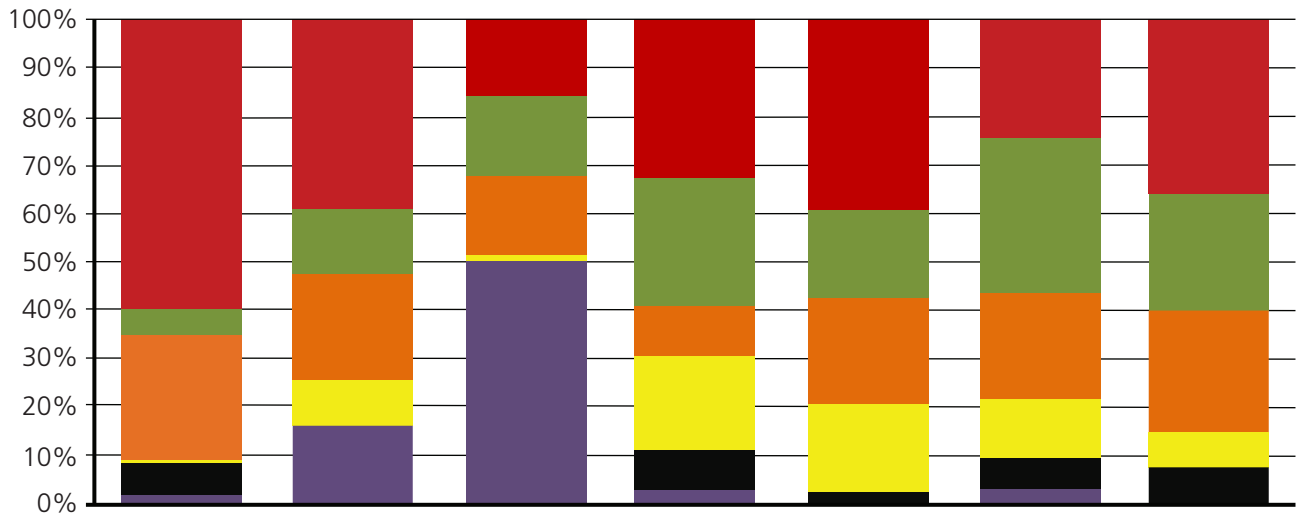
Los **eventos deportivos** concitan mayor atracción para la audiencia (3%) que los programas de recuentos y comentarios (2%). Estos últimos parecen constituir géneros para públicos más segmentados, y los eventos convocarían audiencias más amplias.

Esta baja presencia del deporte en el total de la pantalla y el consumo contrasta con la imagen que se obtiene al mirar sólo los grandes hitos de la audiencia.

Si consideramos las diez mayores audiencias del año 2008 (rating hogar), siete corresponden a partidos de la selección de fútbol. Sin embargo a nivel general, el deporte es un accesorio menor en la configuración de las pantallas chilenas.

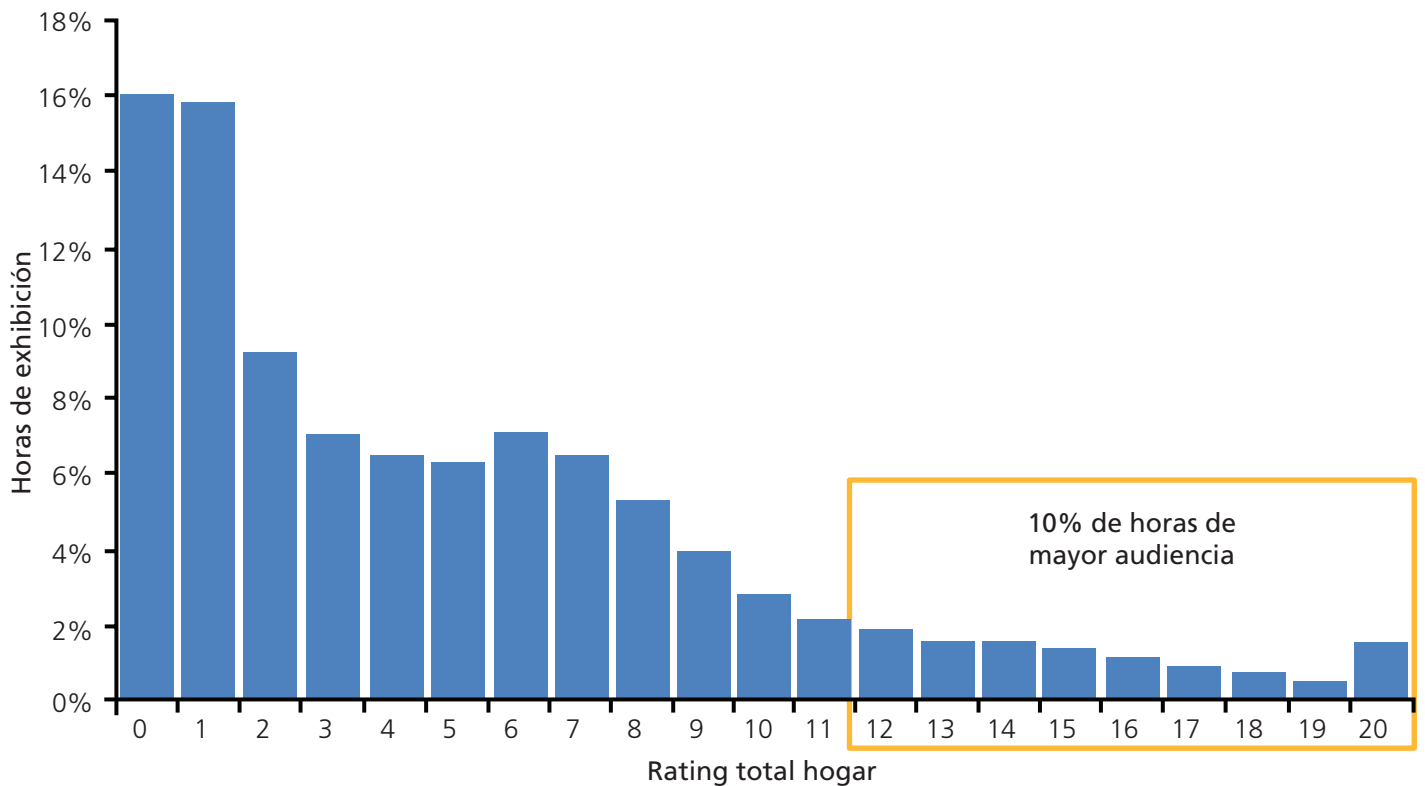
En la categoría **servicio** destacan los matinales - con una leve declinación en audiencia - y los programas de mediación de conflictos, con un alza en audiencia (4%) en relación al porcentaje de emisión (3%).

Gráfico 1.2: Categorías de emisión por canal.



	TC	Red	UCV	TVN	Mega	CHV	UC
■ Ficción	59,6%	31,9%	15,7%	32,5%	38,9%	24,1%	35,8%
■ Información	5,6%	12,9%	16,4%	26,3%	18,3%	32,0%	23,4%
■ Espectáculos	25,6%	21,7%	16,1%	10,5%	21,9%	21,5%	25,5%
■ Servicios	0,5%	9,3%	0,8%	19,2%	18,1%	12,2%	7,0%
■ Deportes	6,5%	0,1%	0,7%	8,0%	2,1%	6,5%	7,7%
■ Otros	2,4%	16,9%	50,3%	3,5%	0,7%	3,6%	0,6%

Gráfico 1.3: Distribución de audiencia de todas las horas / canal de 2008.



El Gráfico 1.3 y la Tabla 1.5 permiten focalizar la atención no en los casos anecdóticos de eventos programáticos individuales de mayor audiencia - donde el fútbol domina - ni en el 100% de la programación, sino en el 10% de las horas / canal de mayor audiencia del año; entonces se observa que

la ficción mantiene su proporción de pantalla, pero el gran crecimiento corresponde a los contenidos de información, que suben del 19% al 29,65%, y se ubican en segundo lugar por encima de los espectáculos.

Tabla 1.5: Contenidos del 10% de las horas de mayor audiencia.

CATEGORÍA	% TIEMPO	% AUDIENCIA
Ficción	35,61%	33,92%
Cine de sala	8,47%	7,82%
Ficción TV	24,79%	24,05%
Series animadas	1,63%	1,41%
Teleteatro	0,73%	0,64%
Información	29,65%	29,48%
Documental / Reportaje	3,88%	4,17%
Docu - reality	4,23%	4,74%
Entrevista y debate	0,19%	0,19%
Evento informativo	0,48%	0,44%
Noticiero	19,45%	18,52%
Otros informativos	1,42%	1,42%
Espectáculos	24,39%	25,65%
Concurso	5,62%	5,80%
Educativo	1,58%	1,48%
Estelar	0,88%	1,14%
Evento artístico	1,25%	1,54%
Farándula	1,60%	1,48%
Humor	1,60%	1,49%
Otro espectáculo	0,49%	0,47%
Reality	4,39%	4,85%
Talk Show	2,28%	0,25%
Variedades	6,69%	7,14%
Servicio	5,05%	5,01%
Matinal	0,09%	0,07%
Mediación	4,94%	4,91%
Religioso	0,03%	0,02%
Deportes	4,48%	5,07%
Evento deportivo	3,44%	4,00%
Programa deportivo	1,04%	1,06%
Otros	0,82%	0,89%
Otros	0,82%	0,89%

Los porcentajes están referidos al 10% de horas de mayor audiencia.

Según la tabla 1.6, dentro de la **ficción**, las subcategorías dominantes son la ficción elaborada para TV, el cine de salas exhibido en TV, y los animados. La ficción para TV (53%) duplica al cine de salas en la emisión (23%) y la audiencia la prefiere en su exhibición (60% versus 26% de audiencia al cine). Los animados, en cambio bajan fuertemente en su consumo (13%) en relación a su exhibición (24%).

Esta baja puede ser ocasionada por el alto consumo de los canales infantiles en el cable; según VTR, el principal operador de televisión por cable en Chile, de los 10 canales top ten del cable durante el año 2008, los cuatro primeros lugares son ocupados por Disney, Discovery Kids, Jetix, y Cartoon; a ellos hay que agrega Nick en el séptimo lugar. Esos canales exhiben substancialmente animados.

Tabla 1.6: Contenidos del 10% de las horas de mayor audiencia.

PROGRAMACIÓN ANUAL 2008	HORAS	EMISIONES	% TIEMPO PANTALLA	% AUDIENCIA
Ficción TV	10,279	13,739	53%	60%
Cine de sala	4,433	2,800	23%	26%
Series animadas	4,624	17,794	24%	13%
Teleteatro	83	52	0%	1%
TOTAL	19,419	34,385	100%	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile

Gráfico 1.4: Emisión y audiencia de la ficción.

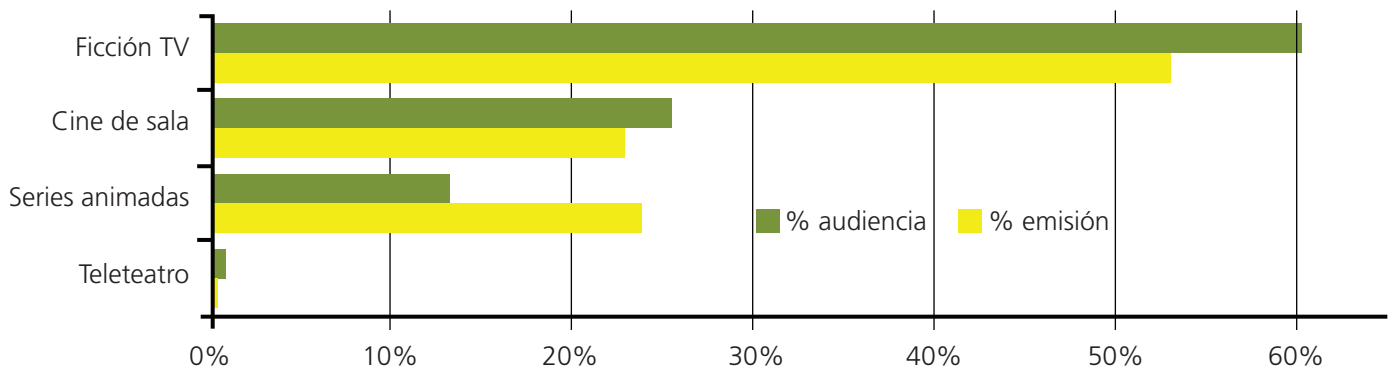


Tabla 1.7: Exhibición de ficción 2007-2008 en televisión abierta.

HORAS ANUALES DE EXHIBICIÓN	2007	2008
Ficción TV	10,658	10279
Cine de sala	4,219	4433

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile

Según la tabla 1.7, comparando con cifras de horas exhibidas en años anteriores, se observa más bien estabilidad en las horas exhibidas de ficción: el año

2008 hay 379 horas de menor exhibición de ficción televisiva y 214 horas de mayor exhibición de cine.

Tabla 1.8: Oferta de los canales de televisión abierta en 2008 (horas y %).

CANAL	FICCIÓN TV		CINE DE SALA		OTROS PROGRAMAS		TOTAL	
Telecanal	1,878	23%	1,317	16%	4,923	61%	8,118	100%
Red	2,245	26%	1,027	12%	5,449	62%	8,721	100%
UCV	266	3%	101	1%	7,998	96%	8,366	100%
TVN	1,668	22%	355	5%	5,499	73%	7,521	100%
Mega	1,312	18%	873	12%	5,261	71%	7,446	100%
CHV	1,408	19%	310	4%	5,764	77%	7,482	100%
UC	1,503	20%	450	6%	5,691	74%	7,644	100%
TOTAL 2008	10,279	19%	4,433	19%	40,587	72%	55,299	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile

La tabla 1.8 muestra en la fila del total 2008 que el **porcentaje** de horas de ficción en TV (19%) y cine (10%) - excluidas otras subcategorías de ficción - alcanza al 29% en relación al total de programas exhibidos en el año. Las filas horizontales

correspondientes a cada canal permiten observar las horas y los porcentajes de ficción de TV y cine exhibidos. Las mismas cifras de horas ficcionales se presentan en la tabla siguiente para hacer un análisis más focalizado por canal.

Tabla 1.9: Distribución anual entre Ficción TV y Cine por canal (horas y %).

CANAL	FICCIÓN TV		CINE DE SALA	
Telecanal	1,878	18%	1,317	30%
Red	2,245	22%	1,027	23%
UCV	266	3%	101	2%
TVN	1,668	16%	355	8%
Mega	1,312	13%	873	20%
CHV	1,408	14%	310	7%
UC	1,503	15%	450	10%
TOTAL 2008	10,279	100%	4,433	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile

La tabla 1.9 – extraída de la tabla 1.8, pero con los porcentajes en lectura vertical - muestra el desglose de la exhibición de ficción de TV y cine por canal. En ella, exceptuando UCV, los canales fluctúan entre 13% y 22% en los porcentajes de exhibición de **ficción televisiva**. Telecanal y la Red suman el mayor porcentaje de exhibición de ficción televisiva con un 40% del total emitido por los 7 canales. Asimismo, La Red y Telecanal concentran **el 53% del cine exhibido**; en cambio tres de los cuatro canales más

grandes muestran porcentajes de exhibición de cine que fluctúan alrededor del 10% cada uno, con la excepción de Mega que usó durante 2008 al cine como sustituto de la ficción nacional en el horario previo a los noticiarios centrales. Cabe destacar que Telecanal y Red están relacionados con el empresario Angel González, en una figura que elude la prohibición de la legislación chilena sobre la propiedad de más de una señal por un mismo operador.

Tabla 1.10: Origen de la Ficción TV emitida en televisión abierta.

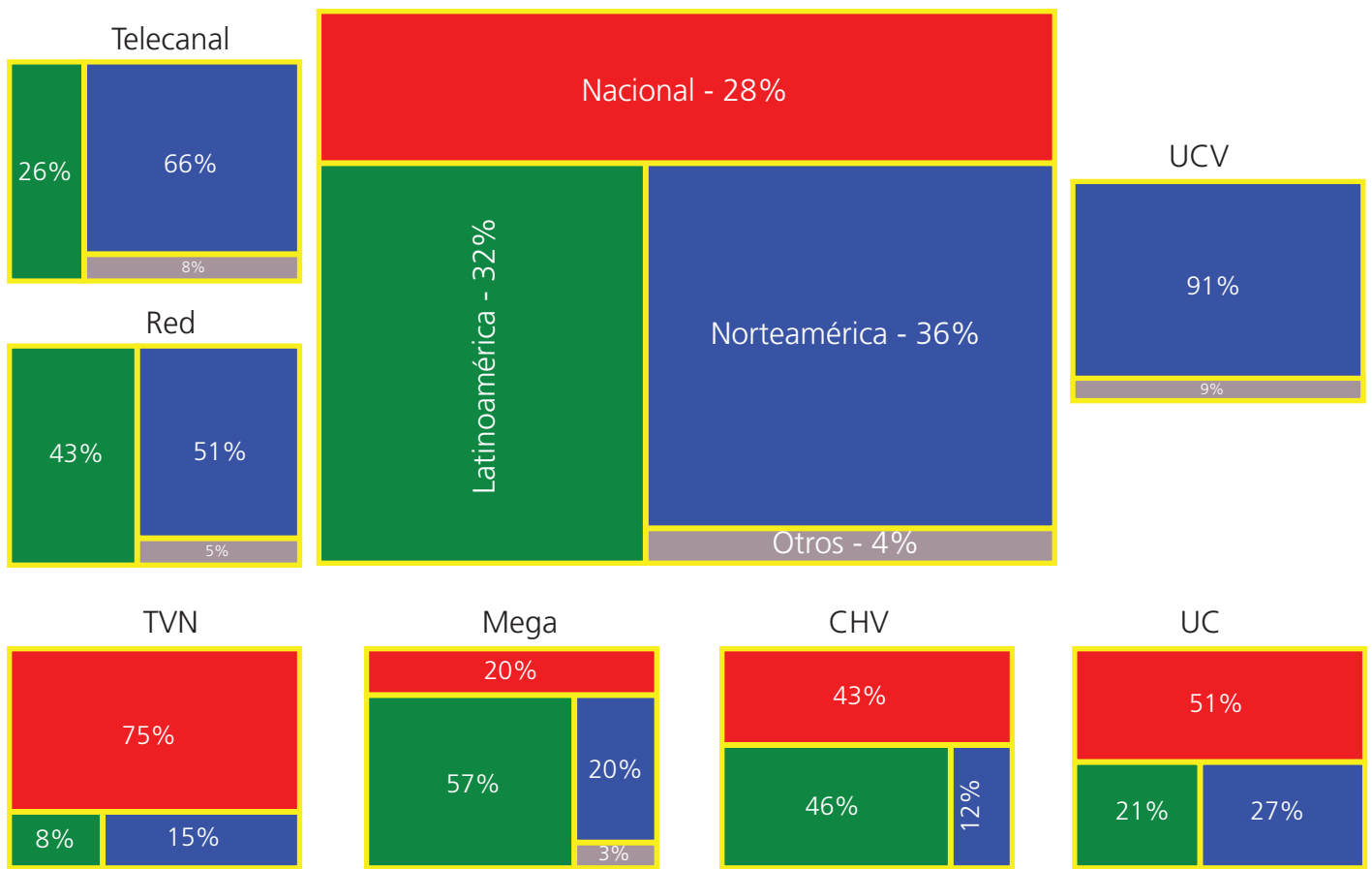
CANAL	NACIONAL	LATINOAMERICANA	NORTEAMERICANA	OTRO	TOTAL
Telecanal	0	487	1,244	147	1,878
Red	0	972	1,153	120	2,245
UCV	0	0	241	25	266
TVN	1,251	133	257	27	1,668
Mega	266	747	261	38	1,312
CHV	599	644	163	3	1,408
UC	763	323	407	10	1,503
TOTAL 2008	2,879	3,304	3,725	371	10,279

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (incluye tiempos de publicidad y repeticiones).

La tabla 1.10 muestra la **distribución del origen de la ficción televisiva**. La ficción de origen norteamericano ha ido creciendo en exhibición hasta ocupar el año 2008 un 36% del total. Nótese la gran diferencia en exhibición de ficción de origen norteamericano entre los canales relacionados con Ángel González y los cuatro canales grandes, de propiedad nacional. La ficción latinoamericana baja

a segundo lugar y se mantiene en un 32%; la ficción nacional sigue en tercer lugar con una baja al 28% y 2,879 horas de producción nacional en el año. La ficción procedente de Europa y otros orígenes sigue ocupando un lugar marginal. El gráfico 1.5 es muy elocuente acerca del diferente perfil de los canales en relación al origen de la ficción exhibida.

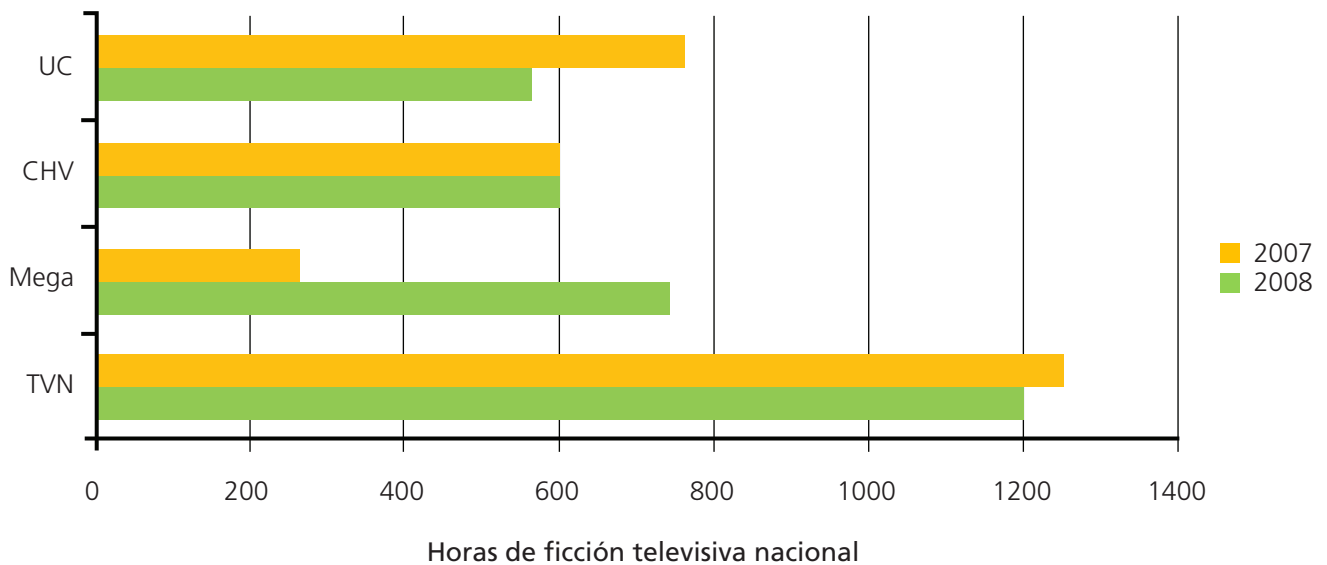
Gráfico 1.5: Origen de la Ficción TV emitida en televisión abierta.



Según el gráfico anterior, en base a los datos de la tabla 1.10, al igual que en años anteriores **La Red y Telecanal no exhiben ficción nacional**, pero exhiben gran cantidad de horas de ficción de EE.UU y latinoamericana; en esos dos canales la ficción norteamericana ha aumentado a 2,397 horas anuales

en conjunto el 2008 (2,321 horas el año 2007). La ficción latinoamericana se exhibe mayoritariamente en esos mismos dos canales junto con Mega, y así esos tres canales exhiben en conjunto 2,206 horas de las 3,304 del año 2008.

Gráfico 1.6: Exhibición de ficción televisiva nacional 2007-2008.



La ficción nacional concentra su exhibición en tres canales: TVN, UC, y CHV. Aparece una diferencia con el año anterior, ya que **Mega abandona el grupo de los cuatro canales emisores de ficción nacional**.

Encabeza TVN con 1,251 horas anuales de emisión de ficción nacional, con lo cual el 75% del total (1,668 horas anuales) de su programación ficcional **es de producción nacional**; esas 1,251 horas anuales representan **un 43% de toda la producción ficcional nacional exhibida por la TV chilena** (1,251 de 2,879 horas anuales); correlativamente, TVN ofrece solo un 8% de ficción latinoamericana y un 15% de ficción procedente de USA.

UC TV también crece de 564 horas en el 2007 a 763 horas en el año 2008.

CHV mantuvo su cantidad de horas anuales de ficción nacional: 600 horas en el año 2007 y 599 horas el año 2008.

Mega **baja fuertemente su oferta de ficción nacional** desde las 744 horas anuales en el año 2007 a 266 horas anuales el 2008. Esta baja afecta a la ficción externa, ya que de las 942 horas de ficción latinoamericana del año 2007 se baja a 747 en el año 2008; igualmente presenta una importante baja desde 414 horas de ficción norteamericana exhibidas el 2007 a las 261 horas exhibidas el 2008.

Tabla 1.11: Comparación entre la exhibición y la audiencia de la ficción según su origen.

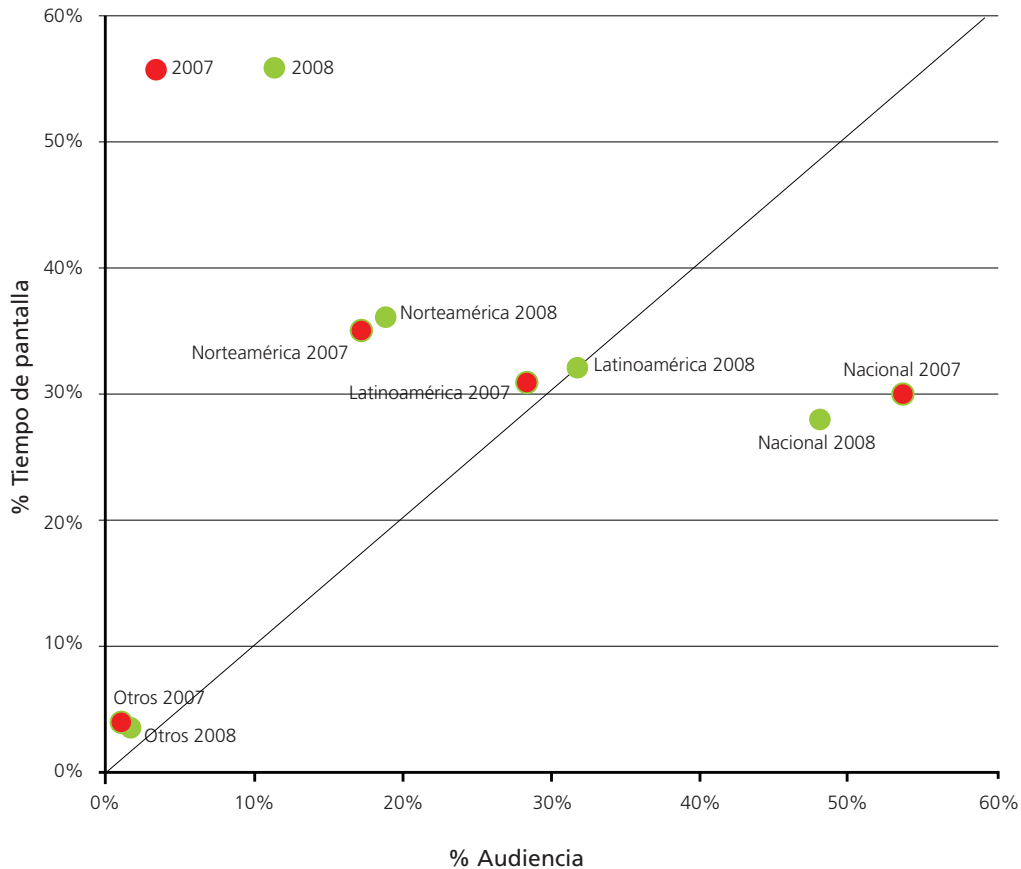
FICCIÓN TV 2008	NACIONAL	LATINOAMÉRICA	NORTEAMÉRICA	OTROS
% emisión	28%	31%	37%	4%
% rating	48%	30%	20%	2%

FICCIÓN TV 2007	NACIONAL	LATINOAMÉRICA	NORTEAMÉRICA	OTROS
% emisión	30%	31%	35%	4%
% rating	54%	28%	17%	1%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile.

La ficción nacional para TV si bien ocupa en ambos años el tercer lugar en la emisión, **recibe el mayor rating de parte de la audiencia**. La ficción de USA, en cambio, ocupando el primer lugar en la emisión ocupa el tercer lugar en el rating.

Gráfico 1.7: Tiempo de pantalla y audiencia según origen de la ficción.



El gráfico 1.8 ha sido dividido en tres para facilitar la lectura. El superior muestra las películas exhibidas por el conjunto de los canales; aparece gran cantidad de películas exhibidas y que obtienen bajo rating: hay más de 300 películas con alrededor de 2 puntos de rating.

El gráfico del centro presenta a los canales que exhiben la mayor cantidad de películas en sus pantallas; Telecanal y la Red exhiben gran cantidad de cine y con muy bajo rating.

En el gráfico inferior se presenta el resto de los canales. Nótese la diferencia en las escalas del eje vertical. Mientras Telecanal y, en menor medida, Red muestran un gran volumen de películas con bajos resultados de rating – exhibidas en distintos horarios - en el otro extremo está Canal 13, que concentra el mayor número de grandes audiencias. **Aparecen dos estrategias extremas: unos usan el cine como elemento central estructurante de la programación y al otro como eventos especiales.** Caso especial pareciera ser Mega, que por volumen y resultados se mueve equilibrándose entre los dos extremos.

Gráfico 1.8: Patrones de rating de la emisión de cine.

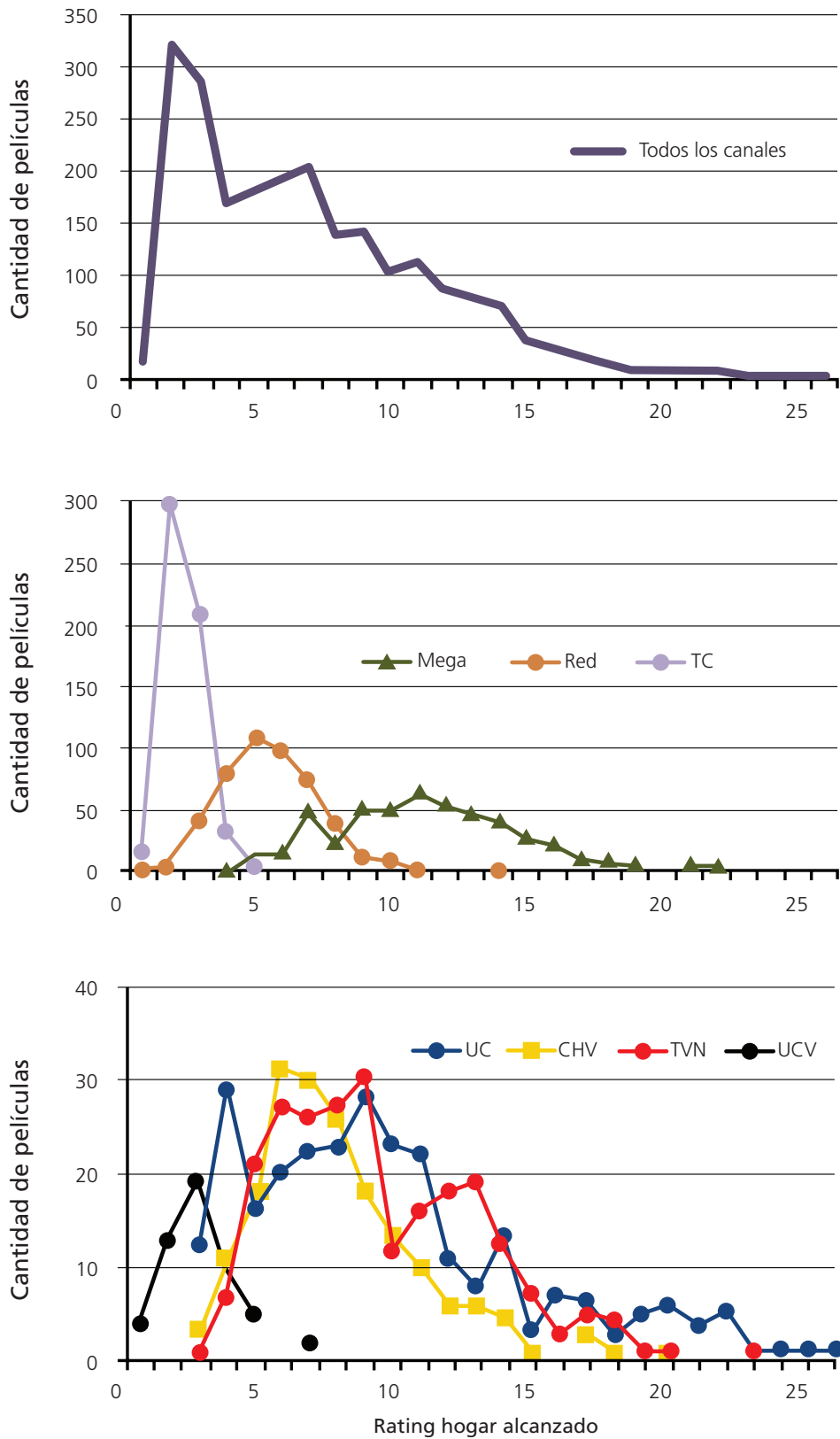


Tabla 1.12: Cuarenta mayores audiencias de cine en televisión abierta durante 2008.

CANAL	PELÍCULA	RATING HOGAR	CANAL	PELÍCULA	RATING HOGAR
UC	Madagascar	25,2	UC	El Regreso del Jedi	19,2
UC	La Amenaza Fantasma	24,0	UC	Buscando a Nemo	19,0
UC	Shrek 2	23,3	CHV	Corazón Valiente	18,9
UC	Forrest Gump	22,1	UC	Tarzan	18,6
TVN	El Día Después de Mañana	21,5	UC	El Naufrago	18,5
UC	Una Nueva Esperanza	21,4	UC	Armageddon	18,5
UC	La Guerra de los Mundos	21,1	TVN	Harry Potter y la Piedra F.	18,3
Mega	La Leyenda del Zorro	21,0	Mega	Jumanji	18,2
UC	El Imperio Contraataca	21,0	UC	La Terminal	17,9
UC	La Venganza del Sith	20,8	UC	Bichos	17,9
UC	Espanta Tiburones	20,5	UC	Mulan II	17,8
Mega	Yo Robot	20,2	Mega	Máxima Velocidad	17,8
UC	El Ataque de los Clones	20,2	Mega	King Kong	17,8
UC	Piratas del Caribe I	20,1	UC	Atrápame Si Puedes	16,5
Mega	El Transportador II	20,0	Mega	E.T	17,3
UC	Piratas del Caribe II	19,9	TVN	(*) El Rey de los Huevones	17,2
Mega	Gladiator	19,8	Mega	El Diario de Bridget Jones	17,2
UC	Con la Frente en Alto	19,8	Mega	Si yo tuviera 30	17,1
Mega	Mi Pobre Angelito II	19,6	UC	Indiana Jones	17,1
UC	La Era del Hielo	19,3	TVN	Los 4 Fantásticos	17,0

(*) Película Chilena.

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile.

Entre los primeros 40 títulos de mayor audiencia solo aparece una película chilena, en el lugar 36, pero con

una audiencia interesante, sólo a 8 puntos del mayor rating.

Tabla 1.13: Rating de programas chilenos de ficción televisiva.

CANAL	PROGRAMA	RATING HOGAR	EMISIONES
TVN	El día menos pensado	22,5	12
CHV	Relatos de niños (*)	20,7	1
TVN	El Señor de la Querencia	19,3	224
TVN	Mea Culpa	19,0	28
UC	Los 80, más que una moda	16,3	19
TVN	El cuento del tío	15,7	4
UC	Lola	13,5	562
TVN	Cárcel de Mujeres	12,7	18
CHV	Historias de Campo	12,5	12
CHV	Mujeres que Matan	12,3	31
UC	Don Amor	11,9	276
TVN	Hijos del Monte	11,8	277
CHV	Pecados Capitales	11,7	61
TVN	Viuda Alegre	11,3	372
Mega	Confía en mí	11,2	9
Mega	Búscate la Vida	10,7	9
Mega	Indigo	10,6	40
UC	Huaiquiman y Tolosa	10,5	23
Mega	Casado con hijos	10,2	49
Mega	Zoolo Tv Bkn Bakan	9,4	147
CHV	Ana y los 7	9,2	27
Mega	Fortunato, la familia vale oro	9,1	6
TVN	Gen Mishima	9,1	21
CHV	Historias Chilenas	8,7	21
TVN	Paz	7,8	8
CHV	Mala Conducta	7,6	437
UC	Amango	5,8	192
UC	El Blog de la Feña	5,5	239

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile.

Programas con emisiones de estreno durante 2008. Los rating y número de emisiones incluyen tanto estrenos como repeticiones.

(*): La posición de este programa es más atribuible a

las condiciones de exhibición que al propio programa. Fue emitido el Viernes Santo en la noche, luego de la película Corazón Valiente, mientras el resto de los canales transmitía programación religiosa y dejaba de transmitir más temprano de lo habitual.

La tabla 1.4 mostró como las series de animación ocuparon durante 2008 un 8,9% de tiempo de pantalla y recibieron sólo un 5,8% de audiencia. La tabla 1.14 se concentra en las 500 emisiones de animados con mayor rating hogar en 2008. El 68%

de ellas corresponden a una sola serie: Los Simpsons. Considerando todas las emisiones del año, Canal 13 mantuvo la serie al aire casi 400 horas, siendo un elemento muy relevante dentro de su oferta programática.

Tabla 1.14: Rating de animados en TV abierta.

CANAL	PROGRAMA	RATING HOGAR	EMISIONES
UC	Los Simpsons	11,9	342
Mega	Hey! Arnold	11,2	32
Mega	Dragon Ball	10,6	18
Mega	El Pájaro Loco	10,7	16
Mega	La Pequeña Lulu	10,4	16
Mega	Avatar	10,4	15
Mega	Bob Esponja	10,3	15
Mega	El Chavo Animado	9,9	14
UC	Zack y Cody	10,1	13
TVN	Los Padrinos Mágicos	9,9	6
Mega	El Laboratorio de Dexter	9,9	4
Mega	Johnny Bravo	9,7	4
Mega	Catscratch	9,5	2
Mega	Gigantes de la Fe	9,9	1
Red	Lilo y Stich	10,2	1
Mega	Los Amigos Justicieros	10,4	1

Dentro de las primeras quinientas emisiones se incluyen tanto repeticiones como estrenos.
FUENTE: TIME IBOPE.

Tabla 1.15: Telenovelas nacionales e internacionales emitidas durante 2008

Telenovela		Rating hogar	Emisiones	Telenovela		Rating hogar	Emisiones
CL	El Señor de la Querencia	19.3	224	CL	Sucupira	6,9	34
MX	Al Diablo con los guapos	14.0	166	CL	Pecadores	6,6	111
CL	Lola	13.5	562	CO	La Traición	6,3	117
MX	Tontas no van al...	12.8	105	VE	Mi Vida eres Tú	6,3	71
MX	Fuego en la Sangre	11.9	391	CL	XFEA2	6,0	10
CL	Don Amor	11.9	276	CL	Pampa Ilusión	6,0	104
CL	Hijos del Monte	11.8	277	BR	Paraíso Tropical	5,8	69
CL	Viuda Alegre	11.3	372	BR	Siete Mujeres	5,6	6
CL	Brujas	11.0	111	BR	Amazonia	5,5	55
CO	Doña Bárbara	10.9	28	CL	Iorana	4,8	41
CL	Fortunato	9.1	6	MX	Mientras haya vida	4,3	9
MX	Pasión	9.1	74	EU-H	Amor Comprado	4,1	23
BR	La Esclava Isaura	8.9	138	COPR	El Cuerpo del Deseo	4,1	87
EU-H	Acorralada	8.7	49	COL	Pasión de Gavilanes	3,8	137
EU-H	Ugly Betty	8.6	6	BR	Alma Gemela	3,7	155
CL	Es Cool	8.0	23	EU-H	Marina	2,3	122
CL	16	7.8	49	BR	El Clavel y la Rosa	2,1	48
CL	Los Pincheira	7.7	176	CO	Hasta que la plata...	2,0	62
CL	17	7.6	101	CO	Pura Sangre	1,9	33
MX	Abrázame muy fuerte	7.6	1	MX	Pasiones Prohibidas	1,8	173
CL	Amores de Mercado	7.5	113	PE	Un Amor Indomable	1,7	21
BR	Cobras y Lagartos	7.5	132	BR	Uga Uga	0,9	89
BR	Prueba de Amor	7.5	166	EU-H	Gata Salvaje	0,7	38
EU-H	Dame un Chocolate	7.3	78	AR	Kachorra	0,6	122
CL	Mala Conducta	7.2	464	COPR	Las Juanas	0,5	131
AR	Patito Feo	7.2	142	MX	Amor sin Condiciones	0,4	121
BR	Páginas de la Vida	7.0	162	EU-H	Olvidarte Jamás	0,4	102

Incluye tanto repeticiones como estrenos.
FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile.

Casi sin variaciones desde que en 1981 comienza en Chile la producción ininterrumpida de telenovelas, el horario tradicional de la telenovela nacional ha sido de lunes a viernes entre las 20.00 y 21.00 horas, con variaciones en el horario de inicio. La tabla 1.16

resume las variaciones que ha sufrido la audiencia total de ese horario durante los últimos cinco años, considerando tanto la televisión abierta como la por cable.

Tabla 1.16: Caída de audiencia del horario tradicional de la telenovela vespertina

Lunes a Viernes - 20 a 21 horas		2004	2005	2006	2007	2008	Caída en 5 años
Rating total por hogar		70,5	68,8	66,5	64,5	59,0	-16%
Rating personas							
Total		31,7	29,2	27,6	27,4	24,4	-23%
Sexo	Hombres	27,1	24,8	24,0	23,7	21,4	-21%
	Mujeres	35,9	33,1	31,0	30,8	27,1	-25%
Edad	04 - 12	35,9	31,4	30,8	27,6	25,3	-30%
	13 - 17	34,6	31,3	29,7	27,0	24,7	-29%
	18 - 24	26,3	24,0	22,1	21,6	17,2	-35%
	25 - 34	28,7	24,6	22,8	24,1	20,5	-29%
	35 - 49	27,0	27,1	25,1	25,4	22,9	-15%
	50 - 64	34,7	31,7	29,8	31,4	28,2	-19%
	65 - +	40,6	39,1	40,5	39,6	36,3	-11%
GSE	ABC1	26,7	26,4	23,4	23,8	20,3	-24%
	C2	29,7	27,1	26,6	26,0	22,2	-25%
	C3	31,1	27,7	26,6	27,3	25,3	-21%
	D	33,9	32,2	29,9	29,1	25,9	-24%

FUENTE: TIME IBOPE (incluye televisión abierta y por cable).

La caída no sólo es preocupante por su consistencia y magnitud, sino sobre todo porque es más profunda en los grupos de menor edad, lo que es una clara indicación de que probablemente seguirá profundizándose. Tampoco se trata de sólo de un

desplazamiento temporal del consumo. La misma fotografía, pero considerando todo el día y de lunes a domingo, muestra también una caída, menor que la anterior, pero muy significativa.

Tabla 1-17: Caída general de la audiencia

Lunes a Domingo - todo el día		2004	2005	2006	2007	2008	Caída en 5 años
Rating total por hogar		38,4	38,8	38,8	37,2	35,3	-8%
Rating personas							
Total		14,9	14,7	14,5	14,1	13,2	-11%
Sexo	Hombres	13,3	12,9	12,7	12,6	11,9	-11%
	Mujeres	16,3	16,3	16,1	15,5	14,5	-11%
Edad	04 - 12	14,6	13,3	13,2	11,8	11,0	-25%
	13 - 17	13,4	12,8	13,2	11,8	11,1	-17%
	18 - 24	11,9	11,9	11,4	11,1	9,7	-18%
	25 - 34	14,3	13,4	13,4	13,7	12,3	-14%
	35 - 49	14,4	15,2	14,6	14,4	14,0	-3%
	50 - 64	17,8	17,4	17,2	17,3	16,4	-8%
	65 - +	18,6	19,4	18,8	18,8	17,9	-45%
GSE	ABC1	12,8	13,4	13,2	13,2	11,4	-11%
	C2	14,5	14,4	14,6	14,2	12,9	-11%
	C3	15,0	14,3	14,6	14,9	14,5	-3%
	D	15,6	15,4	14,6	13,8	13,0	-17%

FUENTE: TIME IBOPE (incluye televisión abierta y por cable).

La pérdida general de un 8.1%, que incluye una caída de la televisión abierta del 11.8% y un alza del 6.5% en el cable, además de los cambios en la dieta medial de los más jóvenes, puede relacionarse con una pérdida de satisfacción del público con la TV Abierta en general, que continúa representando la mayor parte de los consumos. Según la Sexta Encuesta Nacional de TV realizada por el CNTV (Televisión abierta: Niveles de Satisfacción y Percepción de Calidad; 2008), la TV abierta chilena alcanzaba un 55,6% de satisfacción en 1999, pero baja ahora a un 46,1% de satisfacción por parte de la audiencia; en cambio, la TV por cable sube a un 69,2% de satisfacción.

Este dato es complementario con el dato que los medios mejor evaluados son radio y TV cable/satelital, es decir, aquellos que ofrecen más alternativas programáticas, ya que hay una mayor abundancia de estaciones radiales y de canales en cable. Los medios peor evaluados son la TV abierta y diarios, es decir, aquellos donde la diversidad es muy restringida en Chile. La mayor diversidad de canales y en programaciones temáticas explicaría la evolución al alza - en un lapso de diez años - en el nivel de satisfacción frente a la TV cable/satelital frente al decrecimiento en satisfacción que afecta a la TV abierta. Estas percepciones diferenciales de satisfacción podrían ayudar a comprender la baja cuantitativa expresada en rating hacia la TV abierta.

02

ANÁLISIS DEL AÑO: LA FICCIÓN DE ESTRENO DE CHILE E IBEROAMÉRICA

Las siguientes tablas entregan datos cuantitativos con el **total anual de la ficción televisiva de estreno** en el año 2008, expresados en cantidad y porcentaje de títulos, cantidad de episodios y horas de exhibición.

Hay que hacer notar que el concepto de episodio es cada vez más un concepto de producción, ya que en las exhibiciones televisivas se tiende a acortar o alargar los episodios.

Tablas 2.1a - 2.1b - 2.1c - 2.1d: Ficción nacional e iberoamericana de estreno. Totales anuales.

FICCIÓN TV DE ESTRENO	TÍTULOS		EPISODIOS		HORAS	
Nacional - Chile	31	54%	1,135	31%	667:02	29%
Latinoamericana	17	30%	1,801	49%	1200:31	52%
Ibérica	2	4%	48	1%	22:25	1%
EE.UU - Hispano	6	11%	534	15%	344:16	15%
Coproducción	1	2%	131	4%	85:57	4%
TOTAL OBITEL	57	100%	3,649	100%	2320:11	100%

FICCIÓN TV DE ESTRENO	TÍTULOS		EPISODIOS		HORAS	
Nacional - Chile	31	54%	1,135	31%	667:02	29%
Resto de Obitel	26	46%	2,514	69%	1653:09	71%

FICCIÓN TV DE ESTRENO	TÍTULOS		EPISODIOS		HORAS	
Nacional - Chile	31	54%	1,135	31%	667:02	29%
Resto de Obitel	26	26%	2,514	46%	1653:09	48%
No Obitel	42	42%	1,855	34%	1126:00	33%

COPRODUCCIONES	ARG	BRA	CHI	COL	EU-H	ESP	MEX	POR	URU	VEN	OTROS
Argentina	1										
Brasil		1									
Chile			1								
Colombia				1			1				
EE.UU - Hispano					1						
España						1					
México				1			1				
Portugal								1			
Uruguay									1		
Venezuela										1	
TOTAL OBITEL				1							

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).

En relación a años anteriores, en Chile el año 2006 hubo 58 títulos de estreno procedentes del ámbito Obitel, 73 en el año 2007, y 57 en el año 2008; la ficción chilena de estreno ha subido de 29 títulos en el año 2006 a 50 el año 2007 y muestra 31 títulos el año 2008; de 23 títulos procedentes del resto de Obitel en el año 2007, se sube a 26 el año 2008.

La baja en títulos chilenos se debe más bien a un cambio de criterio de conteo. En este informe, a diferencia del año pasado, cada ciclo de tv - movies con unitarios especialmente creados para ellos se ha contabilizado como un solo título asociado al ciclo completo.

Las horas de exhibición de ficción nacional bajan desde 1072 el año 2007 a 669 el año 2008; pero las

horas de exhibición de ficción iberoamericana suben de 1407 horas el año 2007 a 1653 horas el año 2008.

Ya se ha mencionado en la sección anterior que el año 2008 **ha crecido la exhibición de ficción norteamericana** y ha bajado la exhibición de producción nacional de estreno, en especial el canal **Mega que baja fuertemente su oferta de ficción nacional** desde las 14 horas semanales en el año 2007 a 5 horas, como promedio semanal el 2008.

La baja en horas de exhibición de ficción chilena se explica mayoritariamente por la baja en producción de Mega, por la ausencia de dos telenovelas – 7 títulos exhibidos este año frente a 9 exhibidos en el año 2007, pero también por la aplicación de un criterio más estricto en la identificación de los materiales de estreno.

Tabla 2.2: Origen de la ficción televisiva de estreno.

FICCIÓN TV DE ESTRENO	TÍTULOS		EPISODIOS		HORAS	
Nacional - Chile	31	54%	1,135	31%	667:02	29%
Argentina	2	4%	173	5%	85:14	4%
Brasil	5	9%	485	13%	415:07	18%
Colombia	4	7%	189	5%	149:08	6%
EE.UU - Hispano	6	11%	534	15%	344:16	15%
España	2	4%	48	1%	22:25	1%
México	5	9%	883	24%	489:26	21%
Venezuela	1	2%	71	2%	61:36	3%
Coproducción	1	2%	131	4%	85:57	4%
TOTAL OBITEL	57	100%	3,649	100%	2320:11	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).

Frente a los 31 títulos chilenos, el resto de Obitel sube su presencia a 26 títulos de estreno. En relación al año anterior, los países proveedores se diversifican: la producción hispana de EEUU se convierte en el primer proveedor externo con 6 títulos (solo 2 títulos el año 2007); Brasil con 5 títulos (9 títulos el año 2007); México baja de 10 (2006) a 6 títulos el 2007

y 5 títulos el 2008; Colombia sube de 1 título a 4. Tal diversificación está señalando una mayor producción por diferentes países y una mayor circulación; este circulación constante y la diversificación es un aspecto diferenciador de la industria ficcional asociada a la TV en relación con las dificultades de circulación del cine iberoamericano de salas.

Tabla 2.3: Horarios de exhibición de ficción TV (episodios).

EPISODIOS	NACIONAL - CHILE		IBEROAMERICANA		TOTAL OBITEL	
Mañana	76	7%	0	0%	76	2%
Tarde	120	11%	2,293	91%	2,413	66%
Prime	913	80%	216	9%	1,129	31%
Nocturno	26	2%	5	0%	31	1%
TOTAL	1,135	100%	2,514	100%	3,649	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).

Tabla 2.4: Horarios de exhibición de ficción TV (horas).

EPISODIOS	NACIONAL - CHILE		IBEROAMERICANA		TOTAL OBITEL	
Mañana	31:25	5%	0:00	0%	1	1%
Tarde	47:11	7%	1510:26	91%	65	67%
Prime	565:08	85%	139:14	8%	29	30%
Nocturno	23:18	3%	3:29	0%	1	1%
TOTAL	667:02	100%	69	100%		100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).
 Mañana: 06:00 a 12:00; Tarde: 12:00 a 20:00; Prime: 20:00 a 24:00; Nocturno: 24:00 a 06:00

En relación a los años anteriores, se mantiene la tendencia a que la franja del prime sea el espacio privilegiado para la exhibición de episodios y horas de ficción nacional; los porcentajes de horas nacionales presentes en esa franja son 78,9% en el

año 2006, 77,6% en el año 2007 y 85% en el año 2008. La exhibición de ficción iberoamericana se acentúa en la franja postmeridiana, subiendo de 75,3% a 83,8% su participación en horas exhibidas, en el 2007, y a 91% el año 2008.

Tabla 2.5: Formatos de la ficción TV nacional de estreno.

FICCIÓN TV NACIONAL	TÍTULOS		EPISODIOS		HORAS	
Serie	14	45%	230	20%	128:47	19%
Telenovela	7	23%	804	71%	442:27	66%
Miniserie	2	6%	8	1%	6:07	1%
TV Movie	5	16%	55	5%	50:34	8%
Docudrama	3	10%	38	3%	39:07	6%
TOTAL	31	100%	1,135	100%	667:02	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).

En relación al año 2007, crecen las series y sitcoms de 3 a 14 títulos; siguen presentes 2 miniseries y 3 docudramas. Se baja de 9 a 7 telenovelas emitidas; la baja en títulos de TV Movies (de 18 a 5) se debe más bien, como se ha dicho, al cambio de criterio de conteo de ciclos de tv movies.

La tabla 2.5 muestra diversificación de formatos ficcionales; decrece el género de la telenovela y

aumentan la ficción en series y sitcoms, ciclos de TV movies, docudramas y miniseries, los cuales tiene menos episodios y horas que el formato de la telenovela. La diversificación de formatos puede ser interpretado como un elemento de madurez en la producción y como un enriquecimiento de la oferta de pantalla.

Tabla 2.6: Formatos de la ficción TV iberoamericana de estreno.

FICCIÓN TV IBEROAMERICANA	TÍTULOS	EPISODIOS	HORAS			
Serie	6	21%	106	4%	53:22	3%
Telenovela	21	75%	2,149	85%	1445:44	87%
Miniserie	0	0%	0	0%	0:00	0%
TV Movie	0	0%	0	0%	0:00	0%
Docudrama	1	4%	259	10%	154:03	9%
TOTAL	28	100%	2,514	100%	1653:09	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).
Mañana: 06:00 a 12:00; Tarde: 12:00 a 20:00; Prime: 20:00 a 24:00; Nocturno: 24:00 a 06:00

En relación a ficción procedente del resto de Iberoamérica, la telenovela latinoamericana sigue siendo el género ficcional de estreno brumadoramente presente en las pantallas: 21 de

28 títulos; hay una leve mayor presencia de series iberoamericanas: se ha subido de 44 horas anuales de exhibición en el año 2007 a 53 horas.

Tabla 2.7a: Franjas horarias de los formatos nacionales.

TÍTULOS NACIONALES	MAÑANA	TARDE	PRIME	NOCTURNO	TOTAL					
Serie	3	21%	2	14%	8	57%	1	7%	14	100%
Telenovela	0	0%	0	0%	7	100%	0	0%	7	100%
Miniserie	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%
TV Movie	0	0%	0	0%	4	80%	1	20%	5	100%
Docudrama	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	3	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).
Mañana: 06:00 a 12:00; Tarde: 12:00 a 20:00; Prime: 20:00 a 24:00; Nocturno: 24:00 a 06:00

Los formatos de producción nacional son exhibidos mayoritariamente en el prime: 24 de 31 títulos aparecen en horario prime.

Tabla 2.7b: Franjas horarias de los formatos iberoamericanos.

TÍTULOS IBEROAMERICANA	MAÑANA		TARDE		PRIME		NOCTURNO		TOTAL	
Serie	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	4	100%
Telenovela	0	0%	19	90%	1	5%	1	5%	21	100%
Miniserie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TV Movie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Docudrama	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).
Mañana: 06:00 a 12:00; Tarde: 12:00 a 20:00; Prime: 20:00 a 24:00; Nocturno: 24:00 a 06:00

Los formatos extranjeros son substantivamente telenovelas y se programan por las tardes: 19 de 26 títulos son exhibidos en horarios postmeridianos.

Pero dos telenovelas extranjeras fueron programadas en prime y en horario nocturno.

Tabla 2.8: Duración neta de los episodios de ficción TV.

EPISODIOS	NACIONALES		IBEROAMERICANOS	
Corto	415	37%	637	25%
Mediano	644	57%	1,604	64%
Largo	76	7%	273	11%
TOTAL	1,135	100%	2,514	100%

FUENTE: TIME IBOPE y Obitel Chile (los tiempos son sin publicidad y se excluyen las repeticiones).

La duración de los episodios es desigual según los distintos formatos: series y miniseries promedian 30 minutos aproximadamente. Luego vienen las

telenovelas con 40 minutos aproximadamente; finalmente los docudramas y los TV Movie con 60 minutos de duración promedio.

03

FICHAS DE DIEZ TÍTULOS MÁS VISTOS DE LA FICCIÓN TELEVISIVA NACIONAL DE ESTRENO 2008

EL DÍA MENOS PENSADO	
Año de producción	2008
Formato	Docu-reality
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	12
Duración promedio capítulo	70 minutos
Fecha de primera emisión	1999
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime-time (domingo 22 horas)
Rating promedio	22,5
Ranking de audiencia	1
Producción	Geo Imagen
Dirección	Carlos Pinto
Guión	Carlos Pinto
Elenco	En sus inicios actores desconocidos. El 2002 se incorporan actores consagrados que aparecen en a lo menos una emisión. Liliana García, Romeo Singer, Ramón Farías, Paulina Urrutia, Carmen Barros, Osvaldo Silva.

Argumento/sinopsis:

Híbrido de mezcla docu-reality y dramatización con actores, conducido por el conocido conductor y director de televisión Carlos Pinto. Trata sobre fenómenos paranormales recogidos a través de diversas investigaciones periodísticas, los cuales no pueden ser explicados científicamente.

Comentario:

El programa presenta el sello inconfundible de Carlos Pinto, quien se caracteriza por narrar con su propia voz otorgando un alto nivel de tensión y dramatismo a los relatos, y ejerciendo el rol de narrados omnisciente. Junto con investigar un hecho, lo recrea bajo el modo de relatos misteriosos y apariciones que hablan de muertes espantosas o con mucho sufrimiento. El año 2006 el programa ocupó el segundo lugar en el ranking de los 10 programas en ficción televisiva chilena de estreno (26,2 puntos).

¹ Los rating están calculados usando el total de las emisiones durante 2008, incluyendo repeticiones, resúmenes u otras variantes.

EL SEÑOR DE LA QUERENCIA	
Año de producción	2008
Formato	Telenovela
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	63 ²
Duración promedio capítulo	35 minutos
Fecha de primera emisión	12 de Mayo
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime-time (lunes a jueves, 22 horas)
Rating promedio	19,3
Ranking de audiencia	2
Producción	Área dramática TVN
Dirección	María Eugenia Rencoret
Guión	Victor Carrasco
Elenco	Julio Milostic, Sigrid Alegría, Álvaro Rudolphy, Alejandra Fosalba, Alvaro Espinoza, Bárbara Ruiz Tagle

Argumento/sinopsis:

José Luis Echeñique es un hacendado aristócrata, un patrón de fundo que ejerce su poder sobre los integrantes de su familia y todos aquellos que trabajan para él. Casado con Leonor, respetuosa de su marido, tienen tres hijos: Ignacio, Teresa y Luis Emilio. Con la llegada a la Querencia de Manuel Pradenas, hijo de la nana Bernarda, que acaba de morir, comienzan los conflictos. Manuel representa diametralmente distintos valores y busca los cambios sociales que su medio hermano, José Luis Echenique, defenderá por considerar más que justos, legítimos. La cesión de tierras que el padre de José Luis hizo a la nana Bernarda y que con su muerte sale a la luz, la aprovechará Manuel para instalarse en la zona y ser el referente opuesto del patrón que respeta a sus trabajadores, dándoles un salario justo por su trabajo. Leonor se enamora de Manuel, quien le corresponde, y primero por temor después para no herir a su hija Teresa que se ha desilusionado de él, dilata su partida, a pesar de los abusos de su marido. De esta forma, la vida en la Querencia está marcada por la voluntad, caprichos y deseos del patrón. Éste cada día siente que va perdiendo su poder y Manuel, que además ha encontrado oro en las tierras heredadas, se transforma en su más importante oponente. Todo aquel que lo contradiga corre el peligro hasta de morir.

Comentario:

Es la primera telenovela de época nocturna de TVN. Generó gran controversia en la opinión pública, especialmente por presentar altos contenidos de violencia tanto física como sexual, y por presentar una imagen controversial del hacendado campesino. El debate giró en torno a la necesidad/gratuidad de estos contenidos en función del desarrollo del guión y a la verosimilitud histórica de la conducta del hacendado. En cuanto a su nivel de audiencia, éste fue en progresivo aumento. Es así como durante el primer mes de emisión obtuvo un promedio de 22.5 puntos, alcanzando un nivel de 27,1 puntos durante el mes de Agosto. El último capítulo marcó como promedio 46,9, alcanzando como peak los 52 puntos de rating. La telenovela marcó un hito en lo que refiere a ficcionales nacionales.

²Considerando los capítulos de estrenos, resúmenes y repeticiones, presentó un total de 222 emisiones.

MEA CULPA	
Año de producción	2008
Formato	Docu-reality
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	18 ³
Duración promedio capítulo	80 minutos
Fecha de primera emisión	1990
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime-time (lunes 22 horas)
Rating promedio	19,0
Ranking de audiencia	3
Producción	Geo Imagen ⁴
Dirección	Carlos Pinto
Guión	Carlos Pinto
Elenco	Actores desconocidos

Argumento/sinopsis:

Docudrama donde cada episodio recrea ficcionalizadamente un hecho policial que termina con una entrevista al real victimario desde la cárcel. El programa se caracteriza por la puesta en escena de corte dramático, donde los elementos ficcionales están atenuados, porque las historias son reales, los actores son desconocidos, y la ambientación y actuación reproducen una realidad alejada de efectismos cinematográficos.

Comentario:

El programa lleva 18 años en las pantallas de televisión abierta chilena. El sello del programa es el estilo de su conductor Carlos Pinto, quien hace el rol de narrador omnipresente, irrumpiendo en la pantalla para contextualizar la historia.

El programa es un ícono de los docudramas de la televisión chilena y desde su inicio figura entre los programas con más alto rating. En 1995 el formato fue adquirido por la productora holandesa Endemol.

³ Sumados los capítulos de estreno junto con las repeticiones, da un total de 28 emisiones durante el 2008.

⁴ El programa comenzó siendo producido por TVN y luego se externalizó a la productora Geoimagen, creada por el mismo realizador.

LOS 80 MÁS QUE UNA MODA	
Año de producción	2008
Formato	Serie
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	10
Duración promedio capítulo	60 minutos
Fecha de primera emisión	12 de octubre 2008
Canal	UCTV
Franja de emisión	Prime-time (domingo, 22 horas) ⁵
Rating promedio	16,3
Ranking de audiencia	4
Producción	Wood Producciones
Dirección	Boris Quercia
Guión	Rodrigo Cuevas
Elenco	Daniel Muñoz, Tamara Acosta, Diego Navarrete, Fernando Farías Katty Kowalezcko, Daniel Alcaíno

Argumento/sinopsis:

Serie de 10 capítulos que trata sobre una familia de clase media chilena en el contexto político y social del año 1982, en plena dictadura militar. Luego de ser ascendido en su trabajo en una fábrica textil, Juan es despedido en medio de la crisis económica de ese año. Con su esposa Ana y tres hijos, debe enfrentar una variedad de problemas económicos, sociales y familiares asociados a su cesantía. Conjuntamente, se presentan otras temáticas históricas de la época, como el Mundial de España, la recesión económica, la violación a los derechos humanos, desarrollo de la tecnología y la importancia de la televisión en el contexto familiar, el surgimiento de los créditos de consumo, todo desde la óptica de una familia de clase media común y corriente.

Comentario:

La producción se enmarca en el proyecto Bicentenario de Canal 13, abordando de manera crítica y reflexiva el contexto histórico de dicha época. La serie presenta una ambientación muy bien lograda, como el vestuario, objetos y marcas característicos de esa época, imágenes de archivo reales que aparecen en el televisor familiar, generando así una atmósfera nostálgica que evoca el pasado, que incluso hace olvidar que se está frente a una ficción. Todos estos elementos generaron no sólo un alto nivel de audiencia, sino que un alto nivel de adhesión, simpatía e identificación, propagando una evaluación muy positiva de parte de la audiencia, de críticos del mundo audiovisual y académicos. El alto nivel de audiencia y la positiva evaluación ha dado pie para la realización de una segunda temporada. En marzo de 2009 el Consejo Nacional de Televisión le otorgó el Premio a la Excelencia, por ser un excelente ejemplo de cumplimiento de los objetivos fijados por ley a la televisión chilena y las normas impartidas por el organismo, por lo que recibirá un máximo de 400 millones de pesos.⁶

⁵ Todos los capítulos se repitieron pasadas las 23 horas mientras duró su emisión (octubre, noviembre, diciembre), lo que arrojó un total de 19 emisiones considerando también los estrenos.

⁶ Como requisito, los programas postulantes deberían haber sido emitidos entre el 1º de enero y el 31 de Diciembre 2008.

EL CUENTO DEL TÍO	
Año de producción	2008
Formato	Ciclo de TV Movie
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	4
Duración promedio capítulo	70 minutos
Fecha de primera emisión	2004
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime-time (lunes 22 horas)
Rating promedio	15,7
Ranking de audiencia	5
Producción	Geo Imagen
Dirección	Carlos Pinto
Guión	María de la Luz Urriola
Elenco	Vanessa Müller, Rodrigo Muñoz, Daniel Muñoz, Jorge Pedreros, Erto Pantoja, Francisco Pérez-Bannen, Gloria Lazo

Argumento/sinopsis:

Ciclo de TV Movies donde cada historia presenta el caso de un estafador que engaña a sus víctimas con mucha habilidad, picardía e inteligencia, buscando la ocasión para aprovecharse de seres indefensos y honestos y así lucrarse de sus bienes ajenos. Las historias se basan en casos reales que son presentados en una estructura narrativa donde se combina el drama con la comedia.

Comentario:

El programa es dirigido por Carlos Pinto, quien además de tener un staff de actores estables en la producción, invita diversas personalidades para las diferentes historias, tales como diputados, una fotógrafa y otros. A pesar de presentar un alto nivel de audiencia, el 2008 el ciclo fue interrumpido abruptamente, quedando en sólo 4 capítulos.

LOLA	
Año de producción	2007 - 2008
Formato	Telenovela
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	213 ⁷
Duración promedio capítulo	70 minutos
Fecha de primera emisión	Septiembre 2007
Canal	UCTV
Franja de emisión	Prime-time (20 horas)
Rating promedio	13,5
Ranking de audiencia	6
Producción	Área dramática UCTV
Dirección	Italo Galleani
Guión	José Ignacio Valenzuela, Marcelo Castañón, Claudia Villaroel, Sergio Días y René Arcos.
Elenco	Blanca Lewin, Jorge Alberti, Ingrid Cruz Héctor Noguera, Gonzalo Valenzuela (1ª parte)

Argumento/sinopsis:

Un exitoso y joven publicista, que además tiene un gran éxito con las mujeres, recibe un hechizo de una de sus novias despechadas, convirtiéndose de la noche a la mañana en mujer. Grace, una de las amigas y antigua novia de Lalo, será la única que conozca este secreto, a pesar de lo cual continúa enamorada de él. Así, entre otras historias paralelas de amor y enredos de oficina, el protagonista debe lidiar a diario con la certeza de ser un hombre pero en cuerpo de mujer.

Comentario:

Lola es una adaptación de la producción argentina Lalola de América TV. Comenzó para ser emitida durante el segundo semestre de 2007. Sin embargo, fue alargada, de modo de superponerla con la telenovela que la reemplazaría, Don Amor, y así heredarle audiencia. Pero la baja audiencia inicial de esta última motivaron una prolongación de Lola. El éxito de la combinación llevó a que se alargara hasta noviembre de 2008, más de un mes después de terminada su sucesora, alcanzando un total de 280 capítulos, que entre repeticiones y resúmenes, superaron las 700 emisiones. Así se convirtió en la telenovela chilena de mayor duración. El alargue de la telenovela se vio asociado con el retiro de algunos actores del elenco - Gonzalo Valenzuela por ejemplo - potenciándose así otros conflictos y personajes secundarios. El año 2007 el programa ocupó el quinto lugar en el ranking de los 10 programas en ficción televisiva chilena de estreno con 21 puntos promedio.

⁷ Durante el 2008 se dieron un total de 558 emisiones, de las cuales 215 correspondieron a estrenos. El total de estrenos 2007-2008 es de 280.

CÁRCEL DE MUJERES	
Año de producción	2008
Formato	Serie
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	9
Duración promedio capítulo	60 minutos ⁸
Fecha de primera emisión	Agosto 2007
Canal	TVN
Franja de emisión	Prime-time (22 horas)
Rating promedio	12,7
Ranking de audiencia	7
Producción	TVN
Dirección	Nicolás Acuña
Guión	Karina Díaz, Estefanía Ganem
Elenco	Sigrid Alegría, Paula Zúñiga, Julio Milostich Valentina Fernández, Claudia Cabeza

Argumento/sinopsis:

La historia transcurre en un recinto penitenciario, donde las reclusas viven una diversidad de dramas asociados a la delincuencia, drogadicción y prostitución. Esta segunda temporada es protagonizada por Sigrid Alegría, quien interpreta a una reclusa que practica boxeo. Es su segunda vez en la cárcel, donde logra ejercer el liderazgo y enorme poder sobre las otras presas, asociado al tráfico de drogas e influencias. Las otras reclusas han llegado por diversos delitos y confluyen ahí en un mundo donde lo sórdido y lo delictual también está marcado por la identidad femenina de éstas.

Comentario:

Siguiendo la lógica de la temporada anterior, la serie presenta un alto grado de dramatismo, crudeza y sufrimiento que representan el sórdido mundo penitenciario. Presenta altos contenidos de violencia tanto física como verbal, junto con garabatos y modismos propios de este contexto delictual. También toca temas como el lesbianismo, el comercio sexual y la drogadicción. Estas temáticas son interpretadas por consagradas actrices nacionales, que a través de su excelente interpretación le otorgan un carácter muy real al programa. La serie ocupó el 8º lugar de audiencia en el ranking de los 10 programas en ficción televisiva chilena de estreno 2007.

⁸ Estrenos sumados a las repeticiones dan un total de 17 emisiones.

HISTORIAS DE CAMPO	
Año de producción	2008
Formato	TV Movie
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	12
Duración promedio capítulo	80 minutos
Fecha de primera emisión	septiembre 2008
Canal	CHV
Franja de emisión	Prime-time (22 horas)
Rating promedio	12,5
Ranking de audiencia	8
Producción	CHV
Dirección	Gastón Roca
Guión	Mateo Iribarren, Yusef Rumie, Malú Urriola, Jaime Miranda.
Elenco	Actores Varían en cada unitario. Participan actores desconocidos y otros de consolidada trayectoria, como Willy Sembler

Argumento/sinopsis:

Ciclo de TV Movies que presenta historias rurales chilenas ambientadas en la década de 1940. Éstas intentan rescatar tradicionales chilenas, junto a temáticas y personajes propias del campo, como el capataz, al afuerino, el dueño de fundo y el arriero, en un contexto teñido por el abuso de poder, las rivalidades, el servilismo y los lazos familiares. Algunos títulos son "Caballero de Espadas", "Una Vieja Tradición" y "La Tormenta".

Comentario:

Este es uno de los variados ciclos de ficción nacional producidos por Chilevisión. Al igual que varias producciones nacionales, está ambientada en el campo chileno, presentando así parte de sus tradiciones y costumbres. Conjuntamente, sigue la tendencia de CHV de producir ciclos de TV Movies con historias de alto dramatismo y pasión, presentando imágenes de sexualidad y erotismo como manera de captar audiencia.

MUJERES QUE MATAN	
Año de producción	2008
Formato	TV Movie
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	32
Duración promedio capítulo	60 minutos
Fecha de primera emisión	marzo 2008
Canal	CHV
Franja de emisión	Prime-time (23 horas)
Rating promedio	12,3
Ranking de audiencia	9
Producción	Lorca y Asociados S.A.
Dirección	Christine Lucas
Guión	Malú Urriola, Abelardo Martínez, Patricia González e Isabel Troncoso
Elenco	Varía en cada unitario. Cada uno cuenta con al menos un actor de reconocida trayectoria, tales como Viviana Rodríguez, Claudia Pérez, Marcela Osorio, Loreto Valenzuela, Catalina Pulido y Pablo Macaya.

Argumento/sinopsis:

Ciclo de TV Movies que narra la historia de mujeres que viven realidades sociales y personales completamente disímiles. Enfrentadas a una situación de conflicto o maltrato extremo, cometen un crimen. De esta forma, se abordan los móviles, miedos y culpas de aquellas mujeres que sin encontrar otra salida a una vida de sufrimientos e injusticias, han llegado a matar.

Comentario:

Esta es la tercera temporada del ciclo. De manera ficcional y con un alto nivel de dramatismo los unitarios abordan un tema de alta complejidad social, que son los diversos factores psicosociales que llevan a mujeres a cometer diversos crímenes en situaciones de desesperanza y marginalidad.

DON AMOR	
Año de producción	2008
Formato	Telenovela
Género	Drama
Nº de capítulos estreno 2008	129 ⁹
Duración promedio capítulo	40 minutos
Fecha de primera emisión	03 marzo 2008
Canal	UCTV
Franja de emisión	Prime-time (20:15 horas)
Rating promedio	11,9
Ranking de audiencia	10
Producción	Coproducción: Canal 13 y Canal 6 de Puerto Rico.
Dirección	Guillermo Helo
Guión	José Ignacio Valenzuela
Elenco	Carolina Arregui, Jorge Martinez, Nidia Caro, Ignacio Baeza, Jorge Alberti, Carlos Martín, Sofía García.

Argumento/sinopsis:

A un misterioso hotel de Puerto Rico que esconde una leyenda, llega un grupo de turistas chilenos. Chantal (Ignacia Baeza) conocerá al amor de su vida, al portorriqueño Lucían (Jorge Alberti), sin saber que un oscuro secreto los une. La madre de Chantal es una bella y humilde mujer que oculta sus dolores y ha hecho todo para construirle un mundo feliz a su hija, incluso escondiéndole la verdadera identidad de su padre. A su vez, la madre de Lucían se opone a este romance, lo que se asocia a una variedad de conflictos que debe afrontar la pareja protagonista y las otras secundarias.

Comentario:

La teleserie empezó sus grabaciones en Chile en febrero de 2007, y en el mes de julio de 2007 comenzaron las grabaciones en Puerto Rico. La mitad de elenco son actores chilenos, que viajaron a dicho país para realizar las grabaciones. Durante los primeros capítulos, el rating de la telenovela no fue el esperado, por lo que se decidió alargar la telenovela Lola y así conservar un alto nivel de audiencia en esa misma franja. Posteriormente en Don Amor se potenciaron elementos de misterio y violencia - asesinatos - lo que conllevó un alza en el rating.

⁹277 total

04

LO MÁS DESTACADO DEL AÑO EN LA FICCIÓN

TELENOVELAS VESPERTINAS: ENTRE EL MELODRAMA Y EL SITCOM.

En los últimos cinco años, la sintonía a la televisión en el horario de las telenovelas de la tarde - entre las 20 y las 21 horas - ha **disminuido** de modo constante. El rating hogar promedio ha caído en 15% y el persona promedio en 21% (Time Ibope). Junto con esa pérdida se han incorporado nuevos actores a la competencia de la ficción nacional vespertina que antes se limitaba sólo a los canales grandes (TVN y UC TV): CHV con un área dramática muy profesional pero con bajos costos, y Mega con títulos encargados a productoras externas. Los ratings de más de 50 puntos que obtuvieron algunos capítulos de telenovelas como Machos (UC TV, 2003), Amores de Mercado (TVN, 2001) o Los Pincheira (TVN, 2004) ahora rara vez ocurren. El 2008 una telenovela se consideró exitosa si apenas sobrepasó los 19 puntos promedio.

Los cambios en la industria han motivado innovaciones en los contenidos, retórica y estructura de las telenovelas vespertinas. Particularmente en Canal 13 (UC TV) la estrategia de extensión de su exitosa telenovela del segundo semestre del 2007 por más de un año, y modificaciones sobre la marcha al guión de Don Amor, que lograron revertir el fracaso inicial de ésta última; tuvo como efecto una transformación en el modo en que el género se había desarrollado tradicionalmente en Chile.

Se manifestaron así dos modelos de telenovela; uno más ligado al melodrama tradicional y otro que tomó rasgos del sitcom estadounidense; uno que consiguió mantener la fidelidad del público adulto y otro que logró atraer con éxito a la audiencia que más ha caído, los jóvenes.

El primer modelo, representado por las telenovelas de TVN (Viuda Alegre e Hijos del Monte) y Don Amor de Canal 13, conservó matrices genéricas reconocidas, como la pareja protagónica central, cuya historia es coartada por fuerzas externas y que está marcada por la búsqueda de una identidad no reconocida. 45% de la audiencia de las dos telenovelas de TVN corresponde a adultos sobre los 50 años (Time Ibope).

Este modelo no impidió que estos proyectos exploraran líneas dramáticas novedosas. Viuda Alegre empujó el uso del humor, recurriendo por primera vez a una protagonista —la Beatriz interpretada por Claudia Di Girólamo— ridícula y excesiva en su vestuario, en su creencia en el príncipe azul y en su estupidez. Don Amor, que al principio se centró en la relación imposible entre dos jóvenes que parecen ser hermanos, innovó en la profundización de la trama de misterio, que enganchó a un público más juvenil.

Durante primer semestre del 2008, Lola y Mala Conducta, la segunda producción del área dramática de Chilevisión, dieron un giro a estas estructuras narrativas. En ambos casos, se matizaron las nociones de protagonismo y de trama central. En distintos momentos las historias de diversos

personajes se hicieron más prominentes y otras se diluyeron. En ambas la estructura de la audiencia fue mayoritariamente adolescente: más del 41% de su audiencia correspondía a menores de 24 años (Time Ibope).

En *Lola*, en parte por la necesidad de sustituir actores que se ausentaron debido a la extensión de la telenovela, historias secundarias tomaron mayor protagonismo o fueron modificadas. Así, por ejemplo, tomó más fuerza la vida cotidiana de los trabajadores de la agencia de publicidad en la que se desarrollaba la acción y *Gastón y Romina*, de ser los villanos, pasaron a representar las dificultades de una pareja joven e irresponsable con un hijo recién nacido.

En *Mala Conducta* el rol central siempre estuvo dividido equitativamente entre un trío de adultos (Pelayo, Flavia y Amalia) y una pareja de adolescentes (Félix y Martina). Esto, además de la apertura de tramas propiciada por la gran cantidad de personajes que asistían al colegio (que estaba al centro de la historia), da cuenta de una estructura flexible, ágil, aunque a ratos algo confusa.

El cambio a nivel de trama también se vio refrendado en **modificaciones en la retórica telenovelesca**. Tanto *Lola* como *Mala Conducta* exploraron una estética ligada al video clip, con imágenes superpuestas, cuadros divididos y vestuarios y escenografías de colores brillantes (naranja, rojo, fucsia).

Sin embargo, a pesar de esta exploración hacia otros géneros ficcionales, la telenovela chilena no ha transitado definitivamente hacia el sitcom. Los protagonismos se comparten, pero no se diluyen totalmente: la historia de amor, esencial en cualquier telenovela, permanece en el centro de las producciones dramáticas chilenas.

Además, durante el segundo semestre ninguno de estos canales presentó nuevas producciones, por lo que se hace difícil hablar de un modelo consolidado. Esa definición deberá esperar a una evolución más larga.

EL AÑO DE LA ÉPOCA Y LA NOSTALGIA

Ya el año 2007, motivados por la cercanía del Bicentenario de la Primera Junta de Gobierno, tanto TVN como Canal 13 habían lanzado proyectos que recuperaban la historia de Chile como motivo central.

Canal 13 lanzó el ciclo de TV movies *Héroes*, con unitarios de larga duración que relataban la vida de seis personajes de los primeros cien años de la nación chilena, en un doble código: las grandes gestas militares y políticas, mezcladas con la vida cotidiana y doméstica. *Héroes* se situó en el intersticio entre la Historia monumental, que tiene como referente el imaginario historiográfico básico y compartido por la comunidad a la que se dirige - por eso, tiende a recuperar de los personajes tanto sus grandes frases reproducidas en los libros escolares como los rasgos físicos que han sido diseminados en billetes y

retratos oficiales - y la historia de la vida privada. Se instala como una visualización de la historia oficial del país, pero representada con códigos fuertemente melodramáticos. De hecho, el foco de la narración está en las biografías de los héroes, con un énfasis en su micro relato personal como eje de articulación del devenir histórico en el que participan. Así la vida pública del protagonista permite ver la trastienda de la historia, los dilemas, pasiones y dolores que habrían estado detrás de las grandes decisiones. Y como la historiografía tradicional no puede conocer esos hechos y sentimientos sino tangencialmente, a través de los registros entregados por cartas y diarios, la ficción melodramática sugiere y desarrolla alternativas posibles, instalándose en los vacíos de la narración historiográfica, llegando incluso a la incorporación de personajes ficticios¹.

TVN, en cambio, optó por *Epopéya*, un docu-reportaje que, usando como eje central la dramatización de la vida de un soldado chileno de la Guerra del Pacífico (1879), puso a dialogar, de una manera inédita, las versiones de Chile, Perú y Bolivia sobre el conflicto.

El año 2008 estos primeros ejercicios derivaron en una tendencia: éste fue **el año de los estrenos de época**. Cinco títulos estrenados este año corresponden a intentos de recuperar el pasado - PAZ, *Grandes Chilenos*, *Litoral*, *Los 80* y *El Señor de la Querencia*. En la mayoría de ellos este ejercicio trascendió la mera estilización de la historia, la mercantilización de un terreno siempre atractivo para la ficción. Tanto las entrevistas previas a los creadores, como los

foros de espectadores en los diarios asignaron a estas obras un carácter de búsqueda - precisa y verdadera o falsificadora y desajustada - por definir qué es lo chileno, qué es ser chileno.

A diferencia de los esfuerzos anteriores, más que reconstruir la historia - o, para ser más precisos, el discurso histórico - la mirada fue totalmente ficticia, aunque con pretensiones de verosimilitud de época. Es decir, si bien los personajes principales fueron ficticios, sin referentes históricos reconocibles, hubo cuidado en que los ambientes y diálogos resultaran coherentes con los contextos sociales del pasado.

Esta modalidad de construcción ficticia de la época cumple con objetivos distintos dependiendo de la serie analizada.

PAZ, transmitida por TVN y realizada por la productora Stanley Films, fue una **miniserie** de cuatro episodios que exploraba las historias anónimas que rodearon la épica de la Guerra del Pacífico. La trama se centró alrededor de la familia Almendros, hacendados de la zona central del país, en los sueños idealistas del hijo Elías, en su historia de amor con su prima Verónica y en el miedo de sus familiares de verlo partir hacia la muerte. Si bien la cobertura periodística se limitó a realzar esta recuperación de la domesticidad de clase alta, la verdadera novedad del proyecto estuvo en recuperar las historias periféricas de personajes pobres no reconocidos por la historia oficial: el relato del peón peleador que es reclutado después de una noche de borrachera y sexo con la hija del patrón,

¹ En el caso de "Manuel Rodríguez", por ejemplo, se creó el personaje de Ana, una mujer de clase social baja, mesera en una chingana y amante ficticia del héroe.

del pequeño hacendado que parte al norte a buscar al asesino de su familia que es oficial de la guerra, el de la prostituta que busca en el soldado la posibilidad de redimirse. La brevedad de la serie, un lenguaje audiovisual confuso y un guión lento no permitieron fortalecer la interpretación histórica propuesta por ella. Sin embargo, sí se puede esbozar una intensidad: la de dar cuenta de lo marginado de la historia oficial, de lo cotidiano, de lo pequeño, del Chile pobre de esa época. La serie es también un evidente llamado a la paz, no sólo por su título, sino al intentar hacer explícitos los costos del heroísmo y el trauma de la guerra.

Los 80 de Canal 13 aprovechó con más claridad el potencial del lenguaje televisivo. La serie relató la vida de una familia de clase media chilena entre 1982 y 1983, años marcados por la crisis económica, la inundación de Santiago y las primeras protestas contra el gobierno de Augusto Pinochet. La serie, que ya anunció su segunda temporada para el 2009, trabajó exitosamente en la reconstrucción de la sensación de la época con el colorido gris de Santiago, con imágenes de archivo y con una dirección de arte que recuperó hasta los más mínimos detalles de la época. Éste trabajo es el que genera, en telespectadores que en su mayoría vivieron la época, la sensación de nostalgia.

Sin embargo, la serie escapa a la mera recuperación nostálgica del pasado y lo hace exacerbando los rasgos del melodrama. En Los 80 las referencias a los conflictos políticos y económicos son marginales

y siempre están mediadas por la experiencia y los sentimientos de Los Herrera, la familia protagonista. Sin embargo, si bien este género ha sido visto tradicionalmente como un medio propicio para construir mitos, historias e imágenes desligadas de su contexto y su poder político, Los 80 se sitúa como un discurso profundamente reflexivo de la época precisamente recurriendo al énfasis en las emociones, en los pequeños éxitos de una familia como cualquier otra.

Como sugieren Martín Barbero y Herlinghaus, con su recuperación de lo privado en el marco de una producción industrial, el melodrama establece una mediación entre el discurso oficial del proyecto moderno, orientado hacia el desarrollo, la cultura letrada y hacia lo público, y la cotidianidad latinoamericana en la que priman la tradición, el tiempo de la repetición, lo oral y lo doméstico. Esta mediación permite al individuo ver las grandes tendencias de lo público, desde su propio y pequeño espacio cotidiano. En otras palabras, la ficción melodramática vincula lo público a lo privado al narrar y poner en escena lo intersticial y anacrónico con los instrumentos que encarnan el discurso de la modernidad (Herlinghaus, 2002; Martín Barbero, 2002).

En Los 80, la familia Herrera vive la época desde la periferia. Ninguno de ellos es militante político, ninguno de ellos es un alto militar, son sólo una familia de clase media. Como dice el padre, Juan Herrera, en el último capítulo luego de que su hija

estudiante ha participado en una protesta contra el gobierno, uno de los pocos episodios evidentemente políticos de la serie, en esa familia no se juzga por la militancia, sino por la capacidad de ser buenas personas. Los generales y los políticos, dice, son indiferentes a la contingencia, son los primeros en escapar cuando las cosas cambian, pero son ellos, los chilenos cualesquiera, los que viven los beneficios y los rigores de sus decisiones.

Y es que, finalmente, en este juego, junto con representarse los hechos del pasado, se instala un determinado ethos, una interpretación respecto del origen de las costumbres actuales de una comunidad. Particularmente en las películas para televisión, donde la brevedad del tiempo impide tramas extensas y complicadas y, por lo mismo, se hace imperativa una selección rigurosa de los hechos, se escoge una idea fuerza que vincule los hechos entre sí - ellos están relacionados causalmente con esta idea fuerza - y con el presente. Es desde esa mirada, sellada en el último episodio, que las escenas más livianas escapan de la mera nostalgia y toman un sentido radicalmente interpretativo: la Navidad de los Herrera o el viaje de la madre a Argentina a comprar cosas para vender son la manifestación más fuerte de la resiliencia de lo cotidiano y de la fortaleza de la familia de clase media como columna de la identidad del país.

EL SEÑOR DE LA QUERENCIA: ENTRE EL PASADO Y LA IDENTIDAD CONTEMPORÁNEA

El segundo título entre los más exitosos del año, *El Señor de la Querencia*, también fue una ficción de época, pero responde a parámetros distintos. Esta telenovela nocturna conjuga la tradición de las telenovelas de época del director Vicente Sabatini y del guionista Víctor Carrasco con la amplitud de márgenes en términos de sexo y violencia que ofrece el horario.

La recuperación de la época en TVN ha estado vinculada con una intención explícita tanto del director como del guionista de retratar temas sociales contemporáneos a través de la telenovela. En palabras de Vicente Sabatini:

“El gran gatillo del narrador es que la época pone una distancia emocional para el espectador y te permite tratar temas que, por lo duros que son, la gente puede aceptar menos si lo pones en “el espejo” de hoy. El terrateniente abusador, si lo pones en el contexto de hoy, queda más duro y si lo trasladas a la época pasada, permite distanciarse. Si a ti te cuentan que la hija del vecino hace tal o cual cosa, hay una distancia emocional que te protege. Si te dicen que pasa en tu casa, causa rechazo. Ese es el mecanismo psicológico, y tiene que ver con el trasladar algo a una época (...), porque hay una distancia emocional que permite ahondar en temas duros”. (Sabatini, 2008)

Esta interpretación impide considerar a *El Señor de la Querencia* como un intento de reescribir o incorporar al discurso popular la gran historia. Por el contrario, la telenovela de época se propone como **una discusión respecto del presente**, de dilemas contingentes: la explotación por parte del empresariado, la violencia intrafamiliar, el empoderamiento de la mujer y las relaciones homosexuales.

Por lo mismo, como argumentaron los creadores de la telenovela ante las críticas que arreciaron en los medios - particularmente en las cartas al diario *El Mercurio* (Emol) -, la verosimilitud histórica pasa a segundo plano respecto de la verosimilitud telenovelesca. Lo importante no es que los terratenientes de la época fueran efectivamente como *El Señor de la Querencia*, sino que sus golpes y violencia fuera consistentes con sus actitudes anteriores, con las reacciones de los otros personajes y con la información que los espectadores manejan sobre la época.

Esta telenovela también fue criticada por sus altos índices de violencia. Como modo de ejemplo, sólo en el capítulo final hubo siete muertos: dos degolladas, cuatro baleados y un suicida. Este fenómeno habla de un cambio en las expectativas respecto de las telenovelas nocturnas. Ellas se han convertido en un campo en el que se hace posible empujar los límites en términos sexuales - mostrando sexo explícito y opciones sexuales no mostradas tradicionalmente en pantalla - y de violencia - con muertes sangrientas-. La expectativa respecto de otras producciones de este

tipo es descubrir nuevos modos de generar contenidos especialmente para adultos.

LOS PROBLEMAS EN LA INDUSTRIA TELEVISIVA

Los canales chilenos, en relación a producción de ficción para TV muestran **dos modelos muy diferentes**: un grupo de canales (TVN, UV TV y CHV) que produce ficción chilena para TV, la cual es premiada con alto rating por la audiencia. Otro grupo, encabezado por los canales La Red y Telecanal de propiedad extranjera, que no producen ficción nacional y encabezan la exhibición de ficción norteamericana y latinoamericana, grupo de canales al cual se ha plegado Mega el año 2008 al bajar de modo sustantivo la producción de ficción nacional. La bondad de estos modelos será indudablemente discutida al momento de revisar las leyes de TV en el Parlamento chileno.

El análisis de los 10 títulos más destacados del año 2008 muestra una **diversificación** en la realización, ya que hay en 5 formatos diversos: 3 telenovelas (una de ellas nocturna - *El señor de la Querencia* - con énfasis particulares), 3 ciclos de TV Movie, 2 series, 1 docudrama y 1 híbrido de docudrama y docu-reality. Los productores de estos formatos se reparten entre los canales y productores independientes: 6 títulos fueron producidos "in house" por los canales (2 UC TV, 2 CHV y 2 TVN) y 4 por productoras externas, que se especializan en series, docudramas y ciclos de TV Movie.

Frente a esta diversificación de formatos en la producción nacional, la telenovela latinoamericana es el único formato importante de circulación iberoamericana. La ficción norteamericana para TV está presente especialmente con series y sitcoms. Aparentemente tanto la producción chilena como la iberoamericana no consigue realizar ficción en otros géneros (que no sea la telenovela) y que se distribuya exitosamente fuera de las fronteras.

La emergencia de productoras independientes exitosas en géneros ficcionales - el más complejo de realizar - apunta hacia un importante **cambio en las condiciones de producción para la industria chilena de la TV abierta**. En efecto, la adquisición de material ficcional exitoso producido por productoras independientes implica no solo la maduración de éstas en un know how cuyo dominio toma varios años (y ensayos con fracasos), sino también aparece en la industria televisiva chilena un **nuevo modelo industrial** que tiende a constituir a los canales en emisor de ficción adquirida a productores externos. Nuevamente en Chile aparecen **dos modelos de industria televisiva**: la tradicional con alta producción "in house", representada por TVN y canal 13, y los nuevos canales privados que son más pequeños y compran ficción a productoras externas; este nuevo modelo tiene costos fijos y de producción muy inferiores al modelo industrial tradicional de canal productor - emisor.

La innovación en las condiciones de producción industrial introducida por algunas televisoras, si no es replicada por los otros canales provoca crisis en

los retrasados. Hay que agregar que la reconversión industrial no es fácil, pues no solo requiere de un gobierno corporativo atento a la innovación (luchando por escapar a la inercia del éxito) sino porque en la mayoría de los casos enfrenta la fuerte oposición de grupos internos de trabajadores temerosos del cambio.

BIBLIOGRAFÍA

Herlinghaus, H. (2002). La imaginación melodramática. Rasgos intermediales y heterogéneos de una categoría precaria. En H. Herlinghaus, Narraciones anacrónicas de la modernidad. Melodrama e intermedialidad en América Latina. (págs. 21- 60). Santiago: Cuarto Propio.

Martín Barbero, J. (2002). El melodrama en televisión o los avatares de un identidad industrializada. En H. Herlinghaus, Narraciones anacrónicas de la modernidad. Melodrama e intermedialidad en América Latina. (págs. 171- 198). Santiago: Cuarto Propio.

Sabatini, V. (30 de mayo de 2008). Entrevista para el proyecto Melodrama en el cine y televisión de los 90. (C. Mujica, & A. Bruna, Entrevistadores)

Time Ibope. (2004 - 2008). Bases de datos de audiencias medidas con el sistema People Meter. Santiago, Chile.

Columnas, cartas y comentarios sobre Los 80:

- La Tercera: Generación de los 80: La Hora de la Nostalgia. 2 de Enero de 2009. En http://latercera.com/contenido/741_89463_9.shtml Revisado 26 de Enero de 2009.

- Revista Paula: Los buenos 80. 16 de octubre de 2008. <http://www.paula.cl/blog/television/2008/10/16/los-buenos-80/> Revisado 27 de enero de 2009.

- Radio Cooperativa: Primera protesta contra Pinochet, marcó final de "Los 80". 22 de Diciembre de 2008. http://www.cooperativa.cl/prontus_notas/site/artic/20081222/pags/20081222090912.html. Revisado 27 de enero de 2009.

Cartas al Director sobre El Señor de la Querencia:

- Emol: El Señor de la Querencia. 21 de Julio de 2008. <http://diario.elmercurio.cl/detalle/index.asp?id={90d59387-3f14-4e81-a3f6-16fc29ec1623}> Revisado 23 de Enero de 2009.

- Emol: El Señor de la Querencia. 19 de Junio de 2008. <http://diario.elmercurio.cl/detalle/index.asp?id={f7205f27-07e6-4b02-baab-b777e9c638f6}> Revisado 23 de Enero de 2009.

05

TEMA DEL AÑO: LA PUBLICIDAD

5.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PUBLICIDAD EN TV Y EN OTROS MEDIOS ¹

Características de la oferta publicitaria en TV abierta durante 2007 y sus tendencias desde el año 2000.

Según datos del Consejo Nacional de Televisión de Chile, en los últimos años se observó que la relación entre programación y publicidad se estabilizó en una proporción de 4/5 del tiempo total de emisión destinado a programas y 1/5 destinado a publicidad. El año 2007 se observó un 77,6% del tiempo destinado a programas y un 22,4% destinado a publicidad, cifras que no representaron una variación significativa respecto del año 2006. Si se traducen estos últimos datos en horas, da un resultado de 7.326 horas de programación y 2.119,6 horas de publicidad.

Es importante recalcar, que el canal chileno que más tiempo dedica a publicidad es UCVTV con un 59,9% de su tiempo dedicado a este ítem y con una leve alza en relación con 2006, donde la publicidad representó un 53,4%. Luego le siguieron Red TV y Chilevisión quienes destinaron un 18,2% de su tiempo a emitir publicidad. TVN, Mega y UC TV (canal 13) en tanto, presentaron cifras similares con un porcentaje destinado a publicidad que fluctúa entre el 14,9% y el 16,4%. Telecanal constituyó la estación televisiva chilena que menos publicidad presentó en su parrilla

con un 12,1%. Esta cifra de todas formas, significó un alza respecto del año 2006 donde la publicidad alcanzaba un 9,7%. Esta situación, probablemente se asoció a la mayor consolidación que alcanzó este canal este año.

Con respecto a los tipos de publicidad, los infomerciales han mostrado una caída sostenida desde 2004 (de 57% a 41,5%). De hecho, en Red TV se observó una baja significativa de este tipo de publicidad pasando de 30,7% en 2006 a 17,3% en 2007. Sin embargo, UCVTV, se constituye como el canal que exhibe más infomerciales, dado que estos representan el 90,3% de su oferta publicitaria. Le sigue Chilevisión que destina 18,1% de su oferta a infomerciales, pero a que a diferencia de UCV tiene a los spots con un espacio mayoritario dentro de su parrilla publicitaria con un 63,6%.

Las estaciones Mega, TVN y Canal 13 tienen ausencia de infomerciales, pero alta concentración de spots. Por otro lado, los spots a nivel general aumentaron de 25,5% a 41,3% en el mismo periodo de tiempo.

Finalmente, todos los canales coinciden en que **no presentan gran concentración de spots en el prime time**, lo que dice relación con las características de la oferta en este bloque. Espacios breves, pero de alto valor comercial.

¹ Al momento del cierre de este informe aún no estaban disponibles las cifras de inversión publicitaria correspondientes al año 2008, por lo que a continuación, y al igual que en algunos puntos de la sección 1), se dan a conocer los datos del año 2007.

Tandas comerciales más cortas.

El primer semestre de este año Televisión Nacional de Chile (TVN) lanzó una campaña de tandas comerciales más cortas. Esta iniciativa que tiene por objetivo contar con tandas con una duración no superior a los 4 minutos y medio y que fue promocionada por los rostros más importantes de la televisión estatal, obedece a una tendencia mundial de televisión que pretende beneficiar a televidentes y auspiciadores. Esto, porque para los auspiciadores implicaría mayor recordación e impacto de sus marcas, para los canales de TV menor fuga de audiencias y mayores ingresos por este concepto - dado que al ser más limitados los espacios aumentan sus precios - y para los telespectadores, mayor satisfacción porque en definitiva no estarán bombardeados de comerciales restando tiempo a lo contenidos.

Regulación de la publicidad en TV.

En Chile prima fundamentalmente una experiencia de autorregulación en la publicidad, a través del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria. Este cuerpo autónomo forma parte de ACHAP, la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (www.achap.cl) pero nombra a sus integrantes con personas externas al mundo publicitario, independencia que le otorga mayor credibilidad. El Consejo hace suyos los códigos internacionales de publicidad, y tiene como declaración fundamental que la publicidad debe encuadrarse dentro de la legalidad, la decencia, la honestidad y la veracidad.

El Consejo Nacional de Televisión en tanto, ha dictado normas especiales cuyo objetivo central es la protección de la niñez y la juventud, entre ellas está la restricción a la transmisión de publicidad de alcoholes y tabacos. La norma especifica que ella puede realizarse únicamente después de las 22:00 hrs. y hasta las 6:00 hrs. Adicionalmente, se prohíbe toda la publicidad de uso y consumo de drogas.

Detalle de cifras de inversión publicitaria.

La suma total de inversión publicitaria del año 2007 fue de \$496.696 millones de pesos. La televisión sigue siendo el medio con mayor participación y aporte al crecimiento real de la inversión publicitaria seguida por los diarios. La relación inversión publicitaria y PIB en tanto, fue de 0,58%, cifra muy levemente superior a la registrada en 2006. Esto constituye una situación paradójica, ya que si bien esta relación aumentó este año, ha ido decreciendo en comparación con 7 años atrás.

Tabla 5.1: Inversión publicitaria en Chile 1998 - 2007.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Televisión	43%	44%	43%	48%	50%	50%	49%	47%	48%	48%
Diarios	35%	36%	34%	31%	30%	29%	29%	29%	29%	29%
Radios	11%	10%	11%	10%	9%	9%	8%	8%	7,5%	6,9%
Revistas	4%	4%	5%	5%	4%	4%	3%	3%	3,1%	3,1%
Vía Pública	6%	7%	7%	7%	6%	7%	7%	8%	8,8%	9,5%
Cine	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0,3%	0,3%
TV Cable						2%	2%	2%	1,7%	1,9%
Internet						1%	1%	1%	1,4%	1,6%
US MM\$ (constantes 2007)	773	720	735	695	727	742	787	848	886	951
INVERSIÓN PUBLICITARIA/PIB	0,66%	0,62%	0,60%	0,55%	0,57%	0,56%	0,56%	0,57%	0,57%	0,58%

FUENTE: ACHAP

5.2. TENDENCIAS EN PUBLICIDAD: LO PASADO, LO ACTUAL Y LO QUE VIENE

Infomerciales.

Hablar de infomerciales es prácticamente sinónimo de los clásicos anuncios "llame ya". Este tipo de espacios constituyen microprogramas que ofrecen un producto determinado (generalmente artículos de deportes, salud o cocina) con o sin conductor y que basa su venta en testimonios de personas. Estos espacios, que cuentan con muy bajos recursos de producción, duran unos minutos y se van repitiendo sucesivamente.

En Chile, los primeros infomerciales se comenzaron a transmitir a principios de los '90. Actualmente,

aún son parte de la parrilla de algunos canales, sin embargo, es un formato que ha ido en retirada, producto de la baja credibilidad por parte de la audiencia.

Placement.

El placement en Chile comenzó a operar el año 2000 aproximadamente, constituyendo aún una industria incipiente con unas 6 empresas que se reparten el mercado, y siendo 3 o 4 las más grandes y conocidas. Esta novedosa forma de publicidad es definida por sus propios realizadores como la "inserción de productos o marcas, de forma natural y en sintonía con el guión o libreto, en espacios dedicados a la entretención y al espectáculo: Teleseries, Ficción y Cine".

El hecho de que el placement esté inserto dentro de la historia (por ejemplo que el protagonista consume siempre una determinada bebida o maneje una determinada marca de autos) permite que el espectador siga recibiendo mensajes publicitarios aún si decide esquivar estos anuncios.

Ahora, si bien el placement nació asociado al cine, en Chile se puede apreciar fundamentalmente en televisión, siendo las telenovelas el género que más utiliza esta forma de publicidad, llegando incluso a tener 10 marcas en una sola telenovela, como fue el caso de la exitosa telenovela chilena Machos.

Respecto de la penetración del placement como forma de publicidad, no existen estudios formales por parte de sus realizadores, sin embargo se estima que podría llevarse el 20% de la torta publicitaria. Su costo para el anunciante, en tanto, se estima el doble del valor de un spot comercial. En relación con las mediciones de audiencias, aún no existe una medición específica para el placement, por lo que se mide solo como una mención, de la misma forma que un comercial.

Retail TV.

Se podría decir que el llamado Retail TV (programas de ventas por tv), constituyen la evolución natural de los clásicos infomerciales. Este año comenzaron a operar en Chile de la mano de dos grandes cadenas chilenas de retail. En marzo lo hizo Ripley con su canal Ripley Channel y en julio Falabella, con Falabella TV 24 horas. El primero constituye el primer programa

de ventas en vivo y en directo por televisión abierta y que nació fruto de la alianza con Telecanal. El segundo en tanto, se constituyó como el primer canal digital exclusivo de compras en Latinoamérica, situación que se hizo posible gracias a una alianza entre Falabella y el operador de TV cable VTR.

Las características del retail TV son básicamente cuatro: mayores recursos de producción, rostros conocidos y confiables, adaptaciones locales y por sobre todo contenido más amplio. Esto último se ha constituido en un factor clave, ya que combina la venta, con la entretención y la información de utilidad, lo que ha resultado más atractivo y creíble para las audiencias.

Actualmente estos canales transmiten entre 8 y 9 horas diarias, sin embargo y a diferencia de las clásicas tandas comerciales, los avisadores no pagan por segundos de exhibición, sino que compran bloques de media hora. Estos canales no cuentan con mediciones propias de rating, ya que según explican sus realizadores **la medición que realmente importa es el número de llamadas a partir de un programa**. Sin embargo, las mediciones formales indican que el nivel de rating de estos programas sigue siendo muy bajo todavía.

Programas publicitarios.

Existe en la televisión chilena otro tipo de programas publicitarios con similares características a la retail TV, en cuanto a la apertura de contenidos, pero que no pertenecen a los grandes retailers, sino a otro tipo de dueños. Es el caso por ejemplo, del programa “Vivienda, Construcción y Decoración”, que tiene por objetivo dar cuenta de la oferta inmobiliaria del país.

El programa se graba en exteriores y muestra distintos tipos de viviendas, además de informar su precio. Para esto, tiene como conductores a periodistas que en el pasado fueron conductores de noticieros de televisión. Este programa, que se transmite por canales de TV abierta los fines de semana por la mañana, tiene un rating promedio de 0,7 puntos ².

² Fuentes:

- Informe de Inversión Publicitaria 2007, Asociación Chilena de Publicidad
- Estudio Estadístico de Televisión Abierta 2000 - 2007, Consejo Nacional de Televisión
- Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria
- Revista Marcas y Marketing de la Asociación Nacional de Avisadores, octubre de 2008.
- Entrevista a Gerente General de Agencia MPA , Luis Molina



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE
FACULTAD DE COMUNICACIONES