

OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

OBITEL 2013

Memoria Social y Ficción Televisiva en Países Iberoamericanos

*coordinadores
generales*

**Guillermo Orozco Gómez
Maria Immacolata Vassallo de Lopes**

*coordinadores
nacionales*

**Morella Alvarado, Gustavo Aprea, Fernando Aranguren,
Alexandra Ayala, Borys Bustamante, Giuliana Cassano, James A.
Dettleff, Catarina Duff Burnay, Isabel Ferin Cunha, Valerio
Fuenzalida, Francisco Hernández, César Herrera, Pablo Julio
Pohlhammer, Mónica Kirchheimer, Charo Lacalle, Juan Piñón,
Guillermo Orozco Gómez, Rosario Sánchez Vilela e Maria
Immacolata Vassallo de Lopes**



UNIVERSIDADE

SÍNTESIS COMPARATIVA DE LOS PAÍSES OBITEL EN EL 2012

Guillermo Orozco Gómez,
Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Esta primera parte del Anuario Obitel presenta un panorama comparativo y sintético de los principales datos del monitoreo realizado en el año 2012 sobre la producción, circulación y recepción de programas de ficción televisiva inéditos, en países iberoamericanos ese año.

Se registraron programas ficcionales de 75 canales de televisión abierta, privados y públicos, de alcance nacional, en los 12 países que constituyen el ámbito geocultural de Obitel.¹

Tabla 1. Países miembros de Obitel y canales analizados – 2012

Países Obitel	Canales privados	Canales públicos	Total de televisoras
Argentina	América 2, Canal 9, Telefé, El Trece	Televisión Pública	5
Brasil	Globo, Record, SBT, Band, Rede TV!	TV Brasil	6
Chile	UCV TV, Canal 13, Telecanal, Red, Chilevisión, Mega	TVN	7
Colombia	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal institucional	5

¹ En 2012, Perú pasó a integrar Obitel.

Ecuador	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno	ECTV, Gama TV, TC Televisión	7
España	Antena3, Tele5, Cuatro, LaSexta	La1, La2	6²
Estados Unidos	Azteca America, Estrella TV, MundoFox, Telemundo, UniMás, Univisión, V-me		7
México	Televisa, TV Azteca, Cadena Tres	Once TV, Conaculta	5
Perú	Frecuencia Latina, América Televisión, Panamericana Televisión, ATV, Global TV	TV Perú	6
Portugal	SIC, TVI	RTP1, RTP2	4
Uruguay	Montecarlo TV, Saeta, Teledoce / La Tele	Televisión Nacional (TNU)	4
Venezuela	Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, TV Familia, Vale TV, Venevisión	ANTV, Tves, C.A. Tele Sur, VTV, Vive TV	13
Total	54	21	75

En el universo de 75 canales abiertos de alcance nacional de los 12 países Obitel, las televisoras de capital privado totalizan 54 (72%), es decir, más del doble que las públicas, que son 21 (28%). El único país que posee la misma cantidad de televisoras privadas y públicas es **Portugal**. En **Colombia**, **Ecuador** y **México**, el número de televisoras públicas es muy cercano al de televisoras privadas. En los otros países, predominan nítidamente las televisoras privadas.

² España posee 30 canales de televisión autónoma, no analizados en este capítulo comparativo, que reúne solamente las televisoras con cobertura nacional en cada país. Los datos más significativos de esos canales regionales o locales se pueden encontrar en el capítulo de España en este anuario.

Estados Unidos es el único país en que no existe canal público, en nuestro caso, dirigido a la población hispánica.

1. El contexto audiovisual en los países Obitel

Algunos hechos llamaron la atención en el **panorama de las comunicaciones** en los países del ámbito Obitel. El primero de ellos se refiere al escenario de transformaciones que hemos observado en relación a las nuevas formas de consumir contenido televisivo. El asunto, que fue registrado como tema del año en el Anuario Obitel 2010, se ha destacado en los análisis efectuados por el Observatorio desde entonces, y continúa presentándose como uno de los grandes desafíos para las empresas especializadas en mediciones de audiencia, según discuten algunos países. Se están buscando nuevas metodologías para aferir la audiencia en un contexto de amplia y compleja transformación de las tecnologías de producción, circulación y recepción de los medios, dando origen al así llamado ecosistema comunicativo o mediático.

Esas transformaciones tienen impacto evidente sobre los “modos de hacer” y los “modos de decir” (De Certeau, 2007) de los medios tradicionales basados en la verticalidad de los procesos de comunicación. En ese contexto, se constató en los países Obitel, en 2012, un aumento significativo en el uso de Internet y de telefonía móvil, además de la consolidación de los medios digitales como plataforma de información y comunicación. La dinámica de ese movimiento tiene como base el crecimiento del número de usuarios de redes sociales y la ampliación de la oferta de contenidos televisivos para tecnologías móviles.

El desafío que se coloca, entonces, tanto para los investigadores académicos como para los investigadores de las empresas de monitoreo de audiencia, reside principalmente en la búsqueda de mecanismos para la comprensión de los nuevos modos de hacer y de decir que encuentran su *locus* por excelencia en las redes sociales y en los dispositivos móviles de recepción y distribución de contenido televisivo, caracterizando la *mass self communication* (Castells, 2009).

La preocupación con esa búsqueda está subyacente en los capítulos de los países que componen el presente anuario y en el resumen que presentamos en esta síntesis comparativa.

Otro aspecto a ser destacado en el escenario iberoamericano de televisión en 2012 se refiere a las políticas de comunicación dedicadas a ampliar la oferta de contenidos nacionales en la televisión, como es el caso de **Argentina**, **Ecuador** y, principalmente, **Brasil**.

Panorama de la audiencia

En el escenario de las **audiencias**, en 2012, se observa el destaque que **México**, **Brasil** y **Portugal** dan a la utilización de nuevas técnicas de medición para mapear el movimiento de las audiencias que ya no se circunscriben al contenido vehiculado exclusivamente por la plataforma televisiva. Ese movimiento, acompañado por Obitel desde 2010, es marcado por posibilidades múltiples de recepción, exigiendo metodologías específicas para acompañar, por ejemplo, el consumo de ficción a través de dispositivos móviles y *video on demand* (VoD).

En **México**, destaca el acuerdo para vehicular contenido ficcional hecho por Televisa en la plataforma de VoD Netflix. En **Argentina**, se mantuvo el promedio general de *rating* de la TV abierta, con America2 encabezando el *rating* y Telefé como líder en *share*. En Brasil, la cadena Globo siguió encabezando, con gran ventaja, los índices de audiencia y *share* de la programación de ficción. **Colombia**, a su vez, observó el ascenso, debido al éxito de su parrilla de ficción, del canal Caracol, que superó, por primera vez en mucho tiempo, en *rating* y *share* a RCN. En **Ecuador**, la televisora líder de audiencia y *share* fue Ecuavisa, mientras que TV Televisión comandó la audiencia de los programas de ficción. En **España**, Tele5 lideró en términos de *share*. En ese país, el tiempo de consumo televisivo diario batió el récord, alcanzando los 46 minutos por telespectador.

Además, la ficción fue el género con mayor espacio en la parrilla televisiva española. Televisa mantuvo el liderazgo en **México** y, en **Portugal**, TVI comandó los índices de audiencia y *share*, con

SIC ganando peso en el *Prime Time* a través de la exhibición de telenovelas brasileñas. En **Uruguay**, la televisora con mayor audiencia y *share* fue Teledoce/La tele y en **Venezuela** Venevisión mantuvo el liderazgo, con un expresivo 80% de la audiencia. Ya en **Estados Unidos**, Univision Communications lideró con holgura el *rating*, principalmente cuando se suman las audiencias de las dos hermanas de la red (Univisión y UniMás), llegando a lograr un 70%.

Inversión publicitaria

Incluso en un escenario cada vez más marcado por la competencia con los medios digitales, hubo crecimiento de la **inversión publicitaria** en TV abierta en **Argentina, Brasil, Colombia, México y Perú**.

La crisis económica observada en **España** y en **Portugal**, por otro lado, fue señalada como principal responsable por la disminución de la inversión publicitaria en los dos países ibéricos. En **Argentina**, a pesar del aumento en la inversión publicitaria el tiempo destinado a las propagandas en la TV abierta se redujo. Incluso en un escenario de disminución de la inversión publicitaria, en **Portugal**, la televisión recibió un 75% de la inversión en publicidad. En **Perú**, este rubro alcanzó la marca de 72%, mientras que en Brasil, **Ecuador** y **México**, la TV recibió más de la mitad del total de la inversión publicitaria.

En **Brasil**, los principales anunciantes fueron los sectores de comercio minorista, belleza, mercado financiero y bebidas. En **Venezuela**, fueron alimentación, salud y vestuario; motivo de destaque en ese país son los anuncios de servicios de seguridad y aseguradoras. En **España, Ecuador** y **Venezuela**, entre los anunciantes, destacan las instituciones públicas. En relación a las inversiones publicitarias en Internet y redes sociales, se observa un crecimiento significativo en **Brasil, España, Portugal** y **Uruguay**.

En cuanto a los géneros televisivos, se observa que en **Colombia** las franjas horarias que exhiben ficción recibieron la mayor inversión en publicidad y, en **Ecuador**, se constató que entre 2007 y

2011 las telenovelas captaron un tercio de las inversiones publicitarias. En **México**, ganan destaque las denominadas “telenovelas de marca”, producciones que utilizan un modelo conocido como “publicidad narrativa”, formato que presenta a una determinada marca como elemento narrativo.

Merchandising y Merchandising social

Los países del ámbito *Obitel* siguen exhibiendo el **merchandising** comercial, también llamado *product placement*, dentro de las tramas de sus ficciones. La práctica es más común en países como **Argentina, Brasil, Colombia, México y Perú** y se concentra en el *Prime Time*. Los productos más comúnmente anunciados son electrodomésticos, alimentos y cosméticos. Cabe destacar que el *product placement* es prohibido en **Venezuela**.

En muchos países, las narrativas ficcionales presentan temas sociales abordados de manera educativa, el llamado **merchandising social**. En 2012, uno de los temas más presentes fue la discriminación, abordada en ficciones en **Argentina**, en las miniseries *El paraíso*, *Los pibes del puente* y *La viuda de Rafael*; en Brasil, en las telenovelas *Avenida Brasil* y *Aquele beijo*; en **México**, en la serie *Kipatla: para tratarnos igual* y en **Perú** en la serie *Solamente Milagros* (Temporadas 1 y 2) y en la miniserie *Conversando con la luna*. También el *bullying* fue tratado en la serie *Graduados*, de **Argentina**, además de en la *soap opera* *Malhação* y en la telenovela *Rebelde*, en Brasil. Los dos países también presentaron en común el tema de la violencia contra mujeres, en la telenovela *Maltratadas*, de **Argentina**, y en las telenovelas *Vidas em jogo* y *Corações feridos*, de **Brasil**. El alcoholismo fue tema en las telenovelas *Rebelde* y *Corações feridos*, de **Brasil**, y en episodios de la serie *Tú decides*, en **Venezuela**.

Las ficciones de **Brasil** también insertaron en sus tramas asuntos como adopción de niños, en las telenovelas *Salve Jorge* y *Vidas em jogo*; tráfico de personas, en la telenovela *Salve Jorge*, y derechos de las trabajadoras domésticas, en la telenovela *Cheias de*

charme. **México** presentó, además, la discusión sobre el combate al narcotráfico, en la serie *La teniente*, y las condiciones de trabajo de la Cruz Roja, en la serie *Paramédicos*.

Un aspecto importante del *merchandising* social se refiere a acciones socioeducativas que inciden de manera destacada en campañas sociales más allá de las pantallas. Fue lo que ocurrió en **Brasil** con la participación de actrices de la telenovela *Cheias de charme* en campaña sobre los derechos de los trabajadores domésticos promocionada por las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y de los actores de telenovela en **Colombia**, que participaron en la “Caminata Solidaridad por Colombia” y en el “Carnaval de Barranquilla”, campañas por causas humanitarias y sociales.

Políticas de comunicación

Dos hechos relacionados a **políticas de comunicación** ganaron relevancia en el escenario de los países Obitel: la implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) y la adopción de medidas específicas referentes a la producción y transmisión de contenido audiovisual.

Se observan fases bastante diferentes entre los países analizados en lo referente a la implantación de la TDT. **Portugal** celebró el fin de la transmisión analógica en abril de 2012, mientras que **Uruguay** aprobó, en mayo del mismo año, el reglamento para la instalación de la TV digital en ese país. Lo mismo ocurrió en **Ecuador**, que tuvo aprobado, en octubre de 2012, el plan de transición hacia la Televisión Digital Terrestre. Ya en **Colombia**, la implantación de la TDT se encuentra en proceso, con una cobertura que abarca solo las mayores ciudades, como Bogotá y Medellín. Así como **Perú**, cuya televisión digital inició sus transmisiones en 2010 y se encuentra en fase de implementación. En **Chile**, la TDT también está en fase de implementación, sin una legislación para respaldarla. En ese país, se debate sobre la capacidad del mercado publicitario de soportar las

demandas de segmentación de los canales digitales, que entran en competición directa con la TV de pago.

En lo que se refiere a la producción de contenidos para la televisión, diversos países del ámbito Obitel tuvieron en común la adopción de medidas y de legislación que buscan no solo salvaguardar la exhibición de productos nacionales, sino también impulsar el desarrollo o fortalecimiento de la industria nacional. En **Brasil**, los principales cambios ocurridos como consecuencia de la Ley 12.485/2012, llamada “ley del cable”, se deben a la obligatoriedad de exhibir cuotas de ficción nacional en los canales de TV paga. Esa política está provocando cambios de gran importancia en el escenario audiovisual brasileño y es responsable por formar tendencias como: aumento en el número de productoras independientes; migración de profesionales de la publicidad y del cine a la TV; proporcionalidad de canales nacionales e independientes en los paquetes ofrecidos por las operadoras y aumento de los recursos disponibles para la producción televisiva. Ese nuevo frente de producción también ha propiciado el surgimiento de algunas producciones marcadas por trabajos experimentales en temas y formatos de ficción. En **Argentina**, se encuentra en trámite, desde 2009, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Además, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales sigue con el desarrollo del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino, que viene impulsando la producción audiovisual nacional a partir de empresas independientes. Algo parecido ocurre en **Ecuador**, país que pretende darle más dinamismo a la producción nacional de audiovisual para adaptarse al modelo digital (a través del Plan Maestro de Transición a la Televisión Digital Terrestre en Ecuador, aprobado en 2012), dado que la programación en ese país es muy marcada por contenidos extranjeros.

En **Uruguay**, la constitución del Comité Consultivo por el Derecho de los Niños y de los Adolescentes, Libertad de Expresión y Medios de Comunicación impulsó debates sobre la reglamentación de la comunicación. También en **Perú**, el Consejo Consultivo de

Radio y Televisión (CONCORTV) realizó audiencias públicas a lo largo del país, las que colocaron en pauta asuntos como infancia, género e igualdad.

Por otro lado, **Venezuela** destaca que las políticas de intervención del Estado preocupan a periodistas, académicos y defensores de los derechos humanos, debido al control de la información y a la censura, que ocultan la violencia en el país. En **México**, el movimiento de base popular, *#YoSoy132* creció en las redes sociales y denunció el favoritismo que los medios garantizaban al entonces candidato, hoy presidente, Peña Nieto. El movimiento, compuesto principalmente por estudiantes universitarios, también reivindica derechos relacionados a la democratización de la comunicación. En **Portugal**, el gobierno presentó proyectos para la concesión de canales públicos de la RTP a sectores privados con el objetivo de reducir los gastos públicos. En **Colombia**, fue establecida una política de reducción de costos con el objetivo de atraer la grabación de películas extranjeras en el país.

En lo que se refiere al sistema *broadcasting*, se notan cambios especialmente en **Chile**, **España** y **Estados Unidos**. El mercado televisivo en **Chile** continúa presentando cambios relativos a la privatización de canales, digitalización de la TV y adquisición o fusión entre televisoras. El canal CHV (antiguo canal de la Universidad de Chile), adquirido en 2010 por la Turner Broadcasting System, de la Time Warner, lanzó un proyecto ambicioso que incluye la creación de nuevos estudios con la intención de producir contenidos para la TV nacional e internacional. **España** sufre cambios principalmente relacionados a la fragmentación del sistema televisivo y a la crisis económica. En 2012, ocurrió la fusión de los canales Tele5 y Cuatro, mientras que Antena3 absorbió LaSexta. En un escenario de crisis, también las televisoras autónomas están en riesgo de privatización. **Estados Unidos** pasa por un momento de readecuación de las televisoras, que buscan audiencia entre públicos más jóvenes. Telefutura pasó a llamarse UniMás, y fue creado el canal MundoFox, con la rejilla de programación de la RCN colombiana.

TV pública

De manera general, los canales de **TV pública** de los países Obitel enfrentan dificultades para alcanzar o impactar a un mayor público. En Brasil, el único canal público, TV Brasil, presenta problemas de sintonización de la señal analógica en el país, pero posee un canal internacional, TV Brasil-Canal Integração, que transmite vía satélite a países de América Latina, Estados Unidos, Portugal y África. Las TVs públicas de **Portugal** y **España** sufren con la crisis económica y, como se ha dicho, es posible que pasen a la iniciativa privada. En **Colombia**, a pesar del valor educativo y cultural de la programación, los canales públicos tuvieron poca audiencia. **Argentina**, a su vez, continúa invirtiendo en la red nacional pública, que también distribuye canales abiertos de TV Digital.

En relación al contenido de las ficciones, en **México** los canales públicos se propusieron modificar los estereotipos del indígena, presentado generalmente como sumiso e ignorante, al mismo tiempo en que llevaron a la ficción acciones gubernamentales de combate al crimen organizado. En **Ecuador**, el canal público ECTV fue el que presentó mayor producción nacional, con programas ficcionales en diferentes formatos, pero también exhibió series de Estados Unidos y telenovelas japonesas y coreanas. **Venezuela** presentó contenidos importados desde Japón, Corea del Sur, China, Francia, Italia y Reino Unido.

La cobertura nacional de los canales públicos fue ampliamente utilizada en **Perú** y en **Venezuela** para vehicular propagandas del gobierno y actos oficiales. En **Perú**, se observó que el último capítulo de la única ficción producida en el año por TV Perú fue interrumpido para que fuese transmitido el discurso del Presidente de la República y los diez minutos finales de ese capítulo, finalmente, no fueron transmitidos.

TV Paga

También en lo relacionado a la **TV Paga**, se pueden observar entre los países del ámbito Obitel situaciones diversas que van desde el crecimiento y expansión del sector, como ocurrió en Brasil, **Co-**

Colombia, México y Uruguay, a la suspensión de algunos servicios y fuerte aumento de impuestos, como se ha registrado en **España**.

Colombia, Uruguay y Brasil presentaron crecimiento en el número de suscriptores. En **Brasil**, se enfatiza el importante aumento en la base de suscriptores de TV paga, relacionado directamente al ascenso de la denominada “Nueva Clase C”, hecho que se ha venido destacando en los dos últimos anuarios Obitel. Además, hay que considerar el fuerte estímulo a la producción nacional debido a la “nueva ley del cable”, reglamentada en 2012.

En **Argentina**, la TV Paga posee gran penetración, alcanzando un 76% de las residencias. **Chile y Venezuela** demostraron la intención de, en el futuro, reformular y/o reglamentar el sector. En **Estados Unidos**, el sector presentó poco movimiento, destacándose la expansión de Univisión. Ya en **Portugal**, fueron realizadas alteraciones en las metodologías para aferir las audiencias, hecho que destacó el papel de la televisión por cable. Es interesante notar que **Perú** registra la presencia de empresas informales de TV paga operando en su territorio.

Tecnologías de la información y de la comunicación

Se observó en los países Obitel, en 2012, la tendencia al aumento en el uso de Internet y de la telefonía móvil y la consolidación de los medios digitales como plataforma de información y comunicación. Las emisoras de televisión buscaron ampliar la oferta de contenidos para **tecnologías móviles**. Además, los usuarios de las redes sociales siguieron creciendo. Facebook alcanzó el liderazgo entre las redes sociales en **Brasil** y en **Colombia**. En **Portugal**, la utilización de Internet fue más intensa entre estudiantes y en las clases sociales más elevadas, mientras que en **Brasil**, el aumento del uso de Internet fue producto del crecimiento de la Clase C, responsable por la mitad de los accesos a Facebook y Twitter.

En relación a la **tecnología digital**, se observa que, en **México**, a pesar de ya haber iniciado la transición digital, gran parte de la población no posee el equipo adecuado para recibir el contenido digital. **Perú**, a través de América Televisión, produjo contenido digital

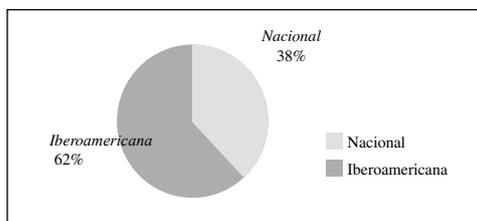
vía tecnología inalámbrica para celulares con sintonizador digital, y **Brasil** ofreció su programación televisiva en diversas pantallas móviles. En **Argentina**, se destaca la producción de webseries para celulares, mientras que en **España** llaman la atención los contenidos producidos para iPhone y Android. En **Chile** y **Venezuela**, en el área de telefonía, el número de celulares superó el de habitantes.

En el ámbito Obitel, se constató en el año de 2012 que la relación entre televisión e Internet se estrecha y se combina, confirmada por procesos de convergencia y de transmediación.

2. Comparación de la ficción televisiva en los países iberoamericanos en 2012

En este apartado Obitel ofrecemos un panorama comparativo, sincrónica y diacrónicamente, de los últimos cuatro años de observación en los países miembros de la red. Se destacan los resultados del análisis del año reportado por razones obvias, pero se ha hecho un esfuerzo especial por dimensionarlo históricamente para tener una perspectiva de tendencia en el desarrollo e intercambio de la producción, transmisión y recepción de ficción televisiva en la región.

Tabla 2. Oferta de horas de ficción nacional e iberoamericana – 2009 a 2012

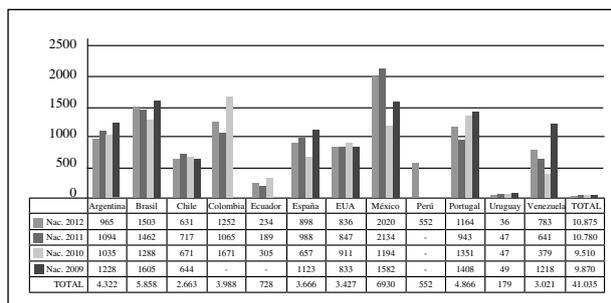


OFERTA GLOBAL DE HORAS	2012		2011		2010		2009		TOTAL
	Nacional	Ibero	Nacional	Ibero	Nacional	Ibero	Nacional	Ibero	
	10.875	18.915	10.780	20.220	9.510	20.702	9.690	13.769	
TOTAL	29.790		31.000		30.212		23.459		114.461

La **oferta nacional e iberoamericana** global ha disminuido, en 2012, con respecto al año anterior, aunque la oferta total de ficción nacional aumentó en poco más de 100 horas, en parte por la incorporación de **Perú**, pero también porque países como **Brasil, Ecuador, Colombia y Portugal** aumentaron considerablemente las horas de ficción nacional.

Tabla 3. Oferta de horas de ficción nacional e iberoamericana por país – 2009 a 2012³

Oferta de horas de ficción nacional



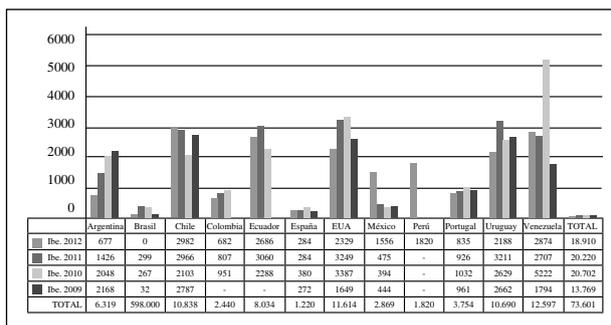
Las horas ofertadas de ficción nacional son la prueba más fiable del tamaño de las industrias en cada uno de los países, esto es, de su capacidad productiva. Como puede apreciarse en la tabla superior, **México, Brasil y Portugal** son el grupo de países de mayor producción de ficción nacional en los últimos 4 años. Les sigue el grupo formado por **Argentina, Colombia y España**. El tercer grupo es integrado por **Estados Unidos, Venezuela y Chile**; y el cuarto, por **Ecuador, Perú y Uruguay**.

En el año 2012, la oferta anual de horas de ficción nacional ha aumentado en la mitad de los países, lo cual es indicador de más tiempo de ficción nacional en pantalla. Son ellos, **Brasil, Colombia,**

³ En todas las Tablas, espacio vacío representa la ausencia de ese país en el año de referencia. Cuando aparece el número 0 significa que ese país no presentó el dato de referencia.

Ecuador, Portugal y Venezuela. Los demás países, **Argentina, Chile, España, Estados Unidos, México y Uruguay,** han bajado, comparando con el año anterior.

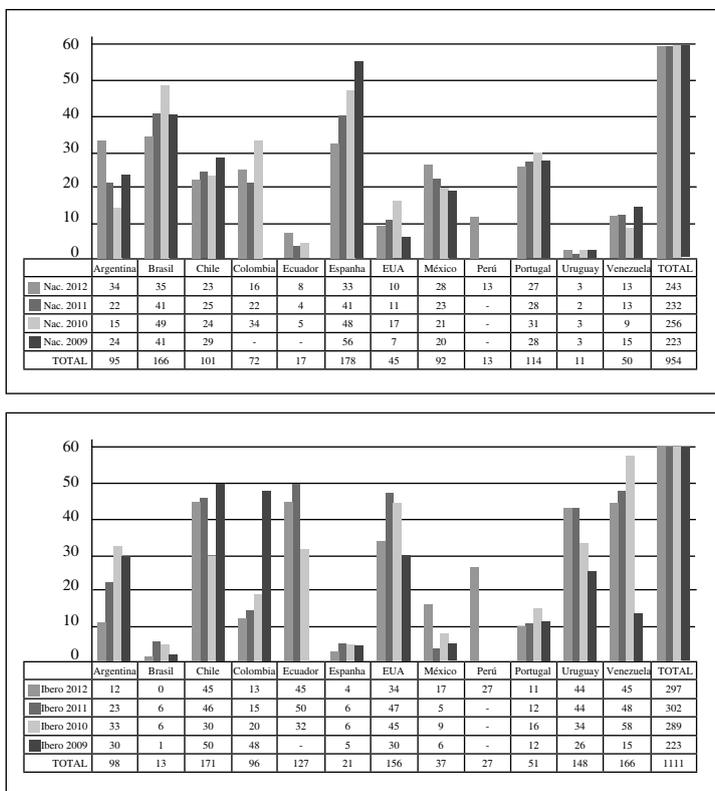
Oferta de horas de ficción iberoamericana



Los países Obitel que más transmiten ficción iberoamericana son **Chile, Ecuador, Estados Unidos, Perú, Uruguay y Venezuela.** Sin embargo, la tendencia no es la misma en todos, ya que mientras **Ecuador, Estados Unidos y Uruguay** han disminuido el número de horas de ficción iberoamericana, **Chile y Venezuela** han aumentado ligeramente, en 2012, la transmisión de esta ficción.

Perú se incorpora a esta lista de países que importan ficción iberoamericana, pues el número de horas de ficción nacional es tres veces menor que las horas de ficción iberoamericana. Destaca el caso de **Brasil**, porque en 2012 no presentó ninguna hora de ficción iberoamericana.

Tabla 4. Oferta de títulos de ficción nacional e iberoamericana 2009-2012



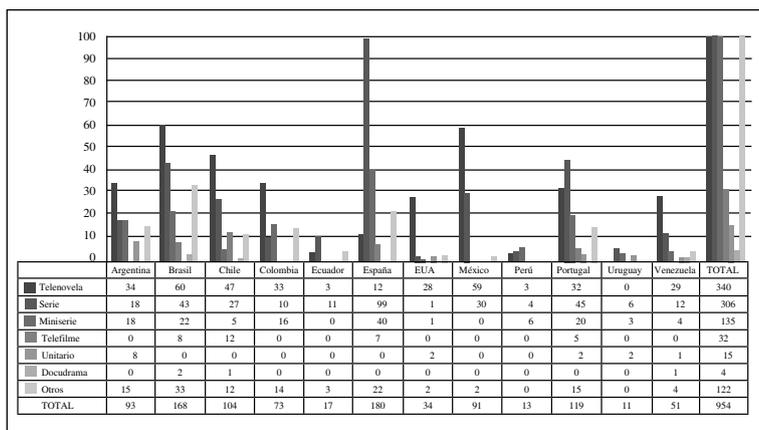
Con la excepción de **Argentina**, **Ecuador** y **México**, que aumentaron la producción de títulos en su ficción nacional, y de **Venezuela**, que mantuvo la misma cantidad que el año pasado, en el resto de los países Obitel disminuyó la producción de títulos de ficción nacional. Cabe destacar el caso de **Ecuador**, que pasó de 4 títulos en el año 2011 a 8 títulos de ficción en 2012. La disminución de los títulos de ficción nacional en **Portugal** y **Estados Unidos** fue mínima, mientras que en los demás países llegó a un 25%.

¿Cuáles serían las razones de esta disminución? De acuerdo a lo reportado en cada uno de los capítulos de este anuario, algu-

nos países, como **Portugal** y **España**, disminuyeron su producción debido a los problemas económicos que frenaron la producción de ficción en los canales públicos. En el caso de **Brasil**, **Colombia** y **Chile**, la disminución de títulos responde a factores empresariales, pues algunas de las televisoras que producían ficción no estrenaron títulos en 2012. Lo cual, como en el caso de **Brasil**, no significó una reducción en horas de transmisión de ficción.

Respecto a los títulos de ficciones iberoamericanas, con la excepción de **Uruguay**, que mantuvo con respecto al año anterior el mismo número en sus pantallas, y de **México**, que incrementó significativamente los suyos en este rubro, el resto de los países Obitel disminuyó la oferta de títulos de ficción iberoamericanos, lo que quiere decir que importaran menos. Al mismo tiempo, **Chile**, **Ecuador**, **Uruguay** y **Venezuela** estrenaron más de 40 títulos de ficción iberoamericana en su oferta programática.

Tabla 5. Formatos de ficción nacional y número de títulos 2009 a 2012



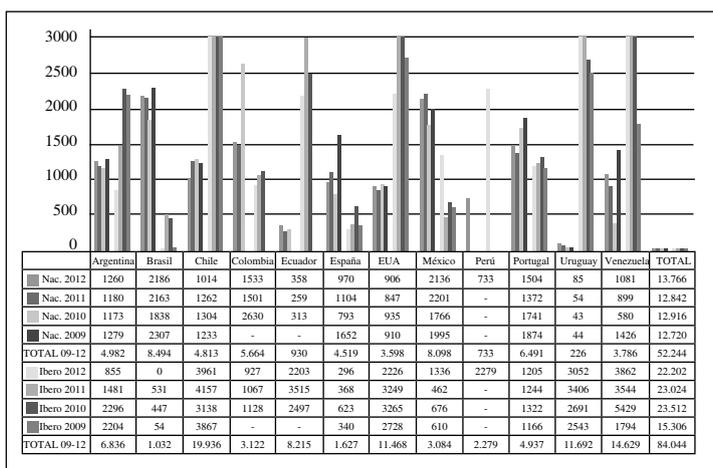
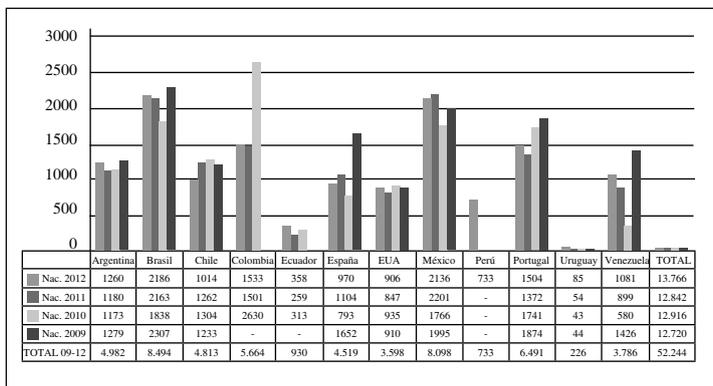
La Tabla 5 precisa el número de títulos y formatos de la ficción en el ámbito Obitel de 2009 a 2012. **España** y **Brasil** son líderes en cuanto a la producción de títulos, les siguen **Portugal**, **Chile**, **Argentina**, **México** y **Colombia**.

En relación a los formatos, en 2012 la telenovela sigue reinando en la ficción, aunque el formato Serie ha tenido un crecimiento constante que amenaza con romper esa hegemonía, pues faltan solo 40 para que alcance el mismo número de títulos. No obstante, se debe tener en cuenta que 1/3 del total de las series se encuentra concentrado en un único país, que es España. La telenovela sigue siendo el producto líder en países como **Brasil** y **México**, que destacan en la cantidad de su producción de ficción, con 60 y 59 títulos nacionales. **Chile** cuenta con 47 títulos de telenovela, mientras **Argentina**, **Colombia**, **Portugal**, **Estados Unidos** y **Venezuela** se ubican en el rango de los 30 títulos. **Ecuador** y **Perú** solo produjeron 3 títulos de este formato de ficción.

El formato Serie continua siendo el más alto en **España**, con casi 100 títulos. **Brasil** y **Portugal** le siguen con 43 y 42 respectivamente, mientras que **México** se ubica en cuarto lugar, con 30 títulos. Estos datos indican, en general, una creciente producción del formato serie en la ficción iberoamericana, aunque haya países Obitel, como **Perú** y **Estados Unidos**, que produjeron menos de 5 y **Uruguay**, que tiene 6 títulos.

En el formato Miniserie se nota también una situación desigual entre países. Mientras **España** es el país que más títulos de miniserie produjo, con 40 títulos, **Brasil**, **Portugal**, **Argentina** y **Colombia** se ubican en la franja de los 20 títulos en 2012. Los demás países solo alcanzan alrededor de 5 títulos, y **México** y **Ecuador** no presentaron ninguno.

En el formato telefilm, **Chile** y **Brasil**, con 12 y 8 títulos respectivamente, seguidos por **España**, con 7 títulos, son casi los únicos que producen este tipo de formato. En el Dramatizado Unitario, destaca **Argentina**, con 8 títulos, y luego **Estados Unidos** y **Uruguay**, con 2 títulos cada uno, y **Venezuela**, con un título. Los demás países Obitel no produjeron este tipo de formato en el 2012. En cuanto al Docudrama, solo registran producción **Brasil**, con 2 títulos, y **Chile** y **Venezuela** con un título cada país.

Tabla 6. Oferta de capítulos/episodios de ficción nacional 2009-2012

Destacan aquí **Brasil** y **México**, con más de dos mil capítulos o episodios de ficción nacional, seguidos por **Colombia** y **Portugal** con más de mil 500, todo esto en 2012. El país que menos producción registró en este rubro fue **Uruguay**, con solo 85, seguido por **Ecuador**, **Perú**, y **España**, que no superan los 1.000. No obstante, hay que señalar que tanto **Uruguay** como **Ecuador** han tenido un incremento muy significativo en su producción de ficción nacional en comparación con el año anterior reportado, ya que su incremento ronda el 30%.

En relación al recuento que va de 2009 a 2012, **Brasil** y **México** mantienen una gran distancia respecto al resto de los países Obitel, pues están por encima de los 8 mil capítulos. Sus más cercanos competidores rondan entre los cuatro y los tres mil episodios.

Este 2012, fue un año significativo en relación al incremento de títulos en el ámbito Obitel, ya en el 2011 fueron cerca de mil capítulos o episodios.

Resulta muy significativo pensar en la traducción de la cantidad de capítulos o episodios en producción de ficción de larga o corta serialidad y en el aprecio cultural y la capacidad productiva demostrada por un país.

En cuanto a capítulos y episodios de ficción iberoamericana, la mayoría de los países Obitel disminuyó su registro. **Brasil** dejó de transmitir ficción iberoamericana por completo durante el año, y **México** y **Venezuela** fueron los únicos países que incrementaron su transmisión iberoamericana considerablemente, con más de 1.300. No obstante el caso de estos dos últimos países, el conjunto arroja como resultado la disminución de mil capítulos respecto a 2011.

Igualmente, el gráfico expone aquellos países que dependen de la importación de ficción; por ejemplo, **Chile**, **Ecuador**, **Estados Unidos**, **Uruguay** y **Venezuela**. Por su parte, **Perú** se perfila, en 2012, en esa misma tendencia, pues fue de los países que más episodios iberoamericanos transmitió.

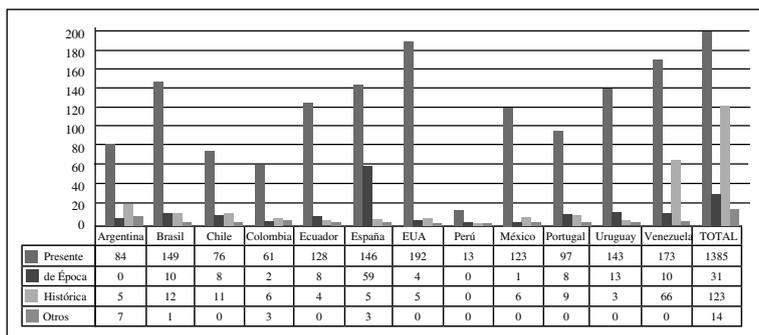
Tabla 7. Coproducciones 2009- 2012

CO- PRODUC- CIONES	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	España	EE.UU.	México	Perú	Portugal	Uruguay	Venezuela	TOTAL
2012	0	1	0	0	0	2	3	1	7	2	9	0	25
2011	1	0	0	3	6	0	3	0	-	0	1	2	16
2010	1	3	0	0	0	2	1	1	-	1	3	0	12
2009	3	0	2	-	-	6	0	1	-	0	4	2	18
TOTAL 2009-12	5	4	2	3	6	10	7	3	7	3	17	4	71

En lo que se refiere a coproducciones, **Uruguay** y **Perú** son los que más las realizaron en el año. El primero destaca con nueve y el segundo con siete. **Estados Unidos** les sigue con tres, **España** y **Portugal** con dos y **Brasil** con una. **México**, que últimamente no acostumbra hacer coproducciones, se anota una en 2012. Pese a los pocos casos de coproducción en el 2012, se nota un aumento desde el 2009, lo que puede deberse al caso peruano, ya que en 2009 se registraron 18 casos y en 2012 se registran 25.

En relación al historial 2009-2012, **Uruguay** y **España** son los países que más usan el modelo de coproducción. Se destaca el caso de **Estados Unidos**, país que ha crecido en la industria de la ficción teniendo como base este tipo de proceso. Caso contrario al de **Argentina**, pues aunque ha realizado cinco coproducciones viene disminuyendo desde el 2009 y en el 2012 no presenta ninguna. Los demás países presentan un desempeño irregular frente a las coproducciones.

Tabla 8. Época de la ficción por título 2009-2012



La Tabla 8 es un recuento de la época de la ficción desde 2009 y los números que presenta son totales de esa suma. Aquí destaca que la gran mayoría de la ficción iberoamericana se ubica en el presente. Esto no significa necesariamente que no haya reminiscencias al pasado, justo lo que es el tema del año de este análisis 2012, pues la reconstitución de la memoria se plasma, más bien, en la manera en que desde el presente se mira hacia el pasado.

La ficción histórica es la segunda en importancia, aunque el número de títulos solo representa menos del 10% de los títulos que se refieren al presente en el ámbito Obitel desde 2009. La ficción de época tiene solo 31 títulos, y esto puede deberse a los altos costes de producción que implica su realización.

En cuanto a los países, **España** es el país que más exhibe ficción de época seguido por **Uruguay, Brasil, Ecuador y Chile**. En cambio, en ficción histórica es **Venezuela** el país que se destaca con un alto número de títulos: 66; **Brasil** registra 12 y **Chile** 11 títulos de este tipo de ficción. Países como **México, Ecuador, Perú y Uruguay** se presentan como industrias donde el presente es la principal referencia temporal en sus ficciones, aunque esto no significa que desde ahí se genere consciencia sobre las problemáticas actuales, como sí pasa de modo permanente con **Brasil** o, recientemente, con **Argentina y Colombia**.

3. Las diez ficciones más vistas del año

Como puede apreciarse en el recuento comparativo de todos los *Top Ten* de cada país, sigue siendo **Brasil** el que más títulos de ficción coloca en este *ranking* a nivel iberoamericano, ocupando ocho de los primeros diez lugares, todos producidos por la Globo. Los otros dos títulos corresponden a dos países: **Chile**, en octavo, con una telenovela del canal público 13, y el décimo para **México**, con una telenovela de Televisa.

Si ese parámetro se extiende a los primeros veinte títulos, la supremacía en el *rating* que alcanzan **Brasil** y **México** se combina con los niveles de audiencia que alcanzan países como **Chile**, que tiene cuatro títulos, **Argentina**, con un título, y sorpresivamente **Uruguay**, que colocó una telenovela de origen brasileño en el puesto 19. En total, **Brasil** tiene 11 títulos entre los primeros 20 lugares, tomando en cuenta que *Insensato corazón*, transmitido en **Uruguay**, es una telenovela brasileña que se transmitió en aquel país.

Tabla 9. Los diez títulos más vistos: origen, formato, audiencia y share

	Título	Aud. %	Share %	Formato	Canal	Casa Productora	TV Privada o Pública	País de origen	País de exhibición
1	<i>Fina estampa</i>	42,12	67,30	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
2	<i>Avenida Brasil</i>	41,51	66,50	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
3	<i>Cheias de charme</i>	33,92	58,30	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
4	<i>Salve Jorge</i>	32,80	56,40	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
5	<i>Tapas & beijos</i>	27,83	48,00	Serie	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
6	<i>Aquele beijo</i>	27,49	50,30	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
7	<i>A grande família</i>	27,48	48,40	Serie	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
8	<i>Soltera otra vez</i>	26,80	37,00	Tele-novela	Canal 13	Canal 13	Pública	Argentina	Chile
9	<i>Amor eterno amor</i>	26,16	49,60	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
10	<i>Abismo de pasión</i>	25,83	37,25	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	México	México
11	<i>Los 80 más que una moda</i>	25,80	37,50	Serie	Canal 13	Canal 13 A. Wood	Pública	España/ Chile	Chile
12	<i>Amores verdaderos</i>	25,64	38,96	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Argentina	México
13	<i>Doce de mãe</i>	25,60	47,40	Tele-film	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
14	<i>Guerra dos sexos</i>	24,92	48,20	Tele-novela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil
15	<i>Porque el amor manda</i>	24,15	37,02	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Colombia	México
16	<i>Graduados</i>	23,60	33,43	Serie	Telefê	Underground Contnidos; Endemol Argentina y Telefê	Privada	Argentina	Argentina

17	<i>Por ella soy Eva</i>	23,60	35,46	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Colombia	México
18	<i>Pobre Rico</i>	20,70	33,70	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
19	<i>Insen-sato corazón</i>	20,70	32,00	Tele-novela	Tele-doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
20	<i>Sepa-rados</i>	19,50	27,50	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
21	<i>Dulce Amor</i>	19,27	29,78	Tele-novela	Telefé	LC Acción Producciones / Telefé	Privada	Argentina	Argentina
22	<i>Here-deros de una ven-ganza</i>	19,07	30,17	Tele-novela	El Trece	Pol – ka	Privada	Argen-tina	Argen-tina
23	<i>La que no podía amar</i>	18,73	29,59	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EE.UU.
24	<i>Abismo de pasión</i>	18,24	28,3	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EE.UU.
25	<i>Qué boni-to amor</i>	18,24	30,19	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	Colombia	México
26	<i>El hombre de tu vida</i>	18,16	24,46	Mini-serie	Telefé	100 bares	Privada	Argentina	Argentina
27	<i>Amores verdade-ros</i>	18,16	28,27	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EE.UU.
28	<i>La dueña</i>	18,12	25,83	Tele-novela	Telefé	Telefé	Privada	Argentina	Argentina
29	<i>Amor bravío</i>	17,91	29,56	Tele-novela	Canal 2	Tele-visa	Privada	México	México
30	<i>Peleles</i>	17,30	25,80	Tele-novela	Canal 13	TVN	Pública	Chile	Chile
31	<i>Sos mi hombre</i>	17,20	29,00	Tele-novela	Tele-doce	Polka	Privada	Argentina	Uruguay
32	<i>Un refu-gio para el amor</i>	16,94	32,21	Tele-novela	Canal 2	Tele-visa	Privada	Vene-zuela	México
33	<i>La fami-lia pelu-che</i>	16,87	27,65	Serie	Canal 2	Tele-visa	Privada	México	México

34	<i>Al fondo hay sitio (4a temporada)</i>	16,56	53,82	Tele-novela	América Televisión	América Televisión	Privada	Perú	Perú
35	<i>Reserva de Familia</i>	16,30	22,40	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	España	Chile
36	<i>Aquí mando yo</i>	16,30	30,90	Tele-novela	TVN	TVN	Pública	Chile	Chile
37	<i>Por ella soy Eva</i>	15,82	25,46	Tele-novela	Univision	Tele-visa	Privada	México	EE.UU.
38	<i>La mujer del vendaval</i>	15,76	28,99	Tele-novela	Canal 2	Tele-visa	Privada	Venezuela	México
39	<i>Amor bravío</i>	15,56	25,56	Tele-novela	Univision	Tele-visa	Privada	México	EE.UU.
40	<i>Dama y Obrero</i>	15,50	33,00	Tele-novela	TVN	TVN y Alce	Pública	Chile	Chile
41	<i>Mi amor el wachimán</i>	15,42	46,11	Mini-serie	América Televisión	Del Barrio Producciones	Privada	Perú	Perú
42	<i>El Remplazante</i>	15,40	22,50	Serie	TVN	Parox	Pública	Chile	Chile
43	<i>Sos mi hombre</i>	15,27	21,86	Tele-novela	El Trece	Pol-ka	Privada	Argentina	Argentina
44	<i>Dancin' Days</i>	15,10	30,90	Tele-novela	SIC	SIC/SP Televisão/TV Globo	Privada	Brasil/Portugal	Portugal
45	<i>Cachito de cielo</i>	15,05	27,56	Tele-novela	Canal 2	Televisa	Privada	México	México
46	<i>Mi problema con las mujeres</i>	15,98	26,64	Mini-serie	Telefé	13 Mares Producciones & Vincent Entertainment Telefé	Privada	Perú	Perú
47	<i>Escobar, el patrón del mal.</i>	14,95	38,15	Serie	Caracol Televisión	Caracol Televisión	Privada	Colombia	Colombia
48	<i>Passione</i>	14,80	29,00	Tele-novela	Tele-doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay

49	<i>El Astro</i>	14,80	25,00	Tele-novela	Tele-doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
50	<i>Una familia con suerte 1</i>	14,78	24,49	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EE.UU.
51	<i>Mi amor, mi amor</i>	14,59	22,44	Tele-novela	Telefê	El árbol Endemol Argentina Telefê	Privada	Argentina	Argentina
52	<i>Escrito en las estrellas</i>	14,50	28,00	Tele-novela	Tele-doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
53	<i>Cuchicheos</i>	14,20	27,50	Tele-novela	Tele-doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
54	<i>Herederos de una venganza</i>	14,20	24,00	Tele-novela	Tele-doce	Polka	Privada	Argentina	Uruguay
55	<i>La reina de las carretillas</i>	14,11	43,37	Mini-serie	América Televisión	Del Barrio Producciones	Privada	Perú	Perú
56	<i>Violeta se fue a los cielos</i>	14,10	19,20	Telefilm	CHV	A. Wood	Privada	Perú	Chile
57	<i>Fina estampa</i>	14,10	28,00	Tele-novela	Tele-doce	TV Globo	Privada	Brasil	Uruguay
58	<i>Águila Roja</i>	13,80	29,80	Serie	TVE1	Globo-media	Pública	España	España
59	<i>El capo 2</i>	13,70	21,50	Tele-novela	TC	RCN	Privada	Colombia	Ecuador
60	<i>Los únicos</i>	13,21	19,55	Comedia	El Trece	Pol-ka	Privada	Argentina	Argentina
61	<i>Un refugio para el amor</i>	13,07	22,73	Tele-novela	Univision	Televisa	Privada	México	EE.UU.
62	<i>Lobo</i>	13,00	22,32	Tele-novela	El Trece	Pol-ka	Privada	Argentina	Argentina
63	<i>El combo amarillo 3D (3ª temporada)</i>	13,00	22,20	Serie	Ecuavisa	Ecuavisa	Privada	Ecuador	Ecuador
64	<i>Louco Amor</i>	13,00	29,20	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal

65	<i>El combo amarillo (2ª temporada)</i>	12,90	21,30	Serie	Ecuavisa	Ecuavisa	Privada	Ecuador	Ecuador
66	<i>La mariposa.</i>	12,49	34,78	Serie	RCN	Fox Telecolombia	Privada	Colombia	Colombia
67	<i>Dulce amor</i>	12,30	20,00	Tele-novela	Montecarlo	L.C. Acción Producciones y Telefé	Privada	Argentina	Uruguay
68	<i>El Joe</i>	12,20	17,40	Tele-novela	TC	RCN	Pública	Colombia	Ecuador
69	<i>Corazón apasionado</i>	11,90	17,30	Tele-novela	TC	Venevisión Internacional	Pública	Venezuela-EUU	Ecuador
70	<i>La faraona</i>	11,88	35,13	Mini-serie	América Televisión	América Televisión	Privada	Perú	Perú
71	<i>Tres Milagros</i>	11,70	16,20	Tele-novela	TC	Teleset / RCN	Pública	Colombia	Ecuador
72	<i>La que no podía amar</i>	11,64	35,10	Tele-novela	América Televisión	Televisa	Privada	México	Perú
73	<i>El capo II.</i>	11,63	35,06	Serie	RCN	Fox Telecolombia	Privada	Colombia	Colombia
74	<i>Cuéntame cómo pasó</i>	11,40	24,80	Serie	TVE1	Grupo Ganga Producciones	Pública	España	España
75	<i>Maltratadas</i>	11,40	25,00	Unitario	Tele-doce	Flor Latina	Privada	Argentina	Uruguay
76	<i>Fina estampa</i>	11,30	16,90	Tele-novela	Ecuavisa	O Globo	Privada	Brasil	Ecuador
77	<i>Doce Tentação</i>	11,10	28,30	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
78	<i>Casa de Reinas</i>	11,01	32,36	Mini-serie	RCN	RCN Televisión	Privada	Colombia	Colombia

79	<i>La Mariposa</i>	10,90	15,80	Tele-novela	TC	Fox Teleco-lombia / RCN	Pública	Colombia	Ecuador
80	<i>El man es Germán</i>	10,90	15,50	Tele-novela	TC	RCN	Pública	Colombia	Ecuador
81	<i>Corona de lágrimas</i>	10,90	18,53	Tele-novela	Univision	Tele-visa	Privada	Mexico	EE.UU.
82	<i>Corazones blindados</i>	10,87	32,80	Serie	RCN	Teleset	Privada	Colombia	Colombia
83	<i>Rafael Orozco. El idolo</i>	10,76	32,55	Tele-novela	Caracol TV	Caracol TV	Privada	Colombia	Colombia
84	<i>Mi Recinto (13ª temporada)</i>	10,60	16,90	Serie	TC	TC	Pública	Ecuador	Ecuador
85	<i>Dónde carajos está Umaña</i>	10,35	30,42	Tele-novela	Caracol TV	Caracol TV	Privada	Colombia	Colombia
86	<i>Solamente Milagros – 2a temporada</i>	9,96	35,64	Serie	América Televisión	América Televisión	Privada	Perú	Perú
87	<i>La que se avecina</i>	9,60	22,70	Serie	Tele5	Alba Adriática	Privada	España	España
88	<i>Rosa Fogo</i>	9,60	26,60	Tele-novela	SIC	SIC/SP Televisão	Privada	Portugal	Portugal
89	<i>Dónde está Elisa</i>	9,55	32,36	Tele-novela	RCN Televisión	RCN Televisión	Privada	Chile	Colombia
90	<i>A mano limpia</i>	9,54	30,95	Serie	RCN Televisión	RCN Televisión	Privada	Colombia	Colombia
91	<i>Gamarra</i>	9,47	31,38	Mini-serie	América Televisión	Del Barrio Producciones	Privada	Perú	Perú
92	<i>Remédio Santo</i>	9,40	28,60	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal

93	<i>Isabel</i>	9,30	19,70	Serie	TVE1	DiagonalTV	Pública	España	España
94	<i>La reina del sur</i>	8,90	29,28	Tele-novela	ATV	Tele-mundo/RTI	Privada	EE.UU.	Perú
95	<i>El talismán</i>	8,62	19,79	Tele-novela	Univision	Univisión/Venevisión	Privada	EE.UU.	EE.UU.
96	<i>Pablo Escobar: El patrón del mal</i>	8,54	8,54	Tele-novela	Tele-mundo	Caracol Tv	Privada	Colombia	EE.UU.
97	<i>El laberinto</i>	8,40	24,93	Serie	Caracol TV	Coproducción Caracol TV y Sony Picture Televisión	Privada	Colombia	Colombia
98	<i>Doida por Ti</i>	8,40	22,00	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
99	<i>Mi gitana</i>	8,20	19,40	Mini-serie	Tele5	Producciones Mandarina	Privada	España	España
100	<i>Yo no me llamo Natacha 2</i>	7,99	30,92	Mini-serie	América Televisión	Del Barrio Producciones	Privada	Perú	Perú
101	<i>Aída</i>	7,60	16,50	Serie	Tele5	Globomedia	Privada	España	España
102	<i>Morangos com Açúcar IX: Segue o Teu Sonho</i>	7,60	21,90	Serie	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
103	<i>Con el culo al aire</i>	7,30	17,20	Serie	A3	Notro TV	Privada	España	España
104	<i>Fenómenos</i>	7,20	16,60	Serie	A3	Aparte Producciones	Privada	España	España

105	<i>Anjo Meu</i>	6,90	28,30	Tele-novela	TVI	TVI / Plural Entertainment	Privada	Portugal	Portugal
106	<i>Gran hotel</i>	6,40	14,70	Serie	A3	Bambú producciones	Privada	España	España
107	<i>Os Compadres</i>	6,40	19,80	Serie	RTP1	RTP1/ Cinecool	Pública	Portugal	Portugal
108	<i>Luna, el misterio de Calenda</i>	6,30	15,30	Serie	A3	Globo-media	Privada	España	España
109	<i>A Família Mata</i>	6,30	19,10	Serie	SIC	SIC/SP Televisão	Privada	España	Portugal
110	<i>Corazón de fuego</i>	6,23	22,52	Tele-novela	ATV	Grupo ATV	Privada	Perú	Perú
111	<i>Mi ex me tiene ganas</i>	5,38	40,17	Tele-novela	Venevisión	Venevisión	Privada	Venezuela	Venezuela
112	<i>Flor salvaje</i>	5,12	38,16	Tele-novela	Tele-ven	Radio Televisión Interamericana	Privada	EE. UU.	Venezuela
113	<i>¡Válgame Dios!</i>	4,64	32,38	Tele-novela	Venevisión	Venevisión	Privada	Venezuela	Venezuela
114	<i>La casa de al lado</i>	4,64	39,34	Tele-novela	Tele-ven	Tele-mundo	Privada	Chile	Venezuela
115	<i>La traicionera</i>	4,57	40,32	Tele-novela	Venevisión	FOX Telecolombia	Privada	Argentina	Venezuela
116	<i>Natalia del mar</i>	4,44	30,71	Tele-novela	Venevisión	Venevisión	Privada	Venezuela	Venezuela
117	<i>Abismo de pasión</i>	4,06	32,49	Tele-novela	Venevisión	Televisa	Privada	México	Venezuela
118	<i>La que no podía amar</i>	3,99	29,54	Tele-novela	Venevisión	Televisa	Privada	EE.UU.	Venezuela
119	<i>Emperatriz</i>	3,81	34,52	Tele-novela	Venevisión	TV Azteca	Privada	Venezuela	Venezuela
120	<i>Retrato de una mujer</i>	3,74	32,94	Tele-novela	Venevisión	FOX Telecolombia	Privada	Colombia	Venezuela

Si algo se destaca en los 120 títulos que conforman la anterior Tabla es que entre los países Obitel se da un intercambio de producciones y/o guiones para la creación de series y telenovelas, principalmente. Lo cual no significa que la transmisión de una telenovela en un país tenga el mismo éxito en otro. Por ejemplo, *Amores Verdaderos*, de canal 2 de Televisa, México, que estuvo dentro de los *Top Ten* generales en su país de origen, solo alcanzó el puesto 27 en su visionado en Univisión, Estados Unidos.

Como ya se venía señalando en el Anuario 2012, la transnacionalización de los productos de ficción es lo que, en cierto sentido, le imprime dinamismo a la industria de ficción iberoamericana, pero, además, es lo que va situando a cada país en un sitio, ya sea porque es productor y exportador nato, como ocurre con **Brasil y México** (aunque ese último país, según los resultados de la Tabla, confirma que su presencia se hace cada vez menos fuerte), o porque son eficientes en la creación y exportación de guiones, como pasa con **Argentina, Colombia y España** que –en coproducción con **Chile**– lograron colocar a *Los 80 más que una moda* como la onceava ficción más vista en los países Obitel, o porque son países que pese al crecimiento de su industria aún dependen de la importación de títulos, como pasa con **Perú, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos**. De este grupo de países se ha venido alejando un poco **Ecuador**, que con base en el género de la comedia ha tenido un repunte importante en la producción de ficción nacional.

La misma Tabla comprueba la relación comercial y casi unilateral entre **Brasil y Portugal**, donde al parecer el idioma y los vínculos históricos condicionan mucho del intercambio, siendo el país sudamericano el que provee al europeo más títulos. En el caso de **México y Estados Unidos** también domina esta especie de simbiosis, aunque la producción latina que se hace en ese país del norte ha comenzado a tender más nexos comerciales con otros del sur, como **Colombia, Venezuela y Perú**. Esto, no obstante, no ha logrado una emancipación estadounidense de la hegemonía que la empresa Televisa tiene en su industria televisiva.

Lo que este año también cabe para destacar es el flujo comercial que se ha dado entre los países considerados pequeños, pues **Estados Unidos, Chile, Venezuela, Uruguay, Perú y Ecuador** han comenzado a importar y exportar títulos entre ellos, lo que abre un espacio de reflexión más, porque esto podría resultar en un nuevo panorama en el que **Brasil y México** (con producciones) o **Argentina y Colombia** (con guiones) ya no sean los únicos países en los que este grupo busca hacer convenios para la importación de ficción.

Tabla 10. Formatos y Franja Horaria de los diez títulos más vistos

País	Formatos							Franja Horaria			
	Tele-novela	Serie	Mini-serie	Tele-film	Unitario	Docu-drama	Otros	Mañana	Tarde	Prime Time	Noche
Argentina	5	0	2	0	0	0	3	0	0	10	0
Brasil	7	2	0	1	0	0	0	0	1	6	3
Chile	7	2	1	0	0	0	0	0	1	9	0
Colombia	3	6	1	0	0	0	0	0	0	10	0
Ecuador	7	3	0	0	0	0	0	0	0	10	0
España	0	9	1	0	0	0	0	0	0	10	0
Estados Unidos	10	0	0	0	0	0	0	0	0	9	1
México	9	1	0	0	0	0	0	0	3	7	0
Perú	4	1	5	0	0	0	0	0	0	10	0
Portugal	7	3	0	0	0	0	0	0	1	9	0
Uruguay	9	0	0	0	1	0	0	0	2	6	2
Venezuela	10	0	0	0	0	0	0	0	4	3	3
Total	78	27	10	1	1	0	3	0	12	99	9

En relación al reporte general del *Top Ten* 2012 de todos los países Obitel y en correlación al formato y franja horaria de transmisión, los títulos más vistos corresponden al formato Telenovela (78 títulos) y éstas se transmiten en el horario *Prime Time*. Le siguen la Serie, con 27 títulos, de los que 21 se transmitieron también en el

horario estelar, lo que enfatiza la importancia que ha cobrado la serie no solo en términos de producción, sino también en términos de aceptación de este formato por parte de la audiencia, principalmente en países como **España**, donde es incuestionable esa preferencia cultural. Además, países volcados al formato de la telenovela, como **México** y **Brasil**, han incorporado, desde el 2009, el formato serie en sus *Top Ten*. Por otro lado, destacan países como **Estados Unidos**, **Uruguay** y **Venezuela**, donde la telenovela tiene una fuerte presencia.

Otros formatos, como la Miniserie y el Telefilm, han incrementado el número de títulos e, incluso, se han colocado en el *Top Ten* de países como **Argentina**, **Brasil**, **Chile** y **España**; **Perú** destaca porque la mitad de sus títulos más vistos son Miniseries.

En relación a la franja horaria, se comprueba que la ficción, independientemente del formato, es el género que mayor audiencia concentra y, en consecuencia, es la que acapara el mejor horario televisivo, el *Prime Time*. En este horario se transmitieron 99 de los 120 títulos nacionales que fueron al aire en 2012. El resto fue transmitido por la mañana (12) y en el horario nocturno (9). Estos datos vienen a reafirmar un importante hallazgo de Obitel desde sus inicios, aquel que dice que, en definitiva, *en los países iberoamericanos el Prime Time es nacional*.

Tabla 11. Perfil de Audiencia de los 10 Títulos Más Vistos: Género, Edad, Nivel Socioeconómico⁴

País	Género %		Franjas de edad %						Nivel socioeconómico %		
	Mujeres	Hombres	4 a 12	13 a 18	19 a 24	25 a 34	35 a 44	45+	AB	C	D
Argentina	56,1	43,9	18,3	22,1	21,3	-	22,3	16,0	21,5	49,7	28,8
Brasil	63,7	36,3	8,8	8,7	9,1	33,7	21,3	18,4	33,1	52,0	14,4
Chile	64,0	36,0	8,0	7,0	10,0	15,0	24,0	36,0	36,1	7,2	50,7
Colombia	61,5	38,5	12,7	21,1	17,7	-	22,5	26,2	47,5	32,5	20,0
Estados Unidos	61,3	38,7	13,5	5,4	8,8	17,7	25,2	29,4	-	-	-
Perú	60,7	39,3	15,8	15,7	14,3	18,5	14,7	21,0	20,9	35,1	44,0
Portugal	61,8	38,2	7,8	7,8	11,3	11,3	12,3	49,5	11,5	57,8	30,7
Uruguay	68,5	31,5	5,4	5,8	7,3	11,2	20,7	40,6	23,1	41,2	35,7
Venezuela	63,1	36,9	-	-	-	-	-	-	23,1	32,5	44,4

Según la tabla 11, es posible establecer que el perfil de la audiencia promedio de la ficción de Iberoamérica corresponde a una mujer mayor de 45 años, perteneciente a la clase media (estrato C), aunque esta medida puede variar en países como **Chile**, **Perú** y **Venezuela**, donde quienes más miran ficción pertenecen a la clase baja (estrato D). Por otro lado, es interesante notar que **Colombia**, **Chile** y **Brasil** son los países en que hay más audiencia de ficción de la clase alta (estrato AB).

En relación a las edades, en países como **Argentina** y **Brasil** la edad promedio de la audiencia está entre los 34 y 44 años. **Argentina**, **Colombia** y **Perú** también destacan por presentar un equilibrio similar en las edades de sus audiencias, y **Argentina** es, incluso, el país que tiene el mayor número de audiencias infantiles y juveniles,

⁴ En la elaboración de esta Tabla algunos países no se han podido comparar debido a que no les fue facilitada esta información o porque la facilitada no corresponde a los indicadores deseados. Los países que quedaron fuera son Ecuador, España y México. Los espacios en guión corresponden a datos que no fueron reportados por los equipos Obitel.

lo que se explica por el éxito de sus ficciones dirigidas a estas franjas de edad. En el resto de los países, estas audiencias no superan la barrera del 10%. Destaca que **Portugal** es el país con mayor audiencia de edad más elevada, casi un 50% con más de 45 años.

4. Lo más destacado del año en los países Obitel

A lo largo del año 2012, las producciones ficcionales de los países Obitel abrieron espacio a discusiones sobre problemas de la sociedad que inquietan a la población, como veremos a continuación a respecto de cada país. La aproximación entre ficción y realidad gana repercusión y llama la atención sobre diversas cuestiones sociales.

En ese sentido, el debate que la televisión fomenta en la sociedad trae a la superficie asuntos importantes que no siempre son tratados en otros programas de televisión o, incluso, en otros medios. Ese escenario destaca el papel social de la ficción como instancia de debate público y de representaciones de la identidad nacional. Al mismo tiempo, se registró la preferencia por la forma leve y por el tono humorístico de temas del cotidiano. En lo que se refiere al funcionamiento de la industria televisiva, el destaque lo tuvieron las políticas de incentivo a la producción nacional de contenidos.

Demandas sociales y ficción “a la la carte”

Países como **Chile**, **Colombia**, **Ecuador** y **México** presentaron en su programación una fuerte influencia de temas ligados al narcotráfico, como la dependencia de sustancias ilegales, el combate al tráfico o los jóvenes en el mundo de las drogas, abordando, a través de la ficción, la problemática realidad cotidiana.

La ficción “a la la carte”, patrocinada y desarrollada con intenciones políticas, volvió a marcar el año en **México**, así como había ocurrido en 2011. Articulado al *marketing* político, el narcotráfico fue tema de *La teniente*, que abordó el combate del ejército contra el tráfico, transformando a los militares en los héroes de esa lucha. Otro caso de *marketing* político explícito fue el *reality show* *Lo que mis ojos ven y mi corazón siente*, protagonizado por la futura prime-

ra dama, una actriz de televisión muy famosa en el país. Publicados en YouTube durante la campaña electoral, los 23 episodios del programa tuvieron más de un millón de visualizaciones y funcionaron como importante trampolín para la campaña política del actual Presidente de la República. El programa presentó, en forma de narrativa ficcional, los bastidores de la campaña política y la vida privada del candidato a la presidencia, mezclando realidad y ficción. En **México** se registró, además, el cierre de la empresa de investigación de audiencia IBOPE AGB, sustituida por la Nielsen-IBOPE.

En 2012, la televisión abierta de **Chile** siguió presentando disminución de audiencia, hecho que viene ocurriendo desde 2003. Hubo preferencia por temas ligados a la realidad, entre los cuales ganaron destaque: pedofilia, narcotráfico, crisis en el sistema de educación, *bullying*, precariedad de las relaciones familiares, exclusión social, rehabilitación de alcohólicos y dependientes químicos. El mejor ejemplo fue la serie *Solita camino*, sobre abuso sexual de menores, producida con financiación pública, y que pese a no haber alcanzado altos índices de audiencia fue uno de los destaques del país. En términos de lenguaje, las series del año trajeron una narrativa más lenta e introspectiva, además de la reducción del número de personajes.

En **Ecuador**, la ficción transmediática ha ganado espacio en el país. Como prueba, el principal destaque no estuvo en los formatos convencionales, sino en la primera webnovela, *Resaka*, financiada por TC Televisión, que alcanzó altos índices de audiencia. Destinada a los jóvenes, cada vez más presentes en el ambiente virtual, la webnovela aborda temas relacionados al tráfico de drogas. Merecieron mención, también, los *sketchs* creados por el colectivo ecuatoriano *Enchufetv* en su canal en YouTube, que trabajaron con el cotidiano de manera sarcástica y se convirtieron en los programas más vistos del país.

En **Colombia**, en 2012, se destacaron cuatro producciones que retrataron problemas sociales. Las series *Escobar, el patrón del mal*, con la mejor audiencia del año, *La mariposa* y *El capo II*. El nar-

costráfico, la ilegalidad y la corrupción fueron asuntos que causaron impacto y generaron debate entre la población. La cuarta producción fue la serie policial *Corazones blindados*, que mostró a policías y agentes combatiendo el crimen organizado y la violencia.

Temas polémicos que buscaron retratar la sociedad también fueron objeto de las producciones de **Argentina**: pornografía, problemas psicológicos, donación de esperma, mundo del boxeo, romance entre personas de clases sociales distintas, comedia familiar que no sigue los moldes tradicionales y comedia policial. A través del melodrama cuestionaron los moldes clásicos de la sociedad y de la familia. Los ejemplos fueron: *Graduados*, *La Pelu* y *El donante*, esta última sobre un donante de esperma que descubre, años después, que tiene 144 hijos.

La exclusión, el racismo, la violencia y las cuestiones socioeconómicas fueron algunos de los temas presentes en la ficción *Conversaciones con la luna*, de **Perú**. También fue producida la telenovela *La Tyson*, un *remake* del éxito *Muñeca Brava*. Las miniseries, en gran número (6), fueron de corta duración, pocos episodios y carga melodramática. Entre los temas se destacan : biografías, conflictos, miedos, sueños alcanzados, historias de inmigrantes.

El destaque del año de **Brasil** también tocó temas cotidianos, especialmente referentes a la clase media, en gran crecimiento en ese país. La telenovela *Avenida Brasil* polarizó las atenciones no solo de los habituales telespectadores o comentaristas de telenovelas, sino también de vehículos de comunicación internacionales que trataban de entender el “fenómeno” *Avenida Brasil*. El enorme éxito de la telenovela llevó que ocurrieran hechos inusitados, como el de que el Operador Nacional del Sistema Eléctrico tuviera que reajustar el sistema de transmisión de energía para atender a un aumento estimado en más de un 5% en el consumo de energía durante la exhibición del último capítulo de la trama. Hubo cambios e, incluso, postergación de eventos públicos planeados para el mismo horario en que se exhibía la telenovela. Tamaño éxito fue atribuido, principalmente, a la trama centrada en los hábitos y prácticas de vida de

la denominada “nueva clase C”, a la hibridización con el formato serie realizada por el autor y a la caracterización de un afortunado elenco de actores. La audiencia del último capítulo de la telenovela alcanzó un 81% de *share*. Todo el escenario mediático que se fue construyendo a lo largo de su exhibición llevó a considerar a *Avenida Brasil* como un *popular media event*, es decir, como un “evento mediático popular” que, entre otras cosas, altera la rutina establecida e imprime características de ritual que favorecen la integración de las sociedades. (Couldry; Hepp, 2010).

Las cuestiones más desenfadadas del cotidiano de la población

Otro eje temático de las ficciones iberoamericanas se refiere al tratamiento de asuntos más leves y desenfadados, a veces cercanos a la comedia, característicos de las *sitcoms*. A diferencia de las temáticas anteriores, otras producciones exhibidas en 2012 colocan el foco en la fantasía, relaciones amorosas y biografías idealizadas.

La intención de atraer al público queda demostrada, en **Argentina**, por los estrenos de *Supertorpe* y *Violetta*, dedicadas a la infancia y adolescencia, exhibidas en el horario matutino. También en **Chile**, las producciones más asistidas trajeron temáticas leves y desenfadadas, como en las telenovelas *Dama y Obrero*, *Pobre Rico* y *Soltera otra vez*. Esta última mezcló los formatos telenovela, *sitcom* y unitarios, e inspiró a la telenovela argentina *Ciega a citas*. La comedia romántica *Soltera otra vez* habla de los desafíos de la vida moderna de una profesional que, junto a tres amigas, enfrenta problemas de relación amorosa e infidelidad. La trama fue uno de los productos audiovisuales más asistidos del año en la televisión chilena, llegando a obtener un 90% de *share*.

Colombia reunió entre las mayores audiencias de 2012 producciones leves ligadas a la cultura caribeña, como la miniserie *Casa de Reinas* y las telenovelas *Rafael Orozco, el ídolo* y *¿Dónde carajos está Umaña?*. La telenovela *¿Dónde está Elisa?* y la serie *El laberinto*, también retratan situaciones adversas de forma desenfadada, en las cuales los valores morales finalmente se sobreponen. La serie

A mano limpia huye de los estereotipos socioculturales, mostrando la unión de clases sociales que superan las diferencias económicas y profesionales.

La comedia es el punto fuerte de **Ecuador**, donde, por segundo año consecutivo, las telenovelas no aparecieron en los *Top Ten*. El humor ha sido la forma más utilizada por las ficciones para alcanzar a la audiencia, con sarcasmo e irreverencia en las narrativas, sean ellas en la televisión o en Internet.

En **España** y en **Venezuela** estuvieron presentes temas de fantasía en las ficciones de 2012. En **Venezuela**, algunas ficciones mostraron un fuerte vínculo con temas míticos y religiosos, como *Traición y perdón*. En **España**, la televisora con mayor número de títulos propios en 2012, Antena3, presentó ficciones que abordan fenómenos paranormales, hombres lobo y aventuras. Otra televisora que se destaca es Tele5, con ocho producciones en 2012. Sus ficciones con mayor audiencia fueron *La que se avecina* y *Aída*, que tratan temas como amor, familia y amistad.

El escenario de la producción audiovisual y la audiencia

En algunos países, los destaques del año no se refieren solo al contenido de las ficciones, sino también a los cambios en el mercado audiovisual, a la transnacionalización y al comportamiento de la audiencia. Fue ese el caso de **España**, donde el mercado de producción de ficción se encuentra en un proceso de transnacionalización, con ventas de programas y formatos a diversos países. Destaque para *Águila roja*, que logró más de seis millones de espectadores en ese país y fue comercializada a más de veinte países, seguida de *Cuéntame como pasó*, otra serie de éxito longevo, con más de cinco millones de telespectadores.

En **Estados Unidos**, el foco en 2012 no fueron las producciones, sino el reordenamiento de la industria televisiva hispánica en el país, con nuevas alianzas entre televisoras. La producción hispánica frustró las previsiones para 2012. La telenovela *El talismán*, del *Prime Time*, una coproducción de Univisión y la venezolana Vene-

visión, no obtuvo el éxito esperado. Los más de cinco millones de espectadores en el estreno no fueron suficientes para evitar la reducción del número de capítulos y el cambio al horario de la tarde. En resumen, los asuntos más tratados por los medios hispanicos fueron las Olimpiadas y la elección presidencial.

En **Perú**, tuvo destaque internacional la ficción *Al fondo hay sitio*, telenovela que en su cuarta temporada alcanzó 800 capítulos y obtuvo el mayor índice de audiencia, llegando a 50 puntos, lo que es inusual en ese país. La ficción ya se comercializó a cinco países.

Uno de los destaques de audiencia en **Portugal** fue el *remake* de la telenovela brasileña *Dancin'n days*, en coproducción con la televisora Globo. Llamaron la atención las acciones de *merchandising* (*product placement*) que ocurrieron dentro de la ficción. Las telenovelas brasileñas también obtuvieron buenos índices de audiencia con la reposición de *Páginas da Vida* y el estreno de *Avenida Brasil*. Vale resaltar también que el canal líder de ficción, TVI, tuvo como destaque en el año la exhibición de 26 telefilms del proyecto *Filmes TVI*.

En **Uruguay**, la producción de la primera *sitcom* nacional y las adaptaciones literarias fueron los destaques de 2012, con el unitario *Somos* y la serie *Bienes gananciales*, que mezcló ficción y realidad. Las producciones con financiación internacional o coproducciones fueron estrategias utilizadas en ese país. En **Venezuela**, hubo financiación pública para programas de ficción, cuya producción viene disminuyendo desde 2010.

Incentivos públicos y fomento a la producción independiente

Los programas de incentivo gubernamental en los países iberoamericanos han hecho que aumente el número de producciones nacionales y han ofrecido seguridad a los realizadores para trabajar en nuevos formatos, estilos narrativos y estéticos, además de incentivar la producción independiente o de pequeñas productoras. Las principales formas de incentivo son asistencia a la captación de inversión, patrocinio o financiación de las ficciones.

En **Portugal**, la producción de 2012 pasó por cambios, como la disminución de títulos por canales, las características de las ficciones y la oferta y consumo, abriendo espacio para nuevos modos de producir contenido ficcional en el país. La producción del canal público RTP se mantuvo igual al año anterior, a pesar de la crisis económica. El abordaje de temas diversificados ocurrió como estrategia para alcanzar públicos diferentes. Uniendo información y ficción, RTP produjo la serie de 12 telefilms *Grandes historias: toda gente conta*. Otro hecho destacado en la televisión pública portuguesa fue la colaboración con universidades para la producción de la serie *Contos de Natal*, vinculando mercado y academia. Innovaciones de formato también ocurrieron en **Argentina**, en ficciones con financiación del gobierno que presentaron nuevos formatos, estilos y géneros, ampliando el espacio para nuevas productoras y aumentando la competencia por audiencia. Ya con **Uruguay**, la innovación estética ocurrió debido a la falta de recursos. TNU, canal público de ese país, exhibió *REC: una serie casera*, marcando su retorno a las producciones en televisión abierta. En la serie, un joven produce su propio video con estética y estilo que, reflejando el título de la ficción, remite a la falta de condiciones para una producción más elaborada.

En **Venezuela**, los destaques pueden ser agrupados en cuatro tipos: 1) la estatalización de la ficción; 2) la producción ficcional a partir de espacios comunitarios; 3) la ficción seriada vinculada a aspectos míticos y religiosos; y 4) la financiación pública para la producción audiovisual. Fondos públicos financiaron la telenovela *Teresa en tres estaciones*, que retrata la vida de mujeres venezolanas. Series también contaron con esa financiación, entre ellas *Barrio Sur*, *Hotel de locura*, *Nos vemos en el espejo*, *La residencia* y *El diario de Bucaramanga*.

Ya en **Chile**, el destaque fue la serie *Solita camino*, también producida con inversión pública. A pesar de no haber alcanzado una buena posición en términos de audiencia, por disputar el mismo horario con uno de los *Top Ten*, *El Reemplazante*, la ficción fue un re-

ferente en el país por abordar temas como pedofilia, *bullying*, miedo y poder, con base en una trama sobre el mundo de los adolescentes y con alta carga emotiva.

5. Ficción televisiva y recepción transmediática: interacción a través de las redes⁵

Desde que en 2009 Obitel decidió incorporar en su análisis la recepción transmedial hemos ido relatando cómo lo que empezó como una práctica marginal, impulsada por el uso de Internet pero poco valorada por su potencial justamente transmedial, se ha convertido en un elemento clave para las interconexiones que desde la ficción se establecen tanto con otras pantallas, como con los nuevos hábitos que sus audiencias están generando. Hábitos que van desde el reconocimiento de su consumo amplificado (Orozco-Gomez, 2011), hasta sus cada vez más constantes acciones de interactividad (Lopes, 2009).

Esto refleja un fuerte y profundo cambio sociocultural que, sin embargo, aún no se ha generalizado en el tipo de interacción medio-audiencias, pero que ya permite observar un movimiento de tránsito de audiencias de medios a usuarios/productores de contenidos.

Año a año los aficionados a la ficción televisiva –en los 12 países que ahora conforman Obitel– han dado señales que indican que, poco a poco, la emotividad que los mueve en las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, etc.) a hablar de su ficción favorita los está llevando a generar otro tipo de contenidos que comienzan a superar las prácticas recopilatorias (editar videos de los momentos cruciales de su telenovela, por ejemplo, el romance de los protagonistas) para situarse en la creación de otro tipo de narrativas. Pese a que **aún están lejos de las narrativas transmediáticas** (*trans-media storytelling*) que actualmente se desarrollan con películas y

⁵ Agradecemos la colaboración especial de Darwin Franco de Obitel México en el análisis de esta sección.

series, principalmente norteamericanas, son ya un primer paso para que las audiencias, desde la producción, terminen por apropiarse de las telenovelas y series iberoamericanas.

Asimismo, hemos dado constancia de cómo las industrias televisivas de los 12 países Obitel están haciendo múltiples esfuerzos para mutar a lo que Scolari (2008) llama “hiper-televisión” y que implica la simulación o emulación de las interfaces interactivas que actualmente ofrece Internet. En una especie de “Tvmorfosis” (Orozco-Gomez, 2012), la televisión ha estado buscando maneras de interactuar más con sus audiencias y de generar, desde esa relación, recepciones múltiples que tengan a ésta como el referente principal de las nuevas prácticas mediáticas. Por ello, como precisábamos al inicio de este apartado, la recepción transmedial se ha vuelto un nexo importante entre la ficción y sus audiencias.

La recepción transmediática en los países Obitel

Para el Anuario 2013, el análisis de la recepción transmediática sufrió algunos cambios en su metodología, pues a diferencia de los años anteriores, en el presente año el análisis no se centró en dar cuenta de toda la oferta transmediática de los *Top Ten* de cada uno de los países Obitel, sino en aquella ficción seleccionada de entre las ficciones preferidas, sea por la importancia del título de ficción mismo, o porque un título constituyó un caso interesante por su propuesta transmediática desplegada específicamente.

En cualquiera de los casos, el análisis se centró en la manera en que interactuaron las audiencias con su ficción, ya sea a través de las redes sociales o mediante los sitios oficiales de las series o telenovelas seleccionadas. El centro de la mirada fue enfocado en el análisis de los comentarios, opiniones y prácticas que ahí realizaron las audiencias, pero también en los modos de apropiación y en las producciones que pudieron generarse a este respecto.

Figura 1. Los 12 títulos seleccionados y su oferta transmediática

País	Título	Formato	Top Ten	Oferta transmedial
Argentina	<i>Graduados</i>	Serie	1er Lugar	Web Oficial, Facebook Twitter
Brasil	<i>Avenida Brasil</i>	Telenovela	2do Lugar	Sitio oficial Página de Facebook BrasilNovela Twitter Oficial Blog Oioioi Tienda Media Out of Home
Chile	<i>Soltera Otra vez</i>	Telenovela	1er Lugar	Sitio oficial Página de Facebook Twitter Sitio de YouTube
Colombia	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Telenovela	1er Lugar	Página de Facebook Página oficial Página de Twitter Página de YouTube
Ecuador	<i>Enchufe-Tv</i>	Web-comedia	No	Página oficial Cuenta en Facebook Cuenta en Twitter Canal en YouTube
España	<i>El Barco</i>	Serie	No	Web oficial Facebook oficial Twitter oficial
Estados Unidos	<i>El Talismán</i>	Telenovela	9vo. Lugar	Página oficial Página de Facebook Página de Twitter Página de YouTube
México	<i>Te presento a Valentín</i>	Web-novela	No	Página oficial Página de Facebook Página de Twitter
Perú	<i>Al fondo hay sitio</i>	Telenovela	1er. Lugar	Página Oficial Página de Facebook Página de Twitter Página de YouTube
Portugal	<i>Dancin' Days</i>	Telenovela	1er. Lugar	Página Oficial Página de Facebook
Uruguay	<i>REC. Una serie casera</i>	Serie	No	Sitio oficial Página de Facebook Grupo de Facebook
Venezuela	<i>Flor salvaje</i>	Telenovela	2do. Lugar	Sitio oficial Página de Facebook

Fuente: Obitel

Uno de los primeros elementos a destacar en la oferta transmediática de los 12 títulos seleccionados por los países Obitel es la fuerza que tomaron las redes sociales como plataformas base para los procesos de transmediación de la ficción iberoamericana. En 2011, la web oficial constituía el nodo central de este proceso; sin embargo, un año después esa importancia es ahora compartida con sitios como Facebook, Twitter y, en menor grado, YouTube, los cuales ahora son sitios desde donde las ficciones iberoamericanas buscan tender redes para interactuar con sus audiencias más allá del televisor. Muchos de los títulos de la Figura 1 establecieron estrategias (basadas en promociones y en video-chats con los protagonistas) que consistían en concursos que obligaban a las audiencias a transitar en sus diversas ofertas transmediáticas para resolver en ellas las preguntas o actividades que los llevarían a participar en la charla con sus personajes/actores favoritos.

Al respecto, *Avenida Brasil* es uno de los mejores ejemplos de lo anterior, ya que este título de Globo logró una inusitada conexión con sus audiencias vía Twitter, pues en sus últimas transmisiones el *hashtag* #AvenidaBrasil se colocó como uno de los más replicados a nivel mundial, lo cual significa que la interacción al momento de la transmisión de la telenovela se daba también, de forma paralela, a través de las redes sociales.

Este fenómeno, aunque a menor escala, es algo que comienza a darse en todos los países Obitel; sin embargo, el caso de **Brasil** fue significativo porque precisa la apuesta de Globo para generar no solo una estrategia multiplataforma, sino una interactividad desplegada en tiempo real con los fans de sus telenovelas a través de plataformas como YouTube.

Un elemento a destacar es que tres de los 12 países analizaron productos creados en o exclusivamente para Internet, lo cual es ya un segundo paso hacia la ficción iberoamericana, que hasta el 2011 había trasladado sus producciones a la *web*, pero había hecho pocos esfuerzos para producir ficción que se transmitiera únicamente *on line*.

Ecuador, en un formato similar a los video-blogs, seleccionó la web-comedia *Enchufe-Tv*. Esta propuesta realiza micro-ficciones de dos a cinco minutos que sube al canal de YouTube de la productora *Touché Films*. En su sitio tienen más de dos millones de suscriptores y sus videos se han reproducido más de 250 millones de veces. Esta cantidad de seguidores se traslada a sus perfiles en redes sociales y constituye una verdadera apuesta de interactividad, pero aún no de transmediación.

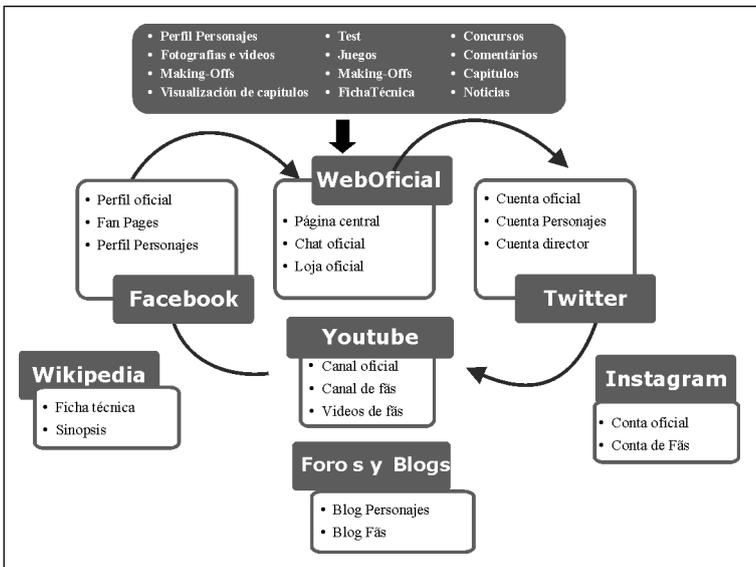
Otro elemento novedoso en 2012 fue la aparición de las primeras web-novelas en países como **México** y el ya citado **Ecuador**, que lanzaron dos telenovelas para transmisión exclusiva en Internet. *Te presento a Valentín* fue la primera apuesta de Televisa para explorar la expansión de sus telenovelas en Internet; en cambio, *Resaka* auspiciada y financiada por TC Televisión fue una propuesta experimental del Instituto Superior de Estudios de Televisión, ITV, con sede en Guayaquil, que posteriormente adoptó la televisora ecuatoriana.

Te presento a Valentín, producción creada para su transmisión única en Internet y para su distribución a través de dispositivos móviles en todo **México** y en partes de **Estados Unidos**, intentó establecer una interactividad nueva con las audiencias mexicanas; sin embargo, su penetración fue pobre, porque además de los consejos de amor que dio en Twitter jamás promovió una verdadera participación de las audiencias. El efecto, se quedó únicamente en el visionado. Lo mismo sucedió con *Resaka*, que no ha logrado una penetración fuerte, como sí lo hizo *Enchufe-Tv* en el mismo **Ecuador**.

España, con *El Barco*, exploró la transmisión de *twittersodios* que complementaban las tramas de la ficción televisiva mediante los *tweets* que los personajes (no los actores) ponían en tiempo real en Twitter, sin duda un modelo innovador dentro del ámbito Obitel, donde esas conexiones se realizan desde la producción, pero no directamente desde lo que pueda opinar o sentir algún personaje de ficción.

Argentina, por ejemplo, sí realizó una interpelación directa con sus fans en Twitter o Facebook, pero lo hizo no a través de sus personajes, sino mediante preguntas donde los fans podían responder sobre lo que pasaría o no con alguno de los personajes de *Graduados*, ficción seleccionada. No obstante, poco se sabe de lo que se hacía con esa información que la serie generó con los más de 250 mil *tweets* generados por sus seguidores. Quizá en este ejemplo, y con lo referido en España, convendría preguntarse ¿para qué le sirven esos comentarios a la producción? ¿podrían convertirse en materia prima para cambiar tramas o características de los personajes o, incluso, la misma narrativa?

Figura 2. Resumen de la oferta transmediática de los 12 títulos seleccionados en 2012



Fuente: Obitel

Como ya se había precisado, en los 12 títulos seleccionados el uso de Facebook, Twitter o YouTube ayuda a potenciar las interacciones con las audiencias, ya que inicialmente les ofrece más canales para ver y enterarse de su ficción, pero también demuestra el

mayor interés de los productores o las televisoras por las estrategias multiplataforma, como ya se venía manifestando en 2011.

Sin embargo, son las propias audiencias y los fans los que han generado la expansión de las narrativas creando perfiles, cuentas o *hashtags* donde amplían sus gustos e interacciones, pero también han sido capaces de crear –fuera de estos espacios– foros y blogs donde no solo hablan de lo que les gustaría o no ver, sino que también han buscado una manera de desviar los controles que los sitios oficiales o el propio YouTube, a petición de las televisoras, han ido generando para proteger los derechos de propiedad intelectual. Los fans, en respuesta, han creado estos otros sitios donde ellos mismos graban las telenovelas con su celular y las suben para que otros puedan disfrutarlas sin restricciones.

En términos generales, aún son pocos los casos que invitan a las audiencias a crear o ser parte activa de las producciones. **Uruguay**, con la serie *REC*, es un caso peculiar, pues desde su perfil en Facebook la producción invitó a participar como extra a cualquier interesado, publicando el día y hora de las locaciones donde grabarían.

El escepticismo y la indecisión de las televisoras, como expone **Venezuela**, son dos de los principales problemas en torno a las ofertas de trasmedialidad que podemos ver en el ámbito Obitel, en el caso de ese país. El título seleccionado, *Flor Salvaje*, precisa ese *impasse*, pues en lo que se ofreció en el sitio oficial y en sus perfiles de redes sociales aún se oscilaba entre la idea de ser verdaderamente interactivos (la producción usó un juego para medir cuánto sabía la audiencia sobre la telenovela), o usar estos sitios en Internet para facilitar el visionado y el acceso a materiales exclusivos, como “detrás de cámaras”.

También se ofrece, como pasa en **Portugal**, la “Hora Facebook”, espacio donde los actores/personajes de *Dancin´ Days* conversaban con los usuarios sobre su vida y sobre lo que le pasaría o no al personaje que representaban. En estos casos, y como pasó también en **Colombia** con *Escobar, el patrón del mal*, lo que se está privilegiando es el visionado acompañado de algunas acciones de

interactividad, como el ya citado video-chat. En relación a la ficción colombiana que representó la vida del narcotraficante Pablo Escobar, se desaprovechó la oportunidad de lograr una interacción mayor, pues al tratarse de un “hecho histórico de alto impacto” desde la producción no se valoraron los sentimientos que esto generó entre los fans, que en los comentarios dejados en redes sociales se dividieron entre “las actividades realizadas por el capo de la droga y el personaje retratado en la serie”. Quizás ahí pudo haberse realizado una apuesta transmediática invitando a las audiencias a generar finales alternativos al estilo *fan-fiction*.

En **Perú**, con la telenovela *Al fondo hay sitio*, la oferta transmediática padece de ese mismo mal, pues la participación de las audiencias no es del todo aprovechada, sea porque desde los propios sitios web se dificulta la interacción o porque la página oficial no facilita la interacción entre la ficción y sus redes sociales.

Este paso, como ya anunciábamos, no se ha logrado del todo, porque, como se expone en el capítulo de **Estados Unidos**, las televisoras ven a los fans con un interés exclusivamente mercantil. Eso evita o dificulta reconocer que a través de sus prácticas mediáticas y recepciones múltiples los fans son “los mejores embajadores de sus contenidos”, ya que ellos comparten o dan *retweet* a sus contenidos de manera gratuita. Es decir, los fans extienden la promoción y eso es saludable, como ocurrió con *El Talismán*, telenovela que logró un buen tráfico en Internet gracias a la promoción que los fans (no tanto la producción) realizaron en redes sociales, generando un impacto constante, puesto que todo el tiempo mantuvo el fenómeno de *talking about this*.

Esa capacidad de llevar y traer los contenidos mediáticos a través de las redes sociales ha llevado, incluso, a que las ficciones o algunos personajes trasciendan los límites de lo ficcional y se asuman como líderes de opinión en la realidad. En **Chile**, la telenovela argentina *Soltera otra vez*, protagonizada por el personaje de Cristina Moreno, se volvió un referente mediático y del corazón, pues desde su perfil en Facebook y en las columnas que ésta, como personaje,

escribió en algunos medios chilenos, brindó a la población chilena consejos para conseguir “al hombre ideal”.

Sin duda, el escepticismo y la indecisión de las televisoras fue lo que impidió que de manera general la recepción transmediática durante 2012 tomara nuevos caminos, aunque en lo particular hay esfuerzos de grandes y pequeñas televisoras para lograr que sus ficciones no solo se exhiban en Internet, sino que a partir de ellas sea generada una transmediación verdadera, sustentada en la interacción y la interactividad con sus audiencias.

Interacción, la apertura de la industria

Desde 2011, Obitel daba cuenta de cómo, paulatinamente, las audiencias iberoamericanas comenzaban a generar un compromiso mayor con sus ficciones, lo que se veía en procesos de interactividad. Sin embargo, este emergente fenómeno ha venido encontrando algunos límites en las ofertas y posibilidades reales de interacción que se ofrecen desde las televisoras. Eso, además de los límites derivados de las propias competencias que las audiencias están desarrollando a partir de sus interacciones con las llamadas nuevas tecnologías.

El paso que vislumbrábamos, que iba de la oferta transmediática sustentada en estrategias de marketing y divulgación de contenidos a la incorporación verdadera de las prácticas de los fans en Internet, es algo que en **aún** 2012 no parece haberse logrado. La interactividad y la interacción son dos fases en construcción en los países del ámbito Obitel.

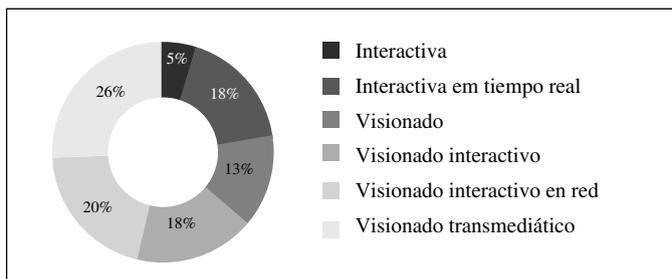
En la metodología que emplea Obitel para medir justamente dicha **interacción** se propusieron criterios comunes para realizar una clasificación más homogénea entre los 12 países que ahora componen este Anuario. La clasificación ha sido orientada por el protocolo metodológico Obitel y está constituida por las siguientes categorías:

- **Interactiva:** se puede interactuar con otros respecto de los contenidos de la ficción, pero no se pueden ver los capítulos.

- **Interactiva en tiempo real:** interpela a las audiencias durante la transmisión de la ficción.
- **Visionado:** se pueden ver los capítulos, pero no se pueden dejar comentarios.
- **Visionado interactivo:** se pueden dejar comentarios e interactuar con otras personas que visiten el sitio.
- **Visionado interactivo en red:** se puede ver la ficción, dejar comentarios y vehicular todos los contenidos del sitio a las redes sociales de los usuarios.
- **Visionado transmediático:** en el sitio se ofrecen productos exclusivos para el visionado en web y dinámicas de interacción con la ficción.

Dentro de los 12 títulos seleccionados por los países Obitel, se obtuvieron 39 ítems en relación a los tipos de interacción mediática que se ofrecieron por parte de los productores en los títulos seleccionados.

Gráfico 1. Tipos de interacción propuesta por los productores en los títulos seleccionados



Fuente: Obitel

A diferencia del 2011, destacan aquí los niveles de interacción propuestos desde la industria, los cuales están más cercanos a procesos de mayor dinamismo entre las ficciones y sus audiencias. Este año, un 26% se concentró en el **Visionado Transmediático**, lo que supone que en la mayoría de los sitios de los títulos se ofrecen pro-

ductos exclusivos para el visionado en web y dinámicas de interacción con la ficción, algo que en países como **México** y **Ecuador** fue aún más lejos, con el establecimiento de las web-novelas, o en **España** con la creación de *twittersodios*.

El Visionado Interactivo en Red (20%), el Visionado Interactivo en Tiempo Real (18%) y el Visionado Interactivo (18%) continúan con ese cambio de visión desde la producción de ficción. Su incremento respecto al año pasado responde a la apuesta de usar las redes sociales como medio para interpelar – en tiempo real – a las audiencias sobre aquello que miran en pantalla, y también porque éstas (según los datos arrojados en todos los países Obitel) han incrementado el tiempo que le dedican a las redes sociales. En este punto, destaca que dicha interactividad sea más incisiva en países como **España, Brasil, Argentina, Estados Unidos y México**, donde los niveles de conectividad son mayores.

Atrás quedaron las propuestas Interactiva y de Visionado que en años anteriores dominaron las estrategias transmediales ofrecidas desde la producción y las televisoras, lo cual supone que el proceso de transmediación y transmedialidad entre la televisión e Internet en Iberoamérica es un fenómeno lento, pero que ha venido avanzando año a año.

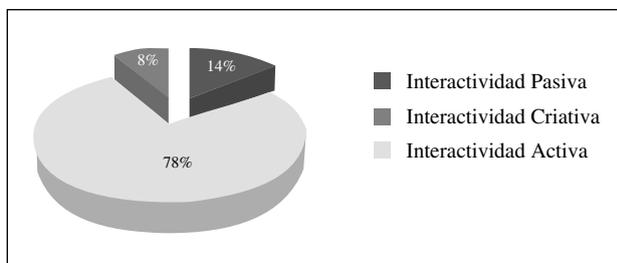
La interactividad, lo que han logrado las audiencias y lo que permiten los productores

Los resultados en relación a la interacción presuponen una apertura de los productores de ficción respecto a la manera en que pueden vincularse con sus audiencias, pero también de las maneras en que éstas (fuera de las propuestas oficiales) están buscando para vincularse y apropiarse de sus productos culturales.

Este paso o migración, sin embargo, es un proceso cultural que no se desarrolla de la misma manera en todos los países Obitel. Para realizar una aproximación a cómo se da el proceso de interactividad en el protocolo metodológico se establecieron las siguientes categorías para analizar la interactividad.

- **Interactividad pasiva:** cuando el usuario consume los contenidos sin hacer *feedback*. La interacción es apenas reactiva en cuanto al contenido.
- **Interactividad activa:** el usuario responde a un estímulo dado apenas dentro de las propias condiciones ofrecidas por el emisor, por ejemplo, la participación en alguna encuesta. La interacción es propositiva o crítica en cuanto al contenido.
- **Interactividad creativa:** el usuario pasa a convertirse en productor de contenidos, creando algo nuevo a partir de aquello que le fue dado. Estimulado por el productor original de los contenidos a emitir alguna respuesta, el usuario produce, transponiendo su condición de receptor y alcanzando el nivel de productor. (Lopes et al., 2009).

Gráfico 2. Niveles de interactividad propuesta por los productores en los títulos seleccionados



Fuente: Obitel

Aquí es destacable el incremento que tuvo este año la **Interactividad Activa**. Tomando en cuenta que ahora el análisis solo se hizo con 12 títulos y no con todos los referidos en los *Top Ten*, un 78% de la interactividad entre ficciones y fans en 2012 fue activa, lo que implicó la respuesta de las audiencias a los múltiples estímulos que este año ofrecieron los productores. Por ejemplo, sondeos, encuestas, juegos, dinámicas para obtener premios, chats y video-chats, además de participar comentando o dando “me gusta” a los capítulos.

Sin embargo, este es un nivel aún emergente de interactividad a nivel general, que quizás en algunos países sea más intenso o generalizado. Pues el paso a la “creatividad” (8%), instancia donde las audiencias se convierten en productores de contenidos, creando algo nuevo a partir de aquello que les fue dado, es algo prácticamente inexistente en los países Obitel, donde –incluso– la Interactividad Pasiva (14%), de mera reacción a aquello que se ve, aún es superior. Esto nos permite ver que, pese a que los productores ofrezcan nuevos caminos, la participación y creación de contenidos (en general) no es una práctica mediática desarrollada entre las audiencias/usuarios en los 12 países participantes.

Aunque sea necesario mencionar la Interactividad Activa, dominante en las ficciones seleccionadas, es importante especificar en qué cada ficción en particular, en sus sitios oficiales o perfiles en redes sociales, permite que sus audiencias participen, puesto que no todas las producciones estuvieron plenamente abiertas a participar directamente con las audiencias. En cada país Obitel estos matices se perciben viendo, por un lado, la oferta de los productores y, por otro, analizando las prácticas dominantes de las audiencias, las cuales –por cierto– son activas comentando e intercambiando aquello que ven, pero produciendo muy pocos contenidos propios e inéditos. La siguiente figura precisará los niveles de interacción e interactividad, así como las prácticas que dominaron entre las audiencias en relación a cada título.

Figura 3. Los 12 títulos seleccionados, oferta transmedial, tipos de interacción, niveles de interactividad y prácticas dominantes de los usuarios

País	Título	Oferta transmedial	Tipos de interacción Transmediática	Niveles de interactividad	Prácticas dominantes de los Usuarios
Argentina	<i>Graduados</i>	Web oficial,	Visionado Transmediático	Activa	Comentario Interpretación Remix Parodia Recomendación Imitación Celebración Crítica Colección Almacenamiento Compartimiento Discusión
		Facebook	Interactiva en tiempo real		
		Twitter	Interactiva en tiempo real		
Brasil	<i>Avenida Brasil</i>	Sitio oficial	Visionado interactivo en red	Activa	Interpretación Compartimiento Ludicidad Recomendación
		Página de Facebook	Visionado transmediático	Creativa	Interpretación Comentario Compartimiento Recomendación Discusión Celebración Ludicidad Colección Crítica Parodia Remix
		BrasilNovela	Visionado transmediático	Creativa	Interpretación Comentario Compartimiento Recomendación Discusión Celebración Ludicidad Colección Crítica Parodia Remix

		Twitter oficial	Visionado interactivo en tiempo real	Activa	Interpretación Comentario Compartimiento Discusión
		Blog Oioioi	Visionado interactivo	Activa	Consumo Recomendación
		Loja Mídia Out of Home	Visionado	Pasiva	Interpretación
Chile	<i>Soltera Otra vez</i>	Sitio oficial	Visionado transmediático	Creativa	Comentario Recomendación Celebración Crítica Almacenamiento Compartimiento Discusión
		Página de Facebook	Visionado interactivo en red	Activa	
		Twitter	Interactiva en tiempo real	Activa	
		Sitio de Youtube	Visionado interactivo	Activa	
Colombia	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	Página de Facebook	Visionado interactivo	Activa	Comentario Interpretación Recomendación Celebración Crítica Colección Compartimiento Ampliación Debate Interpelación
		Página oficial	Visionado interactivo en red	Activa	
		Página de Twitter	Visionado interactivo	Activa	
		Página de YouTube	Interactiva en tiempo real	Activa	
Ecuador	<i>Enchufe-Tv</i>	Página oficial	Visionado	Pasiva	Comentario Interpretación Remix Parodia Recomendación Imitación Celebración Crítica Colección Almacenamiento Compartimiento Discusión
		Cuenta en Facebook	Visionado transmediático	Activa	
		Cuenta en Twitter	Interactiva en tiempo real	Creativa	
		Canal en YouTube	Visionado interactivo en red		

España	<i>El Barco</i>	Web oficial	Visionado transmediático	Activa	Historia Intérpretes Críticas Humor Actualidad Audiencias
		Facebook oficial	Interactiva	Activa	
		Twitter oficial	Interactiva en tiempo real	Activa	
Estados Unidos	<i>El Talismán</i>	Página oficial	Visionado	Pasiva	Comentario Interpretación Remix Parodia Recomendación Imitación Celebración Crítica Colección Compartimiento Discusión
		Página de Facebook	Visionado Transmediático	Activa	
		Página de Twitter	Interactiva en tiempo real	Activa	
		Página de YouTube	Visionado transmediático	Activa	
México	<i>Te presento a Valentín</i>	Página oficial	Visionado	Pasivo	Comentario Discusión Recomendación Imitación
		Página de Facebook	Visionado interactivo en red	Activa	
			Visionado transmediático	Activa	
Página de Twitter	Visionado interactivo en red	Pasiva/ Activa			
Perú	<i>Al fondo hay sitio</i>	Página oficial	Visionado transmediático	Activa	Comentar Interpretar Recomendar Parodiar Criticar Discutir
		Página de Facebook	Visionado interactivo en red	Activa	
		Página de Twitter	Interactiva	Activa	
		Página de YouTube	Visionado interactivo en red	Activa	

Portugal	<i>Dancin' Days.</i>	Página oficial Página de Facebook	Visionado transmediático	Activa	Comentario Celebración Recomendación Compartimiento Interpretación Crítica Colección Almacenamiento Discusión
Uruguay	<i>REC. Una serie casera</i>	Sitio oficial			Comentario Celebración
		Página de Facebook	Visionado en tiempo Real	Pasiva	
		Grupo de Facebook	Interactiva	Activa	
Venezuela	<i>Flor salvaje</i>	Sitio oficial	Visionado transmediático	Activa	Comentarios Noticias Anuncios especiales sobre la telenovela Críticas Encuestas Recomendación
		Página de Facebook	Visionado interactivo	Activa	

Fuente: Obitel

En relación a las prácticas dominantes de los usuarios, la actividad que más destacó en las 12 ficciones seleccionadas fue la de **Comentarios**, seguida de **Compartir** y **Discusión**. Estas tres actividades, facilitadas por la interfaz de los sitios web donde se colocaron dichos títulos, expresan que los usuarios sí están dispuestos a interactuar con sus series y telenovelas, pero la poca oferta de los productores o la falta de capacidades les impiden realizar otras actividades, como el Remix, la Parodia o la Imitación. Si bien este tipo de actividades son desarrolladas en países como **Argentina, Brasil, Ecuador, Estados Unidos** o **México**, su referencia incluye actividades reactivas más que proactivas, ya que la mayoría de los fans de ficción que entran a los sitios que ofrecen las series o telenovelas casi exclusivamente lo hacen para mirar sus capítulos y para, de vez

en cuando, comentar algo sobre ellos. Como pasa en **Chile, Colombia, España, Portugal, Perú, Uruguay y Venezuela.**

Mirando en conjunto lo que se ofrece y lo que hacen las audiencias en los 12 títulos seleccionados queda claro que la recepción transmidiática será una realidad más que emergente, al menos en el ámbito *Obitel*, no solo cuando los productores de ficción le den un peso específico a los comentarios que reciben a diario de sus audiencias, sino también cuando éstas reconozcan su capacidad como agentes y comiencen a explorar nuevas maneras de interactuar con sus ficciones y, por qué no, cuando tomen consciencia de su capacidad como creadores de contenidos y puedan, como pasó en **Ecuador**, generar sus propios canales para producir ficción.

6. Tema del año: ficción televisiva y memoria social

La elección de la interrelación ficción televisiva y memoria social como tema del Anuario *Obitel* 2012 tuvo como objetivos revelar nuevos aspectos de la importancia de la ficción televisiva para los países del Observatorio, bien como lanzar luz sobre cómo las ficciones televisivas participan en la construcción de memorias sociales e identidades culturales de esas naciones.

La trayectoria de esa interrelación en cada uno de los países revela, en gran medida, las prácticas sociales, los discursos y los usos que se producen alrededor de la ficción televisiva. Esa tarea se mostró compleja no solo por la importancia social de la ficción televisiva en los países iberoamericanos, sino también por las diferentes perspectivas abiertas por los estudios sobre la memoria social relacionada a los medios de comunicación.

El punto de partida fue tomar la ficción televisiva como lugar de memoria (*lieu de mémoire*, Nora, 1989) y documento de época y comprenderla como narrativa de construcción, manutención y discusión de memoria social, es decir, como *recurso comunicativo* (Lopes, 2009) de construcción de identidad.

La interrelación memoria social y ficción televisiva fue observada en los países *Obitel* de diversos modos: (1) por el género de la

ficción histórica que busca retratar el pasado de manera ficcionalizada; (2) como archivo histórico en que las ficciones se transforman; (3) por el interior de las tramas donde, a través del discurso autorreferencial, rememoran a sí mismas; (4) a través de recursos como *remakes* y *reprises*. Esas modalidades de (re)construcción de un discurso sobre el pasado sirvieron para revelar aspectos y usos relacionados al género ficcional y, en especial, al melodrama como *matriz cultural* (Martín-Barbero, 2001)

La *memoria televisiva* fue también tomada como parte de la *memoria mediática* (*media memory*) (Neiger et al., 2011). En el uso permanente de la memoria colectiva en formas públicas de rituales y ceremonias, la televisión opera como agente de esa memoria al recuperar, a través de narrativas, el recuerdo de los acontecimientos. Eso lleva a tratar de comprender cómo la ficción televisiva y, en especial, la telenovela, considerada como una *narrativa de la nación* (Lopes, 2004), producen sentidos y sentimientos de pertenimiento e identidad que ejercen como ancla de la memoria social.

Es en ese diálogo entre pasado y presente que el género ficcional actúa como mediación cultural que permite a la memoria actuar selectivamente trayendo el pasado al presente, resignificándolo, mostrando nuevas facetas y olvidando otras. Ese movimiento de actualización del pasado es destacado por Ricoeur (2004). Para él, mientras la memoria trabaja trayendo el pasado al presente, la historia hace el movimiento inverso. Aunque la historia sea una instancia crítica frente al pasado, y la memoria presente la tendencia a interpretarlo a partir de categorías y puntos de vista del presente, existe una interdependencia entre ambas. La memoria es, entonces, además de fuente fundamental, la matriz misma de la Historia, haciendo circular sus interpretaciones. En ese sentido, se trata de una relación compleja y conflictiva entre dos formas de representación e interpretación del pasado.

La reconstrucción del pasado, según Meyers (2007), presenta tres aspectos principales: (1) el proceso de seleccionar algunos eventos y no otros que son omitidos, (2) la cuestión de la autoridad

de quien presenta la narrativa y (3) la consideración del juicio moral implícito para la recuperación de la memoria, la institucionalización del proceso de lo que va entrar o no en la memoria social. Refiriéndose más directamente a la televisión, Edgerton (2001) argumenta que es un medio a través del cual las personas pueden aprender historia. De esa forma, podemos considerar a la “televisión como historiador”.

La televisión es un poderoso instrumento para narrar el pasado e influenciar el modo de pensar del público, principalmente a través de la telenovela, que es considerada un fenómeno cultural en América Latina. La telenovela, como género popular, crea un espacio público para compartir experiencias y discusiones de la nación (Lopes, 2009). Según Porto (2011), las representaciones en las telenovelas tienden a trazar un paralelo entre las realidades políticas y sociales. De ese modo, los temas adquieren importancia y pasan a influenciar a los telespectadores, pues, como observa Lopez (1995), vivir la nación a través de la novela es una posibilidad concreta.

Los análisis de las ficciones televisivas hechas por los países en este Anuario muestran las narrativas de las telenovelas como agentes de reconstitución del pasado que construye memorias colectivas. Según Jelin (2002, p. 22) “el colectivo de memorias es el entrelazamiento de tradiciones y memorias individuales, en diálogo con los otros, en un estado de flujo constante” y Sturken (1997) señala que, a diferencia de las imágenes fotográficas o cinematográficas, las memorias no permanecen estáticas en el tiempo, sino que son reformuladas y reconfiguradas, desaparecen o son reescritas.

Estamos hablando, entonces, de memoria televisiva como parte de la memoria mediática (*media memory*) y de la televisión como historiador. Según Edgerton (2001), la televisión actúa como historiador y debe ser vista como medio a través del cual grandes audiencias pueden conocer historias y figuras del pasado y por ellas pueden ser cautivadas. Los recuerdos forman parte de un archivo al mismo tiempo personal y colectivo, y, como tal, son retratados y reproducidos por los medios a fin de eternizarlos. Así, los medios

generan nuevos modos de modelaje de la memoria y forman parte inevitable de la vida cotidiana. Se mezclan, aquí, los “lugares de la memoria” (Nora, 1989), la “memoria colectiva” (Halbwachs, 2006) trabajada por las instituciones, y la memoria individual del recordador/narrador (Benjamin, 1986).

A continuación, trataremos de mostrar, con base en el principio de la interculturalidad que rige Obitel, algunos caminos recorridos por los países del Observatorio, y cabe resaltar que el detalle de cada uno de los análisis aquí resumidos se encuentra en el capítulo de cada uno de los países.

Ficciones televisivas y temas de la memoria

El gran destaque del Tema del Año del Anuario Obitel 2012 estuvo en la propia ficción televisiva histórica como forma de archivo de la nacionalidad y/o cuestionamiento de la historia oficial, como hicieron **Chile, Colombia, Ecuador, Portugal, México y Uruguay**. Sin embargo, en muchos países la construcción de la memoria social y del conocimiento compartido del pasado permanece a través de la visión hegemónica de la Historia. Las ficciones que siguen esa tendencia fueron destacadas por **España, Perú y Portugal**. La construcción de una memoria histórica, que exalta acontecimientos, reconstruye personajes y localiza referencias para explicar fenómenos actuales es la forma utilizada por las ficciones de **Chile, Perú, México y Venezuela** para alcanzar un verdadero retrato de la memoria social reciente. Se trata de formas de narrar, comprender, construir y reconstruir la identidad nacional, sea por la evocación de hechos históricos circunscritos a un determinado periodo histórico, sea por la evocación y contraposición de hechos de un pasado lejano con los de un pasado más reciente. Esas formas están relacionadas directamente a la producción de sentidos de nostalgia de una época considerada, muchas veces, más organizada y feliz.

Argentina aborda la construcción de la memoria social por intermedio de la televisión destacando la capacidad de la ficción de dilucidar eventos del pasado, discutiendo las memorias producidas

por las ficciones televisivas y su participación en la construcción de ese pasado. Entra también en el debate la distinción entre la memoria generada por los medios de comunicación y aquellas memorias que dependen de un discurso estético, político o histórico y que van más allá de los medios propiamente dichos. En las memorias generadas por las televisoras argentinas son presentadas tres vertientes. La primera de ellas se refiere a la reiteración de los moldes genéricos de cultura popular en que se recuperan personajes y situaciones de *sketches* teatrales con atmósfera mítica, sin una preocupación con la temporalidad, caso de la serie *Yo soy porteño* (1962 a 1966 y 1976 a 1982). La segunda está compuesta por los casos memorables de los medios en que los noticieros policiales o de suspenso ofrecen el telón de fondo para la trama de las ficciones. Es el caso de la telenovela *Vidas robadas* (Telefé, 2008), que trata del tráfico y la desaparición de personas. Y la tercera vertiente son los casos de los medios recordándose a sí mismos, con la utilización de datos biográficos de personas conocidas que ganan centralidad en el tema de la ficción. Es el caso de la telenovela *La dueña* (Telefé, 2012), en que la vida privada de la actriz Mirtha Legrand presenta algunos puntos en común con la vida del personaje que representa, así, la realidad y la ficción se imbrican.

Ya la reconstrucción del periodo político más reciente de **Argentina** está ligada, en general, a las iniciativas gubernamentales. La manera como los eventos históricos son demostrados en las ficciones permite explicitar diferentes formas mediante las cuales Estado y sociedad construyen la identidad colectiva. Las reconstrucciones históricas ligadas al periodo traumático de la dictadura muestran la desaparición forzada de personas comunes, como en *Televisión por la identidad* (Telefé, 2007). En esa reconstrucción, surgen dos puntos de vista: el de los defensores de la dictadura y el de sus víctimas, caso de la miniserie *Volver a nacer* (Televisión Pública, 2012). Esa cuestión adquiere importancia no solo por el impacto desde el punto de vista social, sino también porque está directamente relacionada a la pérdida y a la recuperación de la iden-

tividad nacional. De ese modo, el pasado ya no puede ser pensado como un mundo cerrado.

Brasil tomó como fecha inicial para el recorte temporal de su análisis las ficciones exhibidas de 2006, inicio de las actividades de Obitel, hasta 2012. En términos metodológicos, al analizar la relación entre ficción televisiva y memoria, ese país destaca la capacidad y autoridad de la televisión para operar como agente de la memoria colectiva considerando tres aspectos. Dos de ellos están relacionados al propio medio como sistema de producción: la TV recuerda la ficción en retransmisiones y *remakes*; la TV recuerda el pasado en narrativas históricas y de época; y el tercer aspecto está relacionado a la producción de sentidos de memoria, anclada en la reapropiación de telenovelas por una escuela de samba en el desfile de carnaval de Rio de Janeiro.

Las retransmisiones, *remakes*, miniseries y telenovelas funcionan como dispositivos de memoria de la ficción televisiva. Desde 1980, la televisora Globo exhibe el programa *Vale a pena ver de novo*, que retransmite las telenovelas del canal. En 2010, Globo lanzó, en la TV de pago, el Canal Viva, cuya programación está constituida por retransmisiones de ficciones y de shows antiguos, considerados clásicos de la TV, y que viene alcanzando éxito, figurando entre los canales más vistos. Esa audiencia traduce mucho de los procesos de recuerdo, memoria e historia en la vida de los telespectadores. Otros canales, como SBT y Record, también retransmiten telenovelas y miniseries en su programación. Los *remakes* posibilitan a los telespectadores la producción de nuevos sentidos para las historias ya vistas y que se están recontando. También funcionan como rescate de la “memoria mediática” constituida por sensaciones ya vividas por personas que conocen la historia original y la comparan con el *remake*, que debaten en las redes sociales con personas que no vieron el original y ven el *remake* como si lo fuese. Se trata no solo de la recuperación de emociones y sensaciones de la primera exhibición, sino también de la construcción de nuevos significados que se procesa por la constante interrelación entre pre-

sente y pasado. En 2012, Globo produjo *remakes* de dos telenovelas: *Gabriela*, gran éxito de 1975, y *Guerra dos Sexos*, de 1984.

También ganan destaque las narrativas que rememoran aspectos históricos de la sociedad brasileña, mostrando que la relación de los medios con la historia se construye a partir del papel central que la televisión juega en los días actuales. Percibimos la memoria de los hechos de la historia en miniseries que abordaron temas históricos, sociales y políticos del país. Por ejemplo, el régimen militar con *JK* (Globo, 2006) y *Amor y Revolução* (SBT, 2011), la época histórica bíblica con *A história de Ester, Rei Davi* y *Sansão e Dalila* (Record, 2011) y las biografías de época con *Maysa - Quando fala o coração* (Globo, 2009) y *Dalva y Herivelto* (Globo 2010). Las telenovelas también ofrecen temáticas históricas, sean ellas ficticias o reales, como, por ejemplo, *Cordel encantado* (Globo, 2011), ambientada a inicios del siglo XX en una ciudad ficticia, y *Lado a lado* (Globo 2012), con una reconstitución detallada de la ciudad de Rio de Janeiro de los inicios del siglo XX. De esa forma, la memoria del pasado se trae a la percepción del presente a través del registro de la ficción televisiva.

Brasil notó, además, que la recuperación del pasado de la telenovela sobrepasó los medios convencionales (otras pantallas, revistas, libros, etc.) y fue tema del carnaval de 2013, en Rio de Janeiro. El Grêmio Recreativo Escola de Samba São Clemente desfiló en el *Sambódromo* su versión de la historia de la telenovela en Brasil. En términos simbólicos, se dio la conjunción de dos de las principales matrices de la cultura brasileña: el carnaval y la telenovela. Desfilaron temas, escenas, personajes e historias que marcaron la memoria de los telespectadores en 54 telenovelas, todas de Globo, escogidas a través de encuestas realizadas en Internet por la misma escuela de samba. Se recontaron, a partir de la estética del carnaval, historias de cinco décadas (1960-2012), con énfasis en los años 1970 y 1980, a través de *samba enredo*, música, danza, coreografía y alegorías. Se puede decir que dos *media events* – la telenovela y el carnaval –narraron, juntos, una “historia popular de la televisión”, activando

mecanismos de recuerdo y reconocimiento en millones de telespectadores que vieron el desfile.

Chile destacó las producciones de ficción histórica del país, especialmente a través de telefilms y documentales. Los temas explorados fueron: la biografía de personalidades chilenas de los primeros 100 años de la nación, el cotidiano y la vida militar y política de esos sujetos; la Guerra del Pacífico y la historia de Chile desde el descubrimiento. El país clasifica en tres tipos su producción ficcional relacionada a la memoria en los últimos cinco años: (1) las ficciones históricas que relatan los hechos del pasado distante del país; (2) las ficciones de época que narran el pasado dictatorial y (3) las ficciones que retratan la memoria social más reciente.

El pasado más distante de **Chile** es retratado por intermedio de los acontecimientos que marcaron a la nación, desde el punto de vista de la historia monumental (representación de hechos históricos fundadores de la nación), recuperando episodios de crisis y conflictos. Entran en esa categoría las ficciones *Héroes*, *Epopéya*, *Paz y Algo habrán hecho*. La memoria reciente del periodo dictatorial es presentada por ficciones de época, sin la existencia de personajes o hechos reales, como en *Los 80* y *Los Archivos del Cardenal*. Ambas series abordan la violación de los derechos humanos, defendiendo la importancia del testimonio como denuncia de esa época. Por fin, la memoria contemporánea es representada por la ficción *El Reemplazante*, exhibida en 2012. Ambientada en una escuela de barrio popular, la serie sugiere nuevos modos de relacionarse con el pasado a partir de una memoria que aún no es historia, hablando del movimiento estudiantil. Todas las ficciones citadas fueron financiadas por el Consejo Nacional de Televisión.

También **Colombia** enfatiza el hecho de que la televisión, a lo largo de los años, retrató periodos de descubrimiento, conquista e independencia, con realismo estético y mezcla de ficción y realidad. Esas ficciones invitaban a los telespectadores a que cuestionasen sus creencias sobre la historia del país. Ese país destaca, además, la relación entre memoria social e historia a partir de un breve historial

sobre cómo el pasado fue (re)creado por la televisión y cuáles fueron sus razones ideológicas y políticas.

En **Colombia**, las ficciones históricas mostraban la historia a partir de procesos y enfrentamientos sociales, de la iglesia, del gobierno o del pueblo. Sin embargo, algunas retrataban los hechos históricos de manera diferente a la contada en los libros de historia, como *La Independencia*; *La vida y obra de Bolívar*; *Los pecados de Inés de Hinojosa* y *La Pola*. Se destaca, además, una controversia referente a la manera con que el realizador de los programas interpreta los hechos históricos, puesto que éste puede privilegiar visiones sobre los acontecimientos de acuerdo con el punto de vista de los patrocinadores. Se debate, entonces, el compromiso social y político que la televisión debe tener a través del debate sobre la democracia, la inclusión social y la diversidad cultural. Son citados ejemplos como las ficciones *La Saga*, *Negocio de familia*, *La historia de Tita*, *Amar y temer*.

En la década de 1990, la telenovela en **Colombia** adquiere notable relevancia por la representación regional y nacional, ampliando su influencia a nivel mundial como promotora de la imagen del país. Con eso, la telenovela intensificó el debate sobre el significado de lo *nacional* y el papel de la cultura según el pasado y el presente históricos. Un gran desafío para la producción de ficción televisiva está en el tratamiento del conflicto político y social, que marca y determina el desarrollo histórico y actual de cada país. La ficción se transforma en símbolo de construcción de la realidad, de representaciones compartidas y de desarrollo de la memoria social.

Estados Unidos destaca la realidad de México, transformada por el narcotráfico en desesperanza y ansiedad para los ciudadanos mexicanos. Enfatiza cómo el desánimo social se instauró debido a la situación de violencia y brutalidad que la presencia del tráfico de drogas trajo al país, influenciando la cultura y modificando valores y tradiciones de los viejos tiempos por un nuevo tipo de crimen organizado, en el que el dinero sustituyó los valores antiguos. Ese punto de vista es utilizado para discutir las temáticas de las telenovelas

que muestran la vida de los traficantes en un subgénero denominado “narconovelas”, que viene obteniendo gran éxito en la televisión hispánica, como fue el caso de la ficción *La reina del sur*, exhibida durante el año anterior por Telemundo.

Estados Unidos también recuerda la relación intrínseca entre telenovela y realidad social, dado que la ficción se vuelve reflejo dramatizado de la realidad social y esta última ejerce influencia sobre las temáticas de las tramas que son vehiculadas en la televisión hispánica. En ese contexto, se discute cómo la reconstrucción del pasado de la cultura popular es influenciada por los valores presentados en las ficciones, y la televisión como el más popular y poderoso instrumento para narrar el pasado crea un espacio público en que la experiencia de una nación es tomada por la temática del narcotráfico, imponiendo un nuevo sistema que descaracteriza el melodrama tradicional y abre camino a la representación de la realidad cruda de América Latina y de Estados Unidos. Se hace la crítica a las temáticas presentadas por Telemundo, principalmente considerando el gran éxito de *La reina del sur* y el continuo empleo de esa temática en producciones futuras, que, por considerar solo el inmenso éxito del tema del narcotráfico, recubre de *glamour* la vida de los traficantes de drogas y, de cierta manera, inocenta esas actividades ilegales. En su defensa, la emisora afirma que solo ofrece a los telespectadores lo que ellos quieren.

España tuvo, en los últimos años, un aumento de producciones de época, en una clara recuperación de la memoria histórica. En 2012, la crisis económica afectó el ritmo de producción, especialmente en las televisoras públicas. Sin embargo, la propia crisis introdujo innovaciones importantes en el sentido de construir y reconstruir imágenes de la *historia cultural* y sus períodos emblemáticos, tales como la alta Edad Media y el reinado de los reyes católicos. Sus cuatro ficciones clasificadas como históricas (*Toledo*, *Isabel*, *Concepción Arenal* y *La conspiración*) mezclan “pasado” y “pasatiempo” (Silverstone, 1999, p. 132), es decir, levantan la cuestión de Buonanno (2012, p. 200), que, siguiendo a Ricoeur, afirma

que es necesario pensar en la distinción misma entre el pasado y la historia.

En términos de producción de ficción de época, **España** inauguró, con *Cuéntame cómo pasó* (2001), el “grado cero” de una reflexión que divide las obras ambientadas en el pasado en un ‘antes’ y un ‘después’ de la transición democrática. La ficción de ese país transita por periodos y fases históricas que, retratadas, se transforman en herramientas de comprensión, construcción y reconstrucción de su identidad. Así, es posible ver la conquista romana en *Hispania, la leyenda* (2010) y en *Imperium* (2012), mientras *Toledo* (2012) e *Isabel* (2012) abordan la construcción del Reino de España mezclando realidad y ficción. La España barroca es retratada en *Águila roja*, serie en exhibición desde hace cuatro años, ambientada en el siglo XVII. Los años 1920 son retratados en *La memoria del agua* y, principalmente, en *Gran hotel*, una (re)creación visual cuidadosa de la aristocracia española de la época. La notablemente costosa y longeva *Cuéntame cómo pasó* es ambientada en el periodo de transición de fines de los años 70 y ya se encuentra en su 13ª temporada, reflejando una política iluminista.

La memoria social en la ficción española tuvo como notable ejemplo *Amar en tiempos revueltos*, exhibida de 2005 a 2012 que, en 2013, retornará en nueva fase con el título *Amar es para siempre*. Producción de época, ese es un ejemplo del carácter didáctico que puede tener la ficción, abordando cuestiones sociales ocurridas entre 1936 y 1956, con gran número de imágenes de archivo. *Amar en tiempos revueltos* también generó *spin-offs* en forma de telefilms y tres novelas, además de ser vendida a diversos países de América Latina y a Estados Unidos.

Ecuador destaca la relación entre memoria y audiovisual por dos vías: la ficción proporciona elementos para recordar y sirve como fuente de archivos de memoria. A pesar de ser escasa la producción de ficción televisiva que trate de elementos e historias del pasado, el país destaca tres momentos de la ficción relacionados a la memoria social. El primero se refiere a las primeras experiencias, en

las décadas de los 60 a los 80, con las series *Narcisa de Jesús* (1961) y *El Cristo de nuestras angustias* (1967) y la telenovela *La casa de los Lirios* (1974). Esas ficciones trabajaron la memoria de manera más conservadora, con la intención de recuperar tradiciones ecuatorianas y costumbres religiosas. El segundo momento ocurre en la década de los 90, con encuentros entre literatura y ficción televisiva. Esa época fue el auge de las ficciones relacionadas a elementos de memoria social, buscando recuperar la memoria a partir de obras literarias de autores del país. Siete títulos expresan esa función, todos de Ecuavisa: *Cumandá*; *Los sangurimas*; *A la Costa*; *El Chulla Romero y Flores*; *7 lunas, 7 serpientes*; *El cojo Navarrete* y *Polvo y ceniza*. El tercer y último momento importante en las ficciones es el siglo XXI, que puede ser llamado “momento de la no memoria”, pues hay poca ficción que recupere la memoria social. Dos títulos pueden ser mencionados: *Sé que vienen a matarme* (2007) y *Olmedo, el castigo de la grandeza* (2009).

Ecuador destaca la importancia de la televisión pública como oportunidad para la memoria social, ya que no sufre las mismas presiones de mercado que la televisión privada. El canal público se concentra en programas periodísticos y documentales, pero en 2012 fueron convocados productores nacionales para impulsar la ficción, tal vez configurando la oportunidad de realizar ficción con foco en la memoria social.

En el caso de **Perú**, las ficciones sobre el pasado son el resultado de adaptaciones de obras literarias con elementos populares. Entre las ficciones destacadas hasta la década de 1980 están: *Tradiciones peruanas* (1959), teleteatro que presenta un conjunto de tradiciones que repasan el pasado histórico desde la colonia hasta la joven República, considerada pieza central en la construcción de la nacionalidad; *Matalaché* (1964), sobre un amor interracial en la época de la esclavitud; *Nuestros héroes de la guerra del Pacífico* (1979), en el centenario de la guerra contra Chile y del Gobierno Militar en Perú. Los años 1980 retratan una tensión en la ficción entre mirar un pasado reciente e interpretar un pasado remoto. Esa

tensión entre los dos pasados se encuentra en las ficciones *Gamboia* (1983), que cuenta casos reales de los archivos de la Policía investigativa de Perú; *Bajo tu piel* (1986) y *Malahierba* (1987), con temáticas sociales como negligencia médica y narcotráfico.

Sin embargo, son las miniseries las que se constituyen como el mejor vínculo entre ficción televisiva y memoria en **Perú**, especialmente a fines de la década de los 80 e inicios de los años 90. Las miniseries de la época imaginan un pasado con personajes históricos y relatos y experiencias emblemáticos, como guerra entre indios y españoles, conflictos de clase y narrativas con base en personajes reales de la historia del país. En 1994, un marco para la identidad del país en la ficción fue la telenovela *Los de arriba y los de abajo*, que mostró a **Perú** como un país culturalmente diversificado, al contrario del país retratado hegemónicamente en ficciones anteriores.

Portugal destacó las producciones que recuerdan momentos importantes de la historia política y social del país. Temas como la caída de la monarquía, la Primera República, la vida familiar y social del Estado Novo fueron ficcionalizados. La producción portuguesa considerada histórica, con tramas desarrolladas en un tiempo pasado y/o sobre temas y personalidades reales – totaliza 35 títulos, de los cuales un 40% se sitúa en un pasado reciente (entre 1930 y 1970), un 26% es de adaptaciones de obras de autores canónicos del siglo XIX y un 20% transcurre en las dos primeras décadas del siglo XX (Primera República y consecuente inestabilidad gubernamental). En 2012, fueron identificados dos títulos considerados históricos –*Perdidamente Florbela y Barcelona, cidade neutral* (RTP1) y uno de época– *Anjo meu* (TVI). Comparando los canales, se percibe que el canal público apuesta de manera continuada por ese tipo de contenido (27 títulos), mientras que los canales privados lo hacen de modo irregular.

En una constante negociación entre pasado y presente, la ficción televisiva de **México** reconstruye el pasado a partir de dos ejes narrativos: la vida rural y los años dorados del cine mexicano. Las televisoras, en parte con el apoyo de los gobiernos locales, enfa-

tizaron el escenario rural donde transcurrieron dramas familiares típicos de la construcción de la identidad nacional del país en los años 40. La ficción muestra claramente la transición entre lo rural, fuente inagotable de escenarios, temáticas e historias típicas, como en *Amor bravío* y *Abismo de pasión*, de Televisa, y *Los Rey* y *La mujer de Judas*, de TV Azteca; y lo urbano actual, con temas relacionados al narcotráfico, aborto y homosexualidad, enfatizando el drama de la identidad nacional. Con gran visibilidad para la música ranchera y en los figurines, la ficción trajo al presente un ambiente *de época* para resignificar las vivencias actuales del país. El rescate del patrimonio rural, de lo ranchero, fue casi omnipresente en las telenovelas de 2012. La visualidad y sonoridad constantes muestran el regreso de este elemento, como la vestimenta ranchera y la música mariachi. Ambos elementos fueron centrales en el cine mexicano a lo largo de todo el siglo XX y fueron constantemente resignificados por la industria cultural (en especial la televisiva).

Podríamos decir que las telenovelas habitan una especie de “otros tiempos”, relacionados al México pre-revolucionario. Tous-saint (2013) distingue un pasado en que la riqueza estaba firmemente anclada a las tierras de cultivo y extiende este movimiento de la telenovela hasta 2013, con ejemplos como *Corazón indomable*, *Amores verdaderos* y *La mujer del vendaval*, todas de Televisa.

Uruguay aborda el tema del año discutiendo la memoria social y la ficción televisiva con base en la relación entre ficción y realidad, incorporando la compleja relación entre memoria e historia. Son seleccionadas algunas ficciones televisivas importadas de cuño histórico, como *Pablo Escobar, el patrón del mal*; *Cuéntame*; *Graduados* y *Contámela en colores*. Tales ficciones son discutidas considerando el supuesto aristotélico del umbral entre verdad y plausibilidad en la formación de la memoria social, y así, aceptando que el elemento relevante en la ficción es la verosimilitud, es decir, ésta no es la verdad, sino su apariencia. De esa forma, la ficción, a través de la plausibilidad, permite al telespectador vivenciar otras subjetividades a través de los personajes y así aumentar su repertorio simbólico y

moldear las memorias colectivas. Es en ese sentido que la ficción televisiva puede ser considerada como parte integrante del proceso de construcción de las memorias colectivas de la sociedad.

La memoria social, o narración del pasado, presenta una doble vertiente cuando se observa la ficción televisiva de **Venezuela**. Por un lado, está la memoria reciente, vinculada a la situación sociopolítica del país, representada por las telenovelas *Barrio Sur* y *Teresa en tres estaciones* y, por otro, la memoria histórica con el papel de enaltecer y exaltar acontecimientos y personajes del pasado con el fin de comprender los fenómenos actuales. Esos contenidos se originaron en la llamada *telenovela cultural* y son ejemplos: *Por estas calles* (1992), *Amores de fin de siglo* (1995), *Ciudad bendita* (2006) y *Amores de barrio adentro* (2004). Otros contenidos relacionados a la memoria social son los basados en acontecimientos políticos, como *Estefanía* (1979), *Gómez I* (1980), *Gómez II* (1981) y *La dueña* (1984) y/o los basados en épocas históricas importantes, como *Pobre negro* (1976), *Sangre azul* (1979) y *Guerreras y centauros* (2012-2013). También es posible observar una especie de memoria cultural que surge en contenidos ficcionales relacionados a épocas importantes de la historia del país y que trabaja con temas como heroísmo, cuestiones étnicas y movimientos por la independencia. En el año 2012, la ficción televisiva venezolana lanzó una mirada romántica sobre el pasado, con narrativas grandilocuentes de batallas y luchas por el poder.

A modo de conclusión

Dentro del nuevo escenario cultural y comunicativo contemporáneo, el tema del año del Anuario *Obitel* proporcionó la constatación de que vivimos un “boom” de memoria, una vuelta al pasado en parte marcada por el fenómeno del *archivamiento*. La ficción crea un repertorio compartido y, por eso, fue entendida por los 12 países como un lugar donde la memoria puede ser ejercitada. Como un lugar donde representaciones e imaginarios sobre el modo de vida de una época son depositados y donde pueden, después, ser

reapropiados. Es, por lo tanto, al mismo tiempo, memoria, archivo e identidad, un *locus* complejo de construcción y reconstrucción identitarias, lugar donde asoma la capacidad de la narrativa ficcional televisiva de conectar dimensiones temporales de presente, pasado y futuro, de (re)crear la memoria colectiva dentro de la nación.

Referencias

BENJAMIN, Walter. O Narrador. En: Walter Benjamin. *Magia e técnica, Arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

BUONANNO, Milly. *Italian TV drama & beyond. Stories from the soil, stories from the sea*. Bristol, Chicago: Intellect, 2012.

CASTELLS, Manuel. *Communication power*. New York: Oxford University Press, 2009.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Introduction: Media events in globalized media cultures. En: COULDRY, Nick; HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich. *Media events in a global age*. New York: Routledge, 2010.

DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: as artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

EDGERTON, Gary R. (2001). Television as historian. A different kind of history altogether. En: EDGERTON, Gary; ROLLINGS, Peter (eds.). *Television histories. Shaping collective memory in the media age*. Lexington: The University Press of Kentucky, 2001.

HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. 2ª ed. São Paulo: Centauro, 2006.

JELIN, Elizabeth. *Los trabajos de la memoria*, Siglo XXI, Madrid, 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*. São Paulo, 3, dez 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de et al. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. En: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org). *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas*. São Paulo: Editora Globo, 2009.

LOPEZ, A. Ourwelcomed guests: Telenovelas in Latin America. In ALLEN, Robert C. (ed.), *To be continued...soap operas around the world*. London and New York: Routledge, 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MEYERS, Oren. Narrating the 1960s via “The ‘60s”: Television’s representation of the past between history and memory” *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, May 23, 2007*. Disponible en: <http://citation.allacademic.com/meta/p168345_index.html>

NEIGER, Motti, MEYERS, Oren; ZANDBERG, Eyal (eds). *On media memory*. Collective memory in a new media age. London: PalgraveMacMillan, 2011.

NORA, Pierre. Between memory and history: Les lieux de mémoire. *Representations* 26, Spring 1989. The Regents of de University of California. Disponible en: <http://www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/classes/201/articles/89NoraLieuxIntroRepresentations.pdf>

PORTO, Mauro. Telenovelas and representations of national identity in Brazil. *Media, Culture and Society*, 33, 2011.

OROZCO-GOMEZ, Guillermo. Del consumo amplificado a la participación creativa de las audiencias. Ponencia presentada en el *Congreso Educación Mediática y Competencia Digital*. Segovia, España, 2011.

OROZCO-GOMEZ, Guillermo. *TvMórfosis: la televisión hacia una sociedad de redes*. México: Canal 44 UdeG/Tintable, 2012.

RICOEUR, Paul. *La memoria, la historia y el olvido*. Buenos Aires: FCE, 2004.

SCOLARI, Carlos. Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, 77. Lima: Felafacs, 2008. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf>

SILVERSTONE, Roger. *Why study the media?* London: Sage, 1999.

STURKEN, Marita. *Tangled memories: The Vietnam war, the AIDS epidemic, and the politics of remembering*. Los Angeles: University of California Press, 1997.

TOUSSAINT, Florence. Amores rancheros. *Proceso*, no. 189, 02/03/2013.