

CHILE: ARCHIVO, STREAMING Y RECUPERACIÓN EN CÁMARA LENTA¹

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.22.S.5>

Autores²:

Pablo Julio Pohlhammer (<https://orcid.org/0000-0003-1387-4463>)

Francisco J. Fernández (<https://orcid.org/0000-0001-6146-0375>)

Alejandro Bruna (<https://orcid.org/0000-0002-1217-2833>)

Constanza Mujica (<https://orcid.org/0000-0001-8003-1576>)

Equipo:

Ángela Godoy

Introducción

Si 2020 fue el año en que todo se paralizó, 2021 fue el del inicio del retorno a hacia algo parecido a la normalidad, pero posiblemente no la misma normalidad que antes. El evento transformador no ha sido sólo el lento retroceder de la pandemia, sino también el proceso político que ha capturado la atención de los chilenos desde finales de 2019.

En este retorno, la presencia de ficción televisiva de estreno nacional creció. Si no demasiado en cantidad de títulos, sí en cantidad de horas producidas, aunque aún lejos de los últimos números anteriores a la pandemia. Pero la ficción iberoamericana retrocedió, reemplazada en parte por reposiciones de títulos nacionales, lo que es novedad, comparado con años anteriores, y también en parte por ficción turca, lo que ya ha dejado de ser novedad. Con todo, los canales de televisión abierta vivieron un respiro económico de la mano de la recuperación de la inversión publicitaria, significativa comparada con el año anterior, pero modesta comparada con la tendencia de caída de largo plazo.

En ese marco poco optimista, la producción destinada (o compartida) hacia plataformas de *streaming* parece ofrecer un espacio de renovación de modelos, giros y temáticas que, aunque en volumen aún es pequeño, crece sostenidamente con producciones de calidad que sugieren que estará allí el foco de renovación de la ficción televisiva nacional.

¹ Los autores quieren expresar su agradecimiento hacia la empresa Kantar IBOPE Media Chile, sin cuya invaluable colaboración este trabajo no sería posible.

² Pablo Julio, Francisco Fernández y Constanza Mujica son profesores asociados de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Alejandro Bruna es estudiante de doctorado y Ángela Godoy asistente de investigación de la misma facultad.

1. El Contexto Audiovisual de Chile en 2021

1.1 La televisión abierta en Chile

Cuadro 1. Canales nacionales de televisión abierta en Chile

Canales privados (6)	Canales públicos (1)
Canal 13: Grupo Luksic (chileno). Chilevisión: Paramount Global. Mega: Grupo Bethia (chileno), Discovery Communications (27.5%) La Red: Grupo Albavisión. Telecanal: Pertenece a Inversiones Alfa Tres, (vinculado a Albavisión). TV+: Media 23 (chileno, 90%), P. Universidad Católica de Valparaíso (10%).	TVN, con financiamiento sólo publicitario.
Total de canales: 7	

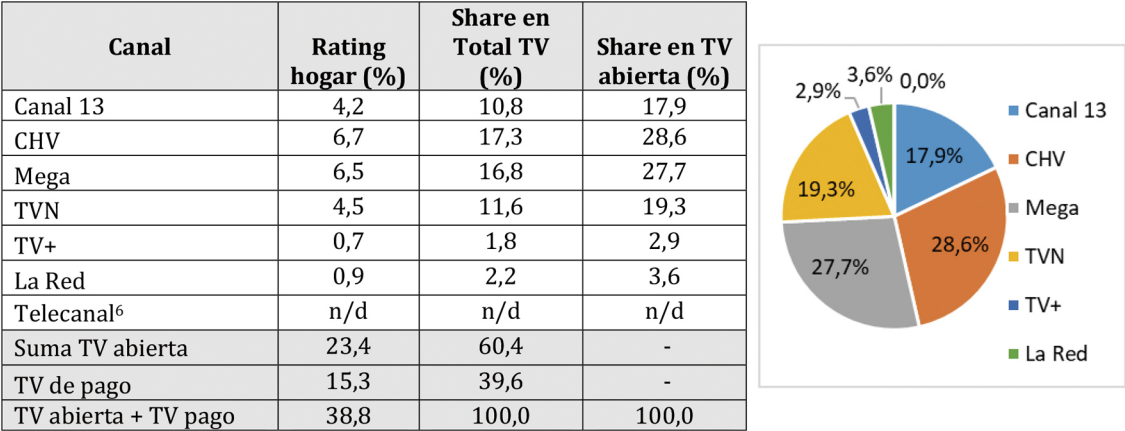
Fuente: Obitel Chile

2021 fue un año de alivio económico para la televisión abierta: los ingresos publicitarios subieron nominalmente un 34% respecto de 2020, lo que sumado a los procesos de reestructuración tras años de malos resultados permitieron que en conjunto lograran utilidades por primera vez tras siete años de pérdidas.³ Naturalmente, los resultados fueron distintos entre los canales. En un extremo está CHV, que tras ocho años consecutivos de pérdidas pasó a tener utilidades por US\$41 millones, que explican casi el 70% de las obtenidas por la industria en 2021. Sin embargo, esas utilidades las vieron dueños distintos que las pérdidas anteriores, tras su venta a Paramount Global por parte de Viacom CBS. Distinto es el caso de La Red que en 2021 perdió US\$ 14 millones, siendo el único canal con pérdidas.⁴

³ Información sobre ingresos y utilidades puede consultarse en el sitio de la Comisión para el Mercado Financiero en <https://www.cmfchile.cl/portal/principal/613/w3-search.php?keywords=concesionarias%20de%20TV> y sobre inversión publicitaria en el sitio de la Asociación de Agencias de Medios en <https://aam.cl/informes-inversion-aam/>

⁴ Al tipo de cambio promedio de 2021.

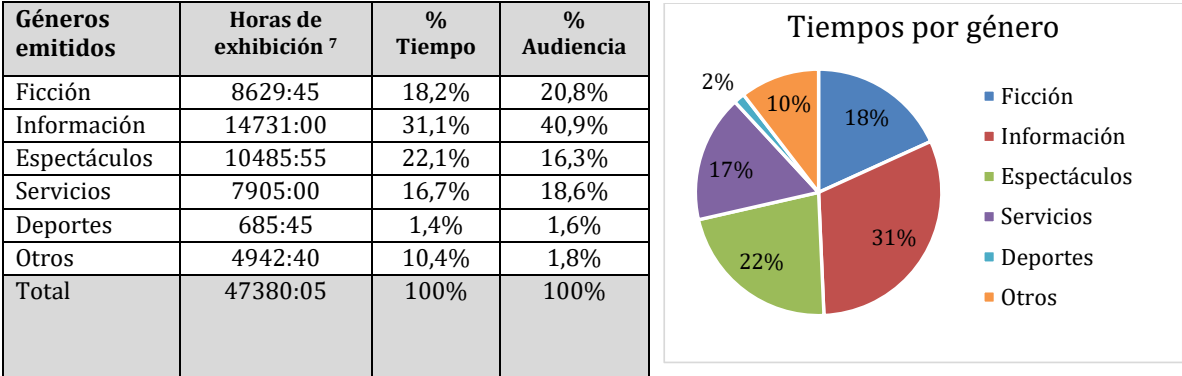
Gráfico 1. Rating y share TV por emisora durante 2021 ⁵



Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

Aunque Mega fue el canal líder en audiencia, considerando toda la programación, desde que en 2014 golpeará el tablero con la ficción turca, desde 2018 ha ido disminuyendo su *rating*, hasta que en 2021 fue desplazado del primer lugar por CHV, que en el mismo período se mantuvo en segundo, pero subiendo sus resultados. Por su parte, TVN, que desde 2014 se encontraba en el cuarto lugar, en 2021 logró desplazar a Canal 13 del tercer lugar a pesar de haber disminuido su audiencia general en un 3%, debido al enorme 20% que retrocedió este canal, cayendo de 5,2 a 4,2 puntos de *rating* hogar.

Gráfico 2. Géneros y horas en la programación de TV durante 2021



Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

⁵ Rating hogar tomado sobre las 24 horas del día, independientemente de los horarios de transmisión de los canales.

⁶ Desde 2019, la audiencia de Telecanal no está siendo medida.

⁷ Para efectos de presentación, los tiempos en esta y las siguientes tablas están redondeados a cinco minutos.

Una mirada de largo plazo muestra que la ficción ha ido retrocediendo en su presencia en las pantallas de la televisión abierta chilena. Hace 10 años representaba un 37% del tiempo de emisión y hace cinco un 34%, pero la caída más marcada en el período es la producida entre 2020 y 2021, que alcanzó un 6%, desde un 24,2% a un 18,2%. En los mismos 10 años, los contenidos informativos han pasado de 20,6% a 31,1%. Estos cambios se han acentuado desde 2019 a causa de la agitación política y social que ha vivido el país. En términos de audiencia el retroceso ha sido menor debido a que la ficción ha mantenido sus horarios de mayor sintonía.

1.2 TV de pago y plataformas VoD en Chile en 2021

Cuadro 2. Cadenas de televisión de pago en Chile

10 canales de TV de pago más vistos en Chile en 2021			
Canal	Género	Origen	Rating hogar
24 Horas	Información	Chile	0,63
Star Channel	Ficción	Extranjera	0,50
Cartoon Network	Infantil	Extranjera	0,46
CNN Chile	Información	Chile	0,38
TNT Series	Ficción	Extranjera	0,35
Discovery Kids	Infantil	Extranjera	0,34
Discovery H&H	Información	Extranjera	0,31
TNT Sport HD	Deportes	Chile	0,30
AXN	Ficción	Extranjera	0,30
Cartoonito	Infantil	Extranjera	0,28

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile

La composición de la lista de señales de televisión de pago más vistas durante 2021 mostrada en el cuadro 2 no ofrece diferencias significativas respecto de 2020, como tampoco su orden. De hecho, los tres primeros son los mismos, salvo por el cambio de nombre de Fox Channel a Star Channel. Sin embargo, hay una diferencia poco visible y probable reflejo del crecimiento de las plataformas de *streaming*: la audiencia promedio de las 10 señales más vistas disminuyó en más de un 20%. De las plataformas VoD mostradas en el cuadro 3, HBO Max, Star+, además de Paramount+ irrumpieron en el mercado chileno a mediados de 2021 con un crecimiento muy rápido.

Cuadro 3. El VoD en Chile

Principales plataformas de VoD activas en 2021
Cinco plataformas más populares: Netflix, Prime Video, Disney +, HBO Max, Star + y Estadio TNT Sports ⁸
VoD de operadores de cable: Movistar Play, VTR+, Claro Video, Entel Go, DirecTV Go
VoD de canales de TV: 13Now, TVN Play, Mega Go
Otras plataformas populares: Apple TV, Onda Media, CNTV Play, Pluto TV, Cineteca Nacional

Fuente: para las cinco más populares, estudio *Measured interest in SVOD service on JustWatch in Chile* Q4 2021; resto, OBITEL Chile

1.3 Productoras independientes de ficción televisiva

Entre la Asociación de Productoras de Cine y Televisión y la Asociación de Productoras Independientes se cuentan más de 40 empresas y hay muchas otras relevantes que no están en ninguna de estas asociaciones. Sin embargo, el número de las que tienen una presencia significativa en televisión abierta y plataformas de *streaming* es mucho menor. Entre las que producen telenovelas o series por encargo de canales de televisión, destacan AGTV, que este año produjo sólo una telenovela para Canal 13, pero que años anteriores ha tenido una figuración mayor; Chilefilms, con dos producciones en el *Top 10* y con una gran actividad en televisión distinta a la ficción; y DDRio con cuatro producciones para Mega, todas en el *Top10*. Sin embargo, la con mayor visibilidad es Fábula. En parte, por su actividad en cine, donde ya cuenta con un Oscar a la mejor película extranjera y varias nominaciones con distintos títulos y categorías, pero también por el alto estándar de sus producciones para *streaming*, donde en 2022 tendrá cuatro series en distintas plataformas.

1.4 Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

La inversión publicitaria es la principal fuente de financiamiento para la creación de contenidos en la industria audiovisual chilena y, especialmente, en la televisión abierta. Como se señaló en 1.1, en 2021 esos recursos crecieron en un 34% respecto de 2020, llegando a US\$ 319 millones. Sin embargo, en una mirada de largo plazo, la situación es distinta. El crecimiento de la inversión publicitaria en espacios *online* como Google o Facebook, entre otros, ha sido a costa de reducir la participación de los medios tradicionales, en particular de la televisión abierta, entre los destinos de los recursos publicitarios. En Chile, la participación de la televisión en la inversión publicitaria ha sido desde un 44% en 2011 a un 28% en 2021.⁹ Paralelamente, la caída de la suma de la audiencia promedio de los canales de televisión abierta, medida como *rating* hogar, ha sido de 29,5 a 23,4 puntos en el mismo período.¹⁰ Dicho de otro modo, la televisión abierta de 2021, comparada con la de 2011, tuvo un 79% de su audiencia y se financió con un 59% de sus recursos.

⁸ Estadio TNT Sports (ex CDF Estadio) no está incluida en la medición de JustWatch. Se agrega por ser una plataforma muy popular para ver la liga local de Fútbol, entre otros contenidos deportivos.
⁹ La comparación es sólo aproximada. La de 2011 corresponde a la Asociación de Agencias de Publicidad y la de 2021 a la Asociación de Agencias de Medios. Ninguna está disponible en ambos años.
¹⁰ Se excluye la audiencia de Telecanal ya que la medición de Kantar Ibope Media Chile no está disponible para 2021, pero cuando se la midió por última vez, en 2018, estaba en 0,13 puntos.

Complementariamente, el principal apoyo estatal a la televisión abierta proviene del concurso del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) que en 2021 sumó, en sus distintas categorías, US\$ 6 millones. Aunque se trata de un monto muy menor comparado con los recursos publicitarios, algunos de los títulos más destacados se han apoyado en estos fondos. Entre los *Top 10* de 2021, *No nos Quieren Ver* resultó beneficiada con aproximadamente US\$900 mil en el concurso del CNTV de 2018.

1.5 Políticas de comunicación

En las últimas décadas, Chile se ha caracterizado por tener un sistema de medios sujeto a pocas regulaciones; por tener muy pocos medios públicos y de una definición acotada, como el canal del Senado o el de la Cámara de Diputados; y un canal de televisión generalista, TVN, cuyo financiamiento y lógicas de operación son las mismas de un canal de televisión privado. En lo formal, el escenario sigue siendo el mismo. Sin embargo, tanto la orientación del nuevo gobierno que asumió en marzo de 2022 como el proceso constituyente en curso, sugieren una reorientación hacia la creación de medios públicos con financiamiento estatal. Un ejemplo de esa nueva impronta son las declaraciones de la nueva presidenta del Consejo Nacional de Televisión quien, al asumir, se declaró crítica del control ejercido sobre los medios por las lógicas de mercado, que irían en contra del derecho a la comunicación o con el pluralismo (Cornejo y Caro, 2022).

Como un anticipo de lo anterior, aunque sea el resultado de procesos ya en curso, destaca la creación de la señal nTV. Se trata de un canal de programación educativa y cultural, dirigido a niños y adolescentes, operado por TVN y en una de sus frecuencias digitales, pero contando con financiamiento estatal directo y sin publicidad. Asimismo, dos universidades que en el pasado fueron actores de la televisión abierta intentan sostener señales culturales en el espectro digital. Ese es el caso de la Universidad de Chile y la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, ocupando las segunda y tercera señal de Chilevisión y TV+, respectivamente.

1.6 Infraestructura de conectividad digital y móvil

Los períodos de cuarentena iniciados en 2020 supusieron una mayor necesidad de conectividad de los hogares, por razones educacionales, laborales y de entretenimiento, sumando presión a una tendencia anterior. La Encuesta Nacional de Televisión 2021, del Consejo Nacional de Televisión, indicó que los dispositivos más presentes en los hogares encuestados fueron *smartphones* (90%), *Smart TV* (74%) y computadores portátiles (61%) (Cifuentes Fuentes, 2021). Eso se tradujo en que las conexiones residenciales fijas a internet en 2020, que venían creciendo al 5% o 6% en los años previos, crecieran un 13%. En 2021 se produjo un nuevo salto, ahora de 12%. Esta mejora de la conectividad también lo fue en la calidad de esta, ya que el mayor crecimiento fue en conexiones de fibra óptica, llegando a representar un 57% de las conexiones fijas. Considerando todos los tipos de conexión fija, aproximadamente un 60% de los hogares cuenta con una (Subtel, 2022a).

Respecto de la conexión móvil, la cantidad de usuarios registrados de telefonía móvil con acceso a internet es superior al tamaño de la población desde 2018 y su tasa de penetración actual es de un 115%, siendo los usuarios residenciales (no empresas) entre un 72% y 87% de ellos. Por otra parte, el acceso habitual a internet por dispositivos móviles tiende a ser más frecuente en cliente con contrato que con planes de prepago. El año 2021 terminó con un 84% de conexiones con contratos de postpago, incluyendo tanto usuarios residenciales como comerciales. (Subtel, 2022a).

2. Análisis del Año: La ficción de estreno nacional e iberoamericana en 2021

TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2021

TITULOS NACIONALES INÉDITOS - 12	TITULOS EXTRANJEROS INÉDITOS - 10
Canal 13	Canal 13
1. <i>La Torre de Mabel</i> (telenovela)	1. <i>Narcos</i> (serie-Colombia)
2. <i>Los Carcamales</i> (serie)	2. <i>La Usurpadora</i> (serie-México)
Mega	3. <i>Rubí</i> (serie-México)
3. <i>100 Días para Enamorarse</i> (telenovela)	4. <i>Si nos Dejan</i> (telenovela-México)
4. <i>Amar Profundo</i> (telenovela)	Mega
5. <i>Demente</i> (telenovela)	5. <i>Dulce Ambición</i> (telenovela-Brasil)
6. <i>Edificio Corona</i> (telenovela)	6. <i>Rock Story</i> (telenovela-Brasil)
7. <i>Isabel</i> (miniserie)	TVN
8. <i>No nos Quieren Ver</i> (serie)	7. <i>Génesis</i> (telenovela-Brasil)
9. <i>Pobre Novio</i> (telenovela)	TV+
10. <i>Verdades Ocultas</i> (telenovela)	8. <i>Hernán</i> (serie-México)
TVN	La Red
11. <i>62 Historias de un Mundial</i> (miniserie)	9. <i>Como Dice el Dicho</i> (serie-México)
12. <i>Mea Culpa</i> (docudrama)	10. <i>La Rosa de Guadalupe</i> (unitario-México)
	COPRODUCCIONES - 1
	CHV
	1. <i>Inés del Alma Mía</i> (miniserie-Chile/España)
	TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 23

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

La comparación entre la ficción de estreno nacional exhibida en 2021 (Tabla 1) y la exhibida en 2011 (Obitel 2012) es ilustrativa de las transformaciones que ha experimentado la televisión abierta chilena en la última década. Parte de ellas obedecen al mismo fenómeno observado en otros lugares, donde el crecimiento de las plataformas de *streaming* ha significado un gradual desplazamiento hacia ellas tanto de las audiencias como de la innovación y el crecimiento de la producción y a la visibilidad de las productoras, referida en la sección 1.3. Sin embargo, los cambios visibles para el público están en la oferta de contenidos y los protagonistas de la ficción. Desde comienzos de los años 80, la ficción televisiva nacional había sido dominada casi exclusivamente por dos canales: Canal 13 y Televisión Nacional de Chile (TVN). En 2011, Canal 13, llevaba años de malos resultados y su oferta de ficción propia era reflejo de la crisis de la que venía: dos telenovelas y una serie (ambas en el *Top 10* 2011). Esta estación había sido sustituida en la lucha por el liderazgo por Chilevisión, recientemente comprada

por Time Warner con la intención de levantar un polo de producción de ficción. Ese año Chilevisión produjo dos series, tres telenovelas y dos telefilmes (tres en el *Top 10* 2011). Sin embargo, el actor dominante seguía siendo TVN. En sus estudios se produjeron ese año dos series, una *sitcom*, un telefilm y siete telenovelas (cinco en el *Top 10* 2011). Más atrás aparecía un actor secundario en la creación de ficción, Mega, con estándares de producción menores que sus competidores. Ese mismo año Mega, que nunca en su historia había logrado tener una operación rentable, fue vendido a los controladores del grupo chileno de *retail* Falabella.

En 2021, 10 años después, Canal 13 ya parece estar resignado a su cuarto lugar en la audiencia general. Produjo sólo una telenovela y una serie, sin que por esto se mencionara la palabra crisis (ninguna en *Top 10*). Por su parte, el proyecto de Time Warner para Chilevisión había fracasado. La estación fue vendida a Viacom CBS, ahora Paramount Global. Aunque lideró por primera vez desde 2011 en la audiencia general, durante 2021 no produjo ningún título de ficción exclusivamente para televisión abierta, aunque sí estrenó una ambiciosa coproducción en la que había participado dos años antes, *Inés del Alma Mía*, y que había sido estrenada en 2020 en Prime Video y RTVE en España.

La involución de TVN no fue mucho mejor. En 2021 sólo mostró dos títulos propios de estreno: *62 Historias de un Mundial*, una miniserie de ocho capítulos y la tarde temporada 14, de ocho episodios, de *Mea Culpa* (llegó al *Top 10*), un exitoso docudrama cuyas 13 temporadas anteriores habían sido exhibidas entre 1993 y 2009.

Distinta es la situación de Mega. Luego de haber sido la cabeza de playa de la irrupción turca en el mercado de la ficción en Latinoamérica, Mega lleva seis años dominando en el campo de la ficción, casi siempre con ocho o más títulos en el *Top 10* (propios o brasileños). En 2021 exhibió seis títulos propios de telenovela, una serie y una miniserie, todos incluidos dentro del *Top 10* de 2021, y agregó al *ranking* un noveno título comprado a Globo.

TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2021

TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS - 24	TV+
Canal 13	22. <i>Familia Moderna</i> (serie)
1. <i>Adrenalina</i> (telenovela)	23. <i>Infieles</i> (serie)
2. <i>Brujas</i> (telenovela)	24. <i>Los Años Dorados</i> (sitcom)
3. <i>Los 80: más que una moda</i> (serie)	
4. <i>Machos</i> (telenovela)	TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS - 10
5. <i>Pacto de Sangre</i> (telenovela)	TVN
6. <i>Soltera otra vez</i> (telenovela)	1. <i>Moisés los 10 Mandamientos</i> (telenovela-Brasil)
Mega	2. <i>Hasta que te Conocí</i> (miniserie-México)
7. <i>Isla Paraíso</i> (telenovela)	TV+
8. <i>Martín El Hombre y la Leyenda</i> (miniserie)	3. <i>Tierra de Reyes</i> (telenovela-EEUU-Hispano)
9. <i>Papá a la Deriva</i> (telenovela)	La Red
10. <i>Pobre Gallo</i> (telenovela)	4. <i>Águila Roja</i> (serie-España)
11. <i>Señores Papis</i> (telenovela)	Telecanal
12. <i>Te Doy la Vida</i> (telenovela)	5. <i>Impostores</i> (serie-Argentina)
13. <i>Tranquilo Papá</i> (telenovela)	6. <i>Comando Elite</i> (serie-Colombia)
TVN	7. <i>Séptima Puerta</i> (unitarios-Colombia)
14. <i>Amores de Mercado</i> (telenovela)	8. <i>Sin Retorno</i> (serie-Colombia)
15. <i>Cuentos Chilenos</i> (unitarios)	9. <i>Grachi</i> (telenovela-EEUU-Hispano)
16. <i>Dama y Obrero</i> (telenovela)	10. <i>Chespirito</i> (sitcom-México)
17. <i>El Circo de las Montini</i> (telenovela)	
18. <i>El Día Menos Pensado</i> (docudrama)	
19. <i>La Fiera</i> (telenovela)	
20. <i>Nuestros Cuentos Chilenos</i> (unitarios)	
21. <i>Romané</i> (telenovela)	TOTAL DE TÍTULOS REPUESTOS: 34

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

Considerando las reposiciones, como se muestra en la Tabla 1b, el panorama global cambia significativamente. Salvo dos títulos programados por TVN, las reposiciones iberoamericanas están presentes sólo en canales de audiencias marginales. Los canales con una fuerte tradición de producción de ficción recurrieron a su propio catálogo de un modo similar a 2020, en un grado que antes del inicio de la pandemia de COVID 19 nunca se había visto.

Al recurrir a reposiciones, las fortalezas relativas cambian. Mega creó su área dramática contratando a más de 50 profesionales del área dramática de TVN, a partir del segundo semestre de 2014 y comenzó a tener una exitosa producción de ficción. Pero su historia de producción es breve. TVN y Canal 13 tienen 40 años de tradición y recurrieron a ella. En la lista de títulos repuestos, TVN llegó incluso hasta 1999 para traer al presente a *La Fiera*, una muy exitosa telenovela desarrollada con un estándar de producción y un nivel y tamaño de elenco que sería imposible de financiar actualmente sólo con recursos locales en la televisión chilena. Algo similar hizo Canal 13, reponiendo títulos exitosos de los últimos 25 años, el más antiguo de los cuales fue *Adrenalina*, una telenovela de corte juvenil emitida por primera vez en 1996, la primera escrita por Juan Pablo Illanes y que lo hizo conocido como guionista.

TABLA 2. Ficción nacional de estreno y su evolución en el quinquenio

Año	Títulos	Episodios	Horas
2017	20	1521	930:35
2018	17	1216	722:00
2019	17	1334	747:27
2020	12	504	274:00
2021	13	830	586:40

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile-OBITEL Chile

La Tabla 2 muestra la evolución del volumen de la oferta nacional de estreno en los últimos cinco años. En ella se aprecia que el ascenso de Mega, referido en los párrafos previos, no logra compensar el retroceso observado en los otros canales. La parsimonia del retroceso se ve distorsionada por la crisis que significó la pandemia en 2020 y 2021, pero resulta mucho más clara si se considera que el número de títulos observado una década antes, en 2011, fue bastante mayor, 25, como también lo fueron en los años anteriores.

TABLA 3. Formatos de la ficción nacional de estreno
y su evolución en el quinquenio

Formato	Títulos					Horas				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Telenovela	12	11	11	5	7	581:50	615:10	682:30	224:55	545:00
Series	2	3	4	6	2	16:00	13:55	61:00	44:35	20:50
Miniseries	2	2	1	1	3	11:30	8:15	3:00	4:30	10:45
Sitcom	0	1	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Unitario	3	0	0	0	0	171:35	84:40	0:00	0:00	0:00
Docudrama	1	0	0	0	1	149:40	0:00	0:00	0:00	10:05
Otros	0	0	1	0	0	0:00	0:00	0:55	0:00	0:00

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile-OBITEL Chile

Otra tendencia observable es que la ficción televisiva chilena tiende a concentrarse en tres formatos: telenovela, series y miniseries. En 2021 la única excepción es un docudrama reeditado tras 12 años fuera de las pantallas. Eso contrasta con el panorama que se observaba en 2011 y años anteriores, donde era notoria una mayor diversidad en los tipos de formatos de ficción que podían ser observados en la televisión abierta chilena, como unitarios, telefilms, *sitcoms* y docudramas.

TABLA 4. Ficción de estreno exhibida en 2021: países de origen

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	13	57	586:40	45
PAÍSES OBITEL (total)	10	43	719:30	55
Argentina	0	0	0:00	0
Brasil	3	13	146:05	11
Chile	12	52	582:45	45
Colombia	1	4	43:50	3
Ecuador	0	0	0:00	0
España	0	0	0:00	0
EE.UU. Hispano	0	0	0:00	0
México	6	26	529:35	41
Perú	0	0	0:00	0
Portugal	0	0	0:00	0
Uruguay	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0:00	0
COPRODUCCIONES (totales)	1	4	3:55	0
Coproducciones Nacionales	1	4	3:55	0
Coproducciones Países Obitel	0	0	0:00	0
TOTAL	23	100	1306:10	100

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

La Tabla 4 muestra un panorama de países de origen y volumen de la ficción televisiva iberoamericana exhibida en televisión abierta durante 2021. Una advertencia es necesaria. Aunque la ficción turca haya perdido visibilidad como objeto de discusión desde su irrupción en 2014, eso está lejos de significar que haya perdido relevancia. Ya parece ser un actor permanente, estable y muy significativo. Durante 2021 se exhibieron 10 títulos de origen turco, sumando 763 horas. Es decir, tantos como los títulos de estreno iberoamericanos, sin contar a Chile, y un 5% más de tiempo de presencia en las pantallas, distribuidos en los cuatro canales de mayor audiencia, en las tardes, *prime time* y horario nocturno. Por otra parte, si se considera que hace una década, en 2011, las horas exhibidas de ficción iberoamericana más que duplicaban a las actuales, resulta claro que la ficción turca es un sustituto que ha desplazado a la ficción iberoamericana del lugar que antes ocupó en las pantallas chilenas.

Tabla 4 muestra que su procedencia de la ficción iberoamericana se limitó a tres países: México, Brasil y Colombia. En 2020, además se observaron títulos de España y los EEUU Hispanos. A medida que se retrocede a años anteriores, resulta más probable encontrar títulos de otras procedencias. Junto con la reducción en la participación de ficción iberoamericana en las pantallas de televisión chilenas a habido una mayor concentración en pocos países, particularmente México y Brasil. En el caso brasileño, aunque sigue teniendo una presencia significativa, ha disminuido su participación desde que Globo rompiera su alianza de décadas con Canal 13 para trasladarla a Mega.

TABLA 5. Formatos de ficción nacional e iberoamericana exhibida en 2021

Formato	Títulos					Horas				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Telenovela	12	11	11	5	7	581:50	615:10	682:30	224:55	545:00
Series	2	3	4	6	2	16:00	13:55	61:00	44:35	20:50
Miniseries	2	2	1	1	3	11:30	8:15	3:00	4:30	10:45
Sitcom	0	1	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Unitario	3	0	0	0	0	171:35	84:40	0:00	0:00	0:00
Docudrama	1	0	0	0	1	149:40	0:00	0:00	0:00	10:05
Otros	0	0	1	0	0	0:00	0:00	0:55	0:00	0:00

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile - OBITEL Chile

La Tabla 5 registra un hecho inédito desde la primera vez que se editó este anuario Obitel en 2007: el tiempo de emisión de series iberoamericanas, sin incluir a Chile, superó al de telenovelas. Concurren en esto que las series alcanzaron su punto más alto (336 horas) y las telenovelas el más bajo (229 horas). Esto debe leerse junto con lo señalado sobre la ficción turca. Ambos datos sugieren que el efecto de sustitución de la ficción turca ha recaído principalmente sobre la telenovela.

Respecto de los formatos, la Tabla 5 muestra que también en lo iberoamericano se observa una convergencia hacia la serie y la telenovela en desmedro de otros formatos. El contraejemplo es a la vez una confirmación de su excepcionalidad. Un 21% de las horas iberoamericanas corresponden a unitarios, pero se trata de un único título, *La Rosa de Guadalupe*, que promedia un punto de *rating* hogar, en un canal que pasa por severos problemas económicos debido a que el conjunto de su programación tiene resultados similares.

TABLA 6: 10 Títulos más vistos en 2021

Título		Canal	Productora (País)	Formato/ género	No. de cap/ep en 2021	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>Pobre Novio</i>	Mega	Mega+ChileFilms (CL)	Telenovela/ Comedia	83	Prime time	17,0	26,9
2	<i>Edificio Corona</i>	Mega	Mega + DDRío (CL)	Telenovela/ Comedia	125	Prime time	16,3	24,1
3	<i>Amar Profundo</i>	Mega	Mega + DDRío (CL)	Telenovela/ Comedia dramática	22	Prime time	16,3	25,4
4	<i>Mea Culpa El Regreso</i>	TVN	TVN + Dupla (CL)	Docudrama/ Suspense	8	Prime time	13,5	21,8
5	<i>Verdades Ocultas</i>	Mega	Chilefilms (CL)	Telenovela/ Drama	261	Tarde	13,3	26,1
6	<i>Demente</i>	Mega	Mega + DDRío (CL)	Telenovela/ Drama	144	Prime time	13,2	20,4
7	<i>100 Días para Enamorarse</i>	Mega	Mega + DDRío (CL)	Telenovela/ Comedia	48	Prime time	12,5	20,0
8	<i>No nos Quieren Ver</i>	Mega	Mega + AltiroSapiens (CL)	Serie/ Drama	8	Nocturno	11,0	19,9
9	<i>Isabel</i>	Mega	Mega (CL)	Miniserie/ Drama	3	Prime time	10,2	17,9
10	<i>Dulce Ambición</i>	Mega	Globo (BR)	Telenovela/ Melodrama	93	Tarde	9,5	19,9
Total de producciones nacionales: 9				Guiones originales extranjeros:2				
90%				20%				

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

Un hecho notorio en la Tabla 10 es el dominio de Mega, no sólo en las producciones nacionales, sino también en el único título extranjero incluido en el *Top 10* de las ficciones televisivas más vistas durante 2021. La única excepción a este dominio es una tardía nueva temporada de *Mea Culpa* tras 12 años fuera de la pantalla de TVN. Aunque se trató sólo de ocho episodios nuevos, la programación del docudrama incluyó 90 emisiones, entre repeticiones de los nuevos episodios y reposiciones de las temporadas pasadas.

Como se señaló, la ficción turca ocupa un espacio significativo en tiempo de emisión, incluso mayor que la iberoamericana, pero sin lograr los niveles de audiencia que alcanzó en años anteriores en que, si se les hubiera incluido, dos o tres telenovelas turcas hubiesen integrado el *Top 10*. Este año, sólo una, *Fuerza de Mujer* (TVN), hubiese ingresado y en el octavo lugar, desplazando a la única no chilena de la Tabla.

Finalmente, cabe destacar llamar la atención sobre algo sólo notorio teniendo a la vista la serie de tiempo: los niveles de audiencia del *Top 10*. El título que encabeza el

ranking, *Pobre Novio*, con 17 puntos de rating hogar, desde que se edita este anuario y hasta 2019 nunca hubiera superado el quinto lugar. Los resultados de la ficción en televisión fueron menores este año. La ficción más vista, habitualmente tendía a situarse en torno a los 25 puntos. En 2019 registró un mínimo histórico con 22; en 2020 cayó a 19 y en 2021 volvió a 17. Lo mismo ocurre si se observa el conjunto de los *Topo 10*: si cinco años antes promediaban 17 puntos, en 2021 promediaron 13. Pero no se trata de un descenso generalizado de la televisión. Los *Top 10* han disminuido su *share*. Si hace cinco años promediaban 30 puntos, en 2021 promediaron 22. Es decir, las personas que ven televisión han disminuido su preferencia por la ficción televisiva.

Dado que nueve de los 10 títulos son chilenos, se omitirá la Tabla de 4A dedicada al Top 10 de títulos nacionales. El único título adicional a incluir sería la miniserie *Inés del Alma mía*, coproducida junto a RTVE fue exhibida en televisión abierta en septiembre de 2021, aunque ya había sido exhibida en 2020 en España y Prime Video.

TABLA 7. Perfil de audiencia de los 10 títulos más vistos:
sexo, edad, nivel socioeconómico

Título		Canal	Sexo %		GSE%			
			Mujeres	Hombres	ABC1	C2	C3	D
1	<i>Pobre Novio</i>	Mega	62	38	8	17	31	44
2	<i>Edificio Corona</i>	Mega	62	38	8	18	33	41
3	<i>Amar Profundo</i>	Mega	60	40	8	18	33	41
4	<i>Mea Culpa El Regreso</i>	TVN	59	41	7	15	26	52
5	<i>Verdades Ocultas</i>	Mega	66	34	7	17	25	51
6	<i>Demente</i>	Mega	57	43	8	19	32	42
7	<i>100 Días para Enamorarse</i>	Mega	57	43	9	18	27	46
8	<i>No nos Quieren Ver</i>	Mega	56	44	7	21	30	42
9	<i>Isabel</i>	Mega	63	37	12	23	32	34
10	<i>Dulce Ambición</i>	Mega	65	35	7	17	27	50

Título		Edad %						
		04 - 12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64	65-+
1	<i>Pobre Novio</i>	6	4	5	16	25	25	19
2	<i>Edificio Corona</i>	6	4	7	18	27	21	16
3	<i>Amar Profundo</i>	4	5	5	17	25	25	19
4	<i>Mea Culpa El Regreso</i>	4	2	5	17	21	23	28
5	<i>Verdades Ocultas</i>	4	3	5	15	21	23	29
6	<i>Demente</i>	4	4	8	17	29	24	14
7	<i>100 Días para Enamorarse</i>	6	4	8	20	28	20	13
8	<i>No nos Quieren Ver</i>	3	3	5	17	27	25	20
9	<i>Isabel</i>	4	4	6	19	27	18	21
10	<i>Dulce Ambición</i>	4	3	5	16	19	25	28

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile, OBITEL Chile

Si bien los perfiles de audiencia de los *Top 10* de 2021 no se apartan significativamente de los habituales, predominio de públicos femeninos, grupo socioeconómico D y de mayor edad, sí se verifican algunas tendencias de cambio a las que resulta interesante prestar atención.

La tendencia más clara es que el público de los *Top 10* ha ido atenuando su rasgo marcadamente femenino. Si hace cinco años un 68% de su público eran mujeres, en 2021 lo fue un 61% . Algo similar ocurre con el grupo socioeconómico D que disminuye su participación en cinco años de un 49% a un 44%.

Finalmente, se observa una tercera tendencia, más específica y menos clara en su interpretación, pero muy marcada. En el perfil de edad del primer lugar del *Top 10* ha ido sistemáticamente disminuyendo la participación de los jóvenes de 18 a 24 años. Es decir, de aquellos que están en su etapa de estudios superiores, cayendo gradual, pero sistemáticamente desde un 12% a un 5%. Si se mide lo mismo, pero no sólo respecto del primer lugar sino del conjunto de los *Top 10* se observa también una caída, pero de menor magnitud y menos regular.

3. Monitoreo VoD 2021

3.1. Mercado de plataformas de VoD

2020 marcó un quiebre en los hábitos del uso de distintas modalidades de video *online* debido a que las restricciones de movilidad masificaron su uso como una forma vicaria a la presencialidad a clases, reuniones de trabajo o estar en compañía, además de un aumento de sus usos habituales para el entretenimiento. Precisamente ese crecimiento de 2020, en que las empresas de telecomunicaciones debieron reforzar su infraestructura para satisfacer una mayor demanda, fija un piso que ya incorpora los usos de video *online* debidos a la pandemia.

Aunque no están disponibles datos específicos sobre crecimiento de tiempos de consumo de *streaming* en Chile durante 2021, el crecimiento del tráfico de datos nos ofrece una medida indirecta. A nivel general, la Subsecretaría de Telecomunicaciones reporta un 35% de crecimiento en el tráfico de datos, de todo tipo de contenidos, entre 2020 y 2021. Respecto del *streaming*, la empresa Entel, que tiene un 36% de participación en tráfico de internet móvil en Chile y un 9% en internet fijo, estima que entre 2020 y 2021 el crecimiento de tráfico de datos de *streaming* fue de un 81% (Subtel, 22a).¹¹

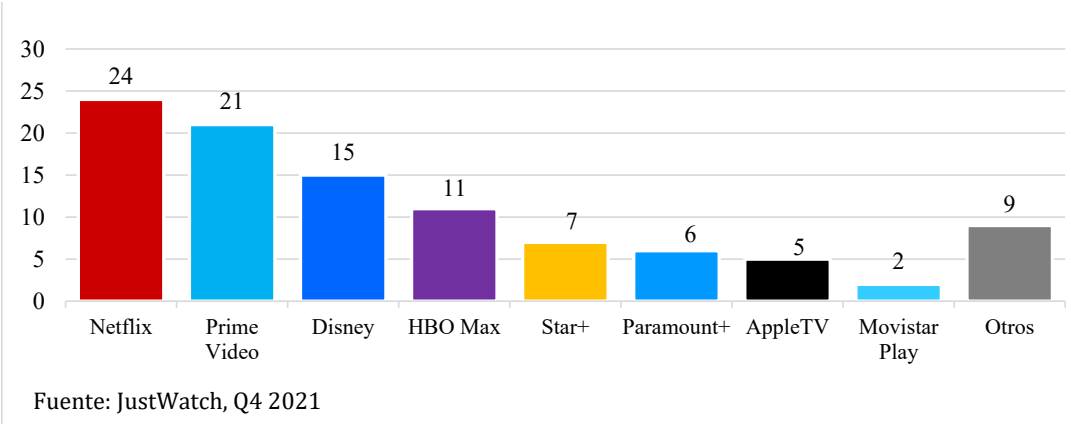
Las cifras de cantidad absoluta de usuarios varían fuertemente entre las fuentes. Un posible factor es la laxitud de la definición de usuario. Netflix inició un proceso de depuración de usuarios para impedir que se compartieran cuentas entre distintos domicilios. Apuntando solamente a estimar abonados, la empresa británica Comparetech compara los ingresos de Netflix declara en distintos países con las tarifas

¹¹ Comunicado de prensa de la empresa Entel. https://entel.modyocdn.com/uploads/b2a43ec3-b88c-434f-8324-133fdb8edfb2/original/COM_Las_aplicaciones_de_delivery_son_las_que_ma_s_crecieron_durante_2021.pdf

cobradas en ellos. A partir de esos datos, estima que en 2021 en Chile Netflix habría contado con una cifra cercana al millón de abonados.¹² A partir de esta cifra es más acotada la interpretación de otras fuentes más centradas en la participación relativa entre las distintas plataformas.

Es servicio de guía de *streaming* JustWatch ofrece una estimación de las participaciones de las principales plataformas internacionales en el último trimestre de 2021.¹³

Gráfico 3. Participación de las principales plataformas internacionales



Algo interesante de JustWatch como fuente es que hace un seguimiento mensual del uso de las distintas plataformas. Según sus estimaciones, las participaciones de las principales plataformas habrían sufrido una caída durante la segunda mitad de 2021, coincidentemente con los lanzamientos en Chile de HBO max, Paramaount+ y Star+.

3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2021

Las plataformas de VoD más utilizadas en Chile son las internacionales. Sin embar-go, eso no excluye que exista una oferta de servicios locales de VoD de distinta natu-raleza. La lista no puede ser exhaustiva porque existen múltiples instituciones, por ejemplo las universidades, que cuentan con patrimonios audiovisuales que ponen al servicio de la comunidad. Aun así, por su tamaño o significación, existen algunas que es necesario mencionar.

Un primer grupo lo forman los servicios de VoD asociados a algún operador de televisión de pago. Entre estos destacan Movistar Play, VTR+ (Liberty Latin Ame-rica), Claro Video (América Móvil), Entel Go (Grupo Matte)y DirecTV Go (Vrio Corp). Lo habitual es que parte de los contenidos estén disponibles sin costo para sus suscriptores del canal de pago, pero para acceder a otros deba hacerse un pago adicional, para comprar o alquilar el contenido. Adicionalmente, algunos ofrecen también acceso a los contenidos de algunas plataformas internacionales.

¹² Ver <https://www.comparitech.com/tv-streaming/netflix-subscribers/> (consultado el 30/05/2022)
¹³ Ver <https://marketing4ecommerce.cl/netflix-primevideo-y-disney-los-servicios-de-streaming-con-mas-usuarios-en-chile/> (consultado el 30/05/2022)

Aunque los principales canales de televisión abierta cuentan con servicios de VoD como forma de libre acceso a títulos ya emitidos, no crean, al menos no de un modo habitual y significativo, contenidos exclusivos para estas plataformas, ni anticipan en ellas los programas que emitirán por su señal principal. Estas plataformas son 13Now (Canal 13), TVN Play y Mega Go. A diferencia de estos con plataformas propias, Chilevisión lo hace a través de Pluto TV, perteneciente a Paramount, que recientemente adquirió la propiedad de la estación televisiva.

En una categoría distinta, Estadio TNT Sports Chile, si bien no es una plataforma local, es la forma de acceso, por suscripción, a los torneos nacionales de fútbol profesional en directo o como VoD.

Finalmente, los servicios VoD creados desde el Estado. Los dos principales son, para el cine de sala, Onda Media y para televisión, CNTV Play. En una función más de curatorial y acotada, también la Cineteca Nacional, cuyo fuerte es lo presencial, ofrece exhibiciones pagadas de algunas piezas audiovisuales seleccionadas. Onda Media pertenece al Ministerio de las Culturas y ofrece acceso gratuito a cine chileno, pero les paga a los titulares de la obra por cada emisión. Su modelo de funcionamiento contempla límites mensuales de visionados para cada usuario y también límites de visionados para cada obra. Finalmente, CNTV Play, perteneciente al Consejo Nacional de Televisión, permite acceso libre vía VoD a todas las obras que hayan sido financiadas con los fondos concursables que entrega cada año.

3.3. Análisis del VoD en 2021: la ficción de estreno nacional y las coproducciones

La ficción seriada chilena de estreno aún es incipiente en las plataformas de *streaming*, pero es en ellas donde se encuentran algunas de las producciones más interesantes del último tiempo. Este año Mega ha explorado modelos de trabajo que pueden ser promisorios. El caso de la telenovela *Pobre Novio* (referido en la sección 6, tema de año) resulta especialmente interesante porque, mientras se seguía produciendo, fue emitida en paralelo en la señal de televisión abierta de Mega y en HBO Max.

Las otras dos producciones referidas en la tabla 8 son *Isabel*, una miniserie basada en la vida de la novelista Isabel Allende y emitida por Prime Video, y en HBO Max *No Nos Quieren Ver*, una serie ambientada en la cruda realidad de los centros de protección de menores. Ambas series contaron para su financiamiento con fondos concursables del Consejo Nacional de Televisión, que exige como uno de sus requisitos que las obras sean exhibidas en un canal de televisión abierta.

TABLA 8. Títulos nacionales y coproducciones de estreno exhibidas en 2021 en sistemas de VoD

TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO	COPRODUCCIONES DE ESTRENO
Prime Video (1) 01. <i>Isabel</i> (miniserie) HBO Max (2) 02. <i>No nos quieren ver</i> (serie) 03. <i>Pobre Novio</i> (telenovela)	

Fuente: Obitel Chile

4. Interactividad y participación de las audiencias

La irrupción digital hace 20 años traía aparejada en los llamados “nuevos medios” la promesa de interactividad a través del mismo canal, sin recurrir a canales paralelos como cartas, llamadas o SMS, o prestarle una vía de inmediata y automática a los medios tradicionales. A pesar de esto, los canales de televisión abierta en Chile productores de ficción han enfocado su uso sólo hacia la acumulación de audiencias, limitando la interactividad a una forma de promoción de su producción.

Además de los sitios web de cada una de las estaciones, las redes sociales aparecen como el principal fidelizador de audiencias, por medio de la cuenta principal del canal en Twitter e Instagram o cuentas de algunos títulos específicos. Al revisar sus usos, los llamados a la acción que se hace al usuario son a seleccionar el contenido, visualizarlo, darle *like* y compartirlo, opciones que ya están incorporadas como propias en las plataformas de redes sociales que se utilizan. El contenido no llama a la participación del usuario de otra manera que lo implique, como preguntas o propuestas que llamen a una interacción mayor. No se establece un diálogo con la audiencia aprovechando los canales digitales disponibles gracias a la alta penetración de acceso a internet. La interactividad con la audiencia es apenas selectiva de contenido, con poco o nulo espacio para transformar y mucho menos crear.

En tiempos en que el modelo ya no es el de *broadcast* vertical, tanto el *streaming* como la televisión de libre recepción se empeñan en usar internet como una vitrina que tiene un letrero grande de no tocar. Las opciones son las justas, como calificar o comentar y no siempre es fácil la de compartir. En el caso de la ficción nacional, no se observan espacios para fenómeno *fandom*, el cual sí está presente en otros productos audiovisuales de ficción, particularmente las series animadas dirigidas a público adolescente y juvenil. *Amphibia*, *The Owl House*, *Gravity Falls*, e incluso *Los Simpson*, por nombrar algunas, generan un torrente de creatividad entre sus seguidores que muchas veces incorporan en sus tramas por medio del intertexto u otras estrategias como el transmedia. De igual manera, se crean productos derivados de la programación que incentivan la participación e interactividad de la audiencia en internet, como fue el caso de *Otra semana en Cartoon*, del uruguayo Oscar Ferrando Trenchi, que entre 2015 y 2021 recogía escenas de un grupo de títulos emitidos por Cartoon Network y armaba una propuesta narrativa con trama alternativa a la misma audiencia de dichos programas.

En el último año, Instagram subió del tercer al segundo lugar en uso como red social en Chile (Newman, 2022). Facebook aún se mantiene en la cima con 75%, pero ya bajó cuatro puntos respecto de 2020, mientras que Instagram pasó de 60% a 64%. Los medios de comunicación se percataron de esta tendencia al alza y aprovechan la predominancia de la imagen que tiene Instagram para mostrar su contenido, algo que beneficia a los canales de televisión que tienen producción propia y tienen los derechos de exhibición de las imágenes de sus productos. Sin embargo, la estrategia seguida por todos los actores es diversa y a veces errática, especialmente cuando se crean cuentas que quedan sin seguimiento y con poco contenido. La tabla

9 continuación muestra las cuentas de los canales de televisión abierta y de aquellas plataformas con cuentas específicas de Chile.

TABLA 9. Cuentas de Instagram canales de televisión y plataformas chilenas

Medio	Cuenta	Número de seguidores (junio 2022)
Canal 13	@canal13.cl	1,2 millones
	@rectv13	49 mil
	@canal_13c	102 mil
	@13now.cl	7 mil
Chilevisión	@chilevision	1 millón
Mega	@meganoticiascl	2,9 millones
	@mega.tv	2,2 millones
	@teleseries_mega	549 mil
	@mega_tv_series (Mega Go)	10,3 mil
Ondamedia	@ondamedia.cl	60,4 mil
CNTVPlay	@cntvplay.cl	367
	@cntvinfantil	17 mil
Netflix	@netflixchile	211 mil
HBO Max	@hbomax_chile	63

Fuente: Obitel Chile

5. Lo más destacado del año

La ficción seriada chilena disponible en plataformas ha tendido a ser un *streaming* de “segunda vida”. Estaba presente en distintas plataformas, particularmente en el catálogo de Prime Video, incluyendo títulos como *Los 80*, *Brujas* (2005), *Papi Ricky* (2007), *Preciosas* (2016), *Primera Dama* (2010) y *Chipe Libre* (2014) o de Netflix, con series como *El Reemplazante*. No obstante, se trataba de títulos, en su mayoría telenovelas, primero exhibidas en televisión abierta y que luego seguían el formato de *streaming* típico para Chile, donde los programas se pueden ver en el sitio web del canal que los transmite y, más tarde, en sus plataformas de VoD, como Mega.cl, 13NOW o TVN Play (Neira, Clares-Gavilán & Sánchez-Navarro, 2021).

En los últimos dos años, se han empezado a producir y exhibir series de ficción producidas pensando desde el inicio en los servicios de *streaming*. Algunas han tenido un estreno simultáneo en televisión abierta (dos series y una telenovela de la que se hablará en detalle en el próximo apartado) y otras sólo en plataformas (dos series). Este nuevo modo de concebir la producción audiovisual ha propiciado una internacionalización de la televisión chilena en dos niveles: el fortalecimiento de la coproducción internacional y la exploración de temáticas dirigidas a públicos si no globales, por lo menos transnacionales.

Isabel (2021), la bio-serie respecto de la vida de la escritora chilena Isabel Allende, fue producida por Mega y emitida simultáneamente también en Prime Video. Esto ya se había iniciado en 2020 con *Dignidad*, la serie de ficción basada en los abusos sexuales y torturas ocurridos en el enclave alemán en Chile, Colonia Dignidad. Fue una producción conjunta de Mega Media, Invercine & Wood (Chile) y Story House Pictures (Alemania) y también tuvo emisión simultánea en televisión abierta, Prime Video y Joyn (servicio de *streaming* alemán).

La Jauría (2020 y 2022), producida por Fábula (Chile), Fremantle (Inglaterra), Kapow (Argentina), fue estrenada exclusivamente en Prime Video. La historia, que en 2022 estrenó su segunda temporada, se centra en los ataques sexuales en contra de mujeres coordinados a través de internet y retrata las demandas de los movimientos feministas y los dilemas de la policía y la justicia respecto de estos crímenes.

42 días en la oscuridad (2022), también fue producida por Fábula, y estrenada exclusivamente en Netflix. Relata en clave de ficción el caso verdadero de desaparición y asesinato de una mujer de clase alta del sur de Chile.

El interés por temáticas y modalidades de tratamiento menos locales es visible en todos estos casos. *Isabel y Dignidad* remiten a personas, lugares y eventos reales de resonancia pública en varios países. Isabel Allende es la escritora de habla hispana que más libros ha vendido en la historia y la Colonia Dignidad implicó chilenos y alemanes es un caso en que convergen elementos de nazismo, pedofilia, dictadura militar, dominación psicológica y tortura.

La Jauría y *42 días en la oscuridad* remiten al género de suspenso, con arcos narrativos centrados en lo policial y en la búsqueda de responsables. El segundo caso es particularmente interesante, porque la historia de un caso policial local permite a los espectadores globales que estén interesados puedan tener acceso a un contenido sobre *true crime*.

6. Tema del año: Transformaciones en la serialidad de la televisión

El 2021 cimentó un cambio que se venía gestando hace años en Chile, no solo en cuanto a dimensiones de contenido en plataformas de *streaming*, sino que también en la estructura de las telenovelas chilenas, tanto a nivel narrativo como de formato. Esto se vio explícitamente con dos telenovelas chilenas el 2021: *#PobreNovio* y *Verdades Ocultas*, dos de los programas más vistos (ver Tabla 6).

El caso de la telenovela *#PobreNovio*, estrenada en agosto del 2021, es especialmente relevante ya que implicó un quiebre con su uso en *streaming* como “segunda vida”.

#PobreNovio no solo se ve a través de las plataformas del canal (en señal abierta y por cable, por SVOD y en HD), sino que por primera vez es emitida en simultáneo en una plataforma de *streaming* más masiva a nivel global (HBO Max). El convenio entre Mega y dicho servicio implica que los capítulos son estrenados en simultáneo, quedando en la plataforma de HBO sin cortes comerciales. El capítulo completo también queda disponible en YouTube, no obstante, solo es visible para los miembros suscritos al canal de Mega, al igual que para los que entren a la plataforma del canal, Mega.cl.

#PobreNovio, que continúa durante 2022, se encuentra entre los títulos más vistos en HBO después de la serie *Euforia*, tanto en Chile como en Colombia (Medina, 2022). Ahora bien, esta nueva forma de plantear el visionado ha afectado la estructura y narrativa del programa, pues si bien *#PobreNovio* se presenta como una telenovela para la audiencia chilena, en efectos prácticos su formato es una hibridación que responde a los cambios de la neo-televisión (Gordillo Álvarez, 2004). A diferencia de Telemundo y sus *Series Premium* (Piñón, 2019), Chile está trabajando un

contenido de incluso más largo aliento, con una narrativa serial (Buonnano, 2003) anclada en el melodrama, pero alejada de los tropos específicos de la telenovela (Fuenzalida, Corro & Mujica, 2009).

Esta estrategia narrativa permite satisfacer las necesidades de los consumidores habituales de telenovelas mientras se entrega una historia con una *serialidad* que responde al formato de serie. La serie, en su origen, es un producto con capítulos unitarios que solucionan el problema planteado en cada episodio (López-Gutiérrez & Nicolás-Gavilán, 2015). No obstante

El fenómeno de las series se ha ido transformando y encontramos en la actualidad formas híbridas, por ejemplo, series en las que se puede resolver el asunto principal del episodio pero que dejan abiertas múltiples líneas argumentales para los siguientes. Encontramos también programas con formato de comedia de situación pero que distan mucho de quedarse en el tono de comedia y se vuelven dramáticas (...) Jaime Barroso (citado por Guerrero, 2010) se refiere a los géneros como “los grandes grupos en que pueden clasificarse los programas en razón de su contenido temático o del público al que están dirigidos”. (...) Otro punto importante en los aspectos generales son los datos de identificación de la serie en cuestión. Todas ellas son escritas por equipos de guionistas y muchas veces dirigidas por más de una persona. (López-Gutiérrez & Nicolás-Gavilán, 2015, p. 26).

#PobreNovio responde a lo anterior, más cercano a la definición actual de lo que es una serie: los capítulos no son completamente unitarios, deja abiertas múltiples líneas argumentales que se disuelven ante un conflicto mayor, diluyendo la historia de amor. En *#PobreNovio*, Pamela (Francisca Walker) deja plantado en el altar a Santiago (Etienne Bobenrieth) por una vida con un hombre mayor, Arturo (Héctor Noguera). Sin embargo, este acontecimiento no es más que una anécdota para dar paso a diversos enredos, pues Santiago, tras volverse viral en las redes sociales, es contactado por un publicista, Eduardo (Diego Muñoz) para “rificarlo” como novio, siendo la ganadora Alicia (Luz Valdivieso) quien supuestamente queda embarazada. Al mismo tiempo, Santiago comienza a enamorarse de Francisca (Montserrat Ballarín), la novia de Eduardo y también hija de Arturo. La telenovela se deslinda de la historia de amor central prometida (el triángulo de Pamela-Santiago-Francisca), que, si bien prevalece como una parte cohesiva de la ficción y se adjudica capítulos importantes en términos numéricos (el 25, 50, 75, etc.), dista de ser lo principal. En términos de los hitos narrativos, a nivel de problemas, situaciones y sucesos, las tramas secundarias son las que crecen durante cada capítulo, cayendo en una narrativa artúrica (Pérez & Garín, 2013), con un intermedio perenne, personajes infinitos y aventuras simultáneas que son expandidas y muchas veces privilegiadas por sobre la historia de amor que define a la telenovela (Aprea & Martínez, 1996, López-Pumarejo, 1987; Mazziotti, 2006).

Este cambio se debe, en parte, a ser un producto que debe estar pensado para el *streaming*, sin una lógica ligada al horario de la televisión chilena, pues pese a ser presentada como telenovela del horario *prime* (20:00-21:00 horas), no respeta los tiempos estipulados por la industria televisiva chilena, entregando capítulos con una duración de no más de 30 minutos y una narrativa fragmentada. Actualmente también queda en evidencia la división de bloques en cada capítulo y que la intriga no se correlaciona con la estructura progresiva que define la telenovela (Valenzuela, 2012) sino más bien es como si respondiera al concepto de “temporadas” dentro de la telenovela para responder a la plataforma virtual (Morazzo, 2018) y cuyos cortes visuales se delimitan resurgiendo conflictos amorosos que quedan pendientes de la historia de amor: en el capítulo 25, Pamela le pide matrimonio a Arturo; en el capítulo 50, Santiago es rifado a Alicia; en el 75, Francisca y Santiago tienen un quiebre importante que los distancia, dando un espacio para que Alicia confiese su amor y bese a Santiago en el capítulo 80; etc. Esto parece ser la continuación lógica de la transformación de la telenovela chilena, pues el análisis de *Verdades Ocultas*, que se enmarca en la investigación en curso “Formación de audiencias ciudadanas: Adolescentes y telenovelas en tiempos de intolerancia” (ANID/FONDECYT regular 1200108), permite dilucidar dichos cambios estructurales, donde se atisba un nuevo paradigma narrativo y estructural de este tipo de ficciones.

Verdades Ocultas, estrenada el 24 de julio de 2017, enganchó a la audiencia chilena con la sufrida historia de las hermanas Verdugo, separadas por su propia madre, quien vendió a la menor de ellas debido a la estrechez económica en la que vivían. Inicialmente enraizada en la historia de amor de dos hermanas separadas que se enamoran del mismo hombre, y anclada en conceptos estructurales del melodrama clásico (Cabrujas, 2015; Valenzuela, 2012), su éxito implicó un alargue inesperado, siendo a la fecha la telenovela chilena más larga de la historia – pese a que de telenovela poco queda: a través de los años, lentamente la triada amorosa dejó de ser el foco central, convirtiéndose en un híbrido melodramático con tintes de suspenso y thriller que hoy puede ser vista en Amazon Prime (León, 2022).

Esta transformación conllevó cambios importantes y sustanciales dentro de la narrativa, en términos estructurales y de serialidad, alejándose del modelo de las telenovelas clásicas diurnas (Martín-Barbero, 2002; Mazziotti, 1996, 2009) y acercándose a la *soap opera* norteamericana (Allen, 1995; Harrington, 2016; Matelski, 1999). Sin embargo, *Verdades Ocultas* hoy no solo se aleja de los tropos de la telenovela clásica, sino que ha trastocado la serialidad inherente a su formato (Martín-Barbero & Muñoz, 1992; Valenzuela, 2012): está dividida en temporadas (ver Tabla 10) y su foco recae en las intrigas, el misterio y el suspenso/thriller, y no en la historia de amor original, sino que en el surgimiento de un *big evil* o gran villano que va en crescendo, eliminando o haciendo desaparecer, primero Agustina como Amelia, luego Leonardo, alias el Santo, luego Eliana, luego la misma Rocío, y finalmente, el hijo de Eliana, Mateo. Actualmente, lo único constante en *Verdades Ocultas* es la locación principal, Pasaje Esperanza, remitiendo a grandes *soap operas* como *Coronation Street* o *General Hospital* que hoy también se mimetizan con el formato de serie.

TABLA 10. Cronología de Verdades Ocultas

Temporada	Foco
Temporada 1 168 episodios (1-168) 24/7/2017 al 1/3/2018	Laura, madre soltera de dos niñas, toma la decisión más difícil de su vida, al vender a una de sus hijas para poder darle de comer a la otra. El destino la pondrá nuevamente frente a la hija que vendió, y Laura deberá pagar un alto precio por la decisión que tomó hace 20 años. Mientras, las hermanas, Rocío y Agustina, se enfrentarán por el amor del mismo hombre, Tomás, sin saber del lazo que las une.
Temporada 2 114 episodios (169-282) 22/3/2018 al 9/8/2018	Agustina ha matado a su padre biológico en defensa de su madre. Prófuga de la justicia, se ha visto forzada a fingir su propia muerte, separándose del hombre que ama, de su hijo, de su madre y de su hermana. Tras una cirugía plástica, hoy está de vuelta con una nueva identidad, ocultándose de la obsesión de Leonardo, y como Amelia, buscará enmendar el pasado y recuperar a su hijo, Tomasito.
Temporada 3 165 episodios (283-447) 30/8/2018 al 25/4/2019	Tomás, tras divorciarse de Rocío porque ella lo descubrió siendo infiel, se casa con Amelia, buscando una vida más tranquila, pero en el fondo está cayendo cada vez más en el juego de Agustina, quien busca ser la madre legal de Tomasito bajo su identidad de Amelia para finalmente huir del país junto a Ricardo y Tomasito. Sin embargo, esto podría ser frustrado por Leonardo, quien sigue haciendo todo lo posible para llegar a Agustina, a quien ahora odia. Leonardo termina matando a Laura, tras revelar su plan de venganza.
Temporada 4 168 episodios (448-615) 26/4/2019 al 30/12/2019	La aparente muerte de Tomasito ha cambiado las vidas de todos. Nadie sabe que la malvada Eliana descubrió que Tomasito fue adoptado por su ex -amante, quien lo llama Cristóbal. Agustina ha perdido el juicio, Tomás ha sido condenado por asesinar a Leonardo y Rocío ha optado por dejar atrás el dolor y darle a su hijo Benjamín un próspero futuro junto a Rafael, aun cuando el pequeño sea en realidad hijo de Tomás, secreto que ha jurado guardar. Agustina, por su parte, ha comenzado su proceso de sanación, añorando algún día volver a ser quien fue y atormentada por pesadillas en las que ve a su hijo aún con vida.
Temporada 5 188 episodios (616-804) Parte 1 31/12/2019 al 8/5/2020 Parte 2 19/10/2020 al 1/3/2021	Agustina y Rocío están más unidas que nunca. Tras haber arriesgado su vida para salvar a Rocío, las esperanzas de volver a ser familia se ven cada vez más posibles para Agustina, especialmente cuando comiencen una guerra, unidas en contra de la perversa Eliana. Rocío ha sido separada de su hijo Benjamín, quien vive felizmente con su padre y su amada tía Eliana. Rocío se unirá con Leonardo para recuperar a su hijo, sin imaginar el costo que implicará su alianza con el mayor enemigo de su hermana Agustina.
Temporada 6 152 episodios (805-957) 2/3/2021 al 1/10/2021	Tras 25 años, Rocío regresa a Chile para acercarse a su hijo Benjamín bajo el nombre de Ana, escapando de España tras la muerte de Leonardo, con quien tuvo una hija, Martina. Rocío planea vengarse de su hermana Agustina y Tomás, pues siente que la castigaron demasiado por su error de aliarse con Leonardo para encarcelar a Eliana. Rocío no esperaba que Martina llegara a Chile a destapar verdades del pasado, reviviendo el odio de Eliana, quien fue liberada de la cárcel y busca acercarse a su hijo Mateo.
Temporada 7 ? (958-?) 4/10/2021 al ?	Tras la muerte de Eliana, asesinada por Cristóbal, Mateo comienza una vendetta contra él, asesinando a la abuela de Cristóbal, María Luisa y atropellando a Martina. Sus asesinatos son el inicio de una serie de fechorías que llevarán a Rocío a investigar quién está detrás de todas las muertes.

Referencias

- Allen, R. (Ed.). (1995). *To be continued--: soap operas around the world*. Psychology Press.
- Aprea, G. & Martínez, R. (1996) “Hacia una definición del género telenovela”. *Telenovela/Telenovelas: los relatos de una historia de amor*. Soto, M. (Ed.):17-30. Buenos Aires: ATUEL.
- Buonnano, M. (2005). La masa y el relleno: la miniserie en la ficción italiana. En C. Lacalle (Coord). *Los formatos de televisión*. *Designis* 7. Barcelona, España: FELS Gedisa.
- Cabrujas, J. I. (2015). Y Latinoamérica inventó la telenovela (Vol. 15). En. V. González-Azuaje (Ed.). *Transcripciones del taller “El libreto de telenovela” dictado por José Ignacio Cabrujas*. Editorial Alfa.
- Cifuentes Fuentes, M. (2021, 10 de mayo). La piratería crece en pandemia y amenaza a la industria audiovisual. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/pien-sa-digital/noticia/pirateria-crece-en-pandemia/1017913/>
- Cornejo, C. y Caro, I. (2022, 18 de marzo). Faride Zerán es designada por Boric como nueva presidenta del Consejo Nacional de Televisión. *La Tercera*, 33.
- Gordillo Álvarez, I. (2004). Reciclaje e hibridación en los nuevos formatos televisivos. *V Foro de investigación en comunicación. La comunicación: nuevos discursos y perspectivas* (pp. 8-14).
- Harrington, C. L. (2016). Soap Opera, Then and Now. *Sociology Compass*, 10(2), 109–118. doi:10.1111/soc4.12349
- León, R. (2022, 27 de marzo). De Mega al streaming: Verdades Ocultas se sumó al catálogo de Amazon Prime. *El dinamo*. <https://www.eldinamo.cl/entre-tencion/De-Mega-al-streaming-Verdades-Ocultas-se-sumo-al-catalogo-de-Amazon-Prime-20220327-0015.html>
- López-Gutiérrez, M.L. & Nicolás-Gavilán, M.T. (2015). El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6(1), 22–39. <http://bit.ly/3nEiNR5>
- López-Pumarejo, T. (1987). Aproximación a la telenovela. Madrid: Edit. Cátedra.
- Matelski, M. J. (1999). *Soap operas worldwide: Cultural and serial realities*. McFarland Publishing.
- Martín-Barbero, J., & Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Martín-Barbero, J. (2002). El melodrama en televisión o los avatares de la identidad industrializada. En Herlinghaus (Ed.) *Narraciones anacrónicas de la modernidad. Melodrama e intermedialidad en América Latina*. Editorial Cuarto Propio, Chile, 2002, pp. 171-198. Online: <https://pdfslide.tips/documents/el-melodrama-en-television-o-los-avatares-de-la-identidad-industrializada.html>

- Mazziotti, N. (1996). La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina (Vol. 7). Paidós.
- Mazziotti, N. (2006). Telenovela, industria y práctica. Norma.
- Mazziotti, N. (2009). Telenovelas: circulación y estilos narrativos. *Signo Y seña*, (21), 129-149. <https://doi.org/10.34096/sys.n21.5842>
- Medina, S. (2022, 4 de febrero). ¡#PobreNovio alcanza el éxito en streaming fuera Chile y le pisa los talones a popular serie! Este país tiene la teleserie como su favorita... *Redgol*. <https://redgol.cl/tiempolibre/Pobre-Novio-HBO-Max-Teleserie-Mega-alcanza-exito-en-streaming-fuera-Chile-Colombia-la-tiene-en-tendencias-20220204-0060.html>
- Morazzo, M. (2018). La narrativa seriada ficcional televisiva: los cambios ocasionados por las plataformas virtuales. En M. E. Zarini Libarona (Compiladora). *Investigar la imagen en movimiento: Actas del II Simposio sobre Cine y Audiovisual*. Buenos Aires, Argentina: Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Neira, E., Clares-Gavilán, J., Sánchez-Navarro, J. (2021). New audience dimensions in streaming platforms: the second life of Money heist on Netflix as a case study. *Profesional de la información*, v. 30, n. 1, e300113. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>
- Newman, N. et al (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf
- Piñón, J. (2019). Disruption and continuity on telenovela with the surge of a new hybrid prime-time fictional serial: The super series. *Critical Studies in Television*, 14(2), 204-221.
- SUBTEL (2022a). Estadísticas sectoriales: internet <https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/internet/>
- Valenzuela, J. I. (2012). Taller de escritura de telenovelas. Santiago, Chile: Uqbar.