

CHILE: 50 AÑOS DEL GOLPE Y LA MEMORIA EN LA FICCIÓN¹

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.24.s.chi>

Autores²:

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

Daniela Grassau (<https://orcid.org/0000-0001-7846-832>)

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

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

Equipo:

Ángela Godoy

Introducción

2023 fue el último año de televisión analógica en Chile, en que su apagón definitivo en abril de 2024 obligó a que todos los canales tradicionales terminaran de implementar las segundas señales que la ley les imponía, y optaron por la información, la cultura y la programación infantil.

Las estructuras básicas de programación se mantuvieron, con ligeros descensos en las audiencias, tanto de la televisión abierta como la de pago y también en suscriptores, en esta última. Distinto es el caso del *streaming* donde, si bien no hay cifras abiertas de suscriptores, el crecimiento en el consumo de datos sugiere un aumento.

Respecto de la producción de telenovelas, el dominio de Mega es abrumador. Ni Canal 13 ni TVN intentaron competir y el único intento de Chilevisión fue un fracaso. En otros formatos, TVN sí participó, apoyada en la producción independiente. En plataformas de *streaming*, los 10 títulos de ficción seriada mencionados fueron también exhibidos en televisión abierta y sólo dos de ellos fueron hacia plataformas no relacionadas con el canal de televisión abierta que las exhibió.

En 2023 se conmemoraron los 50 años desde el golpe de estado de 1973. Ese aniversario tuvo una amplia cobertura en la televisión abierta, en diferentes géneros y formatos y, naturalmente, también en la ficción. A los 50 años del golpe y la memoria en la ficción se ha dedicado el tema del año.

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

² Pablo Julio, Francisco Fernández y 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 2023

1.1 La televisión abierta en Chile

Cuadro 1. Canales nacionales de televisión abierta en Chile

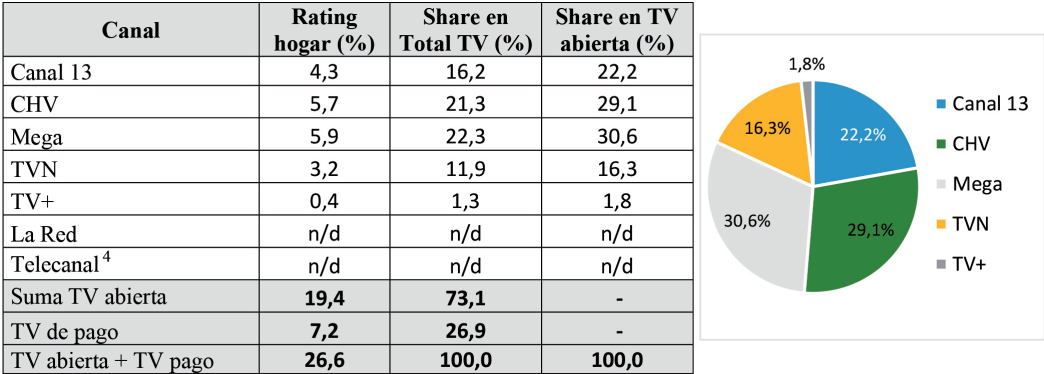
Canales privados (6)	Canales públicos (1)
Canal 13: Grupo Luksic (chileno). Chilevisión (CHV): Paramount Global. Mega: Grupo Bethia (chileno) La Red: Grupo Albavisión. Telecanal: Grupo Albavisión (vía terceros) TV+: Media 23 (chileno, 90%), Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (10%).	Televisión Nacional de Chile (TVN), financiado vía publicidad.
Total de canales: 7	

Fuente: Obitel Chile.

En 2023, Warner Bros Discovery decidió ejercer su opción de salida de Mega y le vendió su 27,5% al grupo controlador Bethia. Con eso, la presencia de propiedad extranjera en los canales de televisión abierta ahora se limita a Paramaount Global en Chilevisión. Al menos en aquellos canales sin una fuerte incertidumbre sobre su futuro, ya que La Red y Telecanal, pertenecientes a Albavisión, que no sólo perdieron US\$ 12 y US\$ 1,3 millones de dólares respectivamente el último año, sino que acumulan pérdidas por US\$ 42 y US\$ 8 millones en los últimos cinco años. En los otros canales la situación es variada, pero sin poner en duda su continuidad: Mega ganó US\$ 10,4 millones, CHV US\$ 1,5 millones, Canal 13 perdió US\$ 2,7 millones, TV+ perdió US\$ 0,7 millones y TVN perdió US\$ 6,6, pero en este caso el 63% de esas pérdidas contables en realidad son los costos de puesta en marcha y operación de NTV, el nuevo canal infantil operado por TVN. Este canal funcionará con financiamiento público directo, a diferencia de TVN, autofinanciado por publicidad.

Un cambio estructural es que 2023 fue el último año con televisión analógica. Tras sucesivas postergaciones, el 15 de abril de 2024 terminó el proceso de apagón analógico. Por eso, durante 2023 los canales de TV abierta debieron prepararse para cumplir la ley que les imponía, para no perder la concesión, que debían tener al menos dos señales al aire. Todos los canales debieron instalar una segunda señal: TVN lo hizo con su señal infantil-cultural NTV; Canal 13 inauguró un canal de noticias, Canal 13 en Vivo; Mega sacó Mega 2, un canal cultural; y Chilevisión, cuya concesión pertenece a la Universidad de Chile, delegó esta segunda señal en la universidad que ahora opera su propio canal.

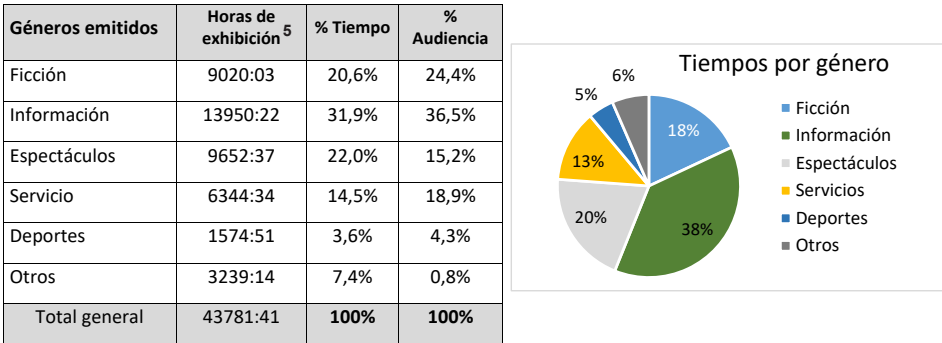
Gráfico 1. Rating y share TV por emisora durante 2023³



Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile.

El empate de 2022 en el primer lugar entre Mega y Chilevisión, este año se volcó ligeramente hacia Mega, en parte por el fracaso de Chilevisión en su retorno a la producción de telenovelas nacionales para el horario previo a los noticiarios centrales. Por tercer año consecutivo, ambos canales se distanciaron de bloque de TVN y Canal 13. Estos canales sufrieron en 2023, en términos de audiencia, su peor y tercer peor resultado desde que existen mediciones.

Gráfico 2. Géneros y horas en la programación de TV durante 2023



Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile.

Considerando los mismos canales en ambos años, la distribución de tiempos y audiencias es muy similar entre 2022 y 2023. La mayor diferencia fue el aumento de un

³ El gráfico 1 muestra las audiencias promedio de las 24 horas del día. Si sólo se considera el intervalo de 7am a 1am, llamado *día televisivo* en la industria, *rating* de los canales de televisión abierta es un 18% mayor, en promedio. En el caso de la televisión de pago, el aumento es de un 14%.

⁴ Los datos de Telecanal y La Red no se incluyen en los gráficos 1 y 2 ya que no están siendo informados por Kantar Ibope Media, ya que dejaron de estar suscritos al sistema de medición. Las últimas veces que fueron medidos arrojaron audiencias promedio de 0.1% y 0.5%, respectivamente. Para el resto del informe, esta omisión esto no es relevante ya que ninguno de los dos emite ficción televisiva de origen iberoamericano, salvo alguna excepción esporádicas no significativas.

⁵ En esta tabla están incluidas las primeras señales de los canales de televisión abierta de alcance nacional, excluyendo a La Red y Telecanal por lo señalado en la nota 4.

50% en el tiempo y audiencia de los deportes. La razón es que Santiago fue la sede de los Juegos Panamericanos 2023. El tiempo real dedicado a cubrir los juegos fue mayor que ese 50% ya que también permeó a otras categorías, como la información. También se verificó un aumento en los tiempos dedicados a la ficción, lo que revirtió una tendencia a la disminución que se observaba sostenidamente desde hace más de una década.

1.2 TV de pago en 2023

El número de hogares suscritos a la televisión de pago alcanzó su máximo en 2018, llegando a un 55% de los hogares chilenos. Desde entonces ha ido retrocediendo hasta el 45% de 2023. Esa caída de 18% en la penetración es mayor en términos de audiencia: en igual período, la audiencia de la televisión de pago ha disminuido en un 53%: hay menos hogares con acceso a la televisión de pago y, quienes sí tienen acceso, la ven menos que antes. Es inevitable atribuir esto al crecimiento del *streaming* como su sustituto. Probablemente, una barrera de contención a la caída de la televisión de pago es que los mismos cableoperadores que la ofrecen son los principales proveedores de internet de banda ancha para los hogares y venden ambos servicios empaquetados.

Cuadro 2. Cadenas de televisión de pago en Chile

10 canales de TV de pago más vistos en Chile en 2023 ⁶			
Canal	Género	Origen	Rating hogar (%)
24 Horas	Información	Chile	0,38
Tierra Brava	Reality en vivo	Chile	0,33
TNT Sport HD	Deportes	Chile	0,32
Universal TV	Ficción	Extranjera	0,28
AXN	Ficción	Extranjera	0,25
TNT Series	Ficción	Extranjera	0,24
Cartoon Network	Infantil	Extranjera	0,22
ESPN	Deportes	Chile	0,21
TNT	Ficción y +	Extranjera	0,21
Space	Ficción y +	Extranjera	0,20

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile.

El cuadro 2 es similar al de 2022: ocho de los 10 canales que estuvieron entonces vuelven a estar, todos con menor audiencia, y 24 Horas sigue liderando la lista. Sin embargo, hay cambios significativos. CNN Chile, el pionero, desde 2008, en las noticias en la televisión de pago en Chile, salió de los 10 tras ser el segundo el año anterior. Esto

⁶ Calculado sobre las 24 horas del día.

coincidió con su paso desde ser propiedad directa de Warner a ser una franquicia operada por un empresario local.

La segunda novedad es Tierra Brava. Es segundo canal más visto está dedicado a la transmisión continua de un *reality show* de Canal 13. No es el único *reality* exitoso. Parece ser el retorno de un género que dominó la televisión chilena hace 15 años.

1.3 Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

El financiamiento de la televisión chilena es fundamentalmente publicitario. El Estado aporta fondos concursables que son un aporte para el desarrollo de programas de calidad, pero mientras los recursos que aporta el fondo del Consejo Nacional de Televisión fueron en 2023 US\$5,7 millones, los recursos publicitarios sumaron US\$285,9 millones. Un 98% de los recursos vienen de la publicidad y un 2% del CNTV. Esas proporciones han sido constantes los últimos cinco años. Esta completa dependencia en la televisión abierta de la inversión publicitaria, incluyendo al canal público, hace especialmente preocupante la evolución que ha tenido, siguiendo las mismas tendencias que en el resto del mundo. La inversión publicitaria en televisión durante 2023, medida en dólares, fue un 80% de la observada hace 5 años y un 56% de la de hace diez.

Sin embargo, el 2% de participación del CNTV en el financiamiento de la TV, que no paga su operación de base, sí puede ser un aporte a la producción de piezas de ficción de calidad cuando logra articularse con financiamientos internacionales a través de coproducciones. Un avance en ese sentido ha sido que el CNTV flexibilizara sus normas, permitiendo que los estrenos en plataformas de *streaming* puedan ocurrir antes de emitirse en un canal de televisión abierta, lo que facilita que esos acuerdos con plataformas se realicen.

1.4 Políticas de comunicación

Tras los rechazos a las propuestas constitucionales de la Convención Constitucional (2022) y del Consejo Constitucional (2023), ambas con propuestas en el ámbito de las comunicaciones, el espíritu reformador se apaciguó en Chile, al menos por un tiempo. Sin embargo, cabe destacar dos acciones orientadas a enfrentar los cambios que están ocurriendo.

El gobierno convocó a una comisión, integrada por destacados académicos, para diagnosticar y proponer acciones frente al fenómeno de la desinformación. La convocatoria provocó suspicacias sobre las motivaciones del gobierno, pero quedaron superadas por la calidad del diagnóstico y la prudencia de sus recomendaciones. Estas relevan la necesidad de un enfoque multidimensional, la importancia de la colaboración internacional y la transparencia y se focaliza en la desinformación en redes sociales, los procesos electorales, la ciberseguridad y salud pública, subrayando la importancia de la alfabetización mediática y el fortalecimiento de los medios

de comunicación, promoviendo la transparencia, la protección de los derechos humanos y la protección de la integridad de la información y la democracia.⁷

Un segundo informe, que puede tener efectos de largo plazo es la “Estrategia de transformación digital: Chile Digital 2035” desarrollada por la Comisión de Transportes y Telecomunicaciones del Senado con la colaboración de otras instituciones. Apunta la transformación digital de Chile, promoviendo un desarrollo inclusivo y sostenible en todos los sectores de la sociedad.⁸

1.5 Infraestructura de conectividad digital y móvil

Ookla es una empresa norteamericana que provee mediciones de velocidad de internet usadas en diversos índices, como el *Digital Quality of Life Index*. De acuerdo con sus mediciones, Chile ocupa el lugar 73 en el mundo en velocidad de conexiones móviles y tercero en velocidad de conexiones fijas.⁹ Por otra parte, en términos de *infraestructura*, entendida como una medida que sintetiza el nivel de uso de la población y la capacidad instalada del país para aprovechar las oportunidades de las tecnologías de información, el *Digital Quality of Life Index* le asigna a Chile el lugar 35 en el mundo y primero en América Latina.¹⁰

Independientemente de las posiciones de Chile en los *rankings*, la Subsecretaría de Telecomunicaciones lleva un registro histórico de la disponibilidad de conexiones de datos tanto fijos como móviles. A diciembre de 2023, el número de conexiones móviles 3G, 4G y 5G, las útiles para consumo de *streaming*, supera en un 12% al tamaño de la población.¹¹ En cuanto a conexiones fijas, considerando sólo aquellas de uso residencial, que son las relevantes para el acceso a consumos audiovisuales, éstas alcanzan a un 62% de los hogares de Chile.¹²

Todo lo anterior indica que Chile cuenta con muy buenas condiciones para el consumo de contenidos digitales *online*.

⁷ Disponible en <https://minciencia.gob.cl/areas/comision-contra-la-desinformacion/> (revisado el 01/04/2024)

⁸ Disponible en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/49067-estrategia-transformacion-digital-chile-digital-2035> (revisado el 08/06/2024)

⁹ Disponible en <https://www.speedtest.net/global-index> (revisado el 12/06/2024)

¹⁰ Disponible en <https://surfshark.com/dql2023/methodology> (revisado el 12/06/2024)

¹¹ Superaron a la cantidad de habitantes en 2018. La cantidad en exceso se explica en conexiones de uso profesional o usadas para conexiones de equipos, como cajeros automáticos, cobradores de tarjetas o sistemas de posicionamiento, entre otros. Las estadísticas de conexiones están disponibles en el sitio de la Subtel, en <https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/internet/> (revisado el 24/05/2024)

¹² El crecimiento promedio es de un 5%, excepto en los años de pandemia, 2020 y 2021, en que creció al 12% anual.

2. Análisis del Año: La ficción de estreno nacional e iberoamericana en 2023¹³

TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2023

TÍTULOS NACIONALES INÉDITOS - 10	TÍTULOS EXTRANJEROS INÉDITOS - 8
Canal 13	Canal 13
-	1. <i>Gloria Trevi: Ellas Soy Yo</i> (serie-EEUU-Hispano)
CHV	CHV
1. <i>Dime con Quién Andas</i> (telenovela)	2. <i>Pantanal</i> (telenovela-Brasil)
Mega	Mega
2. <i>Como la Vida Misma</i> (telenovela)	3. <i>Corazón de Madre</i> (telenovela-Brasil)
3. <i>Generación 98</i> (telenovela)	4. <i>Corran por sus Vidas</i> (telenovela-Brasil)
4. <i>Hijos del Desierto</i> (telenovela)	5. <i>Éramos Seis</i> (telenovela-Brasil)
5. <i>Juego de Ilusiones</i> (telenovela)	6. <i>Huérfanos de su Tierra</i> (telenovela-Brasil)
6. <i>La Ley de Baltazar</i> (telenovela)	7. <i>Sol Naciente</i> (telenovela-Brasil)
TVN	TVN
7. <i>Alma Negra</i> (serie)	8. <i>Café con Aroma de Mujer</i> (telenovela-EEUU-Hispano)
8. <i>Cecilia la Incomparable</i> (miniserie)	
9. <i>La Sangre del Camaleón</i> (miniserie)	COPRODUCCIONES OBITEL INÉDITAS - 1
10. <i>La Vida de Nosotras</i> (unitarios)	TVN
	1. <i>Los Mil Días de Allende</i> (miniserie-Coproducción Obitel)
	TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 19

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile.

Desde que en 2014 Mega remeció a la industria, primero arrebatándole a TVN casi completa su área de producción de ficción, luego irrumpiendo el primer trimestre con la primera producción turca emitida el América Latina, *Las Mil y Una Noches* y, finalmente, al comenzar a emitir en el cuarto trimestre *Pituca sin Lucas*, su primera telenovela de esta nueva era, Mega ha ido progresivamente transformándose en un actor casi monopolístico. Medido en términos de audiencia de telenovelas locales de estreno, enrte¹⁴

Pero 2023 agrega un dato especialmente relevante. Desde comienzos de los años 80 y por más de 30 años, TVN y Canal 13, que fueron un duopolio en materia de telenovelas chilenas, en 2023, por primera vez, ninguno produjo ninguna telenovela.

El caso de TVN es más significativo: a comienzos de 2024 le vendió a Mega los guiones de sus telenovelas más emblemáticas de la época dorada de la telenovela chilena: *La Fiera* (1999), *Amores de Mercado* (2001) y *El Señor de la Querencia* (2008), lo que, en la práctica, es una declaración de renuncia a volver a participar de esa industria.

¹³ En este informe deja de reportarse la programación de La Red, al igual que Telecanal en años anteriores. Para efectos de producción de ficción chilena es irrelevante, porque nunca la han producido, pero La Red sí emite producciones iberoamericanas de bajo costo. La Red arrastra pérdidas de más de US\$40 millones en los últimos cinco años y ha sido excluida, por no pago, de los sistemas de medición y registro de programación.

¹⁴ Ese dominio no se limita a las telenovelas de origen nacional. Si se consideran todos los orígenes y horarios, su participación de audiencia alcanza un 72%.

El otro actor entre los cuatro canales principales, CHV, tras su compra por Paramount Global tuvo un comienzo poco promisorio en su retorno a la producción de telenovelas, que había abandonado en 2020. *Dime con Quién Andas*, tuvo un buen comienzo en horario *prime* con 16 puntos de *rating* hogar. Pero al segundo episodio bajó a la mitad y al noveno estaba ya en cuatro puntos. Tras eso fue movida al horario nocturno.

TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2023

TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS - 21	TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS - 12
Canal 13	Canal 13
1. <i>Los 80: más que una moda</i> (serie)	1. <i>Yo Soy Betty, La Fea</i> (telenovela-Colombia)
CHV	2. <i>Doña Bárbara</i> (telenovela-México)
2. <i>Cesante</i> (unitario)	CHV
Mega	3. <i>Justicia</i> (miniserie-Brasil)
3. <i>Amar Profundo</i> (telenovela)	Mega
4. <i>Casa de Muñecos</i> (telenovela)	4. <i>Aguanta Corazón</i> (telenovela-Brasil)
5. <i>Casado con Hijos</i> (sitcom)	5. <i>Corazón de Madre</i> (telenovela-Brasil)
TVN	6. <i>Dulce Ambición</i> (telenovela-Brasil)
6. <i>Celeste</i> (serie)	TVN
7. <i>Cuentos Chilenos</i> (telefilm)	7. <i>El Clon</i> (telenovela-Brasil)
8. <i>El Cuento del Tío</i> (unitario)	8. <i>Terra Nostra</i> (telenovela-Brasil)
9. <i>El Día Menos Pensado</i> (docudrama)	9. <i>Celia, la Serie</i> (telenovela-Colombia)
10. <i>En Terapia</i> (serie)	10. <i>Enigma</i> (unitario-España)
11. <i>Iorana</i> (telenovela)	11. <i>Raphael</i> (miniserie-España)
12. <i>La Gabriela</i> (telefilm)	12. <i>Hasta que te Conocí</i> (miniserie-México)
13. <i>La Vida es una Lotería</i> (unitario)	COPRODUCCIONES OBITEL REPUESTAS - 2
14. <i>Mea Culpa</i> (docudrama)	Canal 13
15. <i>Mea Culpa Clásicos</i> (docudrama)	1. <i>Pasión de Gavilanes</i> (telenovela-Coproducción Obitel)
16. <i>Mea Culpa El Regreso</i> (docudrama)	CHV
17. <i>Nuestros Cuentos Chilenos</i> (telefilm)	2. <i>Inés del Alma Mía</i> (miniserie-Coproducción Obitel)
18. <i>Teresa de los Andes</i> (miniserie)	
19. <i>Una Historia Necesaria</i> (serie)	
TV+	
20. <i>Los Años Dorados</i> (sitcom)	
21. <i>Los Venegas</i> (sitcom)	
	TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 35

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile

Aunque ocupe horarios secundarios comparada con la ficción de estreno, a las reposiciones les cabe un rol significativo en la programación. En 2023 hubo un 17% más de tiempo dedicado a las iberoamericanas ficciones repuestas que a la de estreno y la proporción estreno/ficción es similar en los distintos canales a la que tuvieron en 2022. Sin embargo, las diferencias entre canales son notorias. TVN vuelve a hacer un uso intensivo de ellas, sacándole partido a la profundidad de su catálogo de producciones exitosas, llegando a reponer *Teresa de los Andes*, una miniserie estrenada en

1989. Sin embargo, Canal 13, que tiene un catálogo tan profundo como el de TVN, prácticamente no uso de él. En 2023 sólo repuso una serie, *Los 80*, disminuyendo el ya limitado uso de este recurso en 2022 en que había repuesto dos telenovelas.

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

Formato	Títulos						Horas					
	2019	2020	2021	2022	2023	Total	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	11	5	7	7	6	36	682:30	224:55	545:00	457:00	470:50	2380:15
Serie	4	6	2	2	1	15	61:00	44:35	20:50	19:55	11:25	157:45
Miniserie	1	1	3	0	3	8	3:00	4:30	10:45	0:00	11:45	30:00
Telefilm	1	0	0	0	0	1	0:55	0:00	0:00	0:00	0:00	0:55
Unitarios	0	0	0	0	1	1	0:00	0:00	0:00	0:00	2:30	2:30
Docudrama	0	0	1	0	0	1	0:00	0:00	10:05	0:00	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	12	13	9	11	62	747:25	274:00	586:40	476:55	496:30	2581:30

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – obitel Chile

2023, al igual que 2022, muestra una marcada concentración de la ficción nacional en la telenovela, alcanzando un 95% en ambos años. Por su naturaleza, la telenovela genera más horas de emisión que otros formatos, pero contrasta con 72% que alcanzaba hace 10 años y el 66% de hace 15.

TABLA 3. Ficción de estreno exhibida en 2023: países de origen

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	11	57,9	496:30	51,2
PAÍSES OBITEL (total)	8	42,1	473:30	48,8
Argentina	0	0,0	0:00	0,0
Brasil	6	31,6	442:10	45,6
Chile	10	52,6	491:50	50,7
Colombia	0	0,0	0:00	0,0
Ecuador	0	0,0	0:00	0,0
España	0	0,0	0:00	0,0
EE.UU. Hispano	2	10,5	31:20	3,2
México	0	0,0	0:00	0,0
Perú	0	0,0	0:00	0,0
Portugal	0	0,0	0:00	0,0
Uruguay	0	0,0	0:00	0,0
Venezuela	0	0,0	0:00	0,0
COPRODUCCIONES (Totales)	1	5,3	4:40	0,5
Coproducciones Nacionales	1	5,3	4:40	0,5
Coproducciones Países Obitel	0	0,0	0:00	0,0
TOTAL	19	100,0	970:00	100,0

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile

Al comparar la tabla 3 con la del año anterior el dato más significativo es la desaparición de México, que representaba un 23% de las horas. El 20% de eso se debe que efectivamente terminó por ser desplazado por la ficción turca, pero el 80% restante se explica porque en la tabla no se incluye a La Red, como se explica en la nota 12. Aunque sus audiencias, cuando se medían, eran marginales, aportaban horas de programación.

La segunda advertencia significativa es lo que omite la tabla: la ficción turca. Considerándola, la ficción turca copa un 57% del tiempo de pantalla, mientras que la chilena y la iberoamericana se reparten el 43% restante, casi en partes iguales. Respecto de la audiencia, el desplazamiento de lo iberoamericano se profundiza. Sólo alcanza un 8% de la audiencia, mientras que la ficción chilena llega al 49% y la turca al 43% restante.¹⁵

TABLA 4. Formatos de ficción nacional e iberoamericana exhibida en 2023

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionales	%	Resto Obitel	%	Nacionales	%	Resto Obitel	%
Telenovela	6	54,5	7	87,5	470:50	94,8	471:00	99,5
Serie	1	9,1	1	12,5	11:25	2,3	2:30	0,5
Miniserie	3	27,3	0	0,0	11:45	2,4	0:00	0,0
Telefilm	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Unitarios	1	9,1	0	0,0	2:30	0,5	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	8	100	496:30	100	473:30	100

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile - Obitel Chile

La omisión de La Red en esta tabla hace que el panorama que muestra sea menos completo, pero paradójicamente, más honesto. Con programas como *La Rosa de Guadalupe* se agregaban 150 horas de unitarios que mostraban diversidad en lo que se importaba de Iberoamérica, pero diversidad invisible que promediaba 0.8% de *rating* hogar. El hecho es que, salvo excepciones anecdóticas, lo que se ve en Chile de ficción televisiva iberoamericana de estreno son solamente telenovelas, fundamentalmente brasileñas.

¹⁵ Las referencias a la participación turca son respecto de la ficción de estreno. Al incluir reposiciones, suben las participaciones de Chile e Iberoamérica.

TABLA 5: 10 Títulos más vistos en 2023

	Título	Canal	Productora (País)	Formato/género	No. de cap/ep en 2023	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>La Ley de Baltazar</i>	Mega	Mega/Chilefilms (CL)	Telenovela/Drama	88	Prime time	17,2	28,5
2	<i>Como la Vida Misma</i>	Mega	Mega/Mazal (CL)	Telenovela/Comedia romántica	162	Prime time	15,0	22,6
3	<i>Generación 98</i>	Mega	Mega/Chilefilms (CL)	Telenovela/Drama	117	Prime time	14,7	23,0
4	<i>Hijos del Desierto</i>	Mega	Mega/Mazal (CL)	Telenovela/Drama	89	Prime time	12,7	21,1
5	<i>Juego de Ilusiones</i>	Mega	Mega/Mazal (CL)	Telenovela/ Melodrama	245	Tarde	12,5	26,1
6	<i>Gloria Trevi: Ellas Soy Yo</i>	Canal 13	TelevisaUnivision (MX)	Serie/ Biopics	4	Nocturno	8,4	19,2
7	<i>Alma Negra</i>	TVN	TVN/Ladrón de Bicicletas (CL)	Serie/ True crime	9	Prime time	6,3	11,5
8	<i>Cecilia la Incomparable</i>	TVN	Hugo Miller Producciones (CL)	Miniserie/ Biopics	2	Prime time	5,8	9,6
9	<i>Huérfanos de su Tierra</i>	Mega	Rede Globo (BR)	Telenovela/ Drama	48	Tarde	5,5	13,2
10	<i>Los Mil Días de Allende</i>	TVN	Parox (CL) + Otros	Miniserie/ Drama	4	Prime time	5,1	8,5
Total de producciones nacionales: 8				Guiones originales extranjeros: 2				

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile

A diferencia de 2022, absolutamente dominado por Mega, el *Top 10* de 2023 da espacio títulos emitidos por otros canales, tanto de origen nacional como extranjero, aunque sólo en formatos distintos a la telenovela. Debe observarse que todo el *Top 10* de origen nacional fue producido externamente, ya sea por encargo o como producción independiente. Dos de esas productoras, Mazal y Chilefilms, ya se han consolidado como las principales desarrolladoras de telenovelas en Chile. Ya que la ficción televisiva turca es un competidor directo de la iberoamericana, debe tenerse en cuenta que, de incluirse la en la tabla 5, cuatro telenovelas turcas entrarían a la lista.

TABLA 5b: 10 Títulos nacionales más vistos en 2023

	Título	Canal	Productora (País)	Formato/género	No. de cap/ep en 2023	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>La Ley de Baltazar</i>	Mega	Mega/Chilefilms (CL)	Telenovela/Drama	88	Prime time	17,2	28,5
2	<i>Como la Vida Misma</i>	Mega	Mega/Mazal (CL)	Telenovela/Comedia romántica	162	Prime time	15,0	22,6
3	<i>Generación 98</i>	Mega	Mega/Chilefilms (CL)	Telenovela/Drama	117	Prime time	14,7	23,0
4	<i>Hijos del Desierto</i>	Mega	Mega/Mazal (CL)	Telenovela/Drama	89	Prime time	12,7	21,1
5	<i>Juego de Ilusiones</i>	Mega	Mega/Mazal (CL)	Telenovela/Melodrama	245	Tarde	12,5	26,1
7	<i>Alma Negra</i>	TVN	TVN/Ladrón de Bicicletas (CL)	Serie/True Crime	9	Prime time	6,3	11,5
8	<i>Cecilia la Incomparable</i>	TVN	Hugo Miller Producciones (CL)	Miniserie/Biopics	2	Prime time	5,8	9,6
10	<i>Los Mil Días de Allende</i>	TVN	Parox (CL) + Otros	Miniserie/Drama	4	Prime time	5,1	8,5
11	<i>La Vida de Nosotras</i>	TVN	TVN/BTF Media (CL)	Unitarios/True Crime	4	Prime time	4,6	7,9
13	<i>La Sangre del Camaleón</i>	TVN	Inteligencia Colectiva (CL)	Miniserie/Drama	4	Prime time	3,9	6,9
				Guiones originales extranjeros: 0				
				0%				

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile

La tabla 5b muestra las 10 ficciones nacionales más vistas, de un total de 11. La excluida es *Dime con Quién Andas*, de CHV, que fue sacada del *Prime* por su pésimo desempeño.

Hace 10 años esta tabla era innecesaria porque las 10 más vistas habían sido siempre nacionales, pero con un datos adicional que muestra el retroceso del consumo de telenovelas en Chile: la última del *Top 10* de 2013 fue *Dama y Obrero* con 14,4% de *rating*.

TABLA 6: 10 Títulos más vistos en 2023

Título		Canal	Sexo %		GSE%			
			Mujeres	Hombres	ABC1	C2	C3	D
1	La Ley de Baltazar	Mega	67	33	8	19	32	42
2	Como la Vida Misma	Mega	68	32	8	18	38	36
3	Generación 98	Mega	66	34	10	19	35	36
4	Hijos del Desierto	Mega	64	36	8	18	34	41
5	Juego de Ilusiones	Mega	69	31	8	16	26	50
6	Gloria Trevi: Ellas Soy Yo	Canal 13	65	35	6	17	29	48
7	Alma Negra	TVN	63	37	11	17	27	45
8	Cecilia la Incomparable	TVN	64	36	8	12	29	51
9	Huérfanos de su Tierra	Mega	66	34	7	14	32	47
10	Los Mil Días de Allende	TVN	53	47	15	28	21	37

Título		Edad %						
		04 - 12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64	65-+
1	La Ley de Baltazar	3	3	5	12	24	26	27
2	Como la Vida Misma	5	3	5	14	25	26	22
3	Generación 98	3	3	5	13	24	26	25
4	Hijos del Desierto	3	3	6	11	24	28	27
5	Juego de Ilusiones	4	2	4	10	20	25	35
6	Gloria Trevi: Ellas Soy Yo	5	1	6	13	28	24	22
7	Alma Negra	2	4	3	12	21	26	33
8	Cecilia la Incomparable	1	1	2	9	11	20	56
9	Huérfanos de su Tierra	3	2	6	10	20	24	35
10	Los Mil Días de Allende	1	1	0	16	22	26	34

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – Obitel Chile

Los perfiles de audiencia de las producciones del *Top 10* siguen el patrón habitual, con dos excepciones. Una es *Cecilia la Incomparable* que muestra una alta proporción de público de más de 65 años. La explicación estpa en su contenido. Se trata de una *biopics* de una cantante, ídola juvenil de los años 60 y principios de los 70, lo que la proximidad es natural. La otra es *Los Mil Días de Allende*, estrenada cerca de la conmemoración del golpe militar de 1973, en que la motivación para verla política o histórica, lo que explica que su público sea menos femenino que lo habitual, con mayor proporción de grupos socioeconómicos altos y de mayor edad.

3. Monitoreo VoD 2023

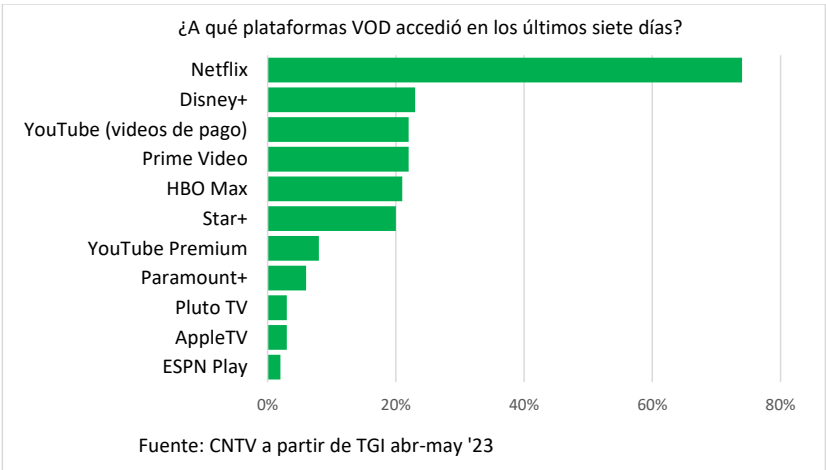
3.1. Mercado de plataformas de VoD

Ninguna de las principales empresas de *streaming* informa sus cifras de abonados en Chile, lo que obliga a recurrir a estimaciones realizadas por otras empresas, con metodologías y criterios muchas veces no comparables.

Una fuente habitual es JustWatch, que sitúa a Netflix con un 21% de participación de mercado, seguida cerca por PrimeVideo, con un 20%.¹⁶ Sin embargo, a pesar de su popularidad, este estudio no mide cantidad de usuarios sino que ofrece una medida del interés por esos servicios. Sus números son muy distintos a los de otras fuentes que sí intentan estimar cantidades de usuarios o de preferencias entre opciones. Entre estas se encuentra FlixPatrol que estima en 1,5 millones la cantidad de usuarios de Netflix en Chile (2024) y en 300.000 la cantidad de usuarios de PrimeVideo (2022).¹⁷ Lamentablemente, estas estimaciones de cantidad de usuarios no están disponibles para otras plataformas ni para todos los años.

En una aproximación distinta, en Consejo Nacional de Televisión (CNTV) publicó en febrero de 2024 una estimación de niveles de acceso de la población a distintos tipos de medios, basado en el estudio de TGI (Target Group Index) de la empresa Kantar Ibope Media Chile. Según esta fuente, la pregunta “¿A qué plataformas accedió en los últimos siete días?”, tuvo los siguientes resultados:

Gráfico 3. Personas que acceden a las principales plataformas VoD internacionales



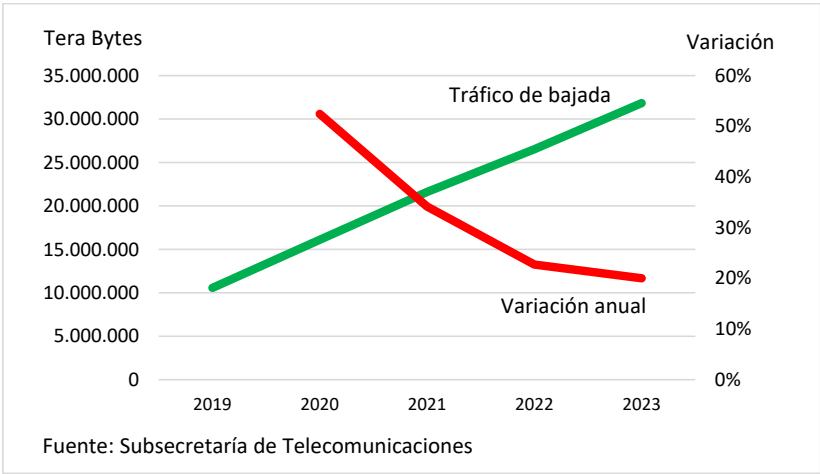
El gráfico 3 muestran un dominio muy claro en Chile de Netflix y un virtual empate entre las siguientes cinco alternativas. Asimismo, muestran que un alto porcentaje de la población declara haber accedido a esa plataforma, ya sea como usuario directo o indirecto. En el otro extremo, a pesar de la intensa promoción que Pluto TV ha tenido en CHV (ambos de Paramount Global), ejecutivos de este canal comentan que ha estado muy lejos de alcanzar sus metas de usuarios en Chile.

¹⁶ JustWatch Streaming Charts Chile (Q42023)

¹⁷ <https://flixpatrol.com/streaming-service/netflix/subscribers/#list> (consultado el 01/05/2024). Estas cantidades de usuarios representan aproximadamente un 22% y 4% de los hogares, respectivamente.

Sin información directa sobre la evolución del consumo de *video on demand*, una opción es recurrir a medidas indirectas, como es el tráfico de datos en internet. El *2024 Global Internet Phenomena Report*, elaborado por la empresa Sandvine,¹⁸ muestra que el *video on demand* explica un 57% del tráfico de datos de bajada entre los distintos países de América, donde las aplicaciones dominantes en ese tráfico son YouTube (14%), Prime Video (11%) y Netflix (11%).¹⁹ Por otra parte, la Subsecretaría de Telecomunicaciones informa regularmente del tráfico de datos realizado en Chile por redes fijas y móviles. Esa información agregada se sintetiza en el gráfico 4.²⁰

Gráfico 4. Tráfico de datos de bajada en Chile



En los últimos años, el aumento del volumen de datos de bajada, presumiblemente empujado por el *streaming on demand*, ha tenido un crecimiento prácticamente lineal, aumentando en promedio de 5,3 millones TB al año. Eso implica una tasa decreciente, pero aún altísima, superior al 20% anual, más de 10 veces el crecimiento de la actividad económica. Nada de esto hace presumir que el consumo de *streaming on demand* esté cerca de su techo.

3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2023

La oferta de servicios de VoD en Chile es tan amplia como la de cualquier país con acceso libre a la web. Sin embargo, lista de plataformas populares se acota dramáticamente a las mostradas en el gráfico 3, siendo todas internacionales. El informe del CNTV también incluye las plataformas nacionales de VoD, pero no aparecen identificadas al no superaran el 1% alcance.

¹⁸ El informe completo puede descargarse desde la siguiente dirección https://www.sandvine.com/hubfs/Sandvine_Redesign_2019/Downloads/2024/GIPR/GIPR%202024.pdf

¹⁹ En el caso de Europa, el volumen de tráfico de bajada explicado por VoD sería un 63% y las principales aplicaciones YouTube (15%), Netflix (15%) y DAZN (7%).

²⁰ La serie informada por la subsecretaría puede consultarse en el sitio institucional: <https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/internet/>

Enfocando la atención sólo en las plataformas de VoD nacionales, independientemente de su grado de popularidad, 2023 muestra pocos cambios respecto del año anterior. Al menos en aquella parte oferta que es visible, ya que la reducción en los costos hace que actualmente muchas organizaciones puedan poner a disposición del público sus propias librerías de contenidos.

Un actor relevante en la oferta de plataformas VoD es el Estado. Su oferta se encuentra dispersa entre sus distintos servicios, donde cabe destacar:

- CNTV Play: El Consejo Nacional de Televisión, el organismo encargado de la regulación de la televisión. También cumple un rol de fomento, promoción de la calidad y diversidad de los contenidos por la vía de la entrega de fondos concursables. Todas las producciones que hayan recibido fondos del CNTV deben estar disponibles en esta plataforma, cuyo acceso está disponible sólo desde Chile
- CNTV Infantil: Adicionalmente a las obras beneficiadas con su fondo concursable, en CNTV también pone a disposición de la comunidad a través de esta plataforma y de canales de televisión nacionales una oferta de contenidos educativos para el público infantil.
- Ondamedia: El rol de fomento que cumple el CNTV para la televisión, respecto del cine es asumido por el Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio. Del mismo modo, todas las obras que hayan recibido fondos de este ministerio están disponibles en esta plataforma. Además de facilitar el acceso gratuito para la población, es un mecanismo de transferencia de recursos hacia los creadores. Con límites a los montos y otros resguardos, cada vez que una película es vista por una persona, se genera un pago a sus creadores.
- TVN Play: A través de esta aplicación, TVN ofrece buena parte de su catálogo histórico de producciones de ficción y otros géneros. Asimismo, es una vía de acceso a sus distintas señales: la señal principal TVN, el canal infantil nTV, TVN 3 y la señal internacional TVN Chile.
- TV Senado: La plataforma del senado, además de permitir acceder a las sesiones de la sala y las comisiones, ofrece programas periodísticos sobre la actividad legislativa y, muy significativamente, las conferencias del Congreso del Futuro.²¹
- Cineteca Nacional: La cineteca es el organismo encargado de promocional, preservar y conservar la cinematografía y el patrimonio audiovisual del país. Además de su trabajo con materiales físicos, ofrece un servicio de acceso VoD a parte de los materiales que conserva²²
- Archivo Patrimonial USACH: Este archivo de la Universidad de Santiago, en su área audiovisual, conserva materiales históricos de la Universidad Técnica del Estado, de la cual la Universidad de Santiago es la continuadora.

²¹ La Cámara de diputados y diputadas también tiene una plataforma, pero se limita al registro de las sesiones de la sala.

²² La muestra online de la cineteca no comprende todos sus materiales, pero si mantiene un catálogo en línea algo hostil, disponible en esta dirección, ni amigable ni fácil de encontrar: <https://cineteca-nacional-bd.cl/acervo/8320ba399a46a571140bea0780b119917d74a0fc/ffb3a13e1b09dcd4663930b-3b118ae5f992221b5/index.php?mp=hom&mh=>

En el ámbito universitario privado, el Archivo Fílmico UC de la Pontificia Universidad Católica de Chile tiene una vocación similar al de la Universidad de Santiago en su dimensión histórica, pero que ha seguido acrecentándose hasta la actualidad. Aparte de Estadio TNT Sports Chile, donde sus suscriptores pueden seguir el torneo local de fútbol y contenidos relacionados, la principal oferta privada de servicios de VoD proviene de los propios canales de televisión abierta y los operadores de televisión de pago. En el caso de los primeros, desatacan: 13Now, de Canal 13, y Mega Go, de Mega. El primero es un servicio gratuito y el segundo pagado. CHV, no cuenta con una aplicación propia, sino que es parte del servicio gratuito Pluto TV, de Paramount Global, la propietaria de la señal de televisión. Del mismo modo, los operadores de televisión de pago ofrecen servicios de *streaming* tanto en vivo como VoD, pudiendo ser estos gratuitos, de alquiler o compra. Los operadores que ofrecen plataformas son Movistar Play, Entel Go, DirecTV Go. En el caso de VTR+ y Claro Video, es probable que converjan a una sola plataforma tras la fusión de las compañías.

En 2020 se lanzó una nueva plataforma chilena, concentrada en contenido latinoamericano, con la ambición de expandirse primero a Argentina y luego al resto del continente, incluyendo los EE.UU. Su novedad era su financiamiento exclusivamente publicitario. A la fecha sigue en operaciones en Chile, Argentina y Colombia. Incluso logró una nueva ronda de financiamiento por US\$700.000 en 2023 y habría tenido ventas publicitarias por US\$135.000 en 2022, además de más de 350.000 usuarios activos. Sin embargo, su presencia en medios de comunicación y redes sociales es mínima.²³

3.3. Análisis del VoD en 2023: la ficción de estreno nacional y las coproducciones

A diferencia de años anteriores, 2023 fue uno en que las grandes plataformas internacionales de *streaming* no exhibieron la expresión “Producción original” al estrenar de series chilenas. Tampoco se vieron en Netflix o Prime Video obras de las productoras independientes chilenas de mayor tamaño que habitualmente han trabajado con esas empresas. No fue una sorpresa. Ambas compañías habían dado señales de reducirían su producción en Chile y que se limitaría a películas. De las 10 series chilenas estrenadas en 2023, ocho se exhibieron en plataformas relacionadas con los canales de televisión que las exhibieron.

La tabla 5 muestra cinco títulos exhibidos tanto en Mega Go como en Mega, que es la propietaria, donde, además de sus propios contenidos de ficción, también se exhiben otros contenidos y señales en vivo. Con *Dime con Quién Andas* la situación es similar, pero aquí el canal de televisión abierta fue Chilevisión y la plataforma de *streaming* Paramount+, siendo ambos de propiedad de Paramount Global. El

23 <https://ecosistemastartup.com/blog/actualidad/riivi-recauda-us700-mil-a-traves-de-brookta-que-inversionistas-apostaron-por-esta-plataforma/> (consultado el 20-05-2024)

caso de TVN es ligeramente diferente. *Alma Negra* y *La Sangre del Camaleón* son dos series exhibidas por TVN y producidas a través de productoras independientes que están disponibles en la plataforma TVN Play (gratuita). Sin embargo, además fueron publicadas en YouTube, con lo que eliminó cualquier posibilidad de que sean comercializadas más adelante.

Los otros dos casos obedecen a un esquema de producción independiente que es exhibida en un canal de televisión abierta y una plataforma de *streaming*.

Los Mil Días de Allende fue producida en el marco de la conmemoración de los 50 años desde el golpe de estado de 1973 y se trata de una coproducción chileno-española. Fue exhibida por TVN y se aloja en la plataforma RTVE Play, sin que pueda verse desde Chile.

Bravura Plateada puede verse en la tabla 1 como *Cecilia la Incomparable*, pero es la misma miniserie, de producción independiente, que recibió el primer nombre para su exhibición en Prime Video, mientras que el segundo fue usado para TVN en televisión abierta.

TABLA 7. Títulos nacionales y coproducciones de estreno exhibidas en 2023 en sistemas de VoD

TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO	COPRODUCCIONES DE ESTRENO
Mega Go (5) 01. <i>La Ley de Baltazar</i> (telenovela) 02. <i>Como la Vida Misma</i> (telenovela) 03. <i>Generación 98</i> (telenovela) 04. <i>Hijos del Desierto</i> (telenovela) 05. <i>Juego de Ilusiones</i> (telenovela) Paramount+ (1) 06. <i>Dime con Quién Andas</i> (telenovela) Prime Video (1) 07. <i>Bravura Plateada</i> (miniserie) TVN Play (2) 08. <i>La Sangre del Camaleón</i> (miniserie) 09. <i>Alma Negra</i> (miniserie)	RTVE Play (1) 01. <i>Los Mil Días de Allende</i> (miniserie – Chile, España)

Fuente: Obitel Chile

4. Interactividad y participación de las audiencias

La aplicación preferida en términos de interacción con las audiencias fue Instagram y nuevamente Mega lleva la delantera en número de seguidores, con más de 3 millones en ambas cuentas oficiales, mientras que TVN (1,3 millones), Chilevision (1,1 millones) y Canal 13 (1,4 millones).

La consistencia de Mega en interactividad con su público se manifiesta en que no son acciones aisladas: responden a un objetivo evidente de que la audiencia televisiva se vincule con las historias más allá de la pantalla, del horario de emisión y en la cotidianidad de las personas. El diseño de las interacciones en otras pantallas de despliegue de contenido audiovisual llevó a Mega a estar presente con contenido especialmente creado para Instagram, TikTok, YouTube, su propio sitio web y su plataforma de streaming, MegaGo. En ellas identificó los puntos de contacto con su audiencia, de manera de vincular sus productos en el recorrido diario de su público a través de las plataformas. En dichos puntos de contacto, desarrolló iniciativas que podemos agrupar en tres tipos: llamados a la acción de la audiencia, transmedia publicitaria y transmedia en redes sociales.

La primera corresponde a las acciones que apelan directamente a la audiencia, invitándola a tener una posición respecto del contenido, a compartirlo, verlo en otra plataforma (en MegaGo, por ejemplo), o un Me Gusta. En esta categoría también podemos considerar el uso del *#hashtag* en la emisión de telenovelas en directo (TV de libre recepción, de pago y señal en vivo en la web), para guiar la mirada de la audiencia respecto de lo que ocurre en el capítulo emitido y provocar que se queden viendo el capítulo a la espera que la promesa anunciada se cumpla, por medio de frases como *#lavenganzade...*, o *#Baltazarsedeclara...* El *#hashtag* apenas se utilizó para recordar a la audiencia qué telenovela estaba viendo.

Este año vemos que el transmedia publicitario estuvo más presente aún, probablemente atendiendo a los resultados obtenidos el año anterior. De hecho, las marcas que avisaban eran reconocidas y relevantes. Este tipo de acción del medio corresponde a piezas publicitarias audiovisuales cuyo relato aprovecha los personajes, escenarios e incluso parte de la trama de la telenovela para publicitar un producto. No es *placement* en la telenovela, sino que se trata de un producto audiovisual aparte, y por ello corresponde a uno transmedial.

Respecto de la tercera agrupación de acciones, transmedia en redes sociales, en las cuentas oficiales de Mega teleseries en Instagram y TikTok presentan videos cortos que incluyen: selecciones de momentos relevantes de algún capítulo de la telenovela; videos cortos de baile sincronizado y música en escenarios reconocibles de la telenovela (como las internas de la prisión El Faro en *Juego de ilusiones*); alusiones en la vida real a acciones de los personajes en la telenovela (por ejemplo, dramatización del rechazo social en instancias cotidianas que puede sufrir el intérprete de un personaje que ha cometido alguna acción éticamente reprobable); memes; detrás de cámaras, entre otras tantas categorías de videos cortos. Las principales finalidades de este tipo de contenido son humorísticas y la extensión de los momentos dramáticos más allá de la emisión. En este sentido, la diferenciación de Mega respecto del contenido generado por el usuario, también disponible en redes sociales, es que aprovecha de los tiempos muertos de los actores en la producción

para grabar videos cortos en formato vertical, principalmente de humor (entre escena y escena, las esperas en vestuario o la llegada a los estudios).



Imagen del video de entrevista a uno de los protagonistas de Generación 98, de Mega.



Imagen de uno de los reels de transmedia en redes sociales de la telenovela Juego de Ilusiones de Mega, con detalle de los comentarios de la audiencia sobre el personaje que había muerto en la historia.



Uso de redes sociales para llamados a la acción de la audiencia, para la telenovela Juego de Ilusiones, de Mega. Se destaca el uso de las dos cuentas en Instagram de la marca medial: @mega.tv y @teleseries_mega

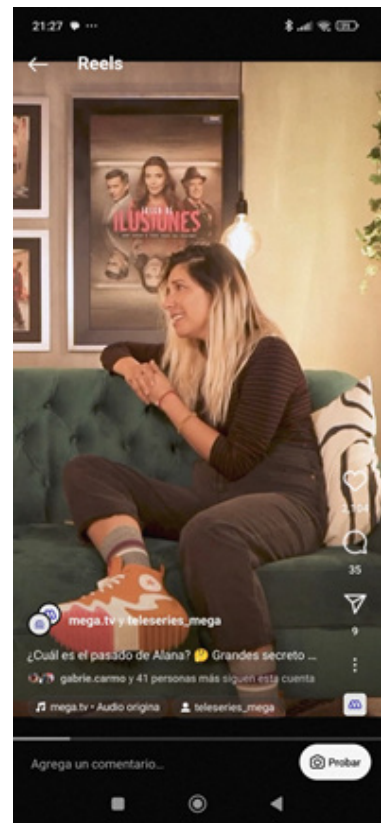
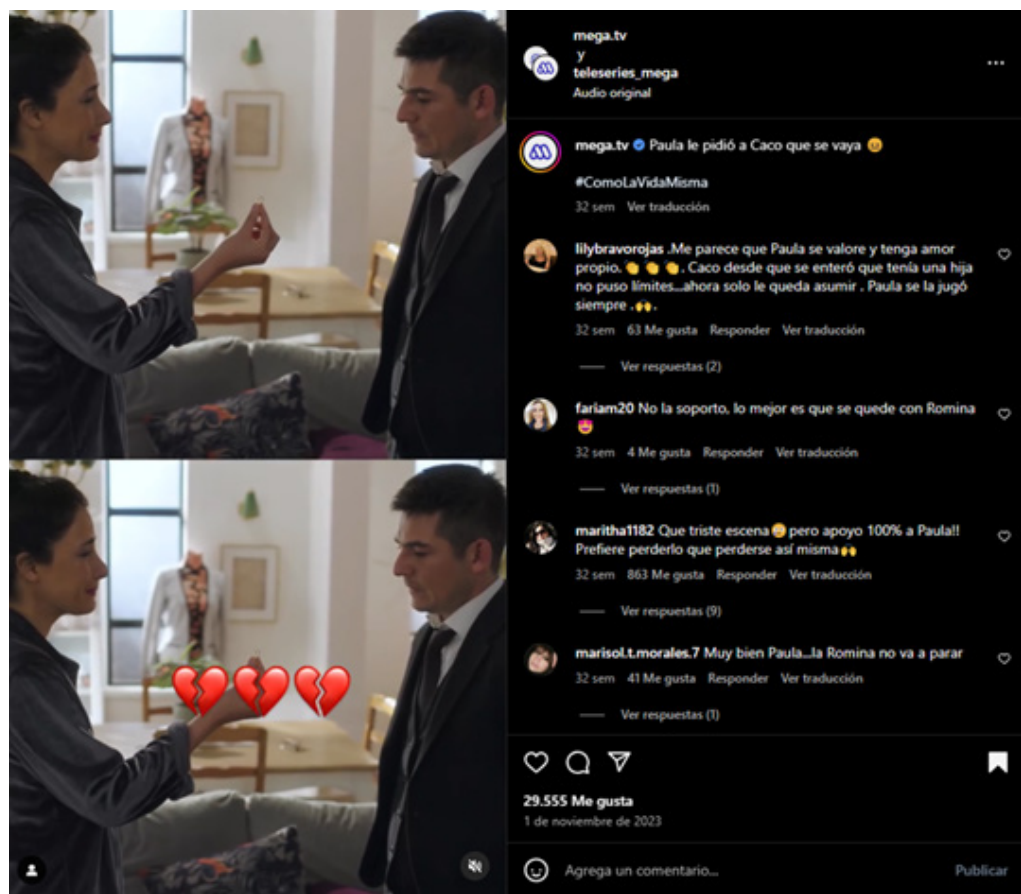


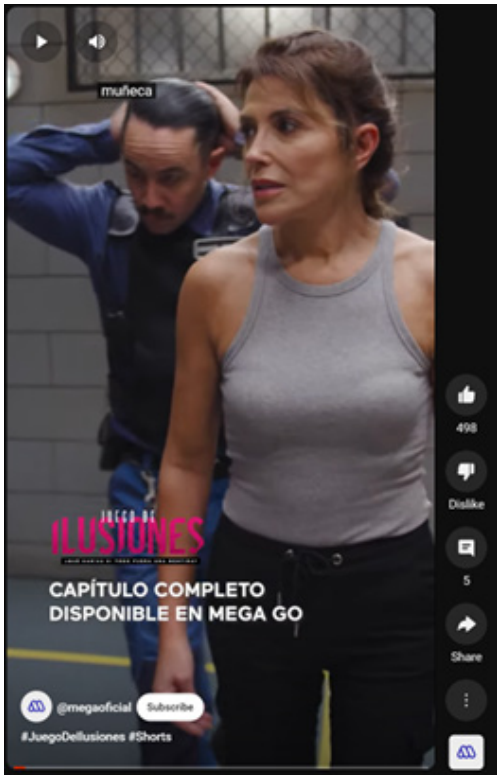
Imagen de entrevista de uno de los personajes de las telenovelas de Mega. Se observa la consistencia en el formato: conversación en un sofá, con los afiches de las telenovelas de fondo y ambiente distendido, con texto que llama a la acción de la audiencia: “¿Cuál es el pasado de Alana? Grandes secretos...”



Uso de redes sociales para llamados a la audiencia, por medio de la selección de escenas significativas de la telenovela Como la vida misma de Mega. La interacción de la audiencia se observa en un costado, mostrando un compromiso emocional de las personas con la historia (gatillada, eso sí, por el uso de emoticones de parte de @mega_tv y @teleseries_mega, lo que en sí es un call to action o llamado a la acción de comentar).



Imagen de video corto (shorts) publicado en la cuenta de YouTube oficial de Mega, de transmedia publicitaria con personajes de la telenovela Como la vida misma. El video se publicó originalmente en la cuenta oficial de Instagram de Mega.



Video corto que muestra una selección de la telenovela Juego de Ilusiones con llamado a la acción para acceder al capítulo completo en la plataforma de streaming Mega Go de Mega. Ejemplo de la estrategia cross media de la estación.

Fuente: cuentas @megaoficial en YouTube, @mega_tv y @teleseries_mega en Instagram (revisado el 17/06/2024)

5. Lo más destacado del año: 50 años del golpe y la memoria en la ficción

El 11 de septiembre de 2023 marcó el cincuentenario del golpe de Estado en Chile. Los medios chilenos comenzaron a cubrir este hito mucho antes de su conmemoración, tanto a nivel nacional como en el plano audiovisual, con documentales, series y películas. Sin embargo, mientras los medios en Chile se enfocaron en conectar la conmemoración de los 50 años del golpe de Estado con eventos noticiosos actuales, evitando profundizar en heridas y temas del pasado que permanecen en la memoria colectiva, las ficciones exploraron en detalle diversos hechos históricos, especialmente dos nuevas ficciones emitidas en 2023 sobre el tema: *Los mil días de Allende* y *La sangre del camaleón*.

En los últimos años, la ficción (series de televisión en este caso) se ha destacado por contribuir a la programación con la dramatización de la historia del país, uniendo eventos y personajes reales que impulsaron la construcción de relatos televisivos (Mateos-Pérez & Ochoa, 2018). Este tipo de producciones se conectan emocionalmente con los espectadores e ilustran eventos de manera dinámica y cautivadora, complementando otros formatos que abordan dichos acontecimientos y dejando imágenes que con el tiempo se vuelven parte de discursos más complejos (Antezana, 2015). La ficción, en consecuencia, ha facilitado el aprendizaje, la reflexión y la comprensión “de las construcciones sociales que realizan las comunidades colectivas” (Chamorro, 2014, p. 145), cuestionando aquellas representaciones consideradas racionales y objetivas (Baer, 1999).

La miniserie de cuatro capítulos, *La sangre del camaleón*, está inspirada en el libro *Camaleón: Doble vida de un agente comunista*, de Javier Rebolledo. La serie adapta libremente el libro, presentando a Mario Lara, un exitoso empresario dueño de una cadena de tiendas de electrodomésticos que se relaciona con altos mandos del régimen de Pinochet mientras, en paralelo, es un militante comunista que utiliza su posición privilegiada para apoyar la resistencia armada contra la dictadura. Por su parte, la miniserie *Los mil días de Allende* aborda la vida del presidente chileno Salvador Allende desde que asumió su cargo el 4 de septiembre de 1970 hasta su fallecimiento el 11 de septiembre de 1973.

Los mil días de Allende comienza con los problemas que enfrentó Allende para asumir la presidencia al no ser electo directamente, sino ser sólo el candidato con una estrecha primera mayoría.²⁴ La serie profundiza en la campaña del terror llevada a cabo por la extrema derecha, incluyendo el asesinato del general René Schneider, que culmina con el Congreso proclamando a Allende como presidente de Chile. Además, se profundiza en las diversas medidas que Allende implementó, como la nacionalización del cobre, y hechos históricos durante su gobierno, como la visita de Fidel Castro, la acusación constitucional presentada contra el Ministro del Interior, José Tohá, el paro de camioneros en octubre de 1972 y el último discurso de Allende antes de morir.

El enfoque de *La sangre del camaleón* se enfoca en algunos episodios significativos ocurridos durante la dictadura: una fallida internación de armas desde Cuba en 1986 para el brazo armado del Partido Comunista; situaciones de contexto de la cotidianidad de la dictadura: toque de queda, seguimientos, intimidación, torturas y asesinatos, como el brutal Caso Degollados, escándalos financieros, corrupción, manipulación de la prensa, entre otros, además de la representación de algunos personajes siniestros relacionados con los aparatos de seguridad del régimen. A través de imágenes de archivo, se muestran dos momentos emblemáticos: el atentado fallido contra Pinochet y la visita del Papa Juan Pablo II.

²⁴ Obtuvo un 36,2% contra un 34,9% del segundo y un 27,8% del tercero. La legislación vigente indicaba era el congreso quien debía decidir al no haber una mayoría absoluta.

Así, la ficción en Chile profundiza en la historia de la dictadura y la democracia, contribuyendo a la memoria colectiva en un año de particular relevancia histórica y social.

6. Tema del año: Nuevas narrativas melodramáticas en la telenovela chilena

La telenovela chilena ha experimentado cambios en su narrativa en el último año, particularmente en lo que Mega ha programado en el horario de las 20 horas. Si bien el anclaje clásico al melodrama tradicional sigue presente como la matriz predominante en las producciones chilenas, una revisión de la propuesta de contenido de las últimas telenovelas estrenadas en 2023 por ese canal, evidencia que este tipo de contenido parece estar en un proceso de transformación. El planteamiento de estas producciones, y de su sucesora en 2024 (*Al sur del corazón*) emerge como un espacio de experimentación y evolución, donde las historias se desarrollan en tramas que no necesariamente requieren grandes antagonistas para mantener el interés del público, reflejando una sociedad más compleja y diversa. La eliminación de estereotipos, el uso y desuso de ciertos recursos narrativos y el manejo innovador del tiempo y las temáticas emergentes presentadas en la telenovela de las 20 horas son indicadores de una industria en constante evolución, que busca resonar con las experiencias y emociones de su audiencia.

6.1 La difuminación del antagonista

Uno de los cambios más interesantes en la narrativa de las telenovelas chilenas recientes al horario de las 20 horas es la difuminación de estereotipos tradicionales de la telenovela anclada en el melodrama. Nos encontramos con producciones en las que el motor de la acción, el antagonista, entendido como un villano que se opone a la consecución de los objetivos de los protagonistas, parece haber desaparecido o al menos haberse difuminado.

Mientras que en las producciones que siguen una matriz melodramática arquetípica clásica sigue presentándose el antagonista en una figura clara y concreta, como en *Juego de Ilusiones* (de las 15 horas) o en las producciones nocturnas *Hijos del Desierto* y *Generación 98* (ambas emitidas después de las 22 horas), en la telenovela vespertina *Como la Vida Misma* -así como en la recientemente estrenada *Al sur del corazón*- esto cambia radicalmente: los conflictos y obstáculos van surgiendo de las propias circunstancias de la vida, eliminando al villano en sí, lo que aumenta la verosimilitud de las historias al tiempo que plantea importantes desafíos narrativos.

Esta tendencia ya se vislumbraba en la telenovela *La Ley de Baltazar*, que terminó de emitirse a comienzos de mayo de 2023, y que contaba la historia de un hombre viudo, simpático y extrovertido, dueño de una hacienda en el sur de Chile que, luego

de sufrir un ataque cardíaco, debe hacer frente a las decisiones de sus hijos con los que no mantiene la mejor relación. En esta producción, junto con el renacer de una historia de amor de juventud, el protagonista debe enfrentarse particularmente a uno de sus hijos, quien siente profundo resentimiento hacia él por forzarlo a negar su homosexualidad. Aunque ese personaje —junto a otros dos— cumple hasta el final el rol de antagonista, el desarrollo de la trama presenta matices que difuminan parcialmente el arquetipo, aunque sigue más cercano a una narración melodramática tradicional.

El cambio fundamental aparece en *Como la Vida Misma* que, desde su título, plantea una propuesta que muestra que la propia vida de una familia de clase media puede poner a los personajes en múltiples situaciones que los tensionan, pero no necesariamente de una manera negativa. Con el gancho de dos protagonistas cercanos a la cincuentena, atractivos, divorciados, con hijos, que se conocen a través de una aplicación de citas, esta telenovela se ha extendido por más de 250 capítulos. Los personajes protagónicos contrajeron matrimonio en el capítulo 42 y, ese evento, que tradicionalmente marca el final de una historia romántica tradicional, solo se convierte en un suceso más dentro de la vida que da pie a nuevos obstáculos que deben enfrentar día a día.

Al hablar de obstáculos, no se trata de que los personajes enfrenten situaciones inverosímiles que pongan constantemente en suspenso su felicidad, ni de que, alternadamente, no vivan periodos de estabilidad. Al contrario, el cuidado guion evidencia un esfuerzo por presentar a la audiencia sucesos verosímiles que se vuelven el motor de la acción. Los villanos no son parte de la trama misma, no tienen un nombre y apellido concreto, sino que, los propios protagonistas -tanto los personajes protagónicos como el destacado abanico de roles secundarios- tienen tantos matices que, pese a ser todos sujetos “buenos” en el sentido tradicional (con buenas intenciones, sin deseos de dañar a otro), realizan acciones que se vuelven el motor de la acción. Incluso personajes que en los primeros capítulos parecían ejercer dicho rol (el exmarido y exesposa de los respectivos protagonistas), con el paso del tiempo van reconstruyendo sus relaciones y se convierten en agentes de apoyo para sus previas contrapartes.

Así, desaparece la meta de la trama. No hay un gran obstáculo que superar ni un objetivo último que alcanzar, sino que -si se quisiera- la historia podría continuar indefinidamente. Esto, además, permite una construcción melodramática más realista y profunda de personajes que evolucionan con más profundidad, con mayores matices y dilemas más complejos, alejándose de los clichés clásicos como el bufón. Los personajes ya no son simplemente buenos o malos, sino que tienen virtudes y defectos que reflejan la complejidad humana. Esta evolución permite una recuperación de los vínculos con melodramas clásicos y otros géneros, incorporando elementos de comedias extranjeras, como las estadounidenses, para enriquecer las narrativas.

Lo anterior también significa una pérdida de protagonismo de la historia romántica nuclear. Al desaparecer la gran meta de “lograr estar juntos” como objetivo último de la narración, desaparece también el amor romántico de una sola pareja como hilo conductor de la telenovela. Sin embargo, la forma en que se ha estructurado el relato no vuelve esto en una deficiencia, pues extiende el foco de la narración a una serie de historias secundarias muy interesantes. Sin ser una historia por definición coral, emergen el amor adolescente, el amor en la tercera edad, el amor entre personas del mismo sexo, como diversas manifestaciones que cobran relevancia en distintos momentos de la historia.

Mantener un melodrama sin un antagonista claro durante más de 250 capítulos es un reto, pero también una innovación. La narrativa moderna de las telenovelas chilenas, como se ve en *Como la Vida Misma*, se basa en la premisa de que los obstáculos naturales de la vida son suficientes para mover la historia. Esto permite una exploración continua de los personajes y sus vidas, evitando la necesidad de concluir la trama abruptamente, lo que incide en la temporalidad de la historia y las temáticas que se desarrollan.

6.2 Temáticas emergentes y temporalidad

La inclusión de relaciones diversas, como parejas gays, marca un hito en las narrativas chilenas que en 2023 ha alcanzado una etapa de madurez. De aparecer como personajes secundarios, muchas veces en roles cercanos al arquetipo del bufón, o sin intereses románticos visibles en pantalla, el último año las relaciones homosexuales aparecieron en la pantalla abierta como parte nuclear de la trama. En *La ley del Baltazar* se presenta la historia de “Mariano”, un hombre que ha debido ocultar su homosexualidad por el rechazo de su familia, que se casó con una mujer y tuvo un hijo y que vive una doble vida. Se trata de un personaje que, desde una aproximación más trágica, debe enfrentar la muerte, a causa de un accidente automovilístico, del hombre que había sido su pareja en secreto por cinco años. La trama pone de relieve el aún existente rechazo en ciertos sectores de la sociedad chilena a la homosexualidad, el temor, la negación y las dificultades para reconocer públicamente la orientación sexual, así como el proceso de aceptación personal y familiar que culmina con el final de este personaje y su nueva pareja.

Un paso más allá en el proceso de la narración de historias de personajes del mismo sexo es el que realiza *Como la vida misma* con la línea argumental de “Joselo” y “Thiago”. Joselo, hijo de la protagonista, es un joven universitario, responsable, buen hermano, hijo modelo, que a comienzos de la telenovela desarrolla una relación con una estudiante de intercambio. Con el paso de los capítulos va descubriendo sentimientos hacia un compañero de la universidad, Thiago, y la historia gira hacia un proceso de autodescubrimiento y reconocimiento por parte del personaje. Probablemente una novedad del desarrollo de esta historia es la naturalidad con la que se inserta en la trama. La relación entre los personajes se presenta de manera que sus

emociones y dificultades sean lo más importante, relegando la orientación sexual a un segundo plano. Este enfoque permite que las historias de amor sean universales y accesibles a todos los espectadores.

Otra temática emergente que destacar es la incorporación de historias sobre el amor en la tercera edad y las dificultades propias de esta etapa. *La Ley de Baltazar* tuvo como protagonista a un hombre en edad de jubilación (en Chile, sobre los 65 años), que se siente joven y con muchas ganas de vivir que, luego de sufrir un infarto, decide recuperar a un amor de juventud.

Como la vida misma, por su parte, cuenta la historia de “Malú” y “Armando” -la madre del protagonista y el padre del ex marido de la protagonista, respectivamente- que se enamoran, se van a vivir juntos y se consolidan como una pareja fuerte, estable y feliz. Sin embargo, deben enfrentar el Alzheimer de Armando como un obstáculo que al tiempo que los separa, porque él la va olvidando poco a poco, los robustece y demuestra la fuerza y entereza que implica enfrentarse a una situación así. Si bien el tema del Alzheimer no es nuevo en telenovelas chilenas (*Matriarcas* y *Casa de Muñecos*), nuevamente emerge como un obstáculo de la vida que dificulta, pero no destruye una historia de amor.

El *bullying* en redes sociales, la filtración de imágenes comprometedoras, y otros riesgos que los adolescentes enfrentan en la actualidad aparecen también como elementos importantes de la narración, los cuales se entrelazan con obstáculos más clásicos como el rechazo de los padres al interés romántico de una de las hijas de la protagonista o el embarazo de la misma.

El tratamiento del tiempo en las telenovelas, como recurso narrativo, ha permitido el desarrollo en profundidad de estos temas. Las historias ahora abordan el tiempo de manera más flexible, permitiendo que eventos importantes, como el mencionado embarazo adolescente o la progresión del Alzheimer, se desarrollen con mayor profundidad y matices. Esto enriquece la narrativa y permite una exploración más multidimensional de los temas, que se abordan con una profundidad sin precedentes. De esta manera, un día en la ficción puede traducirse en una semana de capítulos de algo más de 30 minutos de duración. Si bien esto puede provocar en la audiencia la sensación de que ha pasado mucho más tiempo entre un acontecimiento y otro, ofrece a los guionistas la posibilidad de desarrollar diálogos más profundos y complejizar a los personajes enriqueciendo la historia.

La telenovela chilena además ha vuelto, después de muchos años, a utilizar el paisaje geográfico y social de manera más integrada. Producciones como *La Ley de Baltazar* (y ahora, *Al sur del corazón*) y algunas antecesoras como *Isla Paraíso*, se ambientan en lugares específicos de Chile, construyendo una realidad que es tanto idealizada como representativa. Esto no solo beneficia la narrativa, sino también a las localidades representadas, creando un vínculo más fuerte con el público. Los exteriores recuperan su fuerza y dotan a la historia de un elemento audiovisual profundamente valorado por la audiencia.

Referencias

- Antezana, L. (2015). Televisión y memoria: a 40 años del golpe de estado en Chile. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación* 6(1), 189-204.
- Baer, A. (1999). Imagen, memoria e industria cultural: el holocausto y las propuestas de su representación. *Arte, individuo y sociedad*, 11, 113-121.
- Chamorro, M. (2014). Historia y ficción: un debate que no acaba para comprender la realidad. *Comunicación y Medios*, (29), 143-155. <https://doi.org/10.5354/rcm.v0i29.29928>.
- Mateos-Pérez, J., & Ochoa, G. (2018). El fenómeno de las series de televisión chilena en el siglo XXI: nuevas narrativas al servicio de la historia reciente. En M. López, *Nuevos escenarios de la comunicación: retos y convergencias* (págs. 117-143). Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.