

# ARGENTINA<sup>1</sup>: DE LA PANTALLA CHICA A LAS PLATAFORMAS. EL RENACIMIENTO DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.23.s.arg>

## Autores

Mónica Kirchheimer<sup>2</sup> (<https://orcid.org/0000-0002-3319-0520>)

Ezequiel Rivero<sup>3</sup> (<http://orcid.org/0000-0002-8124-0975>)

## Introducción

El 2022 fue un año dominado por el retorno del *reality show* por excelencia: *Gran Hermano* -desde octubre- y el mundial de fútbol. Estos dos eventos fueron los más vistos y generaron un debate interesante sobre los temas, modos y programas que convocan a la audiencia hacia la televisión abierta. Sumado a ello, solo dos ficciones de producción nacional se estrenaron en los canales de televisión abierta, mientras que, como se ha reportado en años anteriores, las ficciones nacionales para plataformas de *streaming*, estrenan su primer capítulo en espacios de televisión lineal. Este estreno funciona como una suerte de llamador hacia las novedades en los espacios de visionado a demanda. En este escenario, las telenovelas estrenadas en televisión abierta en el año (*El Primero de Nosotros* y *La 1-5/18 Somos Uno*<sup>4</sup>) no terminaron de cumplir con las expectativas inicialmente generadas.

## 1. El Contexto Audiovisual de Argentina en 2022

### 1.1. La televisión abierta en Argentina

El sistema de televisión abierta de Argentina puede ser caracterizado a través de los principales actores asentados en Buenos Aires, que incluye a seis canales privados que, a través de la posesión directa de filiales en distintas provincias, o acuerdos comerciales con repetidoras y venta de contenidos puntuales, alcanzan cobertura nacional pese a tener licencias que, en la mayoría de los casos, sólo comprenden el Área Metropolitana de Buenos Aires (esto incluye la Ciudad de Buenos Aires y las zonas urbanas circundantes).

---

<sup>1</sup> El equipo de Obitel Argentina agradece a Kantar Ibope Media, ya que sin la información brindada por ellos no sería posible la realización de algunos de los análisis que aquí se presentan.

<sup>2</sup> Profesora e investigadora de la Universidad Nacional de las Artes (UNA) y de la Universidad de Buenos Aires (UBA)

<sup>3</sup> Becario posdoctoral Conicet en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

<sup>4</sup> *La 1-5/18 Somos Uno* comenzó a emitirse en septiembre de 2021 pero tuvo continuidad hasta marzo de 2022.

Cuadro 1. Cadenas nacionales de televisión abierta en Argentina

| Cadenas privadas (6) | Cadenas públicas (1) |
|----------------------|----------------------|
| América 2 (canal 2)  | TV Pública (canal 7) |
| El Nueve (canal 9)   |                      |
| Telefe (canal 11)    |                      |
| El Trece (canal 13)  |                      |
| Net TV               |                      |
| Bravo TV             |                      |
| TOTAL CADENAS = 7    |                      |

Fuente: Obitel Argentina

Los canales privados comerciales más consolidados y de mayor trayectoria son Telefe (Paramount, Estados Unidos), El Trece (Grupo Clarín, Argentina), El Nueve (Grupo Octubre, Argentina) y América (Grupo América, Argentina). En 2018 se sumó Net TV (Grupo Perfil, Argentina) y en 2022 Bravo TV (Grupo Olmos y Grupo Crónica, Argentina)<sup>5</sup>. Estos últimos aún con escaso reconocimiento de sus marcas, bajos niveles de audiencia y una programación en la que se destaca la reposición de ficciones de distintos países de Iberoamérica, en general ya estrenadas años antes por otros canales de TV abierta. Por su parte, la TV Pública (Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado) es el primer canal de televisión argentino y el único con licencia de alcance nacional. Sin embargo, la emisora estatal goza de una baja significación social, niveles marginales de audiencia, captura de su línea editorial por parte de los gobiernos de turno y dificultades permanentes para estabilizar una identidad y proyecto artístico-comunicacional en el largo plazo (Schejtman, Rivero y Becerra, 2021). Los canales con licencia para televisión abierta se encuentran además disponibles a través de la Televisión Digital Terrestre (conocida en Argentina bajo la marca Televisión Digital Abierta, TDA), con alcance dentro de sus respectivas áreas de cobertura<sup>6</sup>.

Desde principios de la década de 1990 Telefe y El Trece han liderado los niveles de audiencia, la que se mide principalmente en la Ciudad de Buenos Aires y en algunas de las grandes capitales del país, aunque en los últimos tres años, Telefe se ha consolidado como claro líder alejándose de su competidor directo. Estos dos canales son los emisores habituales de la ficción seriada televisiva de mayor trascendencia a

<sup>5</sup> De estos canales de televisión radicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ciudad capital de la Nación, ninguno de por sí cuenta con alcance nacional. Este se alcanza a través de convenios y acuerdos de retransmisión en televisoras locales.

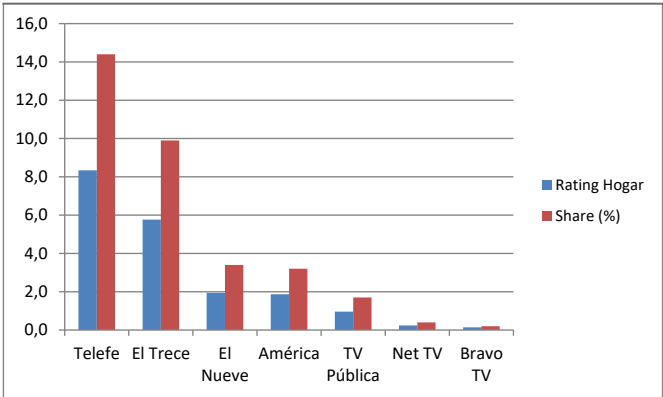
<sup>6</sup> Información disponible en abril de 2023 en <https://www.tda.gob.ar/canales-cobertura.php>

nivel nacional (Kirchheimer y Rivero, 2022). Telefe ha encargado la mayor parte de sus ficciones a distintas productoras locales independientes, entre las que se destaca Underground, productora que desde 2019 es propiedad de la estadounidense Tele-mundo. Por su parte, El Trece (Grupo Clarín), es la ventana de exhibición de las ficciones de la productora Pol-ka cuyas acciones mayoritarias -el 91,3%- pertenecen a la empresa Artear, división audiovisual del Grupo Clarín (Convergencia, 2021), por lo que Pol-ka es una productora cautiva que genera contenidos de forma exclusiva para esa emisora. A su vez, El Nueve y América se abocan principalmente a contenidos de entretenimiento y variedades. Estas señales han emitido ocasionalmente series, miniseries o unitarios nacionales producidos con fondos estatales. Finalmente, la TV Pública es un emisor habitual de ficción como parte de sus políticas de programación como son los casos de *El Marginal* (2016, 2018 y 2019) o la producción de época *Cuéntame Cómo Pasó* (2017). También sirve como pantalla para la emisión de miniseries y unitarios producidos con distintos fondos de fomento a la producción audiovisual que otorga el Estado Nacional a productoras independientes como parte de una política cultural e industrial de promoción de esta actividad en el país.

Gráfico 1. *Rating y share de TV por emisora (rating por hogar).*

| Emisora    | Rating Hogar | %     | Share (%) |
|------------|--------------|-------|-----------|
| Telefe     | 8,3          | 43,3  | 14,4      |
| El Trece   | 5,8          | 29,9  | 9,9       |
| El Nueve   | 1,9          | 10,1  | 3,4       |
| América    | 1,9          | 9,7   | 3,2       |
| TV Pública | 1,0          | 5,0   | 1,7       |
| Net TV     | 0,2          | 1,2   | 0,4       |
| Bravo TV   | 0,1          | 0,7   | 0,2       |
| TOTAL      | 19,3         | 100,0 | 33,2      |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina



Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

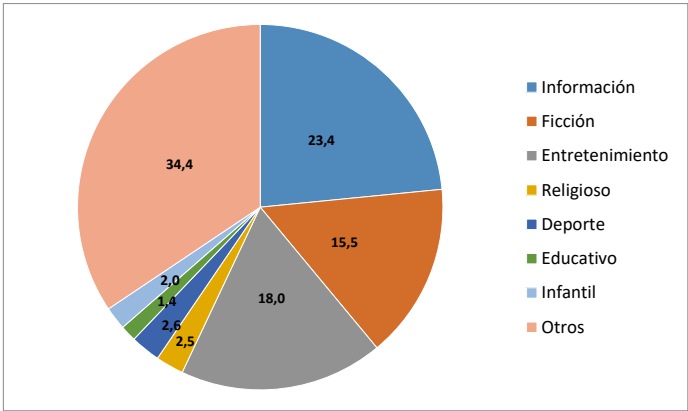
Al igual que el año anterior los niveles de audiencia de los principales canales de televisión abierta se mantuvieron estables en la comparación interanual. La distancia entre Telefe y El Trece se agranda en favor del primero, que lideró con comodidad las principales franjas horarias, en particular gracias a ciclos de entretenimiento y *reality shows*. El canal propiedad de Viacom/Paramount se vio favorecido, desde mediados de octubre de 2022, con el lanzamiento de una nueva edición de *Gran Hermano* que se convirtió, tanto en sus emisiones centrales de *prime-time*, como en sus programas satélites en todo un evento mediático que copó la programación del canal en el último trimestre del año y el verano de 2023. La emisión del *reality* supone las emisiones de galas de nominación y expulsión, los resúmenes diarios de lo ocurrido en la casa como programas de debate. A ellas se suman segmentos específicos que ocupan lugares de conversación en otros programas *magazine* pertenecientes tanto a la señal que transmite el programa, como en otros canales de la televisión abierta. Las galas de nominación y eliminación de participantes del juego alcanzaron picos de audiencia por encima de los 23 puntos, algo inusual para la televisión abierta en años, solo comparable con la transmisión de eventos deportivos de interés masivo. Los meses de noviembre y diciembre fueron muy favorables para la TV Pública. El canal estatal obtuvo los derechos para la transmisión de 32 partidos del mundial de fútbol masculino Qatar 2022, lo que le permitió triplicar sus promedios habituales en esos meses y alcanzar picos de audiencia por encima de los 30 puntos en algunos partidos. No obstante, el Mundial apenas ayudó a la emisora pública a subir en dos décimas su promedio anual en comparación al año anterior, en tanto que el resto de su programación continúa sin despertar en general mayor interés entre la audiencia.

Pese a contar desde mayo de 2022 con un nuevo canal de televisión en el sistema, Bravo TV, la suma del *rating* de todas las emisoras cayó 0,5 puntos respecto del año anterior. En este contexto, el dato saliente es la caída en el *share* de la televisión abierta que pasó de 44,1% en 2021 a 33,2% en 2022. Es decir, pese a que el *rating* hogar (el % de hogares que sintonizan un canal en al menos un televisor en un momento dado) permaneció constante, el *share* (el porcentaje del encendido que corresponde a una emisora en un momento determinado en relación al conjunto de emisoras) cayó de manera notable.

Gráfico 2: Géneros y horas transmitidos en la programación de TV

| Géneros Transmitidos | Horas de exhibición | %     |
|----------------------|---------------------|-------|
| Información          | 12.966:00           | 23,4  |
| Ficción              | 8.592:00            | 15,5  |
| Entretenimiento      | 9.983:00            | 18,0  |
| Religioso            | 1.374:00            | 2,5   |
| Deporte              | 1.461:00            | 2,6   |
| Educativo            | 786:00              | 1,4   |
| Infantil             | 1.125:00            | 2,0   |
| Otros                | 19.025:00           | 34,4  |
| TOTAL                | 55.312:00           | 100,0 |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina



Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

El total de horas exhibidas por el conjunto de los siete canales observados se incrementó en un 11,1% debido al inicio de las transmisiones de la nueva emisora, Bravo TV, a partir de mayo de 2022. En términos porcentuales no se observan variaciones significativas en la participación de cada género en el total de horas emitidas con la única excepción de la ficción, que pasó de representar el 10% de la programación en 2021, con 4.996 horas, a 15,5% del total, con 8.592 horas emitidas. Este salto se explica principalmente por los aportes de NetTV y BravoTV que basan la mayor parte de su programación en telenovelas de origen latinoamericano, en general ya emitidas en años anteriores en otros canales de televisión abierta, como por ejemplo *Avenida Brasil*, *La Usurpadora*, *Rosario Tijeras* o *Pedro el Escamoso*. De esta forma, y paradójicamente, como veremos más adelante, la presencia de la ficción en la pantalla de la televisión abierta en Argentina creció en 2022, aunque no se trata de ficción ni nacional, ni de estreno.

1.2. La TV de pago y plataformas VoD de Argentina en 2022

Según datos del Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom) para el tercer trimestre de 2022, el 67,2% de los hogares argentinos contaba con algún servicio de televisión de pago. Se trata de una cifra ligeramente menor al 68,7% que reportaba el ente estatal para mismo periodo durante el año 2021. La mayoría de las conexiones se realizaban mediante vínculo físico (cablemódem y en menor medida ADSL), mientras que la tecnología satelital captura una cuota menor del mercado que no llega al 15%. Si se suman las conexiones clandestinas se estima que cerca del 80% de los hogares del país tendrían acceso a este servicio, uno de los niveles de penetración más altos del continente. El mercado de la TV paga se encuentra fuertemente concentrado en manos de la empresa Personal (controlada por la fusionada Telecom-Grupo Clarín), la cual posee cerca del 40% del mercado, especialmente en capitales de provincias y los centros urbanos más rentables. Existen, además, actores periféricos como cooperativas de telecomunicaciones y PyMEs que prestan este servicio en lugares más alejados de los grandes centros urbanos y de menor densidad poblacional e interés comercial, los que, en conjunto, manejan menos del 20% del mercado de TV por suscripción.

Cuadro 2. Señales de televisión de pago más vistas en Argentina 2022

| 10 señales de TV de pago más vistas en Argentina |             |                |              |
|--------------------------------------------------|-------------|----------------|--------------|
| Canal                                            | Género      | Origen         | Rating hogar |
| TN                                               | Información | Argentina      | 1,9          |
| C5N                                              | Información | Argentina      | 1,2          |
| LN+                                              | Información | Argentina      | 1,1          |
| TyC Sports                                       | Deportes    | Argentina      | 0,9          |
| Crónica TV                                       | Información | Argentina      | 0,9          |
| A24                                              | Información | Argentina      | 0,8          |
| ESPN                                             | Deportes    | Estados Unidos | 0,8          |
| Canal 26                                         | Información | Argentina      | 0,7          |
| Cartoon Network                                  | Infantil    | Estados Unidos | 0,5          |
| Universal TV                                     | Variedades  | Estados Unidos | 0,4          |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

Los dos primeros lugares entre las señales más vistas de la televisión de pago no presentan novedades con relación al año anterior. TN (Grupo Clarín) y C5N (Grupo Indalo) cuya programación se orienta a la información, análisis, opinión y debate

político, crecieron en audiencia y se mantuvieron como las estaciones más vistas. De mismo modo la señal de opinión LN+ pasó del séptimo lugar, el año anterior, a ser la tercera señal de televisión paga más vista.

Aunque 2022 no fue un año electoral las señales de información, análisis y opinión política en general escalaron en la audiencia. Esto puede deberse, en parte, a la crisis política, económica y social que vive el país, que encontró un momento alto en el intento de magnicidio a la vicepresidenta de la Nación en septiembre de 2022, a su condena a prisión e inhabilitación de por vida para ocupar cargos públicos, el recambio de tres ministros de Economía en un año y las tensiones políticas frecuentes al interior del oficialismo y la oposición, junto al deterioro general de los principales indicadores socioeconómicos.

Como hemos dicho la televisión de pago en el país tiene una penetración cercana al 80% de los hogares, pero las señales de televisión paga, aunque con excepciones, no son productores regulares de contenidos de ficción seriada. Por el lado de las plataformas globales de video a demanda, Netflix fue el primer actor en instalarse en ese mercado en 2011, que dominó con comodidad hasta 2020, cuando se produjeron los lanzamientos de Disney+, Star+, HBO Max, entre otros. Según datos de Havas Media (2022), el mercado de las plataformas de video en Argentina se encuentra en la actualidad liderado por Netflix (25%), seguido de cerca por Prime Video (22%), Disney+ (13%), HBO Max (10%) y Paramount+ (6%). Desde 2018 y de forma creciente, todas estas empresas, con la única excepción de Paramount+, han incursionado en la producción de ficción seriada “local”. En 2022, como se verá más adelante, el conjunto de plataformas globales estrenó más títulos de ficción seriada nacional que la suma de todos los canales de televisión abierta.

### **1.3. Fuentes de financiamiento del sector audiovisual**

Según informa la Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM), “en el 1er semestre 2022 el mercado de inversión publicitaria en medios creció un 84% en pesos corrientes en comparación con mismo semestre 2021, y traducido a dólares se observa un crecimiento del 52%”<sup>7</sup>. En los primeros seis meses del año la televisión recibió USD 220.600.000 (41,4% de participación en la inversión total), un leve incremento en términos absolutos respecto de los USD 146.700.000 del mismo periodo del año anterior. En comparación al periodo enero-junio del año anterior la distribución de la inversión publicitaria se mantiene estable entre los distintos medios, siendo la televisión (41,4%) y los medios digitales (41,1%) los que concentran la mayor parte. Otra fuente de ingresos importante de los medios de comunicación (aunque no está claro si está contabilizado en los números anteriores de la CAAM), es la pauta estatal. Según informa la Secretaría de Medios de la Nación, entre septiembre de 2021 y abril de 2022 (ocho meses) los seis principales

<sup>7</sup> Disponible en abril de 2023 en <https://www.agenciasdemedios.com.ar/inversiones-publicitarias/>



canales de televisión abierta de Buenos Aires recibieron AR\$ 618.730.142,25 (unos USD 3.000.000 al tipo de cambio oficial de abril de 2023), lo que representa el 7,1% del total invertido<sup>8</sup>. A esto debe sumarse la pauta estatal que los medios reciben de distintas provincias o municipios, lo que hace aún más complejo el cálculo de la cantidad exacta de dinero que reciben por este concepto<sup>9</sup>.

#### 1.4. Políticas de comunicación

El 2022 fue un año de baja intensidad para las políticas de comunicación. Una de las principales acciones regulatorias del gobierno de Alberto Fernández fue el dictado del Decreto de Necesidad y Urgencia 690/2020 en agosto de 2020, que declaró servicio público a las prestaciones TIC en el contexto de la pandemia. Aquel decreto daba al Estado Nacional potestad para intervenir en la fijación de las tarifas de algunos servicios de comunicación. Sin embargo, las grandes empresas de telecomunicaciones, algunas PyMEs y, más recientemente, todos los demás actores prestadores de este tipo de servicios, obtuvieron medidas cautelares por parte de la justicia en contra de la implementación de esa medida, por lo que a los fines prácticos su efecto fue muy limitado.

Por su parte, a fines de 2022 el Ente Nacional de Comunicación avanzó con el dictado de un reglamento para la implementación de la tecnología 5G en el país<sup>10</sup>. No obstante, al cierre de este capítulo la prensa especializada reportaba desacuerdos entre las pretensiones de recaudación del Estado Nacional por la licitación del espectro y lo que las grandes empresas estarían dispuestas a invertir efectivamente, por lo que aún no se conocen los pliegos licitatorios y el despliegue de esta tecnología en el país no aparece como una posibilidad en el corto plazo. En el marco de las transmisiones del mundial de fútbol masculino de Qatar 2022, el gobierno Nacional puso en valor la infraestructura de transmisión del sistema de la Televisión Digital Terrestre, que había sido desatendido durante el gobierno de Mauricio Macri (2015-2019) y también durante el actual, hasta 2022<sup>11</sup>.

#### 1.5. Infraestructura de conectividad digital y móvil

La telefonía móvil sigue siendo junto con la televisión abierta y gratuita, la tecnología de acceso a la información más extendida con una penetración a nivel nacional que supera el 100% en casi todas las regiones del país, y un promedio nacional del 128,9% según datos de ENaCom para el tercer trimestre de 2022<sup>12</sup>. A septiembre

<sup>8</sup> Datos disponibles en [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe\\_inversion\\_al\\_30-5.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe_inversion_al_30-5.pdf)

<sup>9</sup> Ver más en <https://chequeado.com/el-explicador/publicidad-oficial-como-cuanto-y-a-que-medios-reparten-el-dinero-los-gobiernos-porteno-bonaerense-y-santafesino/>

<sup>10</sup> Fuente: [https://www.enacom.gob.ar/institucional/un-paso-decisivo-para-la-llegada-del-5g-a-la-argentina\\_n4236](https://www.enacom.gob.ar/institucional/un-paso-decisivo-para-la-llegada-del-5g-a-la-argentina_n4236)

<sup>11</sup> Ver más en <https://www.lettrap.com.ar/nota/2022-11-7-10-1-0-la-apuesta-mundial-de-la-tv-publica-para-sostener-la-pesada-mochila-de-la-tda>

<sup>12</sup> Datos disponibles en <https://indicadores.enacom.gob.ar/Informes>



de 2022 había en el país 59,7 millones de accesos móviles, sobre una población de 46 millones. No obstante, más del 50% de las líneas móviles activas son prepagas y de uso más extendido entre los sectores de nivel socioeconómico medio bajo. El despliegue de la tecnología 4G ha crecido de manera acelerada en los últimos años alcanzando una amplia cobertura del territorio. Con relación a la banda ancha al hogar, la penetración promedio a nivel nacional alcanza al 76,6% de los hogares del país, un incremento de casi 6% respecto del mismo periodo de 2021. Asimismo, se observan regiones como la Ciudad de Buenos Aires donde la adopción del servicio es casi total, y otras provincias como Chaco, Formosa, Corrientes y Santa Cruz, donde esta cifra no alcanza al 50% de los hogares.

Aunque la velocidad media nacional es de 62,5 Mbps (un crecimiento significativo en comparación a los 48,5 Mbps de 2021) y son comunes las ofertas de acceso a más de 30 Mbps, casi el 40% de las conexiones domésticas se concentra en el rango de velocidad inferior a los 30 Mbps, con grandes variaciones en la velocidad disponibles según la provincia.

En cuanto al tipo de tecnología, domina el cablemódem (54,3%), pero las conexiones por fibra al hogar han crecido los últimos años hasta alcanzar el 25,8% en 2022. La extensión territorial sumada a la dispersión de la población en ámbitos rurales o en pequeñas concentraciones urbanas, se combina con la ausencia o baja calidad de la infraestructura de conectividad en algunas regiones y las dificultades económicas, que impiden el acceso a internet.

La ausencia del mercado y del Estado en algunas zonas del país ha permitido el despliegue de la actividad de cooperativas de telecomunicaciones, y de forma más experimental la emergencia de redes comunitarias de acceso a internet autogestionadas por los propios pobladores.

2. Análisis del Año: La ficción de estreno nacional e iberoamericana en 2022

TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2022  
(nacionales, extranjeras del ámbito Obitel, y coproducciones)

|                                                 |                                                            |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>TÍTULOS INÉDITOS NACIONALES – 10</b>         | <b>TÍTULOS INÉDITOS IMPORTADOS – 6</b>                     |
| <b>Telefe - 1 título nacional</b>               | <b>Telefe - 1 título</b>                                   |
| 1. <i>El Primero de Nosotros</i> (telenovela)   | 1. <i>Club 57 2</i> (miniserie – US Hispano e Italia)      |
| <b>El Trece – 5 títulos nacionales</b>          | 2. <i>Génesis</i> (telenovela – Brasil)                    |
| 2. <i>La 1-5/18 Somos Uno</i> (telenovela)      | 3. <i>Dulce Ambición</i> (telenovela – Brasil)             |
| 3. <i>El Encargado</i> (miniserie)              | <b>Net TV- 2 títulos</b>                                   |
| 4. <i>Los Protectores</i> (miniserie)           | 4. <i>El Señor de los Cielos</i> (telenovela – US Hispano) |
| 5. <i>Robo Mundial</i> (miniserie)              | 5. <i>La Piloto</i> (telenovela – México)                  |
| 6. <i>Santa Evita</i> (miniserie)               | <b>Bravo TV – 1 título</b>                                 |
| <b>El Nueve – 2 títulos nacionales</b>          | 6. <i>Enfermeras</i> (telenovela – Colombia)               |
| 7. <i>El Hincha</i> (miniserie)                 | <b>El Trece - 0</b>                                        |
| 8. <i>Supernova</i> (miniserie)                 | <b>El Nueve - 0 título</b>                                 |
| <b>TV Pública - 2 títulos</b>                   | <b>América – 0 título</b>                                  |
| 9. <i>40 Abriles</i> (miniserie)                | <b>TV Pública –0 título</b>                                |
| 10. <i>Las Polacas</i> (miniserie)              |                                                            |
| <b>América – 0 título</b>                       |                                                            |
| <b>Net TV – 0 título</b>                        |                                                            |
| <b>Bravo TV – 0 título</b>                      |                                                            |
| <b>COPRODUCCIONES – 1</b>                       |                                                            |
| <b>TV Pública - 1 título</b>                    |                                                            |
| 11. <i>Sumergidos</i> (serie, Argentina-Brasil) | <b>TOTAL TÍTULOS INÉDITOS: 17</b>                          |

Fuente: Obitel Argentina

La cantidad de títulos inéditos nacionales e importados se mantiene en 17, al igual que el año anterior, con un crecimiento de los títulos argentinos que pasaron de ocho en 2021 a diez en 2022. Esto sucede, sin embargo, en medio de la consolidación de un fenómeno del que ya hemos dado cuenta en el anuario anterior referido al uso de la pantalla lineal para el estreno de uno o dos capítulos a modo “promocional” de series que luego pasan a formar parte de los catálogos de distintas plataformas de pago. Esto sucede en particular este año a partir de la alianza entre El Trece y Star+, que permitió el estreno de los primeros capítulos de las series *Robo Mundial*,

*El Encargado*, *Los Protectores* y *Santa Evita* en la televisión abierta. Telefe fue el único canal de aire que estrenó una tira diaria en 2022, *El Primero de Nosotros*, ya que *La 1-5/18 Somos Uno* de El Trece es continuación del año anterior. La TV Pública que en 2021 no había estrenado ficciones, retomó con la puesta al aire de dos títulos producidos en la provincia de Santa Fe, *40 Abriles* y *Las Polacas*.

**TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2022**  
**(nacionales, extranjeras del ámbito Obitel, y coproducciones)**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS – 6</b><br><br><b>Telefe – 1 título nacional</b><br><br>1. <i>Casados con Hijos</i> (serie - Argentina)<br><br><b>El Nueve – 1 título nacional</b><br><br>2. <i>Ricos y Famosos</i> (telenovela- Argentina)<br><br><b>TV Pública – 4 títulos</b><br><br>3. <i>Artigas</i> (miniserie – Argentina)<br>4. <i>En Viaje</i> (miniserie – Argentina)<br>5. <i>Okupas</i> (miniserie – Argentina)<br>6. <i>Post Mortem</i> (miniserie – Argentina)<br><br><b>El Trece – 0 título</b><br><b>América – 0 título</b><br><b>Net TV – 0 título</b><br><b>Bravo TV – 0 título</b><br><br><b>COPRODUCCIONES – 0</b> | <b>TÍTULOS IMPORTADOS REPUESTOS - 14</b><br><br><b>Net TV- 3 títulos</b><br><br>7. <i>Betty la Fea</i> (telenovela – Colombia)<br>8. <i>Imperio</i> (telenovela – Brasil)<br>9. <i>Pedro el Escamoso</i> (telenovela – Colombia)<br><br><b>Bravo TV – 11 títulos</b><br><br>10. <i>Avenida Brasil</i> (telenovela – Brasil)<br>11. <i>Destilando Amor</i> (telenovela – México)<br>12. <i>El Cartel</i> (telenovela – Colombia)<br>13. <i>Esmeralda</i> (telenovela – México)<br>14. <i>La Usurpadora</i> (telenovela – México)<br>15. <i>La Venganza de Analía</i> (telenovela – Colombia)<br>16. <i>Metástasis</i> (serie – Colombia)<br>17. <i>Primera Dama</i> (telenovela – Colombia)<br>18. <i>Querer sin Límites</i> (telenovela – Brasil)<br>19. <i>Rosario Tijeras</i> (serie – México)<br>20. <i>Los Herederos del Monte</i> (telenovela – Colombia, US Hispano)<br><br><b>El Nueve - 0 título</b><br><b>América – 0 título</b><br><b>TV Pública –0 título</b><br><b>El Trece – 0 título</b><br><br><b>TOTAL TÍTULOS REPUESTOS: 20</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Obitel Argentina

Por fuera del ámbito Obitel se programaron numerosos títulos turcos aunque, a diferencia de años anteriores, la mayor parte de ellos en horarios vespertinos. Telefe emitió las telenovelas turcas *Amor de Familia*, el regreso de *Doctor Milagro* los sábados en la tarde, *Fugitiva*, *Hercai*, *Nuestro Amor Eterno*, *Soñar Contigo* y *Zuleyha*. Bravo TV emitió en *prime-time* la ficción turca *En Nombre del Honor* y

NetTV la telenovela ítalo-argentina *Tierra Indomable* -estrenada originalmente en 2010-. Estos títulos, que superan en general los 150 capítulos cada uno en promedio, sumado al gran número de reposiciones del ámbito Obitel, especialmente en Bravo TV y NetTV, explica el incremento de la ficción como género en la pantalla de la televisión abierta. A esto se suma una práctica poco habitual en los canales de televisión abierta de Buenos Aires que es la repetición del mismo episodio en dos franjas horarias distintas dentro del mismo día. Tal es el caso de *Pedro el Escamoso* en NetTV emitido de seis a siete de la mañana y luego en el horario de 17 a 19 hs. Esta estrategia se observa aún más acentuada en Bravo TV, que hizo lo propio con títulos como *Avenida Brasil*, *Destilando Amor*, *Esmeralda*, *Primera Dama*, *Querer sin Límites*, e incluso la telenovela *Enfermeras* que tuvo dos versiones: una apta para todo público que se emitía a las 15h de la tarde, y otra promocionada como “repetición sin cortes versión original” a las 23h del mismo día<sup>13</sup>.

**TABLA 2. Formatos de la ficción nacional de estreno en 2022 y su evolución en el quinquenio.**

| Formato    | Títulos |      |      |      |      |       | Horas  |        |       |        |        |         |
|------------|---------|------|------|------|------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|---------|
|            | 2018    | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Total | 2018   | 2019   | 2020  | 2021   | 2022   | Total   |
| Telenovela | 5       | 4    | 1    | 1    | 2    | 13    | 389:10 | 289:30 | 35:00 | 72:10  | 115:05 | 900:55  |
| Series     | 3       | 5    | 0    | 2    | 0    | 10    | 55:30  | 38:00  | 0:00  | 14:10  | 0:00   | 107:40  |
| Miniseries | 10      | 8    | 4    | 5    | 9    | 36    | 66:20  | 36:30  | 26:45 | 17:00  | 28:55  | 175:30  |
| Sitcom     | 0       | 1    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0:00   | 0:00   | 0:00  | 0:00   | 0:00   | 0:00    |
| Unitario   | 2       | 0    | 0    | 0    | 0    | 2     | 16:00  | 7:40   | 0:00  | 0:00   | 0:00   | 23:40   |
| Docudrama  | 0       | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0:00   | 0:00   | 0:00  | 0:00   | 0:00   | 0:00    |
| Otros      | 0       | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0:00   | 0:00   | 0:00  | 0:00   | 0:00   | 0:00    |
| Total      | 20      | 18   | 5    | 8    | 11   | 62    | 527:00 | 371:40 | 61:45 | 103:20 | 144:00 | 1207:45 |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

La evolución de los formatos en el último quinquenio permite advertir la cuasi desaparición de la telenovela nacional de estreno de la pantalla de la televisión abierta. De todas maneras, también disminuyen los formatos cortos (series, miniseries, unitarios), aunque estos últimos, como veremos más adelante, reaparecen como el formato predilecto de la ficción argentina en las plataformas de VoD. Tomando el periodo 2018-2022 se observa una caída del 45% en la cantidad de títulos y del 53% en la cantidad de horas. Este último indicador se hunde más ante la desaparición de la telenovela y el incremento de los formatos cortos, que aportan menos horas y ganan más peso relativo en la programación.

<sup>13</sup> Ver más en [https://www.grupocronica.com.ar/resources/descargables/mediakit\\_bravo\\_tv\\_2022.pdf](https://www.grupocronica.com.ar/resources/descargables/mediakit_bravo_tv_2022.pdf)

TABLA 3. Ficción de estreno exhibida en 2022: países de origen

| País                         | Títulos | %   | Horas  | %   |
|------------------------------|---------|-----|--------|-----|
| NACIONAL (total)             | 11      | 65  | 144:00 | 15  |
| PAÍSES OBITEL (total)        | 6       | 35  | 831:30 | 85  |
| Argentina                    | 11      | 65  | 144:00 | 15  |
| Brasil                       | 2       | 12  | 136:20 | 14  |
| Chile                        | 0       | 0   | 0:00   | 0   |
| Colombia                     | 1       | 6   | 342:15 | 35  |
| Ecuador                      | 0       | 0   | 0:00   | 0   |
| España                       | 0       | 0   | 0:00   | 0   |
| EE.UU. Hispanos              | 1       | 6   | 314:05 | 32  |
| México                       | 1       | 6   | 35:25  | 4   |
| 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)     | 2       | 12  | 12:30  | 1   |
| Coproducciones Nacionales    | 1       | 6   | 9:20   | 1   |
| Coproducciones Países Obitel | 1       | 6   | 2:35   | 0   |
| TOTAL                        | 17      | 100 | 975:30 | 100 |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

La cantidad total de estrenos nacionales permanece estable en relación al año anterior pero distorsionado por el lanzamiento, en El Trece, de capítulos únicos a modo promocional de series realizadas exclusivamente para la plataforma Star+. Junto con lo anterior se observa una ligera recuperación en la cantidad de horas de estreno nacional luego del piso histórico que se alcanzó en el primer año de la pandemia. Sin embargo, las 144 horas de estrenos nacionales de 2022 están muy lejos de las más de 1000 horas de una década atrás, por lo que se consolida un proceso de desplazamiento de la ficción argentina desde la televisión abierta hacia las plataformas. La presencia de ficción del ámbito Obitel se incrementó en casi 200 horas respecto del año anterior. Los países de origen de estos contenidos son los mismos: Brasil, Colombia, Estados Unidos hispano y México.

TABLA 4. Formatos de ficción nacional e iberoamericana exhibida en 2022

| Formato    | Títulos    |      |              |      | Horas      |      |              |      |
|------------|------------|------|--------------|------|------------|------|--------------|------|
|            | Nacionales | %    | Resto Obitel | %    | Nacionales | %    | Resto Obitel | %    |
| Telenovela | 2          | 18,2 | 5            | 83,3 | 115:05     | 79,9 | 828:50       | 99,7 |
| Serie      | 0          | 0,0  | 1            | 16,7 | 0:00       | 0,0  | 0:00         | 0,0  |
| Miniserie  | 9          | 81,8 | 0            | 0,0  | 28:55      | 20,1 | 2:40         | 0,3  |
| Telefilm   | 0          | 0,0  | 0            | 0,0  | 0:00       | 0,0  | 0:00         | 0,0  |
| Unitario   | 0          | 0,0  | 0            | 0,0  | 0:00       | 0,0  | 0:00         | 0,0  |
| Docudrama  | 0          | 0,0  | 0            | 0,0  | 0:00       | 0,0  | 0:00         | 0,0  |
| Otros      | 0          | 0,0  | 0            | 0,0  | 0:00       | 0,0  | 0:00         | 0,0  |
| Total      | 11         | 100  | 6            | 100  | 144:00     | 100  | 831:30       | 100  |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

Como se observa en la tabla anterior, en el ámbito de la ficción argentina son preponderantes los estrenos de títulos de formato corto. En el caso de las telenovelas nacionales de las dos reportadas, apenas una se estrenó durante 2022 y la otra es continuación de un título iniciado el año previo. Como es habitual, en el sentido inverso, las importaciones de títulos del ámbito Obitel se concentran casi especialmente en telenovelas.

TABLA 5: 10 Títulos más vistos en 2022

| Título                              |                               | Canal    | Productora (País)                        | Formato/género                   | No. de cap/ep en 2022 | Franja horaria     | Rating | Share |
|-------------------------------------|-------------------------------|----------|------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------|--------|-------|
| 1                                   | <i>El Primero de Nosotros</i> | Telefe   | Viacom Studios (AR)                      | Telenovela                       | 59                    | Prime-Time         | 11,2   | 16,6  |
| 2                                   | <i>La 1-5/18 Somos Uno</i>    | El Trece | Pol-Ka (AR)                              | Telenovela                       | 60                    | Prime-Time         | 8,9    | 14,8  |
| 3                                   | <i>Dulce Ambición</i>         | Telefe   | Globo (BR)                               | Telenovela                       | 46                    | Tarde              | 8,9    | 17,8  |
| 4                                   | <i>El Encargado</i>           | El Trece | Pegsa Group (AR)                         | Miniserie                        | 1                     | Prime-Time         | 8,6    | 13,4  |
| 5                                   | <i>Génesis</i> <sup>14</sup>  | Telefe   | Record TV (BR)                           | Telenovela                       | 93                    | Prime-Time / Tarde | 8,0    | 12,5  |
| 6                                   | <i>Santa Evita</i>            | El Trece | Non Stop (AR)                            | Miniserie                        | 1                     | Prime-Time         | 7,8    | 11,2  |
| 7                                   | <i>Los Protectores</i>        | El Trece | Kapow (AR)                               | Miniserie                        | 2                     | Prime-Time         | 7,4    | 9,7   |
| 8                                   | <i>Robo Mundial</i>           | El Trece | Full Frame, Pampa Film, Gloriamundi (AR) | Miniserie                        | 1                     | Prime-Time         | 6,1    | 9,8   |
| 9                                   | <i>Supernova</i>              | El Nueve | Kapow y Grupo Octubre (AR)               | Miniserie                        | 4                     | Prime-Time         | 1,7    | 2,2   |
| 10                                  | <i>El Hincha</i>              | El Nueve | GM Comunicación Grupo Octubre (AR)       | Miniserie                        | 6                     | Prime-Time         | 1,5    | 2,0   |
| Total de producciones nacionales: 8 |                               |          |                                          | Guiones originales extranjeros:2 |                       |                    |        |       |
| 80%                                 |                               |          |                                          | 20%                              |                       |                    |        |       |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

Al igual que el año anterior la ficción más vista es nacional, con un *rating* promedio ligeramente superior al título que encabezó el *top ten* en 2021. También como en 2021, dos de los diez títulos más vistos son de origen brasileño. Los restantes son argentinos, pero como hemos mencionado cuatro de ellos son en verdad capítulos únicos promocionales de series exclusivas de la plataforma Star+.



TABLA 5a: Los 10 títulos nacionales más vistos en 2022

| Título                               |                               | Canal      | Productora (País)                  | Formato/género                    | No. de cap/ep en 2022 | Franja horaria | Rating | Share |
|--------------------------------------|-------------------------------|------------|------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|----------------|--------|-------|
| 1                                    | <i>El Primero de Nosotros</i> | Telefe     | Viacom Studios (AR)                | Telenovela                        | 59                    | Prime-Time     | 11,2   | 16,6  |
| 2                                    | <i>La 1-5/18 Somos Uno</i>    | El Trece   | Pol-Ka (AR)                        | Telenovela                        | 60                    | Prime-Time     | 8,9    | 14,8  |
| 3                                    | <i>El Encargado</i>           | El Trece   | Pegsa Group (AR)                   | Miniserie                         | 1                     | Prime-Time     | 8,6    | 13,4  |
| 4                                    | <i>Santa Evita</i>            | El Trece   | Non Stop (AR)                      | Miniserie                         | 1                     | Prime-Time     | 7,8    | 11,2  |
| 5                                    | <i>Los Protectores</i>        | El Trece   | Kapow (AR)                         | Miniserie                         | 2                     | Prime-Time     | 7,4    | 9,7   |
| 6                                    | <i>Robo Mundial</i>           | El Trece   | Full Frame, Pampa Film (AR)        | Miniserie                         | 1                     | Prime-Time     | 6,1    | 9,8   |
| 7                                    | <i>Supernova</i>              | El Nueve   | Kapow y Grupo Octubre (AR)         | Miniserie                         | 4                     | Prime-Time     | 1,7    | 2,2   |
| 8                                    | <i>El Hincha</i>              | El Nueve   | GM Comunicación Grupo Octubre (AR) | Miniserie                         | 6                     | Prime-Time     | 1,5    | 2,0   |
| 9                                    | <i>Sumergidos</i>             | TV Pública | Story Lab Jaque Content (AR/BR)    | Miniserie                         | 13                    | Prime-Time     | 0,5    | 0,7   |
| 10                                   | <i>Las Polacas</i>            | TV Pública | Suárez/Ciampechini (AR)            | Miniserie                         | 6                     | Prime-Time     | 0,2    | 0,3   |
| Total de producciones nacionales: 10 |                               |            |                                    | Guiones originales extranjeros: 0 |                       |                |        |       |
| 100%                                 |                               |            |                                    | 0%                                |                       |                |        |       |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

En los últimos años Obitel Argentina observa que títulos con niveles de audiencia relativamente bajos y emitidos en canales que se disputan la cuarta o quinta posición en el *rating* general, logran, sin embargo, incluir títulos de ficción nacional entre los más vistos del año, dada la caída generalizada de la audiencia de la ficción y la menor emisión de este tipo de contenidos.

En efecto, series como *Las Polacas* de la TV Pública con un promedio de 0,2 puntos de *rating* ingresan al *top ten* nacional. Por su parte, El Nueve incluye entre los títulos más vistos dos ficciones propias: *Supernova* y *El Hincha*, también con niveles de audiencia por debajo de los dos puntos. El Grupo Octubre, que controla a El Nueve, emisora que no suele producir ni emitir ficción nacional, ingresa en el conjunto de señales con ficciones producidas con *Supernova* para la plataforma Prime Video y *El Hincha* para Flow del Grupo Clarín.

TABLA 6: Perfil de audiencia de los 10 títulos más vistos:  
sexo, edad, nivel socioeconómico

| Título |                        | Canal    | Sexo %  |        | NSE% |      |      |      |
|--------|------------------------|----------|---------|--------|------|------|------|------|
|        |                        |          | Mujeres | Hombre | ABC1 | C2   | C3   | D    |
| 1      | El Primero de Nosotros | Telefe   | 63,7    | 36,3   | 24,7 | 15,9 | 28,4 | 31,0 |
| 2      | La 1-5/18 Somos Uno    | El Trece | 54,1    | 45,9   | 21,8 | 21,5 | 26,0 | 30,8 |
| 3      | Dulce Ambición         | Telefe   | 64,5    | 35,5   | 29,4 | 15,6 | 20,6 | 34,4 |
| 4      | El Encargado           | El Trece | 52,4    | 47,6   | 9,3  | 30,3 | 32,0 | 28,3 |
| 5      | Génesis                | Telefe   | 61,3    | 38,7   | 16,6 | 12,2 | 27,6 | 43,4 |
| 6      | Santa Evita            | El Trece | 55,1    | 44,9   | 8,0  | 34,0 | 32,3 | 25,7 |
| 7      | Los Protectores        | El Trece | 56,8    | 43,2   | 35,0 | 11,6 | 28,1 | 25,4 |
| 8      | Robo Mundial           | El Trece | 54,7    | 45,3   | 9,9  | 23,3 | 28,8 | 38,0 |
| 9      | Supernova              | El Nueve | 43,5    | 56,5   | 27,2 | 20,8 | 24,7 | 27,3 |
| 10     | El Hincha              | El Nueve | 45,2    | 54,8   | 2,5  | 29,2 | 31,9 | 36,4 |

| Título |                        | Edad %  |       |       |       |      |
|--------|------------------------|---------|-------|-------|-------|------|
|        |                        | 04 - 12 | 13-19 | 19-24 | 35-44 | 45+  |
| 1      | El Primero de Nosotros | 16,4    | 20,1  | 22,7  | 20,1  | 20,6 |
| 2      | La 1-5/18 Somos Uno    | 17,4    | 16,8  | 21,7  | 17,2  | 26,9 |
| 3      | Dulce Ambición         | 15,2    | 19,1  | 22,1  | 20,7  | 22,9 |
| 4      | El Encargado           | 17,1    | 14,3  | 19,0  | 16,8  | 32,8 |
| 5      | Génesis                | 13,9    | 17,1  | 24,9  | 23,0  | 20,8 |
| 6      | Santa Evita            | 15,9    | 29,6  | 8,4   | 21,0  | 25,0 |
| 7      | Los Protectores        | 18,6    | 16,2  | 19,8  | 12,9  | 32,5 |
| 8      | Robo Mundial           | 26,0    | 15,2  | 26,2  | 9,8   | 22,7 |
| 9      | Supernova              | 6,8     | 20,0  | 27,9  | 25,8  | 19,6 |
| 10     | El Hincha              | 13,4    | 16,4  | 18,8  | 29,2  | 22,2 |

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

En cuanto al perfil de la audiencia no se presentan mayores novedades. En relación al género, las mujeres son mayoría en casi todos los casos con excepciones como *Robo Mundial* que aborda la temática del fútbol que concitó el interés de una porción mayor de audiencia masculina. Visto por nivel socioeconómico, la ficción en televisión abierta es consumida principalmente por audiencias con ingresos medios y bajos. Tal como sucedió en años anteriores, se observa que la audiencia de ficciones seriadas de temática bíblica como *Génesis* (Record, Brasil) se compone de forma mayoritaria por el segmento de menores ingresos. En promedio el 43,5% de la audiencia de las diez ficciones más vistas tiene 35 años o más.

### 3. Monitoreo VoD 2022

Durante 2022 continuó la consolidación del ecosistema de plataformas, globales o internacionales, que producen contenidos ficcionales en la Argentina. Las principales plataformas globales de video a demanda que operan en el país (Netflix, Prime Video, Star+, Disney+, HBO+) duplicaron el estreno de ficciones originales argentinas en comparación al año anterior. Desde el año 2018, cuando Netflix estrenó *Edha*, la primera ficción argentina hecha para una plataforma, año a año el número de estrenos se ha incrementado hasta llegar a 14 en 2022.

De esta forma el número de estrenos nacionales en servicios VoD (14) superó ampliamente a los estrenos en televisión abierta (11). A su vez, como hemos mencionado, del total de títulos que Obitel considera estrenos de la televisión abierta, cuatro son en realidad pre-estrenos de uno o dos capítulos de títulos realizados para plataformas: *El Encargado*, *Santa Evita*, *Los Protectores* y *Robo Mundial*, todas ellas producciones exclusivas de Star+ cuyo primer capítulo<sup>14</sup> fue emitido por El Trece. Se consolida de esta manera una tendencia que venimos reportando desde años anteriores sobre el desplazamiento de la producción ficcional desde la pantalla tradicional hacia sistemas de video a demanda.

#### 3.1 Mercado de plataformas de VoD en 2022

El mercado de plataformas de video a demanda no mostró modificaciones significativas en 2022 en Argentina. El liderazgo del mercado, hasta hace poco dominado fuertemente por una empresa, se observa ahora repartido entre Netflix (25%) y Prime Video (24%), según datos de Havas para el tercer trimestre de 2021. Según esta consultora también tienen cuotas significativas del mercado Disney+ (13%), HBO Max (10%) y Paramount+ (6%). Con la única excepción de Flow, vinculado al operador de servicios TIC Personal (Telecom-Clarín), el resto de las plataformas de TVE (TV Everywhere) vinculadas a operadores de televisión por suscripción, entre

<sup>14</sup> En el caso de *Los Protectores*, El Trece emitió los primeros dos capítulos de la ficción exclusiva de Star+.

ellos, Movistar TV, Telecentro Play, Claro Video, DirecTV Go, aún no han incurrido en la producción de ficciones nacionales originales.

Por el lado del consumo, según datos de la consultora Carrier y Asociados, durante 2022 el 94% de los hogares conectados a internet utilizan algún servicio de video bajo demanda, lo que representa un incremento de 4% en relación al año anterior. Según esta misma consultora, ya superado el boom de suscripciones que se produjo en la pandemia, la adopción de los servicios de *streaming* de video continúa creciendo en 2022, incluso en hogares de nivel socioeconómico bajo y entre poblaciones de más edad. Asimismo, las mejoras en las condiciones de la conectividad a banda ancha en el país permite que estos servicios sean adoptados tanto en grandes centros urbanos, ciudades intermedias y pequeñas ciudades, de modo casi equivalente en términos porcentuales<sup>15</sup>.

### **3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2022 (nacionales, regionales dentro del país)**

Junto a las plataformas globales, transnacionales y algunas iniciativas locales como Flow, vinculada al operador de televisión por suscripción Personal (ex Cablevisión), que sirve como agregador en internet de contenidos de distinta procedencia, encontramos las plataformas del Estado Nacional. Cont.ar, dependiente de la empresa estatal Contenidos Públicos Sociedad del Estado, es una reversión de una plataforma antecesora y ya extinta, Contenidos Digitales Abiertos (CDA) del año 2011, que funciona completamente gratis (FVOD) e incluye en su catálogo un número significativo de series nacionales, en especial las realizadas con fomento estatal. También es un espacio en el que convergen los accesos a las transmisiones en vivo por *streaming* de todos los canales públicos (TV Pública, Encuentro, PakaPaka, Depor TV), Radio Nacional y otros contenidos culturales. Por su parte, Cine.ar Play, administrada por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) funciona desde el año 2015 (antes bajo la marca Odeón) y a 2022 había acumulado 481.505 usuarios únicos, según datos de la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales (AR-SAT)<sup>16</sup>. Cine.ar Play ofrece ficciones de corta duración, películas y documentales con acceso gratuito o en modalidad de pago por transacción (TVOD).

### **3.3. Análisis del VoD en 2022: la ficción de estreno nacional y las coproducciones**

En 2022, las cinco principales plataformas globales de video estrenaron un total de 14 títulos de ficción seriada nacional, el número más alto desde que estos servicios producen contenidos ficcionales en el país. Tal proliferación evidencia un mayor interés de las plataformas de *streaming* globales por producir contenidos nacionales en

<sup>15</sup> Ver Streaming Caudaloso, 09/09/2022, disponible en <https://mailchi.mp/6d2709d7fd72/streaming-caudaloso?e=883840bcc8>

<sup>16</sup> Datos disponibles en abril de 2023 en <https://datos.arsat.com.ar/dataset/cinear-play>

asociación con casas productoras independientes, todas ellas radicadas en Buenos Aires y con amplios antecedentes en la realización audiovisual, tanto en cine como para televisión.

TABLA 7. Ficciones nacionales y coproducciones exhibidas en 2022 en sistemas de VoD

| TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO                             | COPRODUCCIONES DE ESTRENO                |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| Netflix (3)                                               | Sin coproducciones para reportar en 2022 |
| 01. <i>El Marginal 4</i> (miniserie)                      |                                          |
| 02. <i>El Marginal 5</i> (miniserie)                      |                                          |
| 03. <i>Casi Feliz 2</i> (miniserie)                       |                                          |
| HBO Max (1)                                               |                                          |
| 04. <i>María Marta: El Crimen del Country</i> (miniserie) |                                          |
| Disney+ (1)                                               |                                          |
| 05. <i>Tierra Incógnita</i> (miniserie)                   |                                          |
| Prime Video (4)                                           |                                          |
| 06. <i>Porno y Helado</i> (miniserie)                     |                                          |
| 07. <i>Iosi, El Espía Arrepentido</i> (miniserie)         |                                          |
| 08. <i>Supernova</i> (miniserie)                          |                                          |
| 09. <i>El Fin del Amor</i> (miniserie)                    |                                          |
| Star+ (5)                                                 |                                          |
| 10. <i>Santa Evita</i> (miniserie)                        |                                          |
| 11. <i>Los Protectores</i> (miniserie)                    |                                          |
| 12. <i>Limbo</i> (miniserie)                              |                                          |
| 13. <i>El Encargado</i> (miniserie)                       |                                          |
| 14. <i>Robo Mundial</i> (miniserie)                       |                                          |
| Total: 14                                                 | Total: 0                                 |

Fuente: Obitel Argentina

La primera plataforma de video a demanda en establecerse en el mercado nacional en 2011 y en producir contenido nacional en 2018, es Netflix, que estrenó hasta 2022 un total de diez títulos originales. Ese número le alcanza para liderar como la plataforma global con más contenidos argentinos de producción propia. Sin embargo, en los últimos dos años, tanto Prime Video como Star+ aceleraron el ritmo de estrenos locales y ya cuentan con seis títulos originales argentinos cada una. El 2022 fue un año prolífico para Star+ que estrenó cinco series, mientras que Prime Video

hizo lo propio con cuatro estrenos. HBO y Disney+ les siguen entre las plataformas que también incursionaron en la producción de contenidos argentinos, aunque a un ritmo menor. En todos los casos se trata de miniseries de entre ocho y 13 capítulos.

### 3.4. Características narrativas del VoD en 2022

A diferencia de años anteriores cuando los estrenos en plataformas ubicaban en el centro de sus relatos cuestiones referidas a la corrupción, el crimen organizado o la violencia, desde 2021 el panorama a nivel narrativo se muestra más diverso. La excepción más notable es la continuidad de un relato bastante violento, con el estreno de las temporadas cuarta y quinta de la serie de temática carcelaria *El Marginal* (Underground/Telemundo). Interesa recordar que se trata de un título original de la TV Pública de Argentina (Canal 7) que, tras su paso a la plataforma, que estuvo a cargo de la producción de las últimas tres temporadas, acentuó los aspectos más oscuros de la trama con énfasis en la violencia explícita, crímenes, el funcionamiento de mafias al interior de las cárceles, el enfrentamiento entre pandillas y la connivencia entre reclusos y autoridades penitenciarias, entre otros.

La comedia ligera y juvenil, con algunos giros dramáticos, dominó el panorama de las series de estreno en las plataformas. Allí se inscribe la segunda temporada de la serie de Netflix *Casi Feliz* (HC Films y Tiger House), comedia que sigue los avatares laborales, amorosos y familiares de un conductor radial, donde la mayor conflictividad se concentra en su dificultad para resolver la vida amorosa en la mediana edad. Con sus matices en cuanto a temáticas, siguen la misma línea series como *Porno y Helado* (Navajo Films para Prime Video) que narra la historia de un grupo de jóvenes amigos que se ven forzados a crear una banda musical falsa; *El Fin del Amor* (K&S Films para Prime Video), basada en el libro homónimo de Tamara Tenenbaum, narra el camino de una joven periodista y profesora de filosofía que se cuestiona algunas decisiones de su vida, su relación con la familia y su fe judía y *Supernova* (Kapow para Prime Video), cuya historia se centra en la vida de tres personajes en el umbral de los 30 años que hacen frente a mandatos sociales mientras descubren sus deseos y frustraciones.

Por otro lado, se identifican algunas producciones que toman como referencias temáticas hechos reales del orden policial o vinculado a la historia reciente del país. *María Marta: El Crimen del Country* (WarnerMedia International Argentina Kapow y Pol-ka Producciones para HBO) lleva a la ficción uno de los femicidios más resonantes y mediáticos de las últimas décadas en Argentina. *Iosi, el Espía Arrepentido* (The Mediapro Studio para Prime Video) narra la historia de un agente de inteligencia infiltrado en la comunidad judía de Buenos Aires, basada en el libro de investigación de mismo nombre de Horacio Lutzky y Miriam Lewin. *Santa Evita* (Non Stop para Star+) basada en la novela de 1995 de Tomás Eloy Martínez, combina hechos reales y ficticios entono al secuestro del cuerpo embalsamado de Eva Duarte de Perón.

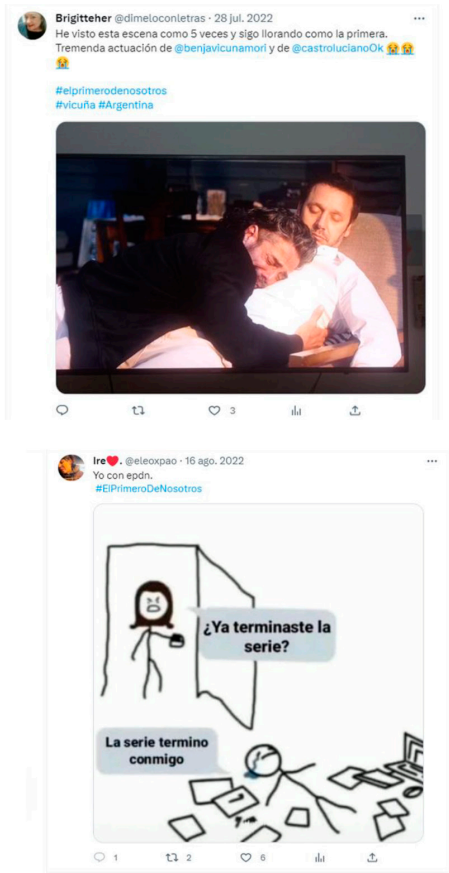
#### 4. Interactividad y participación de las audiencias

Los escasos títulos nacionales estrenados en el año, sumados a un rendimiento también pobre, evidencian que el lugar de la ficción nacional de horario estelar ha perdido nuevamente este año el impacto que supo tener en otros momentos. Esto se ve acompañado de una nula propuesta de participación de las audiencias, para las que se mantiene un mínimo de interacción en los espacios oficiales de comentarios en las distintas redes sociales (Facebook, YouTube, web del canal y Twitter). En estos espacios se invita a revivir momentos particulares de la ficción y a ver capítulos o resúmenes. A pesar de ello, la participación de la audiencia en estos espacios se centra en los comentarios sobre los programas. En este sentido, interesa analizar dos momentos de la trama de *El Primero de Nosotros* (Telefe). Uno bastante festejado en redes sociales es el momento en que los actores Jorgelina Aruzzi (Valeria en *El Primero de Nosotros* y Lily en *Chiquititas*, 2006 Telefe) y Gastón Ricaud (“Kili” en *Chiquititas*) se encuentran en una cita a través de una aplicación para tal fin, y terminan besándose. Lo que se celebró en las redes (en particular Twitter) más que el encuentro amoroso de la telenovela estrenada este año, fue el encuentro amoroso que no ocurrió entonces (en *Chiquititas*). La tensión amorosa entre Lily y “Kili” en la tira infanto juvenil termina concretándose en esta otra.



El fandom de *Chiquititas* celebró este encuentro en la red social posteando fotos de antes y ahora, y reflexionando sobre los años transcurridos desde entonces. Una audiencia hoy adulta que rememora un amor platónico adolescente.





El otro momento narrativo que generó mucha interacción fue el final de la ficción, en el que el protagonista muere luego de sufrir cáncer. La despedida de su amigo Nico (interpretado por Luciano Castro), quien lo acompaña en el momento de su fallecimiento, generó gran impacto en la audiencia. Fue leído como un momento de amor verdadero, de entrega y dolor, a la vez celebrado por la gran actuación de Castro. Cierta tono juguetón, más propio del humor, apareció en algunos posts para describir la emoción del final.

5. Lo Más Destacado del Año

El 2022 es el efecto, añorado, de una audiencia consolidada frente al televisor viendo un canal abierto. Esta fue la constante de las transmisiones en directo del mundial de fútbol de Qatar 2022. En este contexto, el *rating* que consiguió la TV Pública para el partido de la final Argentina-Francia fue de 38,4 puntos, un número extremadamente inhabitual para cualquier canal, pero especialmente para el canal estatal que, como se afirmó, tiene un encendido casi inexistente, al menos en los centros urbanos donde Kantar Ibope realiza sus mediciones. En este sentido, el mundial generó números que no se reúnen en ningún otro evento.





Fuente: Televisión.com con datos de Kantar Ibope Media

Más allá del período del mundial, la televisión abierta argentina mantiene -en 2022- una programación vinculada con géneros de no ficción.<sup>17</sup> Lo más visto del año fue la nueva edición de *Gran Hermano*, que tenía previsto una duración de tres meses y se extendió por cinco meses y medio. El *reality* no sólo contó con sus dos ediciones diarias, sino también con un conjunto muy grande de programas satélites en los que se incluyó un programa con la intervención de ex-participantes de ediciones anteriores quienes comentaban las alternativas de la casa y un programa específico de debate. A ellos se suma una retahíla de programas que comentan los pormenores de los y las participantes de la casa, otro con la realización de entrevistas a quienes fueron eliminados de la casa, y finalmente una transmisión especial de fiesta los viernes por la noche. De este modo, la conversación sobre *Gran Hermano* se va reproduciendo e incrementando de programa a programa. Esto sucede tanto en Telefe, canal que emite el *reality*, como en El Trece o América que incorporan la temática en sus programas de conversación.

**6. Tema del Año: Las productoras independientes y la internacionalización de la producción**

El surgimiento de la narrativa audiovisual, se produjo de modo que estuvo signado, a lo largo de la primera mitad del siglo XX, por el cine como medio. Ello implicó no sólo la construcción de un tipo de narratividad en pantalla, sino también un espacio de reunión, consumo ritual y comunitario. El cambio que se da a mediados del siglo con la incorporación doméstica de la televisión, será el dominante hasta casi el final de la primera década del siglo XXI. La televisión (abierta en un primer momento y de pago después) gobernó y disputó tanto la agenda informativa como la producción ficcional seriada, que encontraron en este medio un

<sup>17</sup> Es destacable que los seis programas más vistos de la televisión en 2022 son programas vinculados al *reality*: *Gran hermano*, *La Voz Argentina*, *Master Chef Celebrity*. Para ver la performance de los distintos programas, consultar <http://television.com.ar/los-10-programas-mas-vistos-de-2022/239312>

espacio para crecer y conformarse en industria (de escala internacional, al menos en nuestro país). Este efecto de expansión y crecimiento se fue perdiendo tan paulatinamente como había sido ganado. La migración y especificación de las audiencias de la pantalla de televisión lineal en favor de otras pantallas, cuya presencia se hace de manera vertiginosa, ha cambiado el panorama productivo de la ficción nacional (seriada y no, televisiva y cinematográfica). El actual escenario es descrito por Axel Kuschevatzky en una entrevista realizada por Diego Lerer como una crisis para la realización de audiovisuales:

La forma de financiación que sostuvo al cine argentino desde 1996 está en estado agónico (...). Me refiero al modelo de coproducción con Europa sostenido por fondos públicos. Con la depreciación de la moneda local y la falta de actualización de los fondos de fomento no se puede prefinanciar una película de rango medio para arriba. Y en ese movimiento los cineastas argentinos de perfil más alto fueron hacia las series y películas financiadas por empresas extranjeras que no dependen de fondos públicos. Pablo Trapero, Damián Szifron, Juan José Campanella: todos empezaron a construir una carrera en el exterior porque la capacidad de financiación de la Argentina estaba muy reducida (2023).

Este pasaje de espacios narrativos también es destacado por Marcelo Stiletano, en el diario *La Nación* (2022), quien afirma que: “El reconocimiento para *El reino* y la llegada inminente de títulos muy atractivos consolidan una transformación que parece inexorable: todas las nuevas ficciones producidas en nuestro país tienen destino de plataforma” (s/p).

En este escenario, además de la crisis financiera, se evidencia que la convergencia no opera sólo en el aspecto tecnológico, sino que esta situación movió espacios habitualmente diversos: el de la narración cinematográfica y la narración seriada televisiva. En la actualidad, directores audiovisuales no distinguen su medio expresivo. Esta transformación fue protagonizada, en especial, por las productoras independientes; ya que son las instituciones que tienen la estructura flexible y más adecuada para el modo de producción que los nuevos actores demandan.

La existencia de productoras independientes en Argentina es una estructura instalada con anterioridad a los movimientos que han dominado la última década<sup>18</sup>. La Argentina ha tenido históricamente una importante producción audiovisual, tanto en volumen como en reconocimiento de calidad. Esta producción estuvo sostenida en el espacio cinematográfico por los subsidios estatales que financian la realización cinematográfica a través del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y la narrativa televisiva con financiamiento privado. La excepción a esta forma de producción fue la emitida por la señal de la televisión pública.

---

<sup>18</sup> La legislación que regía la producción narrativa en nuestro país siempre impidió que los medios de comunicación fueran simultáneamente dueños de productoras audiovisuales. Por ello, las señales televisivas tenían dos caminos para programar ficción: producción *in house* o encargo/contrato/compra de ficción de productoras independientes.

Como se ha comentado en anuarios anteriores, durante años las dos señales televisivas de mejor performance programaron ficción de productoras independientes asociadas a las señales. En el caso de El Trece, su productora asociada fue Pol-ka. Por su parte otras señales como América o Telefe trabajaron con una mayor variedad de productoras, en particular con ficciones de la mano de Underground (Ortega) o Dori Media (Dori), entre otros. Estas productoras fueron las responsables de una serie de renovaciones temáticas, de formato y de estilo en la televisión abierta nacional en el nuevo milenio.

En la actualidad este panorama se ve transformado de manera radical. Lo que aparecía garantizado en el esquema hasta comienzos de la segunda década del siglo eran las pantallas de exhibición. El nuevo actor en escena es el de la distribución. A diferencia de las dos vías tradicionales (cine y televisión), ahora la forma de distribución es la que conforma un nuevo ecosistema. De acuerdo con Rivero y Bizberge (2022) este está

(...) integrado por actores de distinto origen, modos de financiamiento y tipo de gestión (público o privada), aunque con predominio de gestión privada: 1) surgidos del entorno digital o “nativos de Internet” (Netflix, Apple, Amazon), 2) provenientes de la industria audiovisual tradicional de creación de contenidos (HBO, Disney, Star) y 3) vinculados a empresas de telecomunicaciones y transporte de datos (Telefónica, Claro, Telecom); 4) a las empresas de TV paga (por ejemplo DirecTV Go); 5) las plataformas estatales de acceso gratuito (Cine.ar, Cont.ar, entre otros). (p. 5)

Distintas alianzas evidencian el incremento de la producción nacional para plataformas de *streaming*, las que llegan a desplazar la capacidad productiva hacia sus espacios de audiovisualidad, relegando tanto al cine como a la televisión lineal abierta. En el caso de Netflix, Rivero y Bizberge observan que casi el 50% de la oferta de producción nacional en la plataforma

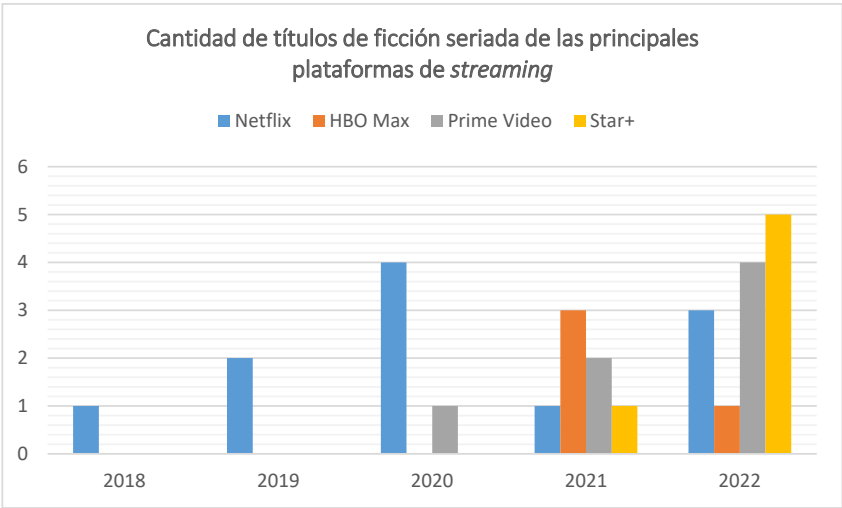
se concentra en 18 firmas, la mayoría empresas nacionales de extensa trayectoria en la prestación de servicios audiovisuales para el mercado local y regional. Cuarzo Entertainment Argentina (ex Endemol) participa como productora en 4 títulos, seguida de Patagonik Film Group, Pampa Films, Torneos, Mandarina Ideas y Contenidos, Pol-ka, Underground (Telemundo), K&S, HC Films y Non Stop, todas ellas con 1 título cada una. Productoras como Cinema 7 también integran la lista pero especializadas en contenidos deportivos, mientras que BluePrint Content participa en la realización de los especiales de stand-up nacionales (2022, p. 10).

Ahora bien, en el total de la oferta en Netflix hay tanto ficción como no ficción, tanto series, miniseries como largometrajes. Asimismo, observan que

en empresas productoras de contenidos audiovisuales tradicionales como HBO Max, Paramount+ y Star+ tienden a acotar el listado de casas independientes a las que requieren servicios de producción. Cuando lo hacen, los nombres se reiteran, siendo también habitual que la realización quede en manos de la propia empresa que ya cuenta con capacidades para producir contenidos. En el caso de las plataformas “nativas de Internet”, Netflix y Amazon Prime Video, se vinculan con un número mayor de casas productoras independientes. (Rivero y Bizberge, 2022 p. 17).

Si nos concentramos en los estrenos seriados de ficción en las cuatro principales plataformas, encontramos un total de 28 títulos de estreno de producción nacional en sus bibliotecas desde su desembarco en Argentina<sup>19</sup>.

La distribución de material original producido para las plataformas en números evidencia una suerte de ilusión en relación con la sobreabundancia de la presencia de las plataformas y su beneficio en relación con la industria audiovisual nacional.



Fuente: Obitel Argentina

La aparente expansión del mercado de producción audiovisual nacional evidencia un modelo que reduce y constriñe al sector. Es por ello que no podemos coincidir con el optimismo de Stiletano (2022), quien afirma que

El perfil de coproducción consigue dos resultados valiosos: un mayor respaldo financiero para sostener trabajos de gran exigencia y una llegada mucho más plausible a los mercados internacionales. De la mano del streaming, la Argentina podría recuperar en el mediano plazo algo o parte de su fortaleza perdida como protagonista reconocido de ficciones en el mundo audiovisual (s/p).

<sup>19</sup> Netflix: 10 títulos desde 2018; HBO Max, 4 títulos desde 2021; Prime Video 5 títulos desde 2020 y Star+ 2 títulos desde 2021.

Esta mirada celebratoria soslaya que la aparente apertura tiene varios inconvenientes. Por un lado, los formatos elegidos son de corta y media duración, aspecto que no garantiza un crecimiento real del empleo en el sector de producción audiovisual; por otro lado, las formas de realización son perjudiciales para los propios actores del complejo audiovisual, ya que no siempre se respetan los convenios y formas de trabajo que tendrían en espacios regulados como los cinematográficos y televisivos. A ello, se suma la reproducción de un *star system* local, y eventualmente internacional,<sup>20</sup> tanto de productoras, como de actores y, como se dijo ya, de directores. En esta situación, sin regulación específica y de formas de trabajo no normadas, las productoras independientes son dependientes del espacio de programación, ritmo de realización y de los ciclos productivos que las plataformas imponen. Pero también de una demanda de temáticas que, en muchos casos, son resultado de una especificación nacional que identifica temas, estilos y pertenencias como sello de nacionalidad. Situación que en el caso de Argentina privilegia historias de violencia, corrupción y malvivir, aun cuando, como hemos explicado en este capítulo, en 2022 la producción de ficción argentina en plataformas haya propuesto una mayor diversidad temática.

---

<sup>20</sup> Así lo describe Stiletano en su nota en *La Nación* “El punto más extremo de esa realidad se explica con la presencia en Buenos Aires de Robert De Niro, que pasó toda la semana pasada ocupado en su participación en el rodaje de *Nada*, la nueva serie de Mariano Cohn y Gastón Duprat que tendrá estreno directo en la plataforma Star+, una de las expresiones del poder audiovisual de Disney. La llegada a nuestro país de una de las máximas estrellas internacionales del cine en las últimas décadas no podría explicarse hoy en otro contexto. Hasta podría decirse que su participación en la serie funciona como un simpático aporte del *star system* internacional a su contrapartida local: Luis Brandoni y Guillermo Francella también estarán en esta ambiciosa producción, pensada para su estreno en streaming para 2023” (2022. s/p).

## Referencias

- Carboni, O. y Rivero, E. (2022). Una perspectiva dialógica entre la estructura productiva y las tramas narrativas de las ficciones seriadas televisivas argentinas (2011-2020). *Comunicación y Sociedad*, 1-24. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8330>
- Convergencia (2021). Mapa de Alianzas de Comunicaciones en Argentina 2021. 26° edición. Actualizado al 15/12/2021.
- Havas Media (2022) Panorama de medios. Informe de la consultora Havas. [Havas-group.com.ar](https://www.havas-group.com.ar)
- Kirchheimer, M. y Rivero, E. (2022). Argentina: La ficción seriada está en otra parte. En *Anuario Obitel 2022. Transformaciones en la serialidad de la ficción televisiva iberoamericana en tiempos de streaming*.
- Lerer, D. (29 de mayo de 2023). Era del streaming: la industria audiovisual argentina pelea por su lugar en el mundo. *Tiempo Argentino*. <https://www.tiempoar.com.ar/espectaculos/era-del-streaming-la-industria-audiovisual-argentina-pelea-por-su-lugar-en-el-mundo/>
- Rivero, E y Bizberge, A. (2022) Diversidad en plataformas de video a demanda en Argentina. *Intersecciones en Comunicación*. 1 (16) ISSN: 1515-2332 / 2250-4184
- Schetjman, N., Rivero, E. y Becerra, M. (2021). State Media and Digital Citizenship in Latin America: Is there a Place for the Weak?. En Tuñez-López, M., Campos-Freire, F. y Rodríguez-Castro, M. (Eds) *The Values of Public Service Media in the Internet Society*. Reino Unido. Palgrave <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7>
- Stiletano, M. (8 de mayo de 2022). El buen momento del streaming en la Argentina: producción local con ambiciones globales y una expansión que no tiene techo. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/series-de-tv/el-buen-momento-del-streaming-en-la-argentina-produccion-local-con-ambiciones-globales-y-una-nid08052022/>
- S/A. *Anuario 2022*. <http://television.com.ar/anuario-2022>

