

# CHILE: LA SUPERVIVENCIA DE LA FICCIÓN TELEVISIVA DE LA MANO DE LAS PRODUCTORAS<sup>1</sup>

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

## **Autores<sup>2</sup>**

*Pablo Julio Pohlhammer*

<https://orcid.org/0000-0003-1387-4463>

*Alejandro Bruna Silva*

<https://orcid.org/0000-0002-1217-2833>

*Daniela Grassau*

<https://orcid.org/0000-0001-7846-8322>

*Francisco J. Fernández Medina*

<https://orcid.org/0000-0001-6146-0375>

## **Equipo**

Ángela Godoy

## **Introducción**

En muchos aspectos, 2022 en Chile fue una lenta prolongación del 2021 postpandemia, pero con la pandemia ya en el olvido: la atención medial estuvo centrada en lo político, tanto por el cambio de gobierno como por la continuidad del proceso constituyente surgido luego de la agitación social de 2019; la televisión de pago continúa en su estancamiento declinante en abonados y audiencia, mayor que el de la televisión abierta. En ésta, el liderazgo de audiencia y resultados económicos se mantuvo en Mega y Chilevisión. El primero siguió siendo el actor dominante -y casi solitario- de la ficción en televisión abierta de estreno, con un trabajo de la mano de productoras independientes, tema tratado a fondo en la última sección de este informe. En contraste con lo analógico, lo digital, entendido como conectividad, acceso y también penetración de las plataformas de *streaming*, gozó de buena salud en 2022, aunque con poca producción nacional de estreno en ella.

Lo más destacado del año, en términos aristotélicos, más que acto es, potencia. Fue poco lo efectivamente programado de televisión coreana en 2022, y sólo hacia el final del año, pero al no tratarse de un evento anecdótico, sino de una estrategia deliberada de largo plazo, tiene un potencial de transformación interesante de anticipar.

---

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

<sup>2</sup> Pablo Julio, Francisco Fernández y Daniela Grassau 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 2022

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).<br>Chilevisión (CHV): Paramount Global.<br>Mega: Grupo Bethia (chileno), Discovery Communications (27,5%).<br>La Red: Grupo Albavisión.<br>Telecanal: Inversiones Alfa Tres (vinculado a Albavisión).<br>TV+: Media 23 (chileno, 90%), Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (10%). | Televisión Nacional de Chile (TVN), con financiamiento sólo publicitario. |
| Total de canales: 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                           |

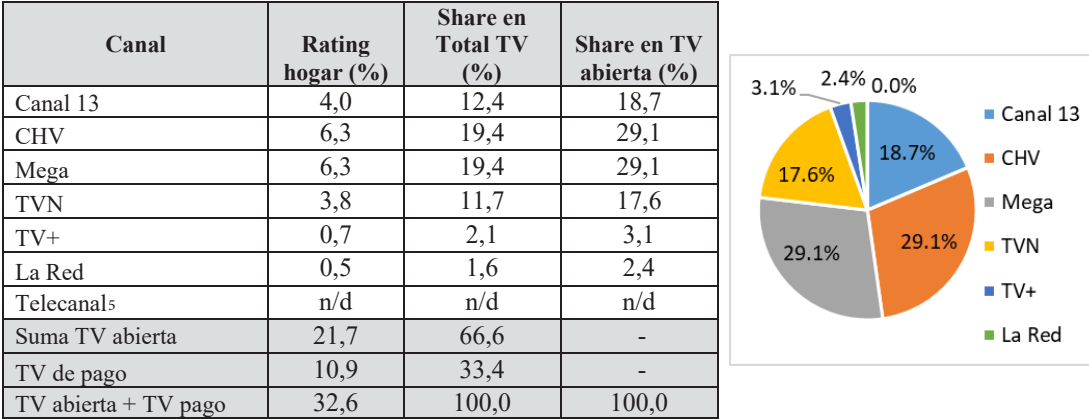
Fuente: Obitel Chile.

Tanto Mega como Chilevisión (CHV), los líderes de audiencia, por segundo año consecutivo registraron utilidades durante 2022, con US\$15,3 y US\$23,6 millones de dólares respectivamente<sup>3</sup>. Cabe recordar que CHV tuvo pérdidas los ocho años anteriores, durante todo el período en que perteneció a Warner Media. A su vez, Televisión Nacional de Chile (TVN), el canal público, por tercer año consiguió tener utilidades, aunque de un orden menor que los dos canales líderes: US\$3,5 millones. A diferencia de estos tres casos, Canal 13 reportó pérdidas por US\$4,3 millones, al igual que Telecanal con US\$0,8 millones. En el caso de La Red, la señal vivió una situación crítica durante 2022, con atrasos en el pago de los sueldos, pero no es posible entregar mayores antecedentes pues sus estados de resultado no están disponibles en la Comisión para el Mercado Financiero, la entidad reguladora que concentra estos antecedentes.

Respecto de la televisión digital terrestre, Chile está largamente rezagado. Tras sucesivas postergaciones, el apagón analógico está programado para diciembre de 2024. Aunque los canales tradicionales y otros actores han avanzado, tanto en infraestructura como contenidos, fundamentalmente en no ficción, es un tema completamente ausente de la agenda pública. Sus contenidos no son incluidos en este informe.

<sup>3</sup> Al tipo de cambio promedio de 2022 informado por el Banco Central.

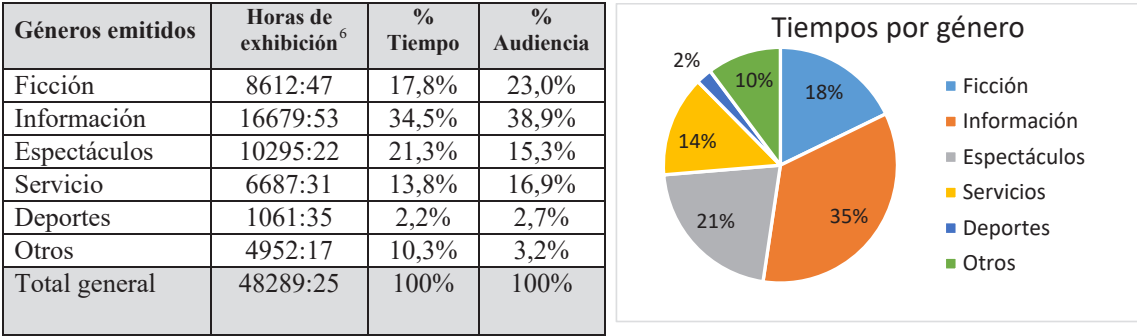
Gráfico 1. *Rating y share TV por emisora durante 2022*<sup>4</sup>



El gráfico 1 muestra a Mega y Chilevisión empatados en 6,3 puntos de *rating* hogar. En rigor, Mega se impone, pero la diferencia aparece al tercer decimal. Entre 2014 y 2020 Mega se impuso con claridad al resto de los canales. Desde 2021, ese liderazgo está siendo desafiado por CHV, que entrará a competir también en la ficción vespertina desde 2023.

La situación de Canal 13 y TVN es la contraria. Ambos, con 4% y 3,8% respectivamente, marcan su resultado más bajo de audiencia desde que en 1992 empezaron en Chile las mediciones de audiencia a través de sistema de *People Meter*.

Gráfico 2. *Géneros y horas en la programación de TV durante 2022*



<sup>4</sup> El gráfico 1 muestra los datos considerando las 24 horas del día. En ocasiones, en la industria televisiva chilena se hace referencia al *día televisivo*, que es el horario que va de 7AM a 1AM. En ese horario restringido, el *rating* de la televisión abierta es, en promedio, un 24% mayor que el mostrado aquí y el de la televisión de pago un 16% mayor.

<sup>5</sup> Los datos de Telecanal no se incluyen en los gráficos 1 y 2 ya que no están siendo informados por Kantar Ibope Media. Para el resto del informe, esto no es relevante ya que no emite ficción televisiva de origen iberoamericano, salvo alguna eventual excepción anecdótica.

<sup>6</sup> Los tiempos de emisión se muestran redondeados a intervalos de cinco minutos.

Entre 2009 y 2017, la ficción televisiva ocupó siempre más de un 21% del tiempo de pantalla, llegando a un máximo de 27% en 2016. Esa cota que quebró en 2021 bajando a 16,9% y volvió a descender en 2022 al llegar sólo al 15,6%. El 17,8% mostrado en el gráfico 2 incluye además el cine de sala y las animaciones. Este retroceso es independiente de la disminución de la producción reportada en las secciones siguientes, pues la tabla incluye también reposiciones, ficción turca y de otros orígenes. El hecho es que en Chile se está programando menos ficción en la televisión abierta. Esto ha sido capitalizado por los contenidos de información, que desde 2019 han tenido un fuerte crecimiento de participación. Probablemente, este desplazamiento desde la ficción hacia la información pueda explicarse como una combinación de factores globales y locales. Lo global, la fortaleza de las plataformas de *streaming* en la ficción. Lo local, la atención de la población en la agenda informativa primero por el llamado “estallido social” de 2019 y luego la pandemia, el proceso constituyente y la contingencia política aplicada a diversos focos noticiosos.

1.2 TV de pago en 2022

El número de hogares abonados a la televisión de pago se duplicó entre 2010 y 2017. Sin embargo, a partir de entonces el crecimiento se estancó e incluso disminuyó algunos años. En diciembre de 2022, respecto del mismo mes de 2021, el número de abonados cayó un 4% y se observa que los cableoperadores, como estrategia de retención, ofrecen acceso a precios rebajados a las plataformas de *streaming* (Subtel, 2023a). Incluso más elocuente que su disminución de abonados es su disminución de audiencia. Como un todo ésta se redujo en un 19% respecto de 2021.

Cuadro 2. Cadenas de televisión de pago en Chile

| 10 canales de TV de pago más vistos en Chile en 2022 |             |            |                           |
|------------------------------------------------------|-------------|------------|---------------------------|
| Canal                                                | Género      | Origen     | Rating hogar <sup>7</sup> |
| 24 Horas                                             | Información | Chile      | 0,46                      |
| CNN Chile                                            | Información | Chile      | 0,37                      |
| Space                                                | Ficción y + | Extranjera | 0,36                      |
| TNT Series                                           | Ficción     | Extranjera | 0,29                      |
| TNT Sport HD                                         | Deportes    | Chile      | 0,29                      |
| AXN                                                  | Ficción     | Extranjera | 0,29                      |
| Universal TV                                         | Ficción     | Extranjera | 0,24                      |
| Discovery H&H                                        | Información | Extranjera | 0,23                      |
| ESPN                                                 | Deportes    | Chile      | 0,23                      |
| Cartoon Network                                      | Infantil    | Extranjera | 0,22                      |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile.

<sup>7</sup> Calculado sobre las 24 horas del día.

Hay dos hechos llamativos en la lista de las señales más vistas en la televisión de pago. Primero, la consolidación de los canales de noticias como los más vistos. Aunque existen otros canales nacionales que ofrecen contenidos informativos, 24 Horas y CNN Chile son los únicos dedicados exclusivamente a lo noticioso y ambos son los más vistos.

El segundo hecho es el inverso al anterior: los canales infantiles que, años atrás, dominaban el cuadro de los más vistos, tienden a retroceder. En 2022, sólo Cartoon Network figura, y en décimo lugar, en el cuadro de las 10 señales más vistas. Este fenómeno es, probablemente, atribuible a la mayor penetración de las plataformas de *streaming* en el período y su amplia oferta de contenidos destinados al público infantil.

### 1.3 Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

La principal fuente de financiamiento público para la televisión abierta viene del fondo del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) que cada año llama a concurso para asignar fondos en diversas categorías. En 2022 distribuyó \$4.419 millones, equivalente a aproximadamente a US\$5,1 millones<sup>8</sup>. Medido en dólares, el fondo ha disminuido los dos últimos años, con US\$ 5,6 millones en 2021 y US\$5,8 millones en 2020. Hace cinco años, alcanzaba los US\$6,2 millones. Independientemente del tamaño de este fondo, dos elementos han dificultado su rol de fomento. Por una parte, el CNTV ha tenido retrasos en la entrega material de los fondos ya asignados, creando con ello dificultades financieras a productores beneficiados con los recursos. Más de fondo, y crecientemente problemático dada la relevancia de las plataformas de *streaming* en su rol de coproductoras, el CNTV establece como norma que las obras en cuyo financiamiento ha participado deben ser estrenadas en televisión abierta antes que en otras ventanas de exhibición. Esa condición resulta conflictiva con las expectativas de socios que hacen aportes mayores que el del CNTV. Este es uno de los motivos que ha llevado a Fábula, la mayor productora independiente chilena, a declarar que prefiere no postular a los fondos del CNTV para no estar sometida a esa condición.

Aunque el fondo del CNTV es muy relevante para el desarrollo de producciones de calidad, representa una proporción menor del financiamiento de la televisión abierta. En 2022, la inversión publicitaria en ella alcanzó los US\$285 millones. Cifra menor que los US\$319 millones de inversión publicitaria de 2021 y sólo un 56% de los US\$518 millones que recaudaba la televisión por avisaje una década antes<sup>9</sup>. Lo incuestionable es que los recursos con que se hace la televisión chilena disminuyen

<sup>8</sup> Considerando el tipo de cambio promedio durante el año, de acuerdo con el valor de “dólar observado” que informa el Banco Central.

<sup>9</sup> La inversión publicitaria de 2021 y 2022 proviene de la Asociación de Agencias de Medios (AAM) y la de 2012 proviene de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP). A esta última se le descontó un 15% de comisión de agencia para hacerla comparable con las otras. La serie de ACHAP llega hasta 2018 y la de AAM comienza en 2014.

cada año por la mayor participación de publicidad digital, que en 2022 alcanzó un 48% del total. No se ha incluido en estos montos la inversión publicitaria de la televisión de pago ya que ésta, en Chile, no produce ficción.

#### 1.4 Políticas de comunicación

Durante la campaña que llevó a Gabriel Boric a la presidencia, se planteó la preocupación por el funcionamiento del sistema de medios en Chile y la voluntad por dar un mayor espacio al desarrollo de medios públicos, tanto a nivel central como local. Preocupaciones similares se volcaron en la propuesta de nueva Constitución, desarrollada por la Convención Constitucional que operó entre el 4 de julio de 2021 y el 4 de julio de 2022, y que fue rechazada en un plebiscito por un 62% de los electores. Los contenidos sobre comunicaciones de la propuesta no fueron centrales en el debate constitucional, por lo que es improbable que hayan tenido una incidencia significativa en el resultado.

A pocos días del rechazo de la propuesta constitucional, el Gobierno retomó su iniciativa de campaña, convocando a tres universidades estatales para liderar un diagnóstico y propuestas que apuntaran a fortalecer el derecho a la información y la libertad de prensa<sup>10</sup>. El informe final destacó la importancia de garantizar un ecosistema informativo que respete los derechos humanos y el derecho a la información, enfatizando la calidad de la información y el rigor periodístico. Asimismo, destacó la importancia de la diversidad en la propiedad y control de los medios para asegurar tanto el pluralismo como la diversidad de voces, además de abogar por un mayor rol del estado y políticas que promuevan la interculturalidad (Pancani et al., 2023). Sin embargo, el rechazo de la propuesta constitucional, la minoría parlamentaria del gobierno y el poco entusiasmo que la iniciativa generó en sectores más liberales, sugieren que, de haber cambios legales, no serán significativos.

#### 1.5 Infraestructura de conectividad digital y móvil

De acuerdo con *Digital Quality of Life Index*, desarrollado para medir el bienestar digital de los países, Chile se encuentra en el primer lugar de Latinoamérica y 40 en el mundo, seguido por Uruguay (41) y Argentina (45)<sup>11</sup>. Eso pone al país en una buena posición relativa para el uso de tecnologías digitales en el consumo de contenidos audiovisuales, particularmente servicios de *streaming*. Esto se expresa de modo relevante en la disponibilidad de conexiones a Internet, tanto desde dispositivos móviles como fijos. En Chile, esa información es reportada mensualmente por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel, 2023b).

<sup>10</sup> Comunicado de prensa del Ministerio Secretaría General de Gobierno. Disponible en <https://msgg.gob.cl/wp/2022/07/15/gobierno-firma-convenio-para-fortalecer-el-derecho-a-la-informacion-y-libertad-de-prensa/>

<sup>11</sup> El índice se construye sobre cinco pilares: costo, de acuerdo al poder adquisitivo de la población; velocidad y estabilidad de las conexiones a internet; grado de desarrollo e inclusividad de la infraestructura; seguridad electrónica; y grado de digitalización de los servicios de gobierno. En su versión 2022 puede revisarse en esta dirección: <https://surfshark.com/dql2022>

La cantidad de conexiones fijas a Internet ha crecido en los últimos 10 años a una tasa promedio de 7,4% anual. En el año 2022 creció un 4% respecto de 2021, a una tasa mucho menor que la de los dos años previos (10,7% y 12,8%), pero explicable en un país con una tasa de penetración alta, cercana al 65% de los hogares. Las conexiones fijas son especialmente significativas ya que en ellas se concentran el uso de banda ancha y sin límites de tráfico que facilitan en consumo de contenidos audiovisuales. Asimismo, las conexiones móviles son relevantes para el audiovisual ya que permiten a los usuarios acceder a contenido fuera de su hogar. Esa ubicuidad del consumo de contenidos es un factor relevante en el desplazamiento de la inversión publicitaria hacia lo digital. Considerando los últimos 10 años (sólo conexiones 3G, 4G y 5G), la tasa de crecimiento promedio ha sido de un 13%. Sin embargo, el año pasado fue, por primera vez, negativa. Aun así, la cantidad de dispositivos móviles en operación excede al tamaño de la población. Tras este leve retroceso de 0,8% en el número de conexiones respecto del año 2021, su cantidad es de, aproximadamente, 114 por cada 100 habitantes.

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

TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2022

|                                               |                                                                |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS - 21</b>      |                                                                |
| <b>Canal 13</b>                               | 19. <i>Sucupira, La Comedia</i> (serie)                        |
| 1. <i>Adrenalina</i> (telenovela)             | <b>TV+</b>                                                     |
| 2. <i>Cerro Alegre</i> (telenovela)           | 20. <i>Los Años Dorados</i> (sitcom)                           |
| <b>CHV</b>                                    | <b>La Red</b>                                                  |
| 3. <i>Gemelas</i> (telenovela)                | 21. <i>Una Historia Necesaria</i> (otros de ficción tv)        |
| <b>Mega</b>                                   | <b>TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS - 11</b>                      |
| 4. <i>Casa de Muñecos</i> (telenovela)        | <b>Canal 13</b>                                                |
| 5. <i>Si Yo Fuera Rico</i> (telenovela)       | 1. <i>Pasión de Gavilanes</i> (telenovela-Coproducción Obitel) |
| 6. <i>Tranquilo Papá</i> (telenovela)         | 2. <i>Yo Soy Betty, la Fea</i> (telenovela-Colombia)           |
| <b>TVN</b>                                    | <b>Mega</b>                                                    |
| 7. <i>Amores de Mercado</i> (telenovela)      | 3. <i>El Tiempo no Para</i> (telenovela-Brasil)                |
| 8. <i>Cuentos Chilenos</i> (telefilm)         | <b>TVN</b>                                                     |
| 9. <i>El Cuento del Tío</i> (unitarios)       | 4. <i>Moisés los 10 Mandamientos</i> (telenovela-Brasil)       |
| 10. <i>El Día Menos Pensado</i> (docudrama)   | 5. <i>Terra Nostra</i> (telenovela-Brasil)                     |
| 11. <i>En Terapia</i> (serie)                 | 6. <i>Celia, la Serie</i> (telenovela-Colombia)                |
| 12. <i>La Canción de tu Vida</i> (serie)      | <b>TV+</b>                                                     |
| 13. <i>La Fiera</i> (telenovela)              | 7. <i>Hernán</i> (serie-México)                                |
| 14. <i>La Vida es una Lotería</i> (unitarios) | <b>La Red</b>                                                  |
| 15. <i>Mea Culpa Clásicos</i> (docudrama)     | 8. <i>Águila Roja</i> (serie-España)                           |
| 16. <i>Pampa Ilusión</i> (telenovela)         | 9. <i>Hay Alguien Ahí</i> (serie-España)                       |
| 17. <i>Rojo y Miel</i> (telenovela)           | 10. <i>Hispania, la Leyenda</i> (serie-España)                 |
| 18. <i>Sucupira</i> (telenovela)              | 11. <i>Como Dice el Dicho</i> (serie-México)                   |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile.

En 1981, con *La Madrastra*, Canal 13 comenzó la producción permanente de telenovelas, transformándose con TVN en un duopolio en que se disputaban el liderazgo. No había más actores, salvo algunos intentos anecdóticos y sin éxito de otros canales hacia fines de los años 90 y la primera década de este siglo. El volumen de producción más alto, en tanto cantidad de títulos de ficción seriadas, estuvo en 2014 con 17 telenovelas distintas, seis series, además de otros formatos de ficción en menor volumen. Los actores dominantes eran los de siempre, pero ya no sólo ellos. Ese año el cambio comenzó primero con la irrupción de las telenovelas turcas. Luego TVN vio cómo su área de producción de ficción era capturada hostilmente por Mega que contrató a su directora y más de 50 funcionarios, entre actores, técnicos y otros roles. Hacia finales de ese año, Mega empezó su propia producción y también Canal 13 vivió su propia crisis interna. Ocho años después, hay un dominador absoluto que no es ni TVN ni Canal 13, sino Mega.

Se espera que 2022 sea el último año con producción declinante y que, a partir de 2023, al menos en lo que respecta a telenovelas, haya un repunte, ya que se incorporará un nuevo actor. Tras su compra por Paramount Global, CHV apuesta por transformarse en un actor relevante en la producción de ficción en Chile.

Por otra parte, aunque los números agregados de producción sean bajos, los de Mega gozan de buena salud: son seis sus títulos de telenovela de estreno en 2022. Sumando a esto cinco provenientes de su convenio con Globo, que años antes tuvo Canal 13, y seis telenovelas de origen turco, logra conformar una muy robusta oferta de ficción. Adicionalmente, Mega ha ampliado su mercado más allá de lo tradicional, llegando con su producción de telenovelas a países de África, Asia y Europa.

TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2022

|                                                  |                                                          |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS - 21</b>         |                                                          |
| <b>Canal 13</b>                                  | 18. <i>Sucupira</i> (telenovela)                         |
| 1. <i>Adrenalina</i> (telenovela)                | 19. <i>Sucupira, La Comedia</i> (serie)                  |
| 2. <i>Cerro Alegre</i> (telenovela)              | <b>TV+</b>                                               |
| <b>CHV</b>                                       | 20. <i>Los Años Dorados</i> (sitcom)                     |
| 3. <i>Gemelas Idénticas en Nada</i> (telenovela) | <b>La Red</b>                                            |
| <b>Mega</b>                                      | 21. <i>Una Historia Necesaria</i> (otros de ficción tv)  |
| 4. <i>Casa de Muñecos</i> (telenovela)           | <b>TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS - 10</b>                |
| 5. <i>Si Yo Fuera Rico</i> (telenovela)          | <b>Canal 13</b>                                          |
| 6. <i>Tranquilo Papá</i> (telenovela)            | 1. <i>Yo Soy Betty, la Fea</i> (telenovela-Colombia)     |
| <b>TVN</b>                                       | <b>Mega</b>                                              |
| 7. <i>Amores de Mercado</i> (telenovela)         | 2. <i>El Tiempo no Para</i> (telenovela-Brasil)          |
| 8. <i>Cuentos Chilenos</i> (telefilm)            | <b>TVN</b>                                               |
| 9. <i>El Cuento del Tío</i> (unitarios)          | 3. <i>Moisés los 10 Mandamientos</i> (telenovela-Brasil) |
| 10. <i>El Día Menos Pensado</i> (docudrama)      | 4. <i>Terra Nostra</i> (telenovela-Brasil)               |
| 11. <i>En Terapia</i> (serie)                    | 5. <i>Celia, la Serie</i> (telenovela-Colombia)          |
| 12. <i>La Canción de tu Vida</i> (serie)         | <b>TV+</b>                                               |
| 13. <i>La Fiera</i> (telenovela)                 | 6. <i>Hernán</i> (serie-México)                          |
| 14. <i>La Vida es una Lotería</i> (unitarios)    | <b>La Red</b>                                            |
| 15. <i>Mea Culpa Clásicos</i> (docudrama)        | 7. <i>Águila Roja</i> (serie-España)                     |
| 16. <i>Pampa Ilusión</i> (telenovela)            | 8. <i>Hay Alguien Ahí</i> (serie-España)                 |
| 17. <i>Rojo y Miel</i> (telenovela)              | 9. <i>Hispania, la Leyenda</i> (serie-España)            |
|                                                  | 10. <i>Como Dice el Dicho</i> (serie-México)             |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

La ventaja de llevar décadas produciendo se pone de manifiesto al incorporar las reposiciones al análisis. El material de archivo no sólo da la posibilidad de una exhibición casi libre de derechos, salvo pagos a actores por derechos de imagen, sino que, aunque se trate de reposiciones, para una parte significativa del público se trata de títulos o no vistos o, al menos, que no están frescos en la memoria. Casi todos los títulos nacionales repuestos por Canal 13 y TVN fueron estrenados hace más de 15 años e incluso uno (*Rojo y Miel*) es de 1994. La cantidad de horas de pseudo estreno de TVN y Canal 13, descontando resúmenes para que sean números comparables, es un 60% más que las horas de estreno nacionales consignadas en la tabla 3. Esto es, la ficción nacional estuvo muy presente en las pantallas de TVN y Canal 13, pero mayoritariamente ficción ya exhibida, producida con presupuestos de realización mayores que los actuales.

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

| Formato    | Títulos |      |      |      |      |       | Horas  |        |        |        |        |         |
|------------|---------|------|------|------|------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
|            | 2018    | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Total | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | Total   |
| Telenovela | 11      | 11   | 5    | 7    | 7    | 41    | 615:10 | 682:30 | 224:55 | 545:00 | 457:00 | 2524:35 |
| Serie      | 3       | 4    | 6    | 2    | 2    | 17    | 13:55  | 61:00  | 44:35  | 20:50  | 19:55  | 160:15  |
| Miniserie  | 2       | 1    | 1    | 3    | 0    | 7     | 8:15   | 3:00   | 4:30   | 10:45  | 0:00   | 26:30   |
| TV Movie   | 0       | 1    | 0    | 0    | 0    | 1     | 0:00   | 0:55   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:55    |
| Unitario   | 1       | 0    | 0    | 0    | 0    | 1     | 84:40  | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 84:40   |
| Docudrama  | 0       | 0    | 0    | 1    | 0    | 1     | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 10:05  | 0:00   | 10:05   |
| Otros      | 0       | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00    |
| Total      | 17      | 17   | 12   | 13   | 9    | 68    | 722:00 | 747:25 | 274:00 | 586:40 | 476:55 | 2807:00 |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

En 2022 se acentuó la tendencia de reducción de diversidad de formatos. Hace una década, el volumen de producción también estaba en las telenovelas, pero la presencia de docudramas, telefilms, unitarios y sitcoms era habitual. Este año, la oferta de la televisión abierta se limitó sólo a telenovelas y series.

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

| País                         | Títulos | %    | Horas   | %    |
|------------------------------|---------|------|---------|------|
| NACIONAL (total)             | 9       | 34,6 | 476:55  | 36,4 |
| PAÍSES OBITEL (total)        | 17      | 65,4 | 834:40  | 63,6 |
| Argentina                    | 3       | 11,5 | 13:00   | 1    |
| Brasil                       | 7       | 26,9 | 507:10  | 38,7 |
| Chile                        | 9       | 34,6 | 476:55  | 36,4 |
| Colombia                     | 0       | 0    | 0:00    | 0    |
| Ecuador                      | 0       | 0    | 0:00    | 0    |
| España                       | 2       | 7,7  | 3:50    | 0,3  |
| EE.UU. Hispanos              | 0       | 0    | 0:00    | 0    |
| México                       | 4       | 15,4 | 307:45  | 23,5 |
| 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       | 3,8  | 0:50    | 0,1  |
| Coproducciones Nacionales    | 0       | 0    | 0:00    | 0    |
| Coproducciones Países Obitel | 1       | 3,8  | 0:50    | 0,1  |
| TOTAL                        | 26      | 100  | 1309:30 | 100  |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

En la tabla 3 se muestra el origen de la producción iberoamericana de estreno exhibida durante 2022. Durante la última década, los países desde los que Chile ha importado producciones han sido principalmente México y Brasil. En ambos casos

se ha observado una disminución de la cantidad de títulos a partir de 2015. El caso mexicano ha sido coincidente con una sustitución por productos de origen turco. Por su parte, en el caso brasileño también ha influido el cambio del socio de Globo en Chile. Por más de 20 años, Canal 13 tuvo una relación privilegiada con Globo, cuyas telenovelas exhibía después de la hora de almuerzo. La irrupción de Mega no sólo significó socavar la capacidad productiva de TVN, sino también arrebatarle a Canal 13 el contrato con Globo. Por un tiempo, la salida de Globo de Canal 13 no se reflejó en una gran presencia de títulos brasileños en Mega, donde se exhibían dos o tres telenovelas por año, pero este 2022 pareciera haber habido un cambio ya que Mega exhibió una cantidad récord de siete telenovelas de ese país.

Para ponderar el peso de la ficción de los distintos países de Obitel es necesario tener en cuenta que las telenovelas de origen turco siguen lógicas de exhibición y consumo similares a las de origen iberoamericano y ocupan un espacio muy alto dentro de las pantallas chilenas. Durante 2022 se exhibieron 13 telenovelas turcas. En volumen de horas de exhibición, eso más que duplicó a las de la ficción nacional de estreno y es 9% más que la suma de la ficción importada desde todos los países de Obitel, además de estar programadas en horarios de mayor audiencia que éstas. Un 50% de la ficción turca se ubica en horario *prime* mientras que sólo un 20% de la ficción iberoamericana (no chilena) ocupa ese espacio de la programación.

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

| Formato    | Títulos    |      |              |      | Horas      |      |              |      |
|------------|------------|------|--------------|------|------------|------|--------------|------|
|            | Nacionales | %    | Resto Obitel | %    | Nacionales | %    | Resto Obitel | %    |
| Telenovela | 7          | 77,8 | 11           | 64,7 | 457:00     | 95,8 | 662:45       | 79,6 |
| Serie      | 2          | 22,2 | 2            | 11,8 | 19:55      | 4,2  | 1:40         | 0,2  |
| Miniserie  | 0          | 0,0  | 3            | 17,6 | 0:00       | 0,0  | 15:15        | 1,8  |
| Telefilm   | 0          | 0,0  | 0            | 0,0  | 0:00       | 0,0  | 0:00         | 0,0  |
| Unitario   | 0          | 0,0  | 1            | 5,9  | 0:00       | 0,0  | 153:00       | 18,4 |
| 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      | 9          | 100  | 17           | 100  | 476:55     | 100  | 832:40       | 100  |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile - OBITEL Chile

Lo que en 2021 pareció un giro en la tendencia -las horas importadas de series superaron a las de telenovelas- en 2022 se mostró como un dato anecdótico: las telenovelas retornaron a su predominio habitual entre los formatos de ficción televisiva, superando ampliamente las horas de series y miniseries.

El único formato con tiempo de exhibición relevante al comparárselo con el de la telenovela es el de los unitarios, con casi un 17% entre las horas de ficción importada. Sin embargo, se trata de un caso único y excepcional que se repite año tras año,

*La Rosa de Guadalupe*, que acumula horas de pantalla en La Red, pero que, en Chile, a diferencia de México, con audiencias que en el 66% de las emisiones no alcanzaron a llegar a un punto de *rating*.

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>La Ley de Baltazar</i>     | Mega  | Chilefilms (CL)      | Telenovela/ Comedia romántica       | 147                   | Prime time     | 17,0   | 26,4  |
| 2                                   | <i>Pobre Novio</i>            | Mega  | Mega+Chilefilms (CL) | Telenovela/Comedia                  | 90                    | Prime time     | 15,3   | 24,6  |
| 3                                   | <i>Hijos del Desierto</i>     | Mega  | Mazal (CL)           | Telenovela/ Drama policial de época | 75                    | Prime time     | 14,0   | 22,0  |
| 4                                   | <i>Amar Profundo</i>          | Mega  | Mega + DDRío (CL)    | Telenovela/Comedia dramática        | 157                   | Prime time     | 12,6   | 20,8  |
| 5                                   | <i>Verdades Ocultas</i>       | Mega  | Chilefilms (CL)      | Telenovela/Drama                    | 110                   | Tarde          | 12,4   | 25,1  |
| 6                                   | <i>Hasta Encontrarte</i>      | Mega  | Mega+Chilefilms (CL) | Telenovela/ Drama romántico         | 115                   | Tarde          | 12,2   | 24,8  |
| 7                                   | <i>Suerte de Vivir</i>        | Mega  | Estúdios Globo (BR)  | Telenovela/ Drama romántico         | 132                   | Tarde          | 10,5   | 21,4  |
| 8                                   | <i>Dulce Ambición</i>         | Mega  | Estúdios Globo (BR)  | Telenovela/ Melodrama               | 77                    | Tarde          | 8,9    | 18,6  |
| 9                                   | <i>Días Mejores</i>           | CHV   | Viacom+Zeta (ES)     | Serie/Comedia dramática             | 1                     | Nocturno       | 7,6    | 16,6  |
| 10                                  | <i>Huérfanos de su Tierra</i> | Mega  | Estúdios Globo (BR)  | Telenovela/ Drama romántico         | 14                    | Tarde          | 7,0    | 15,0  |
| Total de producciones nacionales: 6 |                               |       |                      | Guiones originales extranjeros: 4   |                       |                |        |       |
| 60%                                 |                               |       |                      | 4%                                  |                       |                |        |       |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

Sólo un dato anómalo, que es más un hecho promocional que una oferta de programación real, impide que el *Top 10* esté completamente dominado por Mega en 2022. En el noveno lugar aparece una única emisión (6 de mayo) de la exitosa serie española *Días Mejores*. El resto de la primera temporada no pudo verse en Chilevisión, pero sí en Paramount+, ambas filiales de Paramount Global. El propósito de esa emisión sólo fue promover la señal de *streaming*. Aunque se trate de un hecho anecdótico, habla de los vasos comunicantes entre las distintas pantallas que cada vez se hacen más interdependientes.

Si la ficción turca se incorporara a la tabla 5 lograría ocupar tres lugares, con *Traicionada* (Mega) ocupando la posición seis, *Doctor Milagro* (CHV) en la ocho y *El Escape de Cemre* (Mega) en la 10.

Las seis producciones nacionales en esta lista corresponden a Mega. Salvo excepciones menores, cuando este espacio lo dominaban Canal 13 y TVN, las producciones las hacían los equipos internos de los canales. La aproximación de Mega

es distinta. En todos los casos del *Top 10*, las producciones son desarrolladas junto a productoras externas, con distinto grado de involucramiento de los equipos de Mega en la realización.

TABLA 5b: 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>La Ley de Baltazar</i> | Mega     | Chilefilms (CL)                                   | Telenovela/ Comedi a romántica      | 147                   | Prime time     | 17,0   | 26,4  |
| 2      | <i>Pobre Novio</i>        | Mega     | Mega+Chilefilms (CL)                              | Telenovela/Comedia                  | 90                    | Prime time     | 15,3   | 24,6  |
| 3      | <i>Hijos del Desierto</i> | Mega     | Mazal                                             | Telenovela/ Drama policial de época | 75                    | Prime time     | 14,0   | 22,0  |
| 4      | <i>Amar Profundo</i>      | Mega     | Mega + DDRío (CL)                                 | Telenovela/Comedia dramática        | 157                   | Prime time     | 12,6   | 20,8  |
| 5      | <i>Verdades Ocultas</i>   | Mega     | Chilefilms (CL)                                   | Telenovela/Drama                    | 110                   | Tarde          | 12,4   | 25,1  |
| 6      | <i>Hasta Encontrarte</i>  | Mega     | Mega+Chilefilms (CL)                              | Telenovela/ Drama romántico         | 115                   | Tarde          | 12,2   | 24,8  |
| 11     | <i>Cromosoma 21</i>       | Canal 13 | Canal 13 + Film & + Maker Wild Sheep Content (CL) | Serie / Drama policial              | 8                     | Prime time     | 5,6    | 9,3   |
| 18     | <i>La Torre de Mabel</i>  | Canal 13 | Mazal (CL)                                        | Telenovela / Comedia romántica      | 31                    | Nocturno       | 3,3    | 7,8   |
| 26     | <i>Celeste</i>            | TVN      | Jaime Morales Producciones (CL)                   | Serie / Juvenil                     | 8                     | Mañana         | 1,1    | 5,0   |
| -      | -                         | -        | -                                                 | -                                   | -                     | -              | -      | -     |
|        |                           |          |                                                   | Guiones originales extranjeros: 0   |                       |                |        |       |
|        |                           |          |                                                   | 0%                                  |                       |                |        |       |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

La tabla 5b, destinada a los diez títulos nacionales de mayor audiencia, sólo recoge nueve. La razón es que, en 2022, por primera vez en los 16 años que se elabora este informe, se produjeron menos de 10 títulos de ficción televisiva nacional.

La primera columna de la tabla muestra la posición que alcanza cada título en *ranking* completo, incluyendo toda la ficción iberoamericana. En el lugar 11 aparece *Cromosoma 21*, que contó con el financiamiento del fondo del Consejo Nacional de Televisión y fue estrenada en Netflix en 2023. *La Torre de Mabel*, en el lugar 18, había comenzado su emisión a mediados de 2021. Finalmente, el caso de *Celeste* es singular. Fue creada para NTV, la señal cultural e infantil de TVN, pero ya una vez en el aire se decidió traerla al canal principal.

TABLA 6: 10 Títulos más vistos en 2022

| Título |                        | Canal | Sexo %  |         | GSE% |     |     |     |
|--------|------------------------|-------|---------|---------|------|-----|-----|-----|
|        |                        |       | Mujeres | Hombres | ABC1 | C2  | C3  | D   |
| 1      | La Ley de Baltazar     | Mega  | 64%     | 36%     | 8%   | 18% | 32% | 43% |
| 2      | Pobre Novio            | Mega  | 62%     | 38%     | 8%   | 20% | 30% | 42% |
| 3      | Hijos del Desierto     | Mega  | 61%     | 39%     | 8%   | 20% | 33% | 39% |
| 4      | Amar Profundo          | Mega  | 60%     | 40%     | 9%   | 17% | 32% | 42% |
| 5      | Verdades Ocultas       | Mega  | 67%     | 33%     | 9%   | 18% | 25% | 48% |
| 6      | Hasta Encontrarte      | Mega  | 66%     | 34%     | 6%   | 16% | 27% | 51% |
| 7      | Suerte de Vivir        | Mega  | 65%     | 35%     | 6%   | 15% | 26% | 54% |
| 8      | Dulce Ambición         | Mega  | 66%     | 34%     | 8%   | 15% | 27% | 49% |
| 9      | Días Mejores           | CHV   | 52%     | 48%     | 4%   | 12% | 39% | 45% |
| 10     | Huérfanos de su Tierra | Mega  | 63%     | 37%     | 5%   | 16% | 26% | 53% |

| Título |                        | Edad %  |       |       |       |       |       |      |
|--------|------------------------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
|        |                        | 04 - 12 | 13-17 | 18-24 | 25-34 | 35-49 | 50-64 | 65-+ |
| 1      | La Ley de Baltazar     | 4%      | 4%    | 5%    | 13%   | 26%   | 25%   | 22%  |
| 2      | Pobre Novio            | 5%      | 4%    | 4%    | 16%   | 25%   | 25%   | 20%  |
| 3      | Hijos del Desierto     | 3%      | 2%    | 6%    | 14%   | 26%   | 27%   | 21%  |
| 4      | Amar Profundo          | 4%      | 4%    | 5%    | 17%   | 26%   | 25%   | 19%  |
| 5      | Verdades Ocultas       | 5%      | 3%    | 4%    | 12%   | 22%   | 24%   | 29%  |
| 6      | Hasta Encontrarte      | 4%      | 3%    | 5%    | 9%    | 21%   | 23%   | 36%  |
| 7      | Suerte de Vivir        | 5%      | 3%    | 5%    | 9%    | 20%   | 22%   | 35%  |
| 8      | Dulce Ambición         | 4%      | 3%    | 4%    | 12%   | 20%   | 27%   | 30%  |
| 9      | Días Mejores           | 3%      | 0%    | 5%    | 6%    | 14%   | 45%   | 27%  |
| 10     | Huérfanos de su Tierra | 4%      | 2%    | 6%    | 8%    | 19%   | 25%   | 35%  |

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

Los perfiles de audiencia mostrados en la tabla 6 son bastante homogéneos, pero su comparación intertemporal resulta informativa sobre el fenómeno de cambio en las audiencias de la ficción televisiva. Comparados con los perfiles obtenidos hace una década, el envejecimiento de las audiencias es notorio. En 2012, los menores de 25 años representaban un 25% de la audiencia. En 2022, solo un 12%, es decir, ese segmento de audiencia cayó cerca de la mitad. Lo contrario ocurre con los mayores. Mientras en 2012 las personas de 50 y más años representaban el 36% de la audiencia, en 2022 ese número se eleva a un 54%.

3. Monitoreo VoD 2022

3.1. Mercado de plataformas de VoD

Las grandes compañías de *streaming* no informan sus cifras de abonados en Chile, aunque hay estimaciones, como las de Statista o FlixPatrol, que sólo para Netflix las ubican entre un millón y un millón y medio.<sup>12</sup> Algunas medidas indirectas sugieren un crecimiento sostenido desde la pandemia.

<sup>12</sup> Para las proyecciones de Statista ver <https://www.statista.com/statistics/324077/chile-netflix-subscribers/> y para las de FlixPatrol <https://flixpatrol.com/streaming-service/netflix/subscribers/#list> (consultado el 27/05/2023)

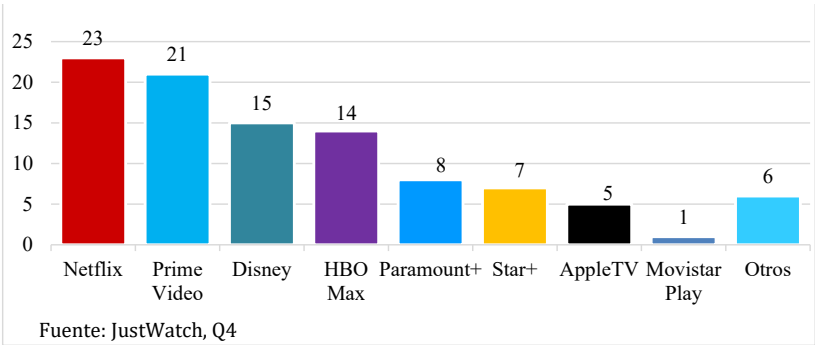
Una señal del crecimiento del *streaming* la aporta la empresa de telecomunicaciones Entel, que participa de un 35% del tráfico de datos móviles (Subtel, 2023a). Según informa, el uso de datos móviles creció en 2022 un 33% a nivel nacional respecto de 2021. De ese total, el *streaming* es un 22%.<sup>13</sup>

La Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) registra el tráfico de datos en Chile a través de las redes fijas y móviles. La serie de la Subtel muestra que, aunque se ha ido desacelerando, el tráfico crece a tasas muy altas: 60% entre 2020 y 2019, gatillado por la cuarentena, pero que siguió creciendo a un 25% en 2021 y luego un 16% en 2022 (Subtel, 2023a).

Con números que no son comparables con los de Statista o FlixPatrol, el Consejo Nacional de Televisión publicó un estudio en el que estima que un 42% de los hogares chilenos tiene acceso a alguna plataforma de *streaming*, siendo 2,02 el promedio de plataformas con que cuentan estos hogares, llegando o 5 o más plataformas un 3% de los hogares (CNTV, 2022).

En ausencia de información administrativa sobre la cantidad de abonados, la alternativa disponible para comparar sus participaciones relativas es la estimación que trimestralmente realiza *JustWatch*, la compañía alemana de búsqueda de *streaming* y servicios de información de audiencia presente en 120 países.<sup>14</sup>

**Gráfico 3. Participación de las principales plataformas internacionales**



A diferencia de 2021, en que la irrupción de HBO Max y Star+ hacia mediados no afectó especialmente a Netflix y sí al resto de las plataformas, en 2022 lo notorio es una estable declinación de Netflix junto un fuerte crecimiento de HBO Max y Star+. Con todo, JustWatch informa que Netflix sigue siendo la plataforma de *streaming* de mayor penetración en Chile, pero con Prime Video a sólo dos puntos

<sup>13</sup> Comunicado de prensa de la empresa del 31/01/2023. <https://informacioncorporativa.entel.cl/comunicados-de-prensa/posts/uso-de-datos-moviles-crecio-un-33-a-nivel-nacional-durante-2022> (consultado el 27/05/2023)

<sup>14</sup> Ver <https://www.pauta.cl/ocio/netflix-alcanza-solo-el-23-de-las-preferencias-de-lo-usuarios> (consultado el 27/05/2023)

de participación. Aunque para Netflix esto es una caída de sólo un punto respecto de igual período del año anterior, a fines del primer trimestre, según la misma fuente, su participación era de un 25%. Esta tendencia parece acercarse a la situación del mercado norteamericano, donde los dos principales actores están prácticamente empatados.

### 3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2022

El gráfico 3 muestra las participaciones de mercado de ocho plataformas de *streaming* bajo VoD. Además de ser las más populares, son todas de origen norteamericano, pero la oferta de servicios de VoD, pagados o gratuitos, no se agota en ellas y es posible reconocer otras plataformas de distinta naturaleza.

Por una parte, están las plataformas de carácter patrimonial, cuya misión es preservar y difundir el acervo audiovisual chileno. Allí desataca la Cineteca Nacional que, a su trabajo de preservación física de títulos audiovisuales y de difusión a través de su sala, suma un servicio de acceso VoD a parte de los materiales que conserva.<sup>15</sup> En la misma línea están la Cineteca de la Universidad de Chile y el Archivo Fílmico UC de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

El Consejo Nacional de Televisión (CNTV), además del rol regulador y de fomento, pone a disposición del público las obras audiovisuales que ha contribuido a financiar a través de dos servicios de VoD distintos. Por un lado, CNTV Play aloja más de 150 títulos de distintos géneros y formatos, en su mayoría seriados. A julio de 2022 contaba con más de 300.000 usuarios registrados. En paralelo, los contenidos específicamente para niños se ofrecen a través de CNTV Niños, que cuenta con alrededor de 2.600 videos infantiles de distinta naturaleza.

Así como el CNTV cumple un rol de fomento para la televisión, en el cine lo hace el Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio. Este ministerio pone a disposición del público algunos de los títulos que ha apoyado a través de la plataforma de VoD OndaMedia. Este servicio tiene la particularidad de que, a pesar de ser gratuito para el público, paga a los realizadores por los visionados de sus obras.

A los servicios de VoD mencionados, todos con un carácter de servicio público, se suman los servicios ofrecidos por algunos de los canales de televisión. Canal 13 con 13Now (gratuita), Mega con Mega Go (pagada) y TVN con TVN Play (gratuita), que cuenta con más 5.000 horas de contenidos disponibles. En el caso de CHV, cuyo propietario es Paramount Global, algunos de sus contenidos están disponibles a través de la plataforma Pluto TV (gratuita).

De un modo similar a los canales de televisión abierta, los principales operadores de televisión de pago ofrecen sus propios servicios de *streaming*, ya sea para acceder

<sup>15</sup> La Cineteca no está formalmente ofrecida como un servicio de VoD, sino que da acceso a su catálogo en línea, a través del cual es posible acceder a aquellos materiales disponibles para verse *online*. Ver <https://cinetecanacional-bd.cl/acervo/8320ba399a46a571140bea0780b119917d74a0fc/ffb3a13e1b09dcd4663930b3b118ae5f992221b5/index.php?mp=hom&mh=>

a sus contenidos en vivo, vía VoD o alquiler y compra de otros materiales. Los principales de estos son Movistar Play, Entel Go, DirecTV Go, VTR+, Claro Video. Estos dos últimos en proceso de fusión.

En un plano de servicios temáticamente segmentados, cabe mencionar a la filial en Chile de TNT Sport, Estadio TNT Sports Chile, que ofrece a sus suscriptores, acceso al torneo local de fútbol y a otros contenidos relacionados.

Finalmente, debe destacarse la plataforma chilena Riivi, lanzada en 2020 con un foco centrado en películas, series y documentales latinoamericanos. Su acceso es gratuito y se financia vía publicidad. Cuenta con más de 300.000 usuarios y proyecta su expansión a Argentina y México.

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

La presencia de ficción seriada chilena hecha para las plataformas es acotada y con pocas perspectivas de aumentar. Eso no significa que los chilenos estén produciendo poco, sino que no están produciendo en Chile. Fábula, la mayor productora de Chile y que produjo tres de los cuatro títulos de la tabla 8, abrió oficinas en Los Ángeles y Ciudad de México. La razón es simple: el 70% del presupuesto de producción de Netflix para Latinoamérica se gasta en México. Es más rentable producir allá que en Chile, donde Netflix ha deslizado a ejecutivos de la industria que su producción no iría más allá de una película al año. Por su parte, Amazon cerró su oficina y también ha dejado ver que no seguiría produciendo en Chile. La razón para producir localmente es atraer al público local y, además de ser un mercado pequeño, su penetración ya es alta.

Otro factor que limita el desarrollo de series para plataformas es autoinducido. El CNTV estableció como norma que toda obra que cuente con financiamiento suyo debe ser exhibida en un canal de televisión abierta antes que en otras ventanas de exhibición. Sin embargo, los fondos del CNTV son un aporte minoritario en los costos de producción de una serie de alto estándar, con lo que reduce el atractivo para una plataforma. Como se mencionó, Fábula ha declarado que prefiere no postular más a los fondos del CNTV, pero para otras productoras, con menor capacidad de levantar financiamiento, esa política es una seria limitación.

La tabla 8 muestra los títulos de estreno de ficción chilena seriada en plataformas. De estos, la séptima temporada de *Verdades Ocultas* -el único título no producido por Fábula- califica en los bordes de la definición adoptada para este cuadro. Se trata de una telenovela hecha y exhibida en televisión abierta, pero su séptima y última temporada se estrenó durante el mismo año en Mega y también en Netflix.

*42 Días en la Oscuridad*, es la primera serie original para Netflix y el primer gran éxito de una serie chilena producida para plataformas. En su mejor momento, en Netflix llegó a ser la séptima serie más vista entre las de habla no inglesa.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Este dato fue publicado en Instagram desde la cuenta de Netflix Chile.

Está basada en un caso real de una mujer que desaparece sin dejar rastros en el sur de Chile. Su marido dice haber recibido una llamada de rescate, lo que gatilla una trama de suspenso en que la hermana de la desaparecida lidera su búsqueda, enfren- tando la indiferencia de las instituciones, los prejuicios sociales y el acoso mediático. El caso de la segunda temporada de *El Presidente* resulta ilustrativo de las comple- jidades de aplicar las categorías tradicionales de territorialidad a una serie. Su pro- ducción fue liderada desde Chile por Fábula, pero fue coproducida por Gaumont (Francia) y Kapow (Argentina) y la ejecución en Uruguay, donde se rodó, estuvo a cargo de la productora uruguaya Salado.

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

| TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO                                                                                     | COPRODUCCIONES DE ESTRENO                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Prime Video (1)</b><br>01. <i>La Jauría</i> , T2 (serie)                                                       | <b>Prime Video (2)</b><br>01. <i>El Presidente</i> , T2 (serie – Chile, Francia, Argentina) |
| <b>Netflix (2)</b><br>02. <i>42 Días en la Oscuridad</i> (serie)<br>03. <i>Verdades Ocultas</i> , T7 (Telenovela) | 02. <i>Noticias de un Secuestro</i> (miniserie – Chile, Colombia)                           |

Fuente: Obitel Chile

4. Interactividad y participación de las audiencias

Tras cinco años de emisiones, llegó a su fin *Verdades Ocultas*. Con presencia en di- versas redes sociales, Mega diariamente subía actualizaciones y comentarios acerca de la telenovela. En Instagram (IG) encontró un buen canal de interacción, tanto en el sitio de “Teleseries Mega”, como en el de la propia telenovela, con más de 21 mil seguidores. Ahí todos los días se comentaban escenas impactantes, o se les pregun- taba a los televidentes su opinión sobre los giros de este culebrón que abarcó años, donde la entrada y salida de muchos actores se justificaban con muertes y cirugías plásticas, entre otros. En la cuenta de Teleseries Mega, los avances y comentarios acerca de esta teleserie alternaban con publicaciones sobre otras, como *Amar Pro- fundo*, o *La Ley de Baltazar*.

Sobre esta última cabe destacar que tres meses antes de su estreno, Mega utilizó las distintas plataformas para involucrar a los espectadores, compartiendo fotos de las reuniones del equipo y de las locaciones, ambientas en un poblado del sur de Chile -Cochamó-, que con el paso de los meses se convirtió en una atracción turística. Asimismo, se fueron subiendo videos con imágenes del *backstage*, y en- trevistas a los actores. De este modo, IG se convirtió en un canal para interactuar con la audiencia, aprovechando el éxito de esta telenovela. Sus 80 mil seguidores en

IG ilustran el alto rating que tuvo esta teleserie. Sus hermosos paisajes, la historia cercana y sus atractivos personajes ayudaron a esto.

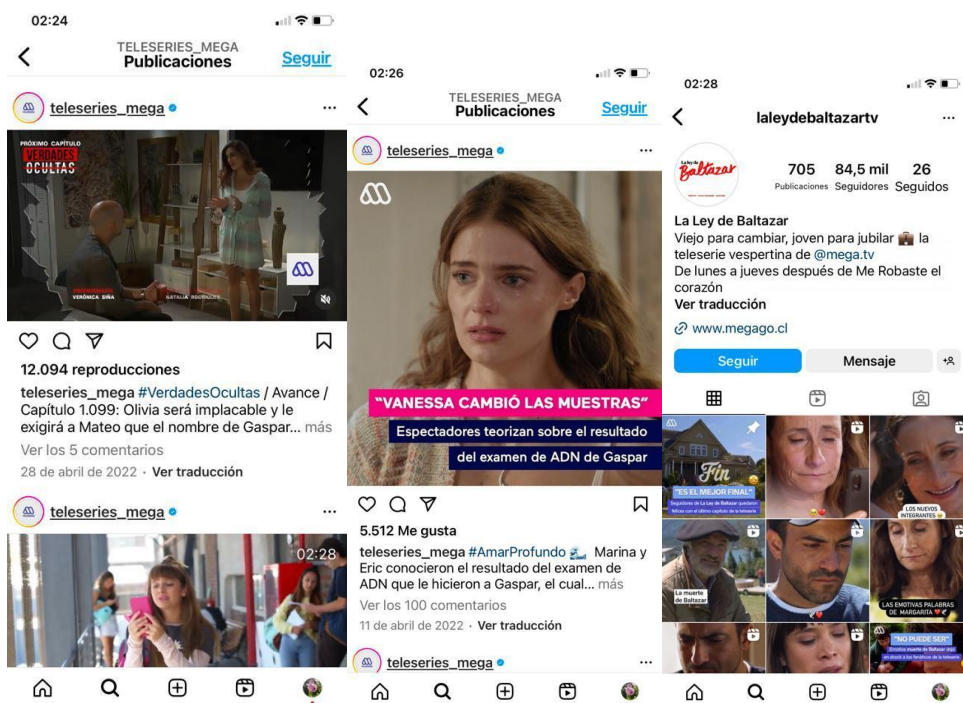
En Twitter, en tanto, también los telespectadores comentaban las actitudes de los protagonistas, aunque no se observan diferencias este año en las estrategias de los canales respecto de su accionar en las redes sociales. El uso del *hashtag* presenta dos funcionalidades: la primera para indicar qué producción es la que se está emitiendo (siguiendo el siguiente patrón #“nombre de la telenovela”\_en\_“nombre de la estación”); mientras que la segunda apunta a un llamado a la acción del telespectador (por ejemplo, #MarianoSeReconcilia), de manera que los aportes en redes sociales usen ese hashtag.

Similar a lo ocurrido con la *Ley de Baltazar*, pero con menos antelación, en el IG de *Hijos del Desierto*, la teleserie nocturna de Mega se comenzó a subir adelantos de la telenovela e información sobre los actores y personajes. Ambientada en el puerto de Valparaíso de los años ‘30, esta teleserie potenció la intriga, el suspenso, el amor y la violencia. Con cerca de 80 mil seguidores en IG logro mantener la atención de los telespectadores gracias al uso de las redes sociales.

YouTube, entretanto, se utilizó para promocionar las producciones mediante piezas audiovisuales especiales, como fue el caso de *42 días en la oscuridad*, emitida en Netflix.



Fuente: <https://youtu.be/u52xWzHdN4o>, revisado el 08/06/2023



Fuente: Instagram teleseries\_mega, y La ley de Baltazar (revisado el 05/06/2023)

## 5. Lo más destacado del año

La presencia de la ficción asiática, particularmente de Corea del Sur, ha reaparecido con fuerza en la televisión abierta chilena. Aunque se trata de un fenómeno emergente que aún no desafía al predominio de melodramas turcos en la pantalla, dos situaciones han puesto en evidencia que los doramas, o más específicamente los K-Dramas, han salido de sus espacios de nicho en plataformas de *streaming* y sitios web para incorporarse en la oferta destacada del canal privado Canal 13 y del canal estatal, Televisión Nacional de Chile (TVN).

En el primer caso, ya son cuatro las ficciones coreanas transmitidas consecutivamente. Canal 13 inició esta oferta con una apuesta segura al programar *Escalera al Cielo*, un exitoso drama coreano disponible en diversas plataformas de *streaming*, que ha triunfado en más de 15 países latinoamericanos y que en Chile ya había sido emitido por TVN en 2006. A esta producción, ya en 2023, le siguieron las exitosas series *Sorpresas del Destino*, *Mirada de Ángel* y *Pacto de Amor*, todas de tinte dramático y con arcos argumentales reconocibles por el público consumidor del melodrama clásico latinoamericano que incluyen heroínas en desgracia, pérdidas de memoria, enfermedades incurables y villanos inescrupulosos que truncan el destino romántico de los protagonistas. Esta oferta ha sido anunciada por el medio como “teleseries coreanas” que “se toman la tarde de Canal 13”, pues son transmitidas en el horario de después de almuerzo. En dicha franja, han sido programadas junto a

retransmisiones de probados éxitos latinoamericanos como *Yo soy Betty, la Fea* y *Pasión de Gavilanes*.

En el caso de TVN, durante el segundo semestre de 2022 se hizo pública una alianza entre este medio y el canal Korean Broadcasting System (KBS) de Corea del Sur. Dicho acuerdo, pone de manifiesto un interés concreto y planificado por parte del canal chileno por incorporar en su parrilla programática de 2023 contenidos provenientes de ese país y, con ello, atraer nuevas audiencias, más jóvenes, que se han alejado de la pantalla chica. Según las informaciones difundidas, ambos medios tienen como objetivo, por un lado, el intercambio de contenidos -que incluye la exportación a Corea de parte del catálogo del área dramática de TVN- y, por otro, la generación de contenidos para plataformas digitales (especialmente TVN Play) y para distintos programas del canal nacional.

Como hito inaugural de esta alianza, TVN apoyó la difusión del Festival Music Bank 2022 que se realizó en noviembre en el Estadio Monumental de Santiago, y que por primera vez fue transmitido por una señal abierta en Chile. Pese a que dicho festival de K-Pop fue considerado por algunos medios como “caótico” a causa de problemas de producción y a que sólo pudieron presentarse tres de los seis grupos programados por razones climáticas, los miles de personas que llenaron el estadio evidenciaron el creciente éxito de la cultura pop coreana entre los chilenos. De hecho, el 9 de diciembre, se concretó la transmisión del festival por TVN de manera íntegra, incluyendo la caída de una de las cantantes y el momento en que el show se suspende. En dicha oportunidad, se programó también en horario *prime* la galar-donada película coreana *Parásitos* (Parasite), también referente de la llamada “ola coreana” o “hallyu” (Dettleff, 2018; Carballo, 2018).

## **6. Tema del año: Las productoras independientes y la internacionalización de la producción de ficción televisiva en Iberoamérica**

Desde 1967, la industria de la ficción televisiva chilena ha tenido éxitos de audiencia con series y telenovelas como *Los días jóvenes*, *Padre Gallo* y *La colorina*. Sin embargo, la producción era intermitente y los sistemas de producción poco esquematizados. Fue con el estreno de *La madrastra* (1981) que Chile inició una producción continua, con “presupuestos millonarios, competencia entre canales, surgimiento de estrellas y planificación de varias producciones al mismo tiempo” (Rodríguez Frías & Gutiérrez López, 2021, p.15).

Este hecho, junto con la llegada de Herval Rossano en 1982 desde Brasil tras dirigir *La esclava Isaura* (Red Globo), cambió y estructuró la producción de una industria que carecía de sistematización. Ricardo Vicuña, uno de los primeros directores de telenovelas en TVN, recuerda que fue Rossano quien impulsó la forma de organizar las grabaciones con el modelo de “roteros”: “viene de *roteiro*, que en

Brasil significa plan de rodaje. Es la planificación de lo que se va a grabar durante una semana” (Rodríguez Frías & Gutiérrez López, 2021, p.16).

Antaño, los canales eran responsables de todo el proceso de producción, desde la concepción de la idea hasta la contratación de actores, guionistas y equipo técnico, así como la construcción de escenarios, vestuarios y ejecución de grabaciones. El presupuesto dependía del directorio del canal y el *rating* se convertía en un factor crucial para atraer anunciantes.

Hoy, la industria de ficción audiovisual televisiva en Chile ha experimentado cambios significativos en su forma de producción, donde tres factores fueron un punto de inflexión en el sistema: la inclusión de nuevos horarios para la ficción nacional, la creación de nuevas áreas dramáticas en canales que hasta entonces habían producido ficción de manera intermitente, y el fortalecimiento y crecimiento de productoras externas.

### 6.1 El gran salto de las productoras a la TV

Antes, las productoras en Chile se enfocaban en producir publicidad y cine, con proyectos de series o programas para canales específicos de forma secundaria. Los fondos del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) estaban condicionados a la alianza entre la productora y el canal que se comprometía a la emisión.

Sin embargo, a principios de los 2000, el panorama cambió drásticamente. La entrada en escena de la productora Roos Films, con sitcoms, telefilms y telenovelas para varios canales, introdujo una nueva forma de desarrollo de ficción televisiva. A esto se le sumó la apertura de nuevos horarios en la parrilla programática: en 2005, TVN estrenó *Ídolos*, la primera telenovela nocturna en Chile a las 22:00 horas, lo que inauguró una nueva franja horaria para este tipo de ficciones. Adicionalmente, el fin de la serie *Los Venegas* en 2010 dejó a TVN sin contenido en la franja de las 15:00 horas por primera vez en más de dos décadas. Otros canales, en ese horario, emitían telenovelas extranjeras o repeticiones de producciones nacionales, pero TVN apostó por generar su propia telenovela, *Esperanza* (2011), reinstaurando la telenovela diurna chilena, algo que no se veía desde 1982 cuando Canal 13 emitió *Bienvenido Hermano Andes*.

Adicionalmente, TVN y Canal 13, actores de un duopolio de producción prácticamente ininterrumpido de ficción, se vieron enfrentados por Mega y CHV con sus nuevas Áreas Dramáticas que comenzaron a crecer con nuevas propuestas de ficción.

Este contexto, sumado a la falta de espacio en estudios, la necesidad de cumplir con planes de rodaje, y la creciente presión por generar mayor contenido ficcional para la pantalla chica implicó externalizar la creación de nuevas ficciones audiovisuales. Además, era necesario refrescar las lógicas de financiamiento. Pablo Ávila, productor de televisión y actual presidente y director ejecutivo de AGTV y Mazal

Producciones, comenzó a replantearse el modelo de negocios cuando fue Gerente de Producción de TVN y luego como Gerente de Programación de Canal 13, pues empezó a conocer los números macros de la industria. Para él, la televisión enfrentaba una crisis económica, con la publicidad incapaz de mantener los altos estándares de venta de antes. Los canales no podían mantener grandes equipos de personal como tenían en la “Época de oro” de la industria. Ávila (2023) vio “una oportunidad de negocio de independizarse y sacarle ese costo operacional a los canales”.

La productora *Myfriend*, que había sido pionera al producir *Esperanza* con TVN, cambió de canal para producir *Buscando a María* (2015) para CHV. Bowen Producciones, que había producido para Canal 13 la adaptación de la telenovela argentina, *Rebelde Way* bajo el nombre *Corazón Rebelde* (2009), ganó la licitación de TVN para producir *Dama y Obrero* (2012), dando paso a que TVN se convirtiera en su primer y único proveedor. Chilefilms, conocida por producir cine, unitarios y series, además de arrendar sus estudios y dependencias a diversos canales, comenzó a producir en 2019 *Verdades Ocultas* para Mega, generando una alianza que continúa hasta el día de hoy. Por su parte, AGTV firmó en 2015 con la nueva Área Dramática de Mega un acuerdo para producir cuatro telenovelas; tras eso hizo algo similar con Canal 13 por cinco años, para luego volver a Mega a producir *Hijos del desierto* (2023), haciéndose cargo completamente de la facturación y del equipo técnico, incluso cambiando a cámaras con óptica de cine, Blackmagic 12K.

En sus más de dos décadas de experiencia, Jaime Morales, guionista de telenovelas como *Los Carmona*, *La Chúcaro* y la adaptación chilena de la serie *Ana y los siete*, ha sido testigo de esta consolidación entre productoras externas y los canales, que impulsó diferentes modelos de producción: hay canales que actúan como productoras sin apoyo externo, productoras independientes a cargo del contenido de un canal siguiendo sus lineamientos, y, finalmente, un modelo “híbrido” donde, en palabras de Morales (2023) “la productora entra a marcar pautas dentro del contenido a la narrativa o la forma”.

Este cambio de modelos permitió consolidar el uso de productoras independientes para la creación de ficción audiovisual televisivo. Así, Morales, tras darse cuenta de que debido a la crisis de contenido era importante convertirse en gestor de sus propios proyectos, creó su propia productora, Jaime Morales Producciones, presentando una propuesta muy pequeña a TVN. “A medida que avanzábamos en las conversaciones, el proyecto creció y finalmente tuvimos una primera temporada en NTV, el canal cultural del TVN”, explica.

Así nació *Celeste* (2022), una serie juvenil que tuvo tres temporadas y que fluctuó entre la señal cultural de TVN, NTV, y la del canal mismo. Morales vivió lo que implicaba ser productor independiente y lidiar con un canal de manera concreta, pues sabía los límites y línea editorial de NTV, quien “tenía muy claro su espíritu de canal cultural familiar [...]. Ellos velaban por el contenido”.

En la actualidad, la relación entre las productoras externas y los canales de televisión varía según el modelo económico, formato y género que producen. Las productoras de telenovelas, como DDRíos, Mazal y AGTV, dependen en gran medida de los canales, aunque tienen un engranaje de producción estable. Por otro lado, las productoras de series, como Parox o Fábula, suelen tener una estructura más sólida, pues distribuyen para plataformas como Amazon y Netflix. Estas productoras cuentan con una mayor seguridad financiera y eficiencia operativa. En cuanto al cine, existen productoras reconocidas asociadas a directores, como Andrés Wood o Silvio Caiozzi, mientras que el cine independiente depende más de los fondos estatales y suele estar vinculado a productoras más pequeñas e inestables.

## 6.2 Modelos de productoras en la industria audiovisual

En Chile, la Asociación de Productores Independientes (API) agrupa a productoras más pequeñas, mientras que la Asociación de Productores de Televisión (APCT) aúna a productoras que llevan más tiempo y están más establecidas. Sin embargo, para Marcela Santibáñez, productora nominada al Oscar por su trabajo en el documental *El Agente Topo* (2021), “en Chile todas las productoras son independientes”.

Según Santibáñez, lo que permite hablar de distintas escalas y lógicas de financiamiento, diferenciando entre productoras independientes y dependientes, no radica en si producen para plataformas extranjeras o para un canal, sino en su tamaño y capacidad financiera. Las productoras más pequeñas suelen tener dificultades por la falta de flujo de dinero para financiar proyectos. En contraste, las productoras más grandes ya han establecido un flujo constante de ingresos y trabajo. Además, hay una disparidad en la cantidad de empleados y la estabilidad laboral, donde el sistema para las productoras más pequeñas se considera más precario (Santibáñez, 2023).

Santibáñez acota que en Chile la industria audiovisual cuenta con numerosas productoras independientes de tamaño reducido, que surgen por falta de una normativa completa que regule su actividad. En sus palabras, estas productoras son fáciles de crear, pues “si bien es necesario cumplir ciertos requisitos, como ser una persona jurídica, más allá de eso, no hay muchas regulaciones”. Muchas de estas productoras no perduran a largo plazo, ya que son creadas para postular a fondos de financiamiento y desaparecen tras uno o dos años, al carecer de proyectos o solvencia económica, a diferencia de las productoras más grandes y con flujos permanentes, como Fábula, al tener contratos de publicidad y financiamiento internacional. Además, tienen acceso a plataformas adicionales para la distribución de sus contenidos más allá de la TV abierta.

Daniel Castell, director creativo a cargo del desarrollo de contenidos de plataformas de Fábula (en el área de series), difiere con Santibáñez, e identifica tres tipos de productoras de ficción televisiva en Chile: independientes, dependientes y

coproductoras. Las productoras independientes, que para Castell son similares a Fábula, tienen un modelo de negocios sólido y consolidado. Fábula, fundada por Pablo y Juan de Dios Larraín hace casi veinte años, se destacó inicialmente en la producción de publicidad y cine. Su reconocimiento internacional llegó con la película *No* (2012), nominada al Óscar. Posteriormente, en 2014, Fábula incursionó en la televisión con *No, la serie*, transmitida por TVN, y el 2015 creó su departamento de televisión. Sin embargo, si bien Fábula produjo programas para TVN, CHV y Canal 13, pronto dejó de lado los canales chilenos y pasó a producir contenido para las plataformas OTT.

En segundo lugar, Castell especifica que están las productoras dependientes, que se encuentran en una fase inicial y dependen de fondos estatales debido a su falta de antigüedad y trayectoria para participar en coproducciones internacionales. Finalmente, existen las productoras dependientes con un nombre más establecido, cuya estrategia principal es la coproducción. Estas productoras se enfocan en coproducir proyectos hasta lograr la sustentabilidad económica necesaria para desarrollar y vender proyectos por cuenta propia (Castell, 2023).

Tanto Santibáñez como Castell concuerdan que, sean las productoras de ficción televisiva sean independientes o no, lo que más las diferencia es si tienen elementos que faciliten la producción de contenido para plataformas extranjeras, y si saben de las regulaciones y exigencias de catálogos y de los estándares internacionales que se requieren en la industria a nivel global.

Hoy las productoras independientes tienen mayor injerencia en el contenido creativo, en el financiamiento, y exhibición de la ficción audiovisual televisiva, sean o no dependientes de la plataforma de emisión. Las productoras de telenovelas son las que producen con menos independencia por depender del canal para la emisión, a diferencia de las que producen series que tienen diversas plataformas donde vender su contenido. Así, tanto el sistema de producción y quienes están a cargo de estructurar y desarrollar los proyectos de ficción televisiva, han debido adaptarse a una era donde el *streaming* y las plataformas son el futuro. No obstante, Castell (2023) es crítico al respecto, acotando que hoy Fábula está explorando otras fases de financiamiento para no apelar solamente al financiamiento por venta directa con plataformas, pues según él, la tendencia que se está dando en el mercado es que “vuelva la venta de licencias con bastante fuerza”.

La producción de ficción televisiva en Chile ha evolucionado de depender principalmente de los canales y el modelo de “roteros” a ser dominada por productoras independientes que han enriquecido la oferta y promovido la competencia entre canales. Aunque hay diferencias en tamaño y solvencia económica, todas las productoras en Chile se consideran independientes en cierta medida. Estos cambios han impulsado el desarrollo y la profesionalización de la industria de la ficción televisiva en el país.

## Referencias

- AAM (2023) Inversión publicitaria en medios: diciembre 2022. Informe. Asociación de Agencias de Medios.  
<https://aam.cl/informe-de-inversion-publicitaria-diciembre-2022/>
- ACHAP (2013) Inversión publicitaria 2012. Informe. Asociación Chilena de Agencias de Publicidad. (Publicado online, pero ya no disponible)
- Ávila, P. (2023). Entrevista personal.
- Carballo, M. J. R. (2018). Entre doramas y telenovelas. Hallyu en Latinoamérica, esbozo de un nuevo frente cultural. *Journal de Comunicación Social*, 6(6), 197-223.
- Castell, D. (2023). Entrevista personal.
- CNTV (2022) TV, convergencia de medios y cambio social nuevos usos, nuevo contexto social y nuevas opiniones.  
<https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2022/09/TV-y-Convergencia-Nuevos-usos-Nuevas-opiniones-1-1.pdf>
- Dettleff, J. A. (2018). K-dramas Flow into Latin America. *ReVista (Cambridge)*, 18(1), 82-1A.
- Morales, J. (2023). Entrevista personal.
- Pancani, D., Ortega, J.E., Muñoz, C., Castillo, A.M., Rodríguez, C., Muñoz, C., Andrada, P., Eytel, B., & Del Valle, C. (2023). Más amplitud más voces más democracia: aportes para las comunicaciones del Chile que viene. Informe. Universidad de Chile, Universidad de La Serena, Universidad de La Frontera.  
<https://uchile.cl/publicaciones/202434/informe-mas-amplitud-mas-voces-mas-democracia>
- Rodríguez Frías, C. & Gutiérrez López, S. (2021). *Pantalla Viva. Teleseries 40 años*. Fundación Gestionarte.
- Santibañez, M. (2023). Entrevista personal.
- SUBTEL (2022a). Estadísticas sectoriales: televisión. Base de datos. Subsecretaría de Telecomunicaciones  
<https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/television/>
- SUBTEL (2022b). Estadísticas sectoriales: internet. Base de datos. Subsecretaría de Telecomunicaciones  
<https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/internet/>