

OBITEL 2012

Transnacionalización de la Ficción Televisiva en los Países Iberoamericanos

El presente Anuario OBITEL constituye el sexto de una serie iniciada en 2007 y refleja la maduración de una metodología que combina el estudio de base cuantitativa con el análisis contextual de la ficción televisiva, su transmediación en otras pantallas y las dinámicas socio-culturales que están presentes en los contextos de cada uno de los países participantes.

OBITEL está compuesto por once grupos nacionales de investigación que realizan un monitoreo sistemático de los programas de ficción, durante un año, emitidos por los canales de televisión abierta en sus respectivos países. Los resultados de estos monitoreos son presentados a través de las singularidades y tendencias en la ficción de cada país. Además, cada Anuario OBITEL cuenta con un capítulo comparativo que ofrece un panorama general en los países participantes.

La ficción, en tanto industria y formato, es uno de los productos culturales y mediáticos más representativos de la televisión en Iberoamérica, es su arraigo cultural y simbólico un lugar de encuentros y desencuentros donde ahora no sólo tienen cabida los amores y secretos íntimos de los personajes de una telenovela o serie, sino también la vida pública, la política, la ciudadanía, ya que cada vez más la ficción está anclando en sus narrativas las múltiples problemáticas que nos afectan como región, pero que a la vez nos separan como países.

Los países OBITEL optaron para este Anuario 2012 tomar como tema del año “la transnacionalización en la ficción televisiva” con el objetivo de realizar un mapeo de las características de los flujos transnacionales entre y hacia afuera de los once países participantes. Se analizaron tres instancias en donde mejor impacta o se refleja lo transnacional: la industria, los contenidos y los flujos y audiencias.

OBITEL 2012

Transnacionalización de la Ficción Televisiva en los Países Iberoamericanos

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

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



OBSERVATORIO IBEROAMERICANO
DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

OBITEL 2012

TRANSNACIONALIZACIÓN DE LA FICCIÓN
TELEVISIVA EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS

OBSERVATORIO IBEROAMERICANO
DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

OBITEL 2012

TRANSNACIONALIZACIÓN DE LA FICCIÓN
TELEVISIVA EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Guillermo Orozco Gómez
Coordinadores Generales

Morella Alvarado, Gustavo Aprea, Fernando Aranguren,
Alexandra Ayala, Catarina Duff Burnay, Borys Bustamante,
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
Coordinadores Nacionales



UNIVERSIDADE



Editora Sulina

© Globo Comunicação e Participações S.A., 2012

Capa:

Letícia Lampert

Projeto gráfico:

Niura Fernanda Souza

Editoração:

Clo Sbardelotto e Niura Fernanda Souza

Tradutores:

Thais Deamici de Souza e Danaé Müller Franceschi

Revisão:

Gladys Miriam Fama

Editor: *Luis Gomes*

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza – CRB 10/960

T772

Transnacionalización de la ficción televisiva em los países iberoamericanos:
anuario Obitel 2012 / los organizadores Guillermo Orozco Gómez y Maria
Immacolata Vassalo de Lopes. — Porto Alegre: Sulina, 2012.
592 p.; il.

ISBN: 978-85-205-0664-6

1. Televisión – Programa. 2. Ficción – Televisión. 3. Programa de Televisión
– Iberoamerica. 4. Comunicación Social. 5. Iberoamerica – Televisión. I. Gómez,
Guillermo Orozco. II. Lopes, Maria Immacolata Vassalo de.

CDU: 654.19

659.3

CDD: 301.161

791.445

Direitos desta edição adquiridos por Globo Comunicação e Participações S.A.

Editora Meridional Ltda.

Av. Osvaldo Aranha, 440 cj. 101 – Bom Fim

Cep: 90035-190 – Porto Alegre/RS

Fone: (0xx51) 3311.4082

Fax: (0xx51) 2364.4194

www.editorasulina.com.br

e-mail: sulina@editorasulina.com.br

Agosto/2012

EQUIPOS NACIONALES OBITEL

Coordinadores generales del proyecto

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (*Universidade de São Paulo*)

Guillermo Orozco Gómez (*Universidad de Guadalajara*)

ARGENTINA

Gustavo Aprea (*Universidad Nacional de General Sarmiento e Instituto Universitario Nacional del Arte*) y

Mónica Kirchheimer (*Universidad de Buenos Aires e Instituto Universitario Nacional del Arte*), coordinadores nacionales;

María Victoria Bourdieu (*Universidad Nacional de General Sarmiento*);

Florencia Bacarin, María Belzunces, María Fernanda Cappa, Victoria De Michele, Marina Dragonetti, Silvia Grinfas, Noelia Morales, Laura Oszust, Agustina Pérez Rial, Ezequiel Rivero (*Universidad de Buenos Aires*), colaboradores.

BRASIL

Maria Immacolata Vassallo de Lopes (*Universidade de São*

Paulo), coordinadora nacional;

Maria Cristina Palma Mungiolli (*Universidade de São Paulo*), investigadora adjunta;

Claudia Freire, Clarice Greco Alves, Helen Emy Nochi Suzuki, Issaaf Santos Karhawi, Ligia Maria Prezias Lemos, Neide Maria de Arruda, Silvia Terezinha Torreglossa de Jesus (*Universidade de São Paulo*), investigadoras asociadas;

Lorena Milanese Brettas, Gustavo Silva Barranco, Angelina Moreira de Souza, Isabela Cicalise Silberschmidt (*Centro de Estudos de Telenovela – CETVN – da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo*), asistentes de investigación.

CHILE

Valerio Fuenzalida y Pablo Julio Pohlhammer (*Pontificia Universidad Católica de Chile*), coordinadores nacionales;

Verónica Silva, Ignacio Polidura, investigadores independientes;

Alejandro Calogueria (*Cámara de Exhibiciones Multisalas de Chile A.G.*);

Constanza Mujica, Alejandro Bruna (*Pontificia Universidad Católica de Chile*), investigadores asociados.

COLOMBIA

Borys Bustamante Bohórquez y Fernando Aranguren Díaz (*Universidad Distrital Francisco José de Caldas*), coordinadores nacionales;

Hugo Sánchez, Alejandra Rusinque, Diana Mendoza (*Universidad Distrital Francisco José de Caldas*), investigadores asociados.

ECUADOR

Alexandra Ayala Marín y César Herrera (*Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - CIESPAL*),

coordinadores nacionales; Pamela Cruz, Cecilia Vergara, José Rivera (*Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - CIESPAL*), investigadores asociados.

ESPAÑA

Charo Lacalle (*Universitat Autònoma de Barcelona*), coordinadora nacional;

Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo (*Universitat Autònoma de Barcelona*), investigadoras asociadas;

Berta Trullàs (*Universitat Autònoma de Barcelona*), asistente de investigación.

ESTADOS UNIDOS

Juan Piñón (*New York University*), coordinador nacional;

Tanya Cornejo, Linnete Manrique, Wendy Yuen Ting (*New York University*), asistentes de investigación.

MÉXICO

Guillermo Orozco Gómez y Francisco Hernández Lomeli (*Universidad de Guadalajara*), coordinadores nacionales;

Darwin Franco Miguez, Adrien Charlois Allende (*Universidad de Guadalajara*), investigadores asociados.

PORTUGAL

Isabel Ferin Cunha (*Universidade de Coimbra*) y Catarina Duff Burnay (*Universidade Católica Portuguesa*), coordinadoras nacionales;

Fernanda Castilho (*Universidade de Coimbra*), investigadora asociada.

URUGUAY

Rosario Sánchez Vilela (*Universidad Católica del Uruguay*), coordinadora nacional;

Paula Santos Vizcaíno, Lucía Allegro, Eugenia Armúa, Guillermo Sabella (*Universidad Católica del Uruguay*), asistentes de investigación.

VENEZUELA

Morella Alvarado Miquilena (*Universidad Central de Venezuela*), coordinadora nacional;

Luisa Torrealba Mesa (*Universidad Central de Venezuela*),

Fernando Vizcarra Schumm (*Universidad Autónoma de Baja California*), investigadores asociados;

Massimo Dotta Botto (*productor de cine y TV*).

11

VENEZUELA: UNA ORGANIZACIÓN Y MÚLTIPLES MERCADOS PARA LA FICCIÓN

Autoras:

Morella Alvarado Miquilena y Luisa Torrealba

Equipo¹:

Dotta, Massimo

Jover Pineda, Carolina (Traductora)

Vizcarra Schumm, Fernando (UABC)

1. El contexto audiovisual del país

Durante el año 2011 hubo un leve repunte en la producción de ficción en la televisión venezolana frente a la fuerte merma del año 2010. Entraron en vigencia las reformas aprobadas en diciembre de 2010 a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, que tuvieron impacto en el mapa de medios radioeléctricos del país². Se registraron dos casos de censura que implicó la salida del aire de una telenovela *Chepe Fortuna* y un programa de concursos (*12 Corazones*) por un exhorto de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. Asimismo, la salida del aire de la telenovela *Agua en la*

¹ Agradecimiento especial a los estudiantes de la asignatura “Cultura y Medios Masivos”, impartida en la Escuela de Artes, Mención Cinematografía de la Universidad Central de Venezuela, durante el semestre 2011-I, por la información recopilada. Asimismo, a la empresa AGB Nielsen *Media Research* por su colaboración desinteresada y a la Señorita Rosana Durán, por sus valiosos aportes.

² La reforma de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos se aprobó en la Asamblea Nacional el lunes 20 de diciembre de 2010. Entró en vigencia, luego de su publicación en la Gaceta Oficial N° 39.579 (22/12/2010). Fue reimpressa y publicada nuevamente, por un error material (error de transcripción), en la Gaceta Oficial N° 39.610 (07/02/2011).

boca, por incumplimiento de la normativa de la última de las leyes mencionadas³.

1.1 Panorama del contexto audiovisual en relación con la ficción televisiva

Gráfico 1. Cadenas nacionales de televisión abierta en Venezuela de alcance nacional

Cadenas Privadas (8)	Cadenas Públicas (5)
Canal I	Fundación Televisora de la Asamblea Nacional de Venezuela ANTV
Globovisión	Fundación Televisora Venezolana Social. Tves
La Tele	La Nueva Televisión del Sur C.A. Tele Sur
Meridiano Televisión	Compañía Anónima Venezolana de Televisión. VTV
Televen	COVETEL – Vive TV
TV Familia	
Vale TV	
Venevisión	
TOTAL CADENAS: 13	

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

En relación al gráfico presentado en el año 2010, se excluyeron dos cadenas públicas “Ávila TV” y “Colombeia TV”. La primera, inaugurada en el año 2006, como un proyecto adscrito a la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Caracas (Alcaldía Mayor). “Ávila TV” disminuyó sus actividades a partir del año 2008, cuando dicha

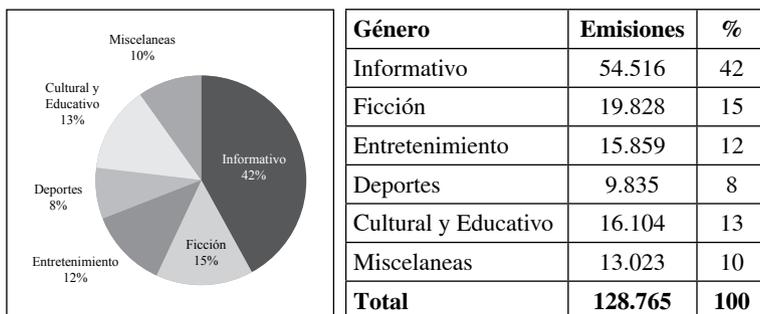
³ Según el Art.14 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (2011), durante el horario “Todo Usuario” se debe transmitir un mínimo de tres horas diarias de programas dirigidos a niños, niñas y adolescentes. En esta franja horaria, se deberá difundir diariamente un mínimo de siete horas de producción nacional y, un mínimo de cuatro horas generadas por PNI. Mientras que en el horario “Supervisado”, se deben transmitir un mínimo de tres horas de producción nacional y 90 minutos producidas por los PNI. La transmisión de “Agua en la boca” quebrantó esta norma.

dependencia gubernamental pasó a ser administrada por Antonio Ledezma, opositor al gobierno bolivariano. Desde ese momento “Ávila TV” forma parte del Sistema Nacional de Medios Públicos como un canal juvenil, “Bastión esencial de la Revolución Bolivariana” (Romero, 2011 parr-8)

La segunda, “Colombeia TV”⁴, denominada como “La televisora educativa de Venezuela”, cuya figura jurídica es la Fundación Colombeia, se excluyó debido a que son pocos los contenidos que se difunden por señal abierta.

1.2 Géneros de programas ofertados por la TV

Gráfico 2. Géneros de programas y emisiones transmitidas por la TV señal abierta año 2011



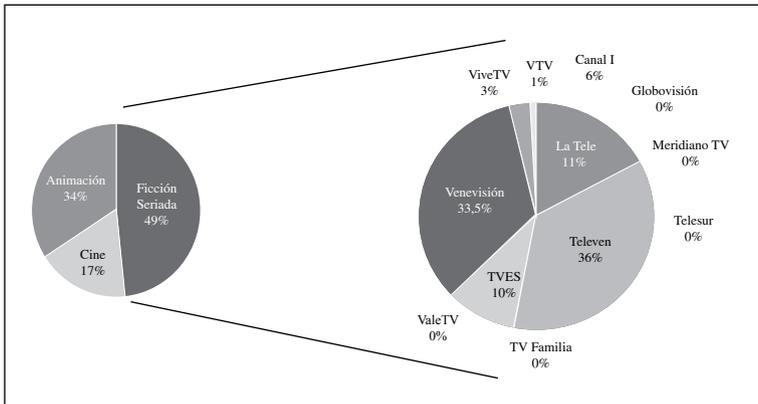
Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

El cuadro anterior ha sido contabilizado por emisiones y no por horas de transmisión. El género informativo es el más prolífico y se alimenta principalmente de noticieros (en el caso de las televisoras privadas); programas de opinión, reportajes y documentales

⁴ La programación de “Colombeia TV” se transmite por vía satelital (Satélite Simón Bolívar o Venesat-1) y por los servicios de televisión de suscripción: Sistem Cable (Distrito Capital); Cable Uno (Sur del estado Carabobo); Cable TV Mar (Choroní) y Fundacable TV (Municipio San Francisco del estado Zulia). Asimismo, los contenidos de Colombeia TV se descargan en su portal y se transmiten en diversos canales del Sistema Nacional de Medios Públicos.

(en el caso de las cadenas públicas). La distribución de la Ficción, el segundo género más visto, con un 15% de porcentaje de emisión, es la siguiente: Ficción Seriada 49%; Cine 17% ; Animación 34%. Con respecto a la ficción seriada, en la que se incluyen Telenovelas, Series y Miniseries, las diferentes cadenas presentan los siguientes porcentajes de emisión, en relación al total de programación transmitida: Canal I 6%; Globovisión 0%; La Tele 11%; Meridiano TV 0%; Telesur 0%; Televen 36%; TV Familia 0%; TVES 10%; Vale TV 0%; Venevisión 33,5%; Vive TV 3% y Venezolana de Televisión 0,5%. Ello demuestra que la producción de ficción seriada es un nicho por explotar en Venezuela.

Gráfico 2.1 – Distribución de la Ficción en la programación televisiva de señal abierta año 2011



Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Para el año 2011, los géneros ofertados mantienen una proporción similar al año 2010. El género informativo despunta, en sus diversas modalidades: noticieros, opinión, reportajes, entrevistas y documentales. Éste último, se contabiliza como un renglón aparte, con el fin de apreciar mejor la cantidad de producciones generadas. Según el Art.13 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (LRSRTVME, 2011), se considera

producción nacional a las producciones en cuya creación, dirección, producción y postproducción, se evidencie la presencia de: capital, locaciones, guiones, autores o autoras, directores o directoras, personal artístico, personal técnico y valores venezolanos. La producción nacional debe transmitirse en una proporción mayor al 60%. Una figura que facilita la generación de contenidos – así como una dimensión de la participación ciudadana – es la de los Productores Nacionales Independientes (PNI). A través de esta figura, se han producido contenidos en los que se exalta la venezolanidad, principalmente a través de programas de tipo documental, informativo, cultural, educativo y en menor medida, ficción. Esto ha favorecido la presencia de programas con contenidos repetitivos y de poca invención técnica, cuyo único fin es cumplir con la norma.

Un elemento que se mantiene como constante en las cadenas públicas es la referencia en sus contenidos – directa e indirectamente –, al proyecto gubernamental y a la figura del presidente Hugo Rafael Chávez Frías, quien arribó a los trece años en el poder⁵. En esta línea de promoción al proyecto bolivariano y a su principal protagonista denominado “El Líder”, resaltan las interrupciones de la programación de los canales de señal abierta a través de las denominadas “cadenas”. Estas interrupciones constantes y obligatorias, son utilizadas para transmitir diversos tipos de contenidos. Durante el mes de mayo de 2011, se publicó un registro que contabilizó 2125 cadenas presidenciales, transmitidas desde 1999 hasta el 2010⁶. Teo-

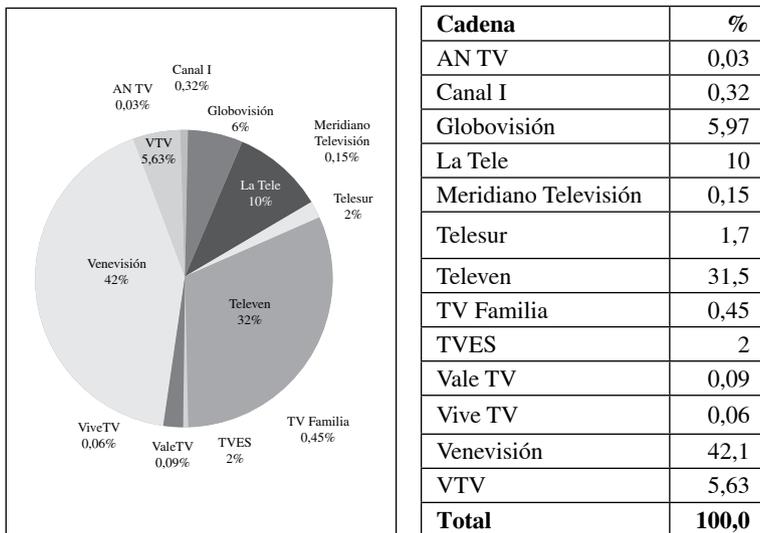
⁵ Ejemplo de lo anterior son los programas: “Aló Presidente”, “A voz alzada”, “Construyendo República”; “Alba TV”; “Prohibido Olvidar” y “Pueblo Legislador”, transmitidos por Vive TV. “La Hojilla”, “Dando y Dando”, “Cayendo y Corriendo”, “Como ustedes pueden ver”, “Debate Socialista” y “Contragolpe”, difundidos por Venezolana de Televisión (VTV). “La Talanquera”, “Parlamentarismo social de calle”, “Trabajando” e “Ideas para el Debate”, por Asamblea Nacional Televisión (ANTV). Así como “Presidentes de Latinoamérica” y “Aló Presidente” (Telesur).

⁶ Según Teodoro Petkoff, desde 1999 hasta 2010, “Chávez ha realizado 2125 cadenas que han ocupado 1464 horas con 5 minutos y 45 segundos”, ello sin incluir la transmisión del programa dominical “Aló Presidente”. Consultado el 5 de marzo de 2012 en: <http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/246993/petkoff-chavez-ha-realizado-2-mil-125-cadenas-presidenciales-en-11-anos/>. En la presentación de un informe, el Ministro de Información y Comunicación Andrés Izarra afirmó que “A pesar de la salud del jefe del Estado,

doro Petkoff, experimentado político y director del diario *Tal Cual*, denunció la presencia exagerada de la imagen de Chávez Frías en los medios públicos y aclara que en Venezuela “medio público” significa “medio oficialista” que se convierte en escaparate para promover al mandatario.

1.3 Audiencia TV por canales

Gráfico 3. Audiencia de TV por Canales



Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Un elemento que resalta del cuadro anterior, es que las dos cadenas que poseen el mayor índice de audiencia, son las que tienen mayor porcentaje de transmisión de ficción en su programación. Telegen, que destaca por la transmisión de series y Venevisión, por la transmisión y producción de telenovelas.

‘se garantizaron’ 792 transmisiones de la agenda de Miraflores (656 en Caracas, 51 desde el interior y 85 desde el extranjero) y 7 Aló, Presidente’’. Consultado el 8 de febrero de 2012 en: <http://www.el-nacional.com/noticia/28165/16/Minci-carece-de-recursos-y-de-voceros-estrategicos.html>.

1.4 Políticas de comunicación

Durante el año 2011 entraron en vigencia un conjunto de reformas legales. Se reseñan las realizadas a la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (LRSRTVME), pues inciden en la generación de contenidos. La reforma a esta ley, aprobada en diciembre de 2010, se realizó sin consulta previa a los ciudadanos y a la sociedad organizada, como lo contempla el Art. 12 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. La Ley incluye sanciones que podrían favorecer la censura. Por ejemplo, el artículo 27, prohíbe a los servicios de radio, televisión y medios electrónicos la difusión de mensajes que: inciten o promuevan el odio y la intolerancia por razones religiosas, políticas por diferencia de género, por racismo o xenofobia; inciten o promuevan y/o hagan apología al delito; constituyan propaganda de guerra; fomenten zozobra en la ciudadanía o alteren el orden público; desconozcan a las autoridades legítimamente constituidas; induzcan al homicidio; inciten o promuevan el incumplimiento del ordenamiento jurídico vigente. Y establece responsabilidades y sanciones económicas (multas) a los proveedores de medios electrónicos por la emisión de información y contenidos prohibidos. La aplicación de la norma y de las sanciones queda al criterio del Directorio de Responsabilidad Social, que de 12 integrantes, 8 son representantes de organismos gubernamentales. Lo anterior podría inducir un sesgo al momento de la toma de decisiones.

Las disposiciones de la ley, sustentaron la medida de censura que sacó el aire a la telenovela colombiana *Chepe Fortuna*. Ello, a partir de las denuncias realizadas desde el programa de opinión *La Hojilla*, transmitido por Venezolana de Televisión. Desde *La Hojilla*, bastión de propaganda gubernamental que utiliza la burla y la ofensa como estrategia comunicacional, se denunció – paradójicamente – las formas de agravio presentes en la trama de *Chepe Fortuna*. La telenovela salió del aire el 13 de enero del 2011, luego de que de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) le envió un exhorto por escrito a la televisora para que tomara la

desición. Los argumentos: emitían contenidos desmoralizantes, denigrantes y ofensivos; promoción de la intolerancia política y racial y, promoción de la apología del delito. En la telenovela, el personaje Venezuela, representado por una actriz obesa y morena era, según CONATEL, “caracterizada reiteradamente como asociada a actividades delictivas, injerencismo y ramplonería, símil que denota la descarada manipulación del guión para desmoralizar a la población venezolana” (CONATEL 2011a).

1.5 TV Digital Terrestre y Fibra Óptica

En lo que respecta a TV Digital Terrestre, en octubre de 2009 la CONATEL anunció que Venezuela adoptaría el estándar japonés ISDB-T para televisión digital terrestre (TDT). La implementación definitiva o apagón analógico, está prevista para el año 2018. Inspirados en la meta de hacer realidad el paso a la era TDT, en octubre de 2011 se realizaron en Caracas unas pruebas del sistema TDT, que estuvieron a cargo de la Comisión Presidencial para la Televisión Digital Terrestre. Dicha comisión estaba integrada por Red TV, el Centro Nacional de Desarrollo e Investigación en Telecomunicaciones (CENDIT), el Ministerio del Poder Popular para Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedia (MCTII) y la CONATEL. Se evaluó el alcance de la potencia del transmisor – con potencia efectiva radiada de 30.000 vatios – ubicado en el Parque Nacional Waraira Repano, en Caracas. Luego de dicha evaluación, se planificará la distribución del espectro radioeléctrico (CONATEL, 2011b). Al cierre del presente informe, no había información al respecto.

Otro hito importante se encuentra en el marco de la Alianza Bolivariana para los pueblos de nuestra América (ALBA): El cable Cuba-Venezuela. Este cable de fibra óptica submarino – con una extensión de 1.602 km – busca interconectar a Cuba con Venezuela. El cable parte de la población de La Guaira en Venezuela y llega a Santiago de Cuba. Tendrá adicionalmente una derivación que irá desde Cuba a Jamaica, para establecer una red identificada como ALBA-1 (Estamos en línea.com, 2010). La construcción estuvo a cargo de la

empresa gubernamental binacional Telecomunicaciones Gran Caribe S.A. La culminación de la instalación de la fibra óptica ocurrió en febrero de 2011 y estaba previsto que comenzara a funcionar a partir del mes de junio de 2011. Sin embargo, al momento del cierre del presente trabajo no había información al respecto. Detrás de este proyecto hay un interés en ubicar a Venezuela como un país estratégico en materia de telecomunicaciones, más allá de la solidaridad y cooperación con Cuba que se da en el marco del ALBA.

1.6 Internet y TV por suscripción

Para el cierre del año 2011, la penetración de internet en Venezuela alcanzó la cifra de 40,22% de acuerdo a las estadísticas de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Se incrementó en un 2,85% en relación al año 2010. Aunque la penetración ha crecido progresivamente, el alcance no abarca a la mitad de la población venezolana⁷. Al igual que en el 2010, el servicio de Internet en el 2011 fue prestado por 24 empresas (CONATEL, 2012a). El 54% de las suscripciones a internet fueron residenciales, mientras que el otro 46% correspondió a suscriptores no residenciales o suscriptores que se conectan a través de puntos móviles de conexión (no incluyen la conexión a través de teléfonos celulares). Al igual que el año anterior, el mayor número de usuarios se conecta desde sus hogares (CONATEL, 2012b). Ello es un aspecto favorable para las audiencias de ficción televisiva, quienes acceden a contenidos complementarios a través de internet (microsites de las producciones, cuentas en redes sociales, retransmisión de capítulos completos *on line*) e interactúan con creadores, guionistas, directores y actores.

La televisión por suscripción creció durante el 2011, con una penetración de 39,44%. Esto implica un crecimiento de 2,84% en relación con el año 2010 (36,60%). Un total de 165 empresas ofrecen el servicio (Conatel 2012c).

⁷ Para el cierre del 2011, según el XIV Censo Nacional de Población y Vivienda, población venezolana es de 27.150.095 habitantes.

Resalta la incorporación de la empresa estatal Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela (CANTV) al conjunto de empresas que prestan servicio de televisión por suscripción. El servicio denominado “Cantv televisión satelital” ofrece: imagen y sonido 100% digital, disponibilidad en todo el territorio nacional y las tarifas más bajas de la televisión por suscripción en el país: Bs. 85 mensual (lo cual equivale a 19.76 Dólares, al cambio oficial de Bs 4.30 por dólar). Se dispone además de un paquete de 42 canales con programación infantil, musical, deportiva, informativa, cultural, internacional, de películas y variedades y 7 canales de audio (CANTV, 2011)⁸. Los servicios de “Cantv televisión satelital” se transmiten a través del Satélite Simón Bolívar o Venesat-1 el cual fue lanzado a la órbita aeroespacial el 29 de octubre de 2008 y constituye una de las banderas en materia de telecomunicaciones del gobierno del Presidente Hugo Chávez.

1.7 Inversiones publicitarias del año, en TV –Top Ten

Inversión publicitaria en televisión durante el Top Ten durante 2011			
Categoría	Cantidad de anunciantes	Monto total en BsF	Monto en US\$
1. Vestuario y calzado	76	1.026.969.208,00	23.883.004,84
2. Medicamentos y Servicios de salud	68	973.935.941,00	22.649.673,05

⁸ De 10 canales que conforman la oferta nacional: 6 son televisoras estatales y sólo 4 son privadas. Quedan por fuera las televisoras privadas: Canal I, Globovisión, La Tele, TV Familia y Vale TV. En particular llama la atención la exclusión de Globovisión, televisoras que transmite información durante las 24 horas del día y que ocupa el cuarto lugar entre los canales de mayor audiencia, después de Venevisión, Televen y Venezolana de Televisión (VTV). La línea informativa de Globovisión, ha sido recurrentemente criticada por voceros del gobierno nacional, encabezados por el propio Presidente de la República Hugo Chávez. El canal mantiene abiertos 6 procedimientos administrativos sancionatorios por parte de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones que podrían derivar en cierres temporales (de 72 horas) o la revocatoria de la licencia. En un séptimo procedimiento administrativo (octubre de 2011) aplicado por la cobertura periodística que la televisoras hizo de un motín carcelario, se le aplicó una multa cuyo monto supera los 2 millones cien mil dólares.

Categoría	Cantidad de anunciantes	Monto total en BsF	Monto en US\$
3. Productos de belleza y cosméticos	15	920.052.489,00	21.396.569,51
4. Alimentos y Servicios de alimentación	58	795.624.395,00	18.502.892,91
5. Otros	90	745.846.960,00	17.345.278,14
6. Gobierno Bolivariano	15	526.435.836,00	12.242.693,86
7. Telefonía, Comunicación e Internet	32	411.178.479,00	9.562.290,21
8. Electrodomésticos y hogar	39	289.222.290,00	6.726.099,77
9. Servicios financieros	13	225.069.147,00	5.234.166,21
10. Juguetería	6	210.401.326,00	4.893.054,09
11. Seguros	5	193.397.571,00	4.497.617,93
12. Bebidas	4	160.490.598,00	3.732.339,49
13. Artículos de Limpieza	4	93.203.308,00	2.167.518,79
14. Envite y Azar	4	83.053.551,00	1.931.477,93
15. Gobiernos Locales	13	60.491.546,00	1.406.780,14
16. Cadenas comerciales	28	52.043.654,00	1.210.317,53
17. ONG's	16	33.615.387,00	781.753,19
18. Partidos Políticos	5	25.925.523,00	602.919,14
19. Poder Electoral	1	17.135.408,00	398.497,86
20. Individuos	8	7.234.295,00	168.239,42
TOTAL	500	4.850.421.763,00	112.800.506,12

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012, a partir de data proporcionada por *AGB Nielsen-Venezuela*.

El cuadro anterior se refiere a la inversión publicitaria realizada durante la transmisión de los *Top Ten* de ficción seriada. Vale destacar que sólo las cadenas privadas (8), transmiten contenidos publicitarios. En las cadenas públicas (5), financiadas con dinero público, los contenidos son básicamente propagandísticos y algunos son exonerados de pago. Aun así, se señala que “el año pasado [2010] TVES cumplió la meta pautaada para sus ingresos por la comercialización de espacios publicitarios. Debido al recorte de presupuesto de 2011, se elevó la meta de recaudación por este concepto a 30%. “Creemos que lo vamos a lograr” .Según esta información, la publicidad es un recurso que no se desestima en estos canales, especialmente si promociona a las entidades y servicios del Estado. En el caso de esta televisora, afirma Williams Castillo que “mantienen las tarifas “solidarias” por la venta de espacios publicitarios (...) Le damos oportunidad al anunciante de que además de la cuña de 30 segundos, pueda tener espacios para micros (si lo amerita). Hay entidades del Estado que han respondido a ese llamado”¹⁰. Así, más que publicidad, se trata de venta de espacios con fines propagandísticos. No es casual que el Gobierno Bolivariano ocupe el puesto número 6, tal como se muestra en el cuadro anterior.

Para el año 2011, destacan como los principales inversores empresas vinculadas a las categorías de: 1. vestidos y calzados; 2. medicamentos y servicios de salud; 3. productos de belleza y cosméticos. Todos productos destinados al consumo individual y que promocionan las nociones de imagen, apariencia física y simulacro, propias de la postmodernidad. Estos productos además guardan relación con el estilo de vida de los personajes de los dos programas de ficción más vistos durante el año 2011, las telenovelas *La Viuda Joven* y *La Mujer Perfecta*, en las que el *glamour*, la moda, los estilos de vida de lujo y de las prácticas corporales, son temas dominantes.

⁹ Declaraciones del Presidente del TVES Williams Castillo. Consultado el 5 de marzo de 2012 en: <http://www.noticierodigital.com/2011/05/tves-tiene-un-promedio-total-de-audiencia-de-2-y-logra-21-en-transmisiones-de-la-formula-1-segun-agb/>

¹⁰ Idem

2. Análisis del año: la ficción de estreno del país e iberoamericana

Tabla 1: Producciones exhibidas en 2011 y respectivas emisoras

	ESTRENOS		TELEVEN
	VENEVISIÓN: 6 Títulos Nacionales	57	<i>Flor Salvaje</i> (Telenovela) Colombia – USA
1	<i>Corazones Extremos</i> (Serie) Venezuela	58	<i>Los Impostores</i> (Serie) USA – Argentina
2	<i>El árbol de Gabriel</i> (Telenovela) Venezuela	59	<i>Los herederos del monte</i> (Telenovela) Colombia, USA
3	<i>La mujer perfecta</i> (Telenovela) Venezuela	60	<i>Ojo por ojo</i> (Telenovela) Colombia – USA
4	<i>La viuda joven</i> (Telenovela) Venezuela	61	<i>Perro Amor</i> (Telenovela) Colombia – USA
5	<i>N.P.S. No puede ser</i> (Sitcom) Venezuela		
6	<i>Natalia del mar</i> (Telenovela) Venezuela		REESTRENOS
	20 Títulos Importados		CANAL I: 3 Títulos Nacionales
7	<i>Amor en custodia</i> (Telenovela) Colombia	62	<i>Abigail</i> (Telenovela) Venezuela
8	<i>A mano limpia. Un golpe del destino</i> (Telenovela) Colombia	63	<i>Ciclo Rómulo Gallegos</i> (Serie de unitarios) Venezuela
9	<i>Broma Pesada</i> (Miniserie) Colombia	64	<i>Señora</i> (Telenovela) Venezuela
10	<i>Cuando me enamoro</i> (Telenovela) México		1 Título Importado
11	<i>El rey de la estafa</i> (Miniserie) Colombia	65	<i>La Ex</i> (Telenovela) Colombia
12	<i>La Bruja</i> (Serie) Colombia		
13	<i>La fuerza del destino</i> (Telenovela) México		LA TELE: 3 Títulos Nacionales
14	<i>La leyenda continua</i> (Miniserie) Colombia	66	<i>La llaman Mariamor</i> (Telenovela) Venezuela
15	<i>La que no podía amar</i> (Telenovela) México	67	<i>La Traidora</i> (Telenovela) Venezuela
16	<i>Las detectivas y el Victor</i> (Telenovela) Colombia	68	<i>María, María</i> (Telenovela) Venezuela
17	<i>Mariana y Scarlett</i> (Telenovela) Colombia		1 Título Importado
18	<i>Mujeres al límite</i> (Serie de unitarios) Colombia	69	<i>Los Roldán</i> (Telenovela) Argentina
19	<i>Oye Bonita</i> (Telenovela) Colombia		

20	<i>Pasión Vallenata</i> (Miniserie) Colombia		TELEVEN: 2 Títulos Nacionales
21	<i>Porque te quiero te mato</i> (Miniserie) Colombia	70	<i>Calle Luna, Calle Sol</i> (Telenovela) Venezuela
22	<i>Prófugas del destino</i> (Telenovela) México	71	<i>Mi gorda bella</i> (Telenovela) Venezuela
23	<i>Rafaela</i> (Telenovela) México	72	<i>Aquí no hay quien viva</i> (Serie) Colombia
24	<i>Teresa</i> (Telenovela) México		8 Títulos importados
25	<i>Tierra de cantores</i> (Miniserie) Colombia	73	<i>Cada quien su santo</i> (Serie) México
26	<i>Triunfo del amor</i> (Telenovela) México	74	<i>Decisiones de mujeres</i> (Serie) USA
		75	<i>Doña Bárbara</i> (Telenovela) México
	TVES: 5 Títulos Nacionales	76	<i>La Loba</i> (Telenovela) México
27	<i>Crónicas extraordinarias</i> (Serie docuficción) Venezuela	77	<i>Las Aparicio</i> (Telenovela) México
		78	<i>Lo que llamamos las mujeres</i> (Serie de Unitarios) México
28	<i>Historias del más acá</i> (Serie de unitarios) Venezuela	79	<i>Tu voz estéreo</i> (Serie) Colombia
29	<i>Hotel de Locuras</i> (Telenovela) Venezuela	80	<i>Zorro: la espada y la rosa</i> (Telenovela) Colombia
30	<i>La única opción</i> (Miniserie) Venezuela		TVES: 3 Títulos Nacionales
31	<i>Motivados por la música</i> (Serie) Venezuela	81	<i>Aprendiendo con la Música</i> (Serie) Venezuela
	2 Títulos Importados	82	<i>Caramelo e´chocolate</i> (Telenovela) Venezuela
32	<i>El baile de la vida</i> (Telenovela) Colombia	83	<i>Miranda, Regresa</i> (Miniserie) Venezuela
33	<i>La Oveja Negra</i> (Serie) Uruguay		3 Títulos importados
		84	<i>La Esclava Isaura</i> (Telenovela) Brasil
	LA TELE: 0 Títulos Nacionales	85	<i>Los Tres Villalobos</i> (Telenovela) Cuba
	4 Títulos Importados	86	<i>Mi árbol naranja lima</i> (Serie) Brasil
34	<i>Frecuencia 04</i> (Telenovela juvenil) Argentina		
35	<i>Gabriel, amor inmortal</i> (Miniserie) USA		Venevisión: 2 Títulos Nacionales
36	<i>Lalola</i> (Telenovela) Perú	87	<i>Mujeres con historia y hombres también</i> (Talk drama) Venezuela
37	<i>Milagros de amor</i> (Telenovela) Colombia	88	<i>Que clase de amor</i> (Telenovela juvenil) Venezuela
	Televen: 2 Títulos Nacionales		5 Títulos importados
38	<i>Que el cielo me explique</i> (Telenovela) Venezuela	89	<i>A corazón abierto</i> (Telenovela) Colombia

39	<i>Rosas y Espinas</i> (Talk drama) Venezuela	90	<i>El Chapulín Colorado</i> (Serie) México
	14 Títulos Importados	91	<i>El Chavo</i> (Serie) México
40	<i>Agua en la boca</i> (Telenovela) Brasil	92	<i>La Rosa de Guadalupe</i> (Serie de Unitarios) México
41	<i>Alguien te mira</i> (Telenovela) USA	93	<i>Mujer, casos de la vida real</i> (Serie de unitarios) México
42	<i>Amar de nuevo</i> (Telenovela) México		
43	<i>Amor, mentiras y videos</i> (Serie juvenil) Colombia		Venezolana de Televisión: 1 Título Nacional
44	<i>Aurora</i> (Telenovela) USA	94	<i>Miranda, La Serie</i> (Miniserie) Venezuela
45	<i>Chepe Fortuna</i> (Telenovela) Colombia		
46	<i>Cielo Rojo</i> (Telenovela) México		Vive TV: 2 Títulos Nacionales
47	<i>El Encantador</i> (Serie) Colombia	95	<i>Leyendas</i> (Serie de unitarios) Venezuela
48	<i>El fantasma de Elena</i> (Telenovela) USA	96	<i>Miranda, La Serie</i> (Miniserie) Venezuela
49	<i>Gabriela, giros del destino</i> (Telenovela) Colombia		
50	<i>La casa de al lado</i> (Telenovela) USA		COPRODUCCIONES - Reestrenos
51	<i>La Pola</i> (Telenovela) Colombia		Canal I
52	<i>Padres e Hijos</i> (Serie) Colombia	97	<i>Pasión de Gavilanes</i> (Telenovela) Colombia – USA
53	<i>Por la plata baila el mono</i> (Telenovela) México		
			La Tele
	COPRODUCCIONES – Estrenos	98	<i>Condesa por amor</i> (Telenovela) Venezuela-USA
	Venevisión		
54	<i>Eva Luna</i> (Telenovela) Venezuela-USA		Telegen
55	<i>Mentes en Shock</i> (Serie) USA, Colombia, España	99	<i>Decisiones</i> (Serie) Colombia, México, USA, Puerto Rico
56	<i>Sacrificio de mujer</i> (Telenovela) Venezuela-USA	100	<i>ISA TKM</i> (Serie) USA, Venezuela
		101	<i>ISA TKM+</i> (Serie) Colombia - Venezuela- USA
		102	<i>Los Barriga</i> (Telenovela) Perú/Ecuador

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Los índices de producción de ficción televisiva hecha en Venezuela durante el año 2011 son mínimos, aunque despuntaron en relación al año 2010, en el que se produjeron 9 títulos. De un total de 102 títulos, 41 (40,1%) corresponden a reestrenos y 61 (58,8%) a estrenos. De los 102 títulos de ficción exhibidos sólo 29 (28,7%), son de producción nacional. En relación a ésta, 13 títulos son estrenos (lo que equivale al 12,7 % de la ficción total exhibida) mientras que 16 (15,8% del total exhibido) son reestrenos. El anterior listado nos brinda información interesante. Por una parte, muestra que aunque se ha incrementado de forma mínima la inversión en ficción, ésta se poca, en relación con la data que arroja la programación de otros géneros como el Informativo (34%); Cultural y Educativo (13%) y Entretenimiento (12%). Venevisión y Televen, figuran como las principales divulgadoras de contenidos de ficción, ambas con 36 títulos. En el caso de Venevisión, sólo 6 títulos (5,8% del total exhibido) corresponden a ficción de estreno nacional, mientras que Televen exhibió 2 títulos nacionales de estreno (1,9% del total de la ficción exhibida). En la Televisora Venezolana Social (TVES), se exhibieron un total de 30 títulos de ficción. De éstos, se reseñan sólo 13 títulos (12,7% de la ficción total exhibida), producidos en Brasil, Colombia, Cuba, Uruguay y Venezuela. Se excluyeron de la lista presentada, 17 títulos (56,6 % del total de los 30 títulos de ficción seriada exhibidos por dicha cadena)¹¹. Lo anterior muestra que a pesar de los esfuerzos realizados por la televisora por incluir productos venezolanos, principalmente a través de los Productores Nacionales Independientes (PNI), su impacto en la ficción es mínimo y esa es una deuda por saldar con la audiencia venezolana. Resalta TVES además, por superar a Venevisión, por un número en la transmisión

¹¹ Dichos títulos se produjeron en países fuera del alcance de esta investigación, a saber: Alemania (1 título: *La reliquia del futuro*); Canadá (3 títulos: *Juana de Arco*, *Dinosaurios*, *La escuela del agujero negro*); Corea del Sur (4 títulos: *El príncipe del Café*, *Perfume de Verano*, *Sonata de Invierno*, *Vals de primavera*); Francia (4 títulos: *Honoré de Balzac*, *D'Artagnan*, *Los Miserables*, *Napoleón*); Japón (1 título: *Desaparición misteriosa*); Italia (1 título: *La Dama de las Camelias*); EEUU-Reino Unido-Italia-Alemania-Grecia (1 título: *La Odisea*) y USA (1 título: *Troya Miniserie*).

de ficción nacional de estreno (9 títulos TVES frente a 8 de Venevisión); por la alta calidad de la realización (*Historias del más acá* y *La única opción*) y porque los orígenes de la ficción son diversos: Canadá, Corea, Cuba, entre otros.

Tabla 2. Total de Ficción de Estreno en 2011

Ficción	Títulos	%	Capítulos/ Episodios	%	Horas	%
NACIONAL	13	21,3	899	20,2	641:15	19,1
IBEROAMERICANA	48	78,6	3.544	79,7	2.706:40	80,8
Latinoamericana (ámbito Obitel)	34	55,7	2.407	54,1	1.796:55	53,6
Latinoamericana (ámbito no Obitel)	1	1,6	146	3,2	163:00	4,8
EEUU (producción hispana)	6	9,7	469	10,5	353:35	10,5
Ibérica	-	-	-	-	-	-
Otras (coproducciones iberoameric.)	7	11,5	522	11,7	393:10	11,7
Total	61	100	4.443	100	3.347:55	100

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

En el cuadro anterior, resalta el protagonismo que posee la producción latinoamericana exhibida en Venezuela, circunscrita al ámbito Obitel y la preeminencia de los títulos realizados bajo la modalidad de coproducción. En este fenómeno de cooperación y alianza empresarial, en el que se comparten recursos técnicos y profesionales, así como la puesta en servicio de un saber hacer (*Know How*) para obtener beneficios económicos comunes. De 13 títulos de ficción transmitidos en el 2011 bajo esta modalidad, 8 son estrenos. Venezuela participó en 3 coproducciones, 2 con USA (Estrenos) y 1 con Colombia-USA, que corresponde al reestreno de ISA TQM+. El resto de las coproducciones de estreno transmitidas en Venezuela, son alianzas entre Argentina – USA (1), Colombia –

USA (4) y Colombia-España-USA (1). De allí, que una buena parte de la transnacionalización de los mercados se alimenta del flujo de la industria colombiana y norteamericana.

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida en el país

País	Títulos	%	Capítulos/ Episodios	%	Horas	%
Argentina	1	1,6	236	5,3	118:00	3,4
Brasil	1	1,6	16	0,3	12:00	0,3
Chile	-	-	-	-	-	-
Colombia	21	34,4	996	22,4	758:25	22,5
Ecuador	-	-	-	-	-	-
España	-	-	-	-	-	-
EEUU (producción hispana)	6	9,8	469	10,5	353:35	10,5
México	10	16,4	1.150	25,8	901:15	26,7
Portugal	-	-	-	-	-	-
Uruguay	1	1,63	9	0,2	07:15	0,8
VENEZUELA	13	21,3	899	20,2	641:15	19,1
Otras (producciones y coproduc. de otros países latinoam/ iberoam)	8	13,1	668	15,0	556:10	16,5
Total	61	100	4.443	100	3.347:55	100

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Por tercer año consecutivo no se transmiten en Venezuela, producciones realizadas en países como Chile, España y Portugal. Colombia se ha transformado en el principal proveedor de ficción seriada de estreno en el país, seguida por México. Entre las razones que indican la preferencia por las producciones colombianas:

la similitud del contexto sociocultural; las narrativas que abordan en los guiones; la calidad de la producción; la competitividad de los precios en el mercado internacional y la mejora de la imagen-país de Colombia. Al añadir los 3 títulos coproducidos por Colombia-USA, se incrementa a 23, los títulos con participación de talento y capital colombiano. 11 de las 21 producciones de estreno generadas en Colombia, fueron producidas por Caracol TV (58,3%) y 1 (4,7%) por Caracol TV Internacional. RCN Televisión produjo 7 títulos (33,3%) y Colombiana de Televisión 1 (4,7%). Las coproducciones Colombia-USA se realizaron a través de Radio Televisión Interamericana (R.T.I.) y Telemundo. Dentro del ámbito No Obitel se encuentra una producción de estreno generada en Perú, *Lalola* (2010) y otra, realizada en coproducción entre Perú y Ecuador, *Los Barriga* (2009). Esta última no se contabiliza pues corresponde a un reestreno.

Por disposiciones de la normativa legal, y como se muestra en la Tabla 4, la mayoría de la ficción de estreno transmitida en Venezuela, se ubica en los horarios de *Prime Time* y Nocturno. La distribución de títulos por franja horaria fue: Mañana 1, Serie de Unitarios *Lo que llamamos las mujeres* reestreno Internacional, destinada a la audiencia femenina. Tarde 31, 14 Estrenos (1 de producción nacional) y 17 reestrenos (4 de producción nacional). En este grupo se incluyen producciones tradicionales con más de 20 años en pantalla, destinadas al público infantil como: *El Chavo*, *El Chapulín Colorado* y *El Zorro*. *Prime Time* 39 títulos, de los cuales 28 son estrenos (12 de producción nacional) y 17 reestrenos (11 de producción nacional). Nocturno 26 títulos, de los cuales 16 son estrenos (1 producido en Venezuela) y 10 reestrenos (2 producción nacional).

Tabla 4. Capítulos/Episodios y Horas emitidos por Franja Horaria

Franjas horarias	Nacionales				Iberoamericanos				Total			
	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%	C/E	%	H	%
Mañana (6:00-12:00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarde (12:00- 19:00)	151	16,7	113:10	17,68	1.299	36,6	1.035:20	38,2	1.450	32,6	1.148:30	34,2
Prime Time (19:00-22:00)	730	81,2	520:45	81,22	1.167	32,9	847:10	31,3	1.897	42,7	1.367:55	40,9
Nocturno (22:00-6:00)	18	2,0	07:20	1,10	1.078	30,4	824:10	30,4	1.096	24,6	831:30	24,8
Total	899	100	641:15	100	3.544	100	2.706:40	100	4.443	100	3.347:55	100

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Tabla 5. Formatos de la Ficción Nacional e Iberoamericana

Formatos	NACIONALES				IBEROAMERICANOS							
	Títulos	%	Cap/Ep	%	Horas	%	Títulos	%	Cap/Ep	%	Horas	%
Telenovela	6	46,1	518	57,6	388:45	60,4	33	68,7	3.154	88,9	2.351:10	87,9
Serie	2	15,3	104	11,5	68:25	10,6	7	14,5	143	4,0	108:55	3,0
Miniserie	1	7,6	4	0,4	03:00	0,6	7	14,5	77	2,1	49:35	1,8
Telefilm	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unitario	1	7,6	18	2,0	7:20	1,9	1	2,0	170	4,7	197:00	7,2
Docudrama	1	7,6	52	5,7	21:20	3,2	-	-	-	-	-	-
Otros (soap opera, etc.)	2	15,3	203	22,5	152:25	23,3	-	-	-	-	-	-
TOTAL	13	100	899	100	641:15	100	48	100	3.544	100	2.706:40	100

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Desde su aparición, hace más de 50 años, la telenovela es el formato de ficción seriada, más popular de la televisión venezolana. Lo anterior se verifica, según la Tabla 5, en los porcentajes correspondientes al total de títulos exhibidos (102). Los formatos serie y miniserie son atractivos desde el punto de vista de la producción, pues la historia puede ser narrada en menos episodios. Si a ello se añade la solidez de la narrativa, los resultados son favorables. Tal como sucedió en el caso de Venezuela con la saga *Tierra de cantores* (1ra generación); *La Leyenda continua* (2da generación) y *Pasión vallenata* (3ra generación) ubicadas en el *Top Ten*, con un total de 40 emisiones y 30h40min de transmisión. Vale aclarar que en Colombia se produjo como un solo producto *Tierra de cantores* (con tres generaciones). En Venezuela se transmitió como tres obras independientes, que conforman la saga.

Tabla 6. Formatos de la ficción nacional por franja horaria

Formatos	Mañana	%	Tarde	%	Prime Time	%	Noc- turno	%	Total	%
Telenovela	-	-	1	100	5	49,9	-	-	6	46,14
Serie	-	-	-	-	2	16,6	-	-	2	15,38
Miniserie	-	-	-	-	1	8,3	-	-	1	7,7
Telefilm	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unitario	-	-	-	-	-	-	1	100	1	7,7
Docudrama	-	-	-	-	1	8,3	-	-	1	7,7
Otros (soap opera, etc)	-	-	-	-	2	16,6	-	-	2	15,38
TOTAL	-	-	1	100	11	100	1	100	13	100

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

La producción nacional de ficción, al igual que la producida en otros países, se transmite principalmente en el *Prime Time*. Lo anterior está determinado por los hábitos tradicionales de consumo que condicionan a los rituales de visionado televisivo, así como por la dinámica de programación de los canales.

Tabla 7. Duración de Capítulos/Episodios (sin intervalos comerciales)

Duración	Capítulos/Episodios	%
Corta (30')	438	9,8
Media (30'- 60')	3.864	86,9
Larga (60'+)	141	3,1
Total	4.443	100

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Tabla 8. Época de la ficción

Época	Títulos	%
Presente	55	90,1
De Época	4	6,5
Histórica	2	3,2
Otra	-	-
Total	61	100

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Tabla 9. Los 10 títulos más vistos: Origen, Formato, Share

Título	País de origen de la idea original o guión	Casa Productora	Canal	TV Privada o Pública	Formato	Nombre del guionista o autor de la idea original	Rating	Share
1°. <i>La vida joven</i>	Venezuela	Venevisión	Venevisión	Privada	Telenovela	Martin Hahn	7,2	29,5
2°. <i>La mujer perfecta</i>	Venezuela	Venevisión	Venevisión	Privada	Telenovela	Leonardo Padrón	6,5	26,7
3°. <i>Pasión Vallenata</i>	Colombia	Caracol TV	Venevisión	Privada	Miniserie	Andrés Huertas	5,9	24,5
4°. <i>La Leyenda Continua</i>	Colombia	Caracol TV	Venevisión	Privada	Miniserie	Andrés Huertas	5,8	23,2
5°. <i>Chepe Fortuna</i>	Colombia	RCN Televisión	Televen	Privada	Telenovela	Miguel Ángel Baquero y Eloisa Infante	5,7	23,6
6°. <i>Eva Luna</i>	Venezuela-USA	Venevisión Internacional Univisión Venevisión	Venevisión	Privada	Telenovela	Leonardo Padrón/ adaptación Alex Hadad	5,7	27,6
7°. <i>Oye Bonita</i>	Colombia	Colombiana Televisión	Venevisión	Privada	Telenovela	Arieth Castillo	5,6	33,1
8°. <i>Tierra de Cantores</i>	Colombia	Caracol TV	Venevisión	Privada	Miniserie	Andrés Huertas	5,6	23,2
9°. <i>Natalia del Mar</i>	Venezuela	Venevisión	Venevisión	Privada	Telenovela	Alberto Gómez	5,5	33,6
10°. <i>La Fuerza del Destino</i>	México	Televisa	Venevisión	Privada	Telenovela	María Zarattini	5,5	32,8
Total de Producciones: 10					Guiones Originales Nacionales: 4			
100%					40 %			
					Guiones Extranjeros: 6			
					60 %			

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012, a partir de data proporcionada por AGB Nielsen- Venezuela.

Tabla 10. Los 10 títulos más vistos

Título	Formato	Género	Año de producción	Número de Capítulos (en 2011)	Fecha de la primera emisión (en 2011)	Fecha de la última emisión (en 2011)	Duración capítulo/ episodio	Franja horaria
1° <i>La vida joven</i>	Telenovela	Drama suspenso	2011	145	16/03/2011	07/09/2011	45 Minutos	Prime Time
2° <i>La mujer perfecta</i>	Telenovela	Drama	2010	53	01/09/2011	14/03/2011	45 Minutos	Prime Time
3° <i>Pasión Vallenata</i>	Miniserie	Drama musical	2010	10	19/07/2011	09/08/2011	45 Minutos	Prime Time
4° <i>La Leyenda Continua</i>	Miniserie	Drama musical	2010	8	28/06/2011	15/07/2011	45 Minutos	Prime Time
5° <i>Chupe Fortuna</i>	Telenovela	Comedia	2010	12	23/11/2010	13/01/2011	45 Minutos	Prime Time
6° <i>Eva Lana</i>	Telenovela	Drama	2010	119	03/05/2011	21/09/2011	45 Minutos	Nocturno
7° <i>Oye Bonita</i>	Telenovela	Drama	2008	125	03/01/2011	02/06/2011	45 Minutos	Tarde
8° <i>Tierra de Cantores</i>	Miniserie	Drama musical	2010	22	06/05/2011	08/07/2011	45 Minutos	Prime Time
9° <i>Natalia del Mar</i>	Telenovela	Drama	2011	151	28/06/2011	30/12/2011	45 Minutos	Tarde
10° <i>La Fuerza del Destino</i>	Telenovela	Drama	2011	143	05/05/2011	21/10/2011	45 Minutos	Tarde

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Tabla 11. Temáticas en los 10 títulos más vistos

Títulos	Temáticas dominantes	Temáticas sociales
1°. <i>La viuda joven</i>	Venganza.Revelación de identidad, amor. Resolución de crímenes. Desarrollo de prácticas profesionales (policías, docencia)	Administración de Justicia; Entrega del docente; Madres Solteras; Promoción industria nacional y paisajes nacionales.
2°. <i>La mujer perfecta</i>	Desarrollo de prácticas profesionales (medicina, modelaje); Amor; Fama; Poder; Ambición, Culto al ego; Unión familiar; Amores Cruzados; Infidelidad; Mundo de los medios.	Transformación y cuidado del cuerpo; Obsesión por la belleza; Trastorno de Asperger; Adicción por la belleza; Prostitución; Anorexia, Cáncer de Mama, Violencia Intrafamiliar; Diversidad Sexual.
3°. <i>Pasión Vallenata</i>	Música típica, Rivalidad en la música y en el amor;	Música vallenata como expresión cultural; Promoción de valores culturales; Historias Locales;
4°. <i>La Leyenda Continua</i>	Amor.Habilidad y virtuosismo musical; Mundo del espectáculo;	Promoción de valores culturales; Historias Locales;
5°. <i>Chepe Fortuna</i>	Amor; Liderazgo político; Homenaje a la vida costeña.	Protección del ambiente; Clima político; Justicia y Equidad Social;
6°. <i>Eva Luna</i>	Amor; Mundo de la publicidad y modelaje; Tensión entre grupos sociales; Venganza; Intriga, Humor;	Cultivo de la tierra; aprendizaje autodidácta; Supervivencia en las grandes ciudades; Migración; Prostitución.
7°. <i>Oye Bonita</i>	Amor contrariado; Mundo del espectáculo musical; Venganza; Lucha; Valor de la Fe; Rivalidad entre familias.	Desplazados; Promoción de valores musicales locales; Valor de la tierra; Promoción de la obra musical de Diómedes Díaz.
8°. <i>Tierra de Cantores</i>	Amor; Venganza; Explotación de la tierra; Debate entre la vida sacerdotal y laica.	Música vallenata como expresión cultural; Promoción de valores culturales; Historia Local; Valor del trabajo agrario.
9°. <i>Natalia del Mar</i>	Amor; Ambición; Tensión entre grupos sociales; Venganza.	Promoción de paisajes naturales locales; Revaloración de la vida del pescador; Discapacidad (Ceguera);
10°. <i>La Fuerza del Destino</i>	Amor; Injusticia; Tensión entre grupos sociales; Venganza;	Migración; Movilidad social; Altruismo; Promoción de paisajes y escenarios locales.

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

3. Lo más destacado del año

Son cuatro ámbitos desde los cuales se puede caracterizar al año 2011. Primero, la preferencia del público por un libreto – el de *La Viuda Joven* – en el que el suspenso y la acción propia de las narrativas policiales, es predominante. Segundo, el interés de la audiencia por las producciones colombianas. Tercero, la producción de ficción a propósito de la conmemoración del Bicentenario de la Independencia de Venezuela. Cuarto, la migración de ejecutivos.

Primer aspecto: La idea de “la viuda negra” es retomada por Martin Hahn en la telenovela *La Viuda Joven*, para crear una trama en la que la historia de amor, pasa a segundo lugar, para darle paso a lo que se ha denominado como un drama gótico. El recurso estilístico del autor, se basa en lo que él denomina como “misterio psicológico” en el que predomina el enigma. Conocido como el *Agata Christie* de la telenovela en Venezuela, Hahn ha dejado claro su estilo en trabajos anteriores: *Incriminada* (1991); *Angélica Pecado* (2000) y *La mujer de Judas* (2002), los cuales han obtenido altos índices de audiencia. Otro aspecto que resalta del trabajo de Hahn es su interés por involucrar al espectador en la trama. Ello lo logra por dos vías. Una, la utilización de la intriga como recurso. La historia se estructura “de atrás para adelante, empezando por los motivos de la viuda y de allí trazó la historia como un rompecabezas. Retó a los seguidores de la novela a ver (...) todos los capítulos y si podían atar todos los cabos darían con el asesino”¹². Dos, la participación de la audiencia, a través de las redes sociales y, finalmente, el aspecto técnico. En *La viuda joven*, se hace gala de una gráfica que remite al código de los policiales (los expedientes, la cinta amarilla que limita el paso a la escena del crimen, entre otros). Ello se refuerza a través de la utilización del lenguaje audiovisual, en el que predominan los planos de corta duración, planos detalle

¹² Ver al respecto “Un final abierto para *La Viuda Joven*”, sección Cultura y Espectáculos de El Nacional, 08/09/2011, En: http://www.elnacional.com/www/site/p_contenido

y movimientos (*zooms*, *pannings* y *tilts*), que hacen de la cámara, un protagonista más. El espectador interviene como un *voyeur*, que sigue y observa la acción. Lo anterior reforzado por una banda sonora, que a modo de las películas de Alfred Hitchcock, construye el suspenso.

Segundo aspecto: se vincula con la preferencia de la audiencia venezolana por la ficción seriada colombiana. El 50% de los títulos ubicados en el *Top Ten*, no sólo se destacan por el lugar de origen de la producción sino por las narrativas. Las tres generaciones que componen la saga *Tierra de Cantores* (1ra generación); *La Leyenda continúa* (2da generación) y *Pasión vallenata* (3ra generación), registran los aspectos identitarios y socioculturales de una de las expresiones musicales más populares entre los colombianos: El Vallenato. Expresión que posee un importante rol en el consumo cultural del venezolano (música, videos y espectáculos en vivo). La inclusión de reconocidos cantantes de vallenato en la trama (como Beto Villa Jr), fue una estrategia de transmediación que impulsó los índices de audiencia. La misma estrategia fue utilizada en *Oye Bonita*, en la que se incluyó a Karoll Márquez y Alejandro Palacios, reconocidos cantantes colombianos. El quinto título producido en Colombia que logró un impacto importante en la audiencia venezolana fue *Chepe Fortuna*, ambientada en el Caribe colombiano, el cual posee similitudes geográficas con el venezolano. La narrativa de esta telenovela se construye a partir de situaciones que aluden al costumbrismo, muy popular en la producción dramática de comienzos del siglo XX. Asimismo, se vale del humor como recurso estilístico para representar – de manera intencionada o no – la realidad política de algunos países latinoamericanos marcados por el populismo.

Tercer aspecto: se relaciona con la producción audiovisual de ficción generada en el país, a propósito de la celebración del Bicentenario de la Independencia (que data del 05 de Julio de 1811). Especialmente resalta la producción de títulos en animación, tales

como: *Bolívar el genio de la libertad; Nuestros niños de nuestra América; Nuestro Miranda y Sucre.*

Cuarto aspecto: la migración de José Simón Escalona, un alto ejecutivo de una de las empresas televisivas de mayor tradición en la producción de dramáticos del país, Radio Caracas Televisión (RCTV)¹³ y el éxito alcanzado en el exterior por otro importante productor y gerente de dramáticos de otra televisora venezolana, Arquímedes Rivero.

José Simón Escalona, quien fue Vicepresidente de Dramáticos de RCTV, en el año 2011 se incorporó al *staff* de Televen. Su misión, impulsar la producción de telenovelas en ese canal. Esta planta, en sus 23 años de vida, sólo ha transmitido dos telenovelas de producción propia: *El Gato Tuerto* (2007) y *Guayoyo Express* (2005). Televen además logró un acuerdo con RCTVI, productora de contenidos del mismo grupo empresarial de RCTV, mediante el cual transmiten telenovelas hechas por esta última y el programa *Quién quiere ser millonario*, cuya franquicia manejó Radio Caracas Televisión (RCTV).

Arquímedes Rivero quien fue Vicepresidente de Dramáticos de Venevisión, desde hace algunos años se desempeña como Director Ejecutivo de *Venevisión Productions*. Esta última es una productora ubicada en Miami, Florida, vinculada al grupo empresarial Cisneros, propietario de Venevisión. Rivero fungió como Director Ejecutivo de algunas telenovelas que alcanzaron gran popularidad en la audiencia hispana de ese país, como *Eva Luna*. Esta producción contó con la actuación de destacados actores venezolanos, como Lupita Ferrer y Franklin Virgüez y se ubicó entre los 10 programas de ficción más vistos en Venezuela durante el 2011.

¹³ RCTV, cesó sus operaciones por señal abierta en mayo de 2007, cuando no le fue renovada la licencia de transmisión. A partir del 16 de julio del mismo año, adoptó la denominación de RCTV Internacional y su señal se emitía a través de los canales de suscripción. Las últimas telenovelas producidas fueron *Camaleona* (2007), *Mi prima ciela* (2007), *Toda una dama* (2007), *La Trepadora* (2007), *Nadie me dirá como quererte* (2008), *Calle Luna*, *Calle Sol* (2009) y *Libres como el viento* (2009).

4. La recepción transmediática

Destaca el hecho de que la mayoría de los títulos de ficción correspondientes al *Top Ten*, poseen diversos sitios para interacción. Estos se multiplican especialmente, en el caso de *facebook* y otras redes sociales. Se optó por reseñar únicamente los sitios registrados como oficiales, esto es, generados por el equipo de producción y/o distribución del título. Algunas de las páginas oficiales que se toman en consideración, son las que generó el canal que transmitió la ficción seriada y en otras, las páginas oficiales de los países de origen. Aunque todas las ficciones reseñadas utilizan varias redes (*twitter*, *youtube*) y espacios de interacción optamos por reseñar únicamente las de *facebook*.

Tabla 1. El *Top Ten* visto desde su propuesta transmediática: tipos de interacción y prácticas dominantes

	Telenovela	Televisora	Propuesta de Transmediación	Tipo de interacción Transmediática	Niveles de interactividad	Tipo de Prácticas Dominantes
1	<i>La viuda joven</i>	Venevisión	Página Oficial: www.venevision.com/ laviudajoven/	Visionado transmediático	Activa	Comentarios Recomendación
			Página de Facebook: www.facebook.com/ laviudajoven	Visionado interactivo	Creativa	Celebración Crítica Discusión
2	<i>La mujer perfecta</i>	Venevisión	Página Oficial: www.venevision.com/ lamujerperfecta/	Visionado transmediático	Activa	Comentarios Recomendación
			Página de Facebook: www.facebook.com/ pages/La-Mujer-Perfecta-oficial-pagina/	Visionado interactivo	Creativa	Celebración Crítica Discusión
3	<i>Pasión Valenata</i>	Venevisión	Página Oficial: www.caracoltv.com/ tierradecantores	Visionado	Pasiva	Comentarios Celebración Crítica
			Página de Facebook: www.facebook.com/ tierradecantoresv? ?ref=ts	Visionado interactivo	Creativa	

	Telenovela	Televisora	Propuesta de Transmediación	Tipo de interacción Transmediática	Niveles de interactividad	Tipo de Prácticas Dominantes
4	<i>La Leyenda Continúa</i>	Venevisión	Página Oficial: www.caracoltv.com/tierradecantores	Visionado	Pasiva	Comentarios Celebración Crítica
			Página de Facebook:	-		
5	<i>Chepe Fortuna</i>	Televen	Página Oficial: www.televen.com/Televen/Foro-Principal.aspx?Thread=00005720	Visionado interactivo	Activa	Comentarios Celebración Crítica Quejas
			Página de Facebook: www.facebook.com/pages/Chepe-Fortuna-Página-Oficial/113376115385769?ref=ts	Visionado interactivo	Creativa	
6	<i>Eva Luna</i>	Venevisión	Página Oficial: www.venevision.com/evaluna/	Visionado transmediático	Activa	Comentarios Recomendación Celebración Crítica
			Página de Facebook: www.facebook.com/evalunavenevision?ref=ts	Visionado interactivo	Creativa	
7	<i>Oye Bonita</i>	Venevisión	Página Oficial: www.venevision.com/oyebonita/	Visionado interactivo	Pasiva	Comentarios Recomendación Celebración Crítica
			Página de Facebook: www.facebook.com/pages/Oye-Bonita/32090282487?ref=ts	Visionado interactivo	Activa	
8	<i>Tierra de Cantores</i>	Venevisión	Página Oficial: www.caracoltv.com/tierradecantores	Visionado	Pasiva	Comentarios Celebración Crítica
			Página de Facebook: www.facebook.com/pages/Tierra-de-CantoresOficial/140365962663091	Visionado interactivo	Creativa	

	Telenovela	Televisora	Propuesta de Transmediación	Tipo de interacción Transmediática	Niveles de interactividad	Tipo de Prácticas Dominantes
9	<i>Natalia del Mar</i>	Venevisión	Página Oficial: www.venevision.com/nataliadelmar/	Visionado transmediático	Activa	Comentarios Recomendación Celebración Crítica
			Página de Facebook: www.facebook.com/pages/Natalia-del-Mar-Pagina-oficial/116290898453808?ref=ts	Visionado interactivo	Creativa	
10	<i>La fuerza del destino</i>	Venevisión	Página Oficial: http://www.venevision.com/fuerzadeldestino/	Visionado	Pasiva	Comentarios Celebración Crítica Discusión
			Página de Facebook: www.facebook.com/pages/La-Fuerza-Del-Destino/1333349270072158?ref=ts	Visionado interactivo	Creativa	

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Para el análisis de la recepción transmediática, se seleccionó *La Viuda Joven*, por ser la ficción más vista durante el año 2011. Destaca el hecho que si bien posee un sitio oficial, en la página de Venevisión, se optó por trabajar con uno de los ocho sitios que se crearon en la red social *Facebook*. El sitio seleccionado es el que se recomienda desde la página oficial y se ubica en www.facebook.com/laviudajoven. Éste a su vez, hace link con la página oficial, ubicada en www.venevision.net/laviudajoven/. La cantidad de usuarios registrados es de 11.039. Aparentemente el sitio fue creado por la casa productora, como una opción que permite a las audiencias hacer un seguimiento de la trama así como de los acontecimientos vinculados a la telenovela.

La Viuda Joven se transmitió en el lapso comprendido entre el 16/03/2011 y el 07/09/2011. El tiempo de observación corresponde a la última semana de transmisión de la telenovela, a saber, del

Domingo 04/09/2011 al Viernes 09/09/2011. Ello permite tener un margen de información que incluye tres días antes de la transmisión del capítulo final y dos días después. Los días Sábado 10 y Domingo 12, no se *postearon* comentarios. Esta selección muestra algunas de las expectativas de la audiencia con respecto a la resolución de la trama y, la satisfacción de las mismas.

Tabla 2. Número de visitas y comentarios por emisión o por día (redes sociales)

Capítulos/ Día	Visitantes / Usuarios	Comentarios posteados por el emisor	Feedback “Me gusta”	Feedback “Comentarios”
Domingo 04/09/2011	3.241	8	2.472	769
Lunes 05/09/2011	14.196	35	8.483	5.713
Martes 06/09/2011	28.049	35	17.645	10.404
Miércoles 07/09/2011	62.472	61	36.216	26.256
Jueves 08/09/2011	8.433	7	4.343	4.090
Viernes 09/09/2011	21.337	5	10.471	10.866
Total 6	137.728	151	79.630	58.098

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Los cinco días registrados poseen altos niveles de interactividad, en los dos tipos de *Feedback* que permite el sitio. Una activa (“Comentarios”) y otra de actividad media (“Me gusta”). Aunque la telenovela se programó de lunes a sábado, en la semana final se transmitió de lunes a viernes. El día, domingo 04/09/2011, se publicaron comentarios, aun cuando no se transmitió ningún capítulo. Hipotéticamente, los 151 comentarios posteados obtuvieron un total de 912 visitas. La cantidad de visitas se contabilizó al su-

mar los dos tipos de *Feedback* que registra el sitio, a saber; “Me gusta” y “Comentarios”. El día de transmisión del capítulo final, se publicaron 61 comentarios. Éstos tuvieron un promedio hipotético de 1.024 visitas, así como un promedio real de 593 “Me gusta” y 430 “Comentarios”. Aún así, el promedio más alto de interactividad se alcanzó dos días después de la transmisión del capítulo final. El viernes 09/09/2011, los cinco comentarios publicados alcanzaron un promedio hipotético de 4.267 visitas mientras que lograron 2.094 “Me gusta” y 2.173 “Comentarios”.

Tabla 3. Tipos de comentarios publicados (*posteados*)

Cap Día	No. de Comentarios Por Capítulo/Post	Tipos de comentarios dominantes	Comentarios entre usuarios	Tipos de comentarios entre los usuarios
Domingo 04/09/2011	769	Personajes (+) Temáticas (+) Contenidos (+) Historia (+) Guionistas (+)	Hay comentarios	Emotiva Referencial Poética
Cap. 140 Lunes 05/09/2011	5.713	Personajes (+) Contenidos (+) Historia (+) Guionistas (+)	Hay comentarios	Emotiva Referencial Poética
Cap. 141 Martes 06/09/2011	10.404	Personajes (+) Temáticas (+) Contenidos (+)	Hay comentarios	Emotiva Referencial Poética
Cap. 142 Miércoles 07/09/2011	26.256	Personajes (+) Temáticas (+) Contenidos (+) Historia (+) Guionistas (+)	Hay comentarios	Emotiva Referencial Poética
Jueves 08/09/2011	4.090	Personajes (+) Temáticas (+) Contenidos (+) Historia (+) Guionistas (+)	Hay comentarios	Emotiva Referencial Poética

Cap Día	No. de Comentarios Por Capítulo/Post	Tipos de comentarios dominantes	Comentarios entre usuarios	Tipos de comentarios entre los usuarios
Viernes 09/09/2011	10.866	Personajes (+) Temáticas (+) Contenidos (+) Historia (+) Guionistas (+)	Hay comentarios	Emotiva Referencial Poética

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Se toman en consideración los comentarios, aun cuando no se transmitieron capítulos (Domingo y después del capítulo final). Los comentarios son diversos, van desde la aprobación total hasta la desaprobación, ello tiene que ver con que la vinculación con la ficción se realiza desde la emotividad manifiesta del deseo de que la telenovela tenga una segunda parte. Mientras algunos alaban la forma constructiva de la trama, otros la desaprueban. Un comentario general se asocia con el desconcierto en torno al final y la resolución de la historia. Otro componente que destaca es el humor como forma expresiva, que se apoya en diversas estrategias: parodia, burla e ironía. Ejemplo de ello:

Acabo d hablar con nuestro presidente, le e dicho que si kiere ganar las elecciones q x favor 1. Meta preso a martin hans, 2. Cierre venevision, 3. Q nos entregue a la viuda joven x q no saves x fin kien fue! (Lleny Arteaga Herrera, 7 septiembre a las 21:17)

Comentario en el que de manera jocosa se expresa por una parte el descontento por el final y por otra, alude al contexto político y electoral del país.

5. Tema del año: transnacionalización

Son diversos los artículos que ofrecen datos valiosos para comprender el desarrollo de la transnacionalización de la ficción seriada televisiva en Venezuela (Barrón, 2008; Bruno, 2004; Mato, 1999, 2001, 2005; Mazzioti, 2006; Medina y Barrón, 2010; Morales, 2011 y Trejo, 2010). Según Mato (2005), son dos caminos que permiten la expansión de la telenovela – y de otros géneros y formatos – en el mundo: a) La globalización del consumo, lo cual incluye la distribución en diferentes países y b) La transnacionalización de la industria, lo cual refiere al desarrollo de procesos de producción con unidades productivas localizadas en otros países.

En relación a la globalización del consumo y, especialmente, a la distribución del producto, es conocido el hecho de que las telenovelas venezolanas fueron pioneras en la venta continental y en la apertura al mercado europeo (Mazzioti, 2006). Un antecedente de este proceso fue la creación de distribución Teverama Florida C.A. en el año 1971, por Venevisión y RCTV. Años más tarde, tal vez como producto de la competencia y la ferocidad del mercado, Teverama Florida C.A. da paso a Proyecciones Orinoco y a *Coral Pictures C.A.*¹⁴ (luego RCTV *International Corporation*) para la distribución de los productos de RCTV y a Televisión Latina Inc., que dio paso a *Venevision International*, como empresa distribuidora de Venevisión.

La primera telenovela venezolana transmitida en Europa fue *Doña Bárbara* (1974). Sin embargo, los íconos de la internacionalización se encuentran en la década de los 80. *Leonela* (1983) comercializada en Argentina, Ecuador, España, Italia, México, Perú y USA. *Leonela* tuvo una segunda parte *Miedo al amor* y fue versionada como *Leonela, muriendo de amor. Topacio* (1984), versión de

¹⁴ Coral Pictures C.A. también funcionó como compañía de producción de contenidos. Entre sus producciones se encuentran: *Ser bonita no basta* (2005); *Mujer con pantalones* (2005); *Negra consentida* (2004); *La soberana* (2001); *Carita pintada* (1999); *Luisa Fernanda* (1999); *Hoy te vi* (1998); *Alejandra* (1994) *Kassandra* (1992); *La muchacha del circo* (1988); *La dama de rosa* (1986); *Estefanía* (1979). A finales de los años 80, Coral Pictures C.A. abrió oficinas en Madrid, con el fin de atender el mercado europeo, el del medio oriente y el asiático, mientras que la oficina de Miami atendía el mercado estadounidense y latinoamericano.

Esmeralda (1970) vendida en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, España, Honduras, Indonesia e Italia. *Cristal* (1985) comercializada en Colombia, Chile y España y, posteriormente versionada en México como *El privilegio de amar* y *Triunfo de amor* y en Brasil como *Cristal*. *La Dama de rosa* (1986) comercializada en Colombia, Chile, Ecuador, España e Italia y versionada como *Cambio de piel* y *Géminis, venganza de amor*. *Kassandra* (1993) versión de *Peregrina* (1973) comercializada en Brasil, Colombia, Chile, China, Ecuador, España, Italia, Japón, Kazakhstan, Macedonia, Perú, Portugal y USA. Esta telenovela posee el Record Guinness por su alto *rating* en más de 150 países y por ser traducida en diversos idiomas y dialectos.

Estas y otras telenovelas producidas en los años 90, marcaron un estilo *Made in Venezuela*, reconocido y preferido por las audiencias. Así, la circulación que en un principio estaba destinado a los países cercanos y dentro del continente se extendió a escenarios remotos tales como Indonesia, Macedonia o Kazakhstan. Para el año 2004, el 11% de la exhibición de telenovelas a nivel mundial correspondía a Venezuela (Barrón, 2008). En el año 2008, Venezuela se ubicó en el 7mo lugar como exportadora de telenovelas en latinoamérica (Barrón, 2008). Cada producto de exportación posee un máster internacional adecuado a los requerimientos del estándar internacional (duración, calidad de imagen y sonido, elencos, trama, gestualidad, acentos y uso de localismos, entre otros aspectos).

Entre las estrategias que contribuyen con la globalización del consumo y la distribución del producto se encuentran: la comercialización del producto acabado (en su versión internacional); la venta de derechos de exhibición que en muchas ocasiones se extiende por años y la cesión de derechos para adaptación de los libretos originales.

En relación a lo anterior, uno de los aspectos que se señala constantemente con respecto a Venezuela son los bajos costos de producción. Así, para el año 1999, mientras Brasil invertía entre 100.000 y 120.000 dólares por capítulo, México invertía entre 60.000 y 80.000 dólares, Colombia entre 40.000 y 50.000 dólares y Venezuela entre 15.000 y 30.000 dólares (Mato, 1999). Esto implicó un altísimo margen de ganancias al comercializar los productos nacionales a precios del mercado internacional. Para el año 2011, la economía ha impac-

tado de manera inevitable la producción y el mercado televisivo. Venezuela cerró el año 2011 con los índices de inflación más altos del continente. Con una inflación puntual de 1.8%, y una inflación acumulada de 27.6%, está en la línea máxima del ranking negativo. Ello influye de manera inexorable en los costos de producción a lo cual hay que añadir las restricciones existentes para la adquisición de divisas internacionales e importación de materiales e insumos. En tal sentido afirma Germán Pérez Naim que “La televisión sufre el impacto de la economía (...) Si produces una telenovela en Venezuela, el costo no te baja de 35.000 dólares. Si haces un dramático en Colombia, que es un mercado 3 veces mayor, te cuesta 70.000 dólares. En Estados Unidos sale en aproximadamente 110.000 dólares, en un mercado de 4.000 millones de dólares. Cuando divides el costo de producir en el país, donde vas a amortizar la novela, Venezuela tiene una posición muy desfavorable. Recordemos que hace 15 años el país era el segundo exportador de novelas. En primer lugar estaba México, de tercero Brasil, de cuarto Argentina y, de último, Colombia. Ahora la lista es así: México, Colombia, Brasil, Argentina y Venezuela” (2010: parr-5).

La segunda modalidad de expansión, a saber, la de la transnacionalización de la industria, utiliza otras estrategias. La denominada venta del “formato” en el que se exporta el “modo de hacer”; las coproducciones¹⁵ que implican tanto la suma de capital como el intercambio de servicios creativos y técnicos, así como la integración del proceso de distribución en el contrato de coproducción y la exportación del talento que pone a disposición el *know how* al servicio de nuevas producciones. En esta última estrategia encajan las migraciones de Arquímedes Rivero a *Venevision Productions* y de José Simón Escalona a Televen. Así, “No sólo se vende un guión, sino también se explica cómo producir, y hasta la manera de envolver el producto en promociones, modos de presentación y hasta *casting*, talleres creativos para el desarrollo de proyectos viables, atractivos

¹⁵ Algunas de las primeras coproducciones de la televisión venezolana se realizaron con Puerto Rico, entre RCTV y Telemundo en el año 1978. Bajo esta figura se produjo en Puerto Rico *Cristina Bazán* (1978) y *La Jibarita* (1979).

y listos para producción, así como creación de historias, desarrollo de libretos, adaptaciones y asesorías de producción” (Barrón, 2008:13). Finalmente, vale añadir la generación de contenidos a través de las figuras de Productores Nacionales Independientes (PNI) lo cual permite tercerizar la producción y comercializarla. Bajo esta figura de PNI, se produjo la miniserie *La única opción* y la serie de unitarios *Historias del más acá*, emitidos por TVES.

Durante el año 2011 la transnacionalización de la ficción seriada en Venezuela se centra fundamentalmente en una empresa: la Organización Cisneros. Hasta el año 2007 los mercados internacionales eran atendidos por las empresas comercializadoras y distribuidoras de RCTV. Luego de ese momento, al disminuir la producción de contenidos, las estrategias de RCTV se centraron en la exportación de algunos títulos así como en los acuerdos de producción y distribución establecidos con “Televisa y TV Azteca de México, Vbn Internacional, Telemundo, DirecTV para las emisiones mediante la plataforma satelital, Nickelodeon, Teletoon de Canadá, Rede Globo de Brasil, Telefé de Argentina, Ecuavisa de Ecuador, RCN Televisión de Colombia, Caracol Televisión de Colombia, entre otras” (Morales, 2011:187). De allí que sea una sola organización la que actualmente monopoliza la transnacionalización de la ficción seriada en Venezuela.

Señala Trejo (2010) al Grupo Clarín en Argentina, Organizaciones Globo en Brasil, Grupo Televisa en México y a la Organización Cisneros en Venezuela como las corporaciones mediáticas con mayor presencia y capacidades comunicacionales en esta región. Éstas, “aunque mantienen un lucrativo arraigo en la televisión abierta, ninguna de ellas se ciñe a la presencia que tiene gracias a ese medio. Cohesionados en sus inicios por las familias que les dieron origen, hoy en día también han diversificado sus estructuras internas: funcionan como redes corporativas y ya no como empresas tradicionales (Trejo, 2010:25). En la siguiente tabla se presentan algunos de los datos sobre los indicadores de propiedad de medios, referida a la ficción seriada de estreno (14 de producción nacional y 2 co-producciones en las que interviene Venezuela). Se reseñan sólo los 3 canales que transmitieron ficción seriada de estreno:

Tabla 1. Indicadores de propiedad de los medios

Índice de propiedad de medios							
	Casa Productora	Canal TV	Agencias comercializadoras	Distribuidora exportación	Total		
Nacional	Radio Caracas Televisión (RCTV)	Telegen	-	-	3		
	Telegen (Propietario Camero Comunicaciones S.A.)		-	-			
	Venevisión (Propietario Organización Cisneros)	Venevisión	-	-	6		
	Latina Producciones		-	-			
	Venevision International		-	-			
	Boomerang Latinamerica		-	Venevisión Internacional			
	Quimera Visión (PNI -Fondo Nacional de Responsabilidad Social)	Televisora Venezolana Social (TVES)	-	-	8		
	Televisora Venezolana Social (TVES)		-	-			
	La Célula Cooperativa Audiovisual (PNI)		-	-			
	La Villa del Cine (Ministerio del Poder Popular para la Cultura)		-	-			
	Eduardo Gadea Pérez (PNI- Fondo de Responsabilidad Social en Radio y TV)		-	-			
	Montesacro Films		-	-			
	Juan Manuel Díaz (PNI- Fondo de Responsabilidad Social en Radio y TV)		-	-			
	Inversión Extranjera (> 50%)		Venevision International	Venevisión			
Subsidiaria Extranjera							
Total	12 Venezuela / 2 USA		2 Venezuela	-		1 Venezuela	19

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Nos interesa enumerar parte de actividad de la Organización Cisneros, pues ello ilustra la extensión y relaciones de negocio que se manejan en Venevisión. Los ámbitos incluyen: Belleza (*FISA, Miss Venezuela*). El certamen de belleza funciona como plataforma para la promoción de los productos y marcas generadas por FISA (*Drene, Deskaro, Paul Griné, Dermox, Four Seasons, Fashion Style, Every Night y Enden*); Comunicaciones (Americatel – mercado de interconexiones troncales para comunicación digital); Contenidos y Entretenimiento (*Circuito La Romántica, Circuito Fiesta, AM Center, Evenpro, FM Center, Saeca, Siente Music, LatCell, Etcétera Group, Venemobile, VeneMovies, VeneMusic, Venevisión, Venevisión Continental, Venevision International, Venevision International Publishing, Venevision International TV Distribution, Venevision International Film Distribution, Venevision International Pay TV, Venevision International Productions, Venevision Productions, Venevision Studios, VeneShows, Venevision Plus*); Cultura y Educación (*CI@se, Fundación Cisneros*); Deportes (*Leones del Caracas, SBS Sport Business C.A., Business Service Provider BSP*); Producción y Servicios (*Gaveplast, Summa Sistemas, Viajes SAECA*) y, Alimentos y Bebidas (*Cervecería Regional, Coca-Cola FEMSA*), (Organización Cisneros, 2009).

En el espacio audiovisual, abarca un amplio rango de acción que va más allá de la producción y distribución de contenidos para la TV abierta y por suscripción¹⁶. Incluye la distribución de contenidos para líneas aéreas, hoteles, DVD, además de música, la generación de contenidos para telefonía celular e internet. A través de *Synapsys International* trabaja en el mercado de *Advertainment*, que une publicidad y entretenimiento para promover marcas y servicios de una manera amigable y no intrusiva (Organización Cisneros, 2009). En el año 2001, *Venevision International* produjo la telenovela erótica

¹⁶ El catálogo de *Venevision International* promociona “géneros populares como telenovelas (venezolanas, peruanas, colombianas y brasileñas), largometrajes (de Hollywood, españoles y latinoamericanos), musicales, comedias, juegos y “talk shows”, programación infantil y documentales.

Latin Lover y en el 2007, *Querido Profe*, una telenovela producida para celulares. Así mismo, la producción de espectáculos teatrales en Miami, ciudad en la que contó con su propia sala, el Nuevo Teatro *Venevision International* de 2001 al 2005. *Venevision International* promueve sus programas “a través de los mercados internacionales de la industria, mercadeo televisivo, tours de personalidades, eventos para la prensa y presentaciones especiales” (Organización Cisneros, 2009). *Venevision International Publishing* protege y administra los derechos de propiedad intelectual de música y producciones de la Organización Cisneros. Los productos audiovisuales generados a través del emporio, que se ofertaron en el 2011 a través de *Venevision International* fueron, los siguientes: *El árbol de Gabriel* (2011), *Natalia del Mar* (2011), *La Viuda Joven* (2011) hechos en Venezuela y, *Eva Luna* (2010), *Sacrificio de Mujer* (2010), *Salvador de Mujeres* (2009), *Amor Comprado* (2007), *Acorralada* (2007) y *Olvidarte jamás* (2005) producidos en el extranjero. Entre las productoras asociadas para la generación de contenidos se encuentran: *Univision Studios*, *Sony Pictures Television*, *Tigritos Media Productions*, *BCC Producciones*, *Turiamo Producciones* y *Maraba Producciones*. Las cadenas aliadas para la transmisión de contenidos se encuentran en diversos países según se nombra a continuación: Argentina (Telefe, El Trece); Canadá (Canadian Broadcasting Corporation, CTV Televisión Network, Teletoon); Colombia (RCN Televisión, Caracol Televisión, City TV); Chile (Chilevisión); China (CCTV); Ecuador (Ecuavista, TC Television); España (TVE, Antena 3, Canal Sur y 7RM); Filipinas (ABS CBN); Georgia (Rustavi2); Guatemala (Guatevisión); Honduras (Canal 30); Japón (NHK, Nippon Television, Tokyo Broadcasting, TV Asahi, Fuji TV, TV Tokyo); México (Televisa, TV Azteca); Nicaragua (Televisión Centro); Panamá (TVN); Puerto Rico (Univisión Puerto Rico); República Dominicana (Antena Latina y Tele Antillas); USA (NBC, Univisión, CBS, ABC, FOX, Azteca América, Nickelodeon, Disney Channel, Boomerang, Cartoon Network, MTV y Telemundo).

Tabla 2. Lo transnacional en la pantalla de estreno (en el top ten)

Casting y locaciones de los top 10 shows				
	País de origen autor/ creador	Casas Productoras y coproducciones	Casting 5 Personajes principales	Locaciones o narrativas Situadas en:
Nacional	4			
<i>La Viuda Joven</i>	Martin Hahn/ Venezuela	Venevisión	Mariangel Ruiz/ Venezuela Luis Gerónimo Abreu/Venezuela Verónica Schneider/ Venezuela Juan Carlos García/ Venezuela Astrid Carolina Herrera/ Venezuela	Venezuela
<i>La Mujer Perfecta</i>	Leonardo Padrón/ Venezuela	Venevisión	Mónica Spear/ Venezuela Ana Karina Manco/ Venezuela Marlene de Andrade/ Venezuela Marisa Roman/ Venezuela Flavia Gleske/ Venezuela Mariaca Semprún/ Venezuela	Venezuela
<i>Eva Luna</i>	Leonardo Padrón/ Venezuela	Venevisión <i>Venevision</i> <i>Internacional</i> Univision Studios	Blanca Soto /México Guy Ecker /Brasil Julian Gil/Argentina México Susana Dosamantes/ México Vanessa Villela/ México	Miami/USA
<i>Natalia del Mar</i>	Alberto Gómez/ Venezuela	Venevisión	Sabrina Salvador/ Venezuela Manuel Sosa/ Venezuela Juliet Lima/ Venezuela Víctor Cámara/ Venezuela Eduardo Serrano/ Venezuela	Venezuela/ USA

Casting y locaciones de los top 10 shows				
	País de origen autor/ creador	Casas Productoras y coproducciones	Casting 5 Personajes principales	Locaciones o narrativas Situadas en:
Obitel	6			
<i>Pasión Vallenata</i>	Colombia	Caracol TV	Ana Wills/Colombia Beto Villa Jr/ Colombia Ismael Barrios/ Colombia Edgar Vittorino/ Colombia Eibar Gutierrez/ Colombia	Colombia
<i>La Leyenda Continua</i>	Colombia	Caracol TV	Alejandro Palacio/ Colombia Daniela Donado/ Colombia Rita Bendek/ Colombia Fernando Solorzano/ Colombia Miryam de Lourdes/ Colombia	Colombia
<i>Chepe Fortuna</i>	Colombia	RCN Televisión	Taliana Vargas/ Colombia Javier Jattin/ Colombia Pedro Palacio/ Colombia Kristina Lilley/ Colombia Susana Rojas/ Colombia	Colombia
<i>Oye Bonita</i>	Colombia	Caracol TV	Karoll Marquez/ Colombia Diana Hoyos/ Colombia Alejandro Palacio/ Colombia Eileen Moreno/ Colombia Nicolás Nocetti/ Argentina Maribel Abello/ Colombia	

Casting y locaciones de los top 10 shows				
	País de origen autor/ creador	Casas Productoras y coproducciones	Casting 5 Personajes principales	Locaciones o narrativas Situadas en:
<i>Tierra de Cantores</i>	Colombia	Caracol TV	Beto Villa Jr/ Colombia Matilde Lemaitre/ Colombia Julio Echeverri/ Colombia Maribel Abello/ Colombia Katerine Porto/ Colombia	Colombia
<i>La fuerza del destino</i>	México	Televisa	Sandra Echeverría/ México David Zepeda/ México Laisha Wilkins/ México Juan Ferrara/México Gabriel Soto/México	México
Total	10	6	5	4

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

A continuación se reseñan los flujos transnacionales de la ficción. Se muestra el lugar de origen de los títulos de ficción seriada transmitidos por señal abierta en Venezuela, durante el año 2011. Asimismo, los destinos en los que se exhibe y ha exhibido algunos de los títulos de ficción seriada de producción nacional transmitida en el país durante el año 2011.

Tabla 3. Audiencias y conexiones transnacionales

Flujos televisivos y proximidad cultural y lingüística – títulos de estreno		
	Países de donde se importa la ficción	Países a donde se exporta la ficción
Nacional		
Obitel		
VENEZUELA	Argentina (1), Brasil (1), Colombia (21), Cuba (1), Ecuador (1), México (10), Perú (1), USA-Producción Hispana (6), Uruguay (1), Coproducciones (5).	Argentina (8); Brasil (1); Bolivia (1); Bosnia(1); Colombia (5); Costa Rica (2); Croacia (1); Cuba (2); Chile (5); Ecuador (16); Eslovaquia (1); España (8); El Salvador (3); Filipinas (1); Georgia (2); Grecia (1); Guatemala (3); Holanda (1); Honduras (7); Indonesia (2); Italia (5); Israel (1); Macedonia (2); Malasia (1); México (8); República Dominicana (10); Nicaragua (3); Panamá (7); Paraguay (2); Puerto Rico (4); Perú (3); República Dominicana (2); Rumania (2); Tailandia (1); Uruguay (3); USA (8);
Otros	48	133

Fuente: Datos propios de la Investigación Equipo Obitel Venezuela-2012.

Lo anterior muestra los flujos de la ficción seriada vista en Venezuela durante el año 2011 (se incluyen estrenos y reestrenos producidos en el país). La circulación de la ficción producida en Venezuela abarca un total de 36 países y muestra como se extiende el ciclo de vida de las producciones. Un ejemplo emblemático es *Mi gorda bella* (producida por RCTV y distribuida en 24 países).

Finalmente, según Barrón y Medina (2010), Venevisión como principal exportador de ficción seriada en Venezuela posee las siguientes características: incremento de sus importaciones (Fortaleza); Disminución de su producción (Debilidad); Vigencia de los derechos de emisión en el mercado internacional (Oportunidad) e Inestabilidad política y económica del país (Amenaza).

Referencias bibliográficas

BARRON, Leticia (2008). *La comercialización de la telenovela mexicana en el extranjero*. Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Relaciones públicas Nro 70. En: www.razonypalabra.org.mx

BARRON, Leticia y MEDINA, Mercedes (2010). “*La telenovela en el mundo*”. Palabra - Clave, vol. 13, núm. 1, junio, 2010, pp. 77-97. Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64916293005>

CASTILLO, Williams (2011). *TVES tiene un promedio total de audiencia de 2 y logra 21 en transmisiones de la Fórmula 1 según AGB*, Noticiero Digital, Fecha de consulta: 19 de febrero de 2012. En: <http://www.noticierodigital.com/2011/05/tves-tiene-un-promedio-total-de-audiencia-de-2-y-logra-21-en-transmisiones-de-la-formula-1-segun-agb/>

CONATEL (2011a). Conatel exhortó a Televen la suspensión de 12 razones y Chepe Fortuna por contenidos denigrantes. Fecha de consulta: 12 de marzo de 2012 en: http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/noticiacompleta?id_noticia=2916

CONATEL (2012a). *Servicio de Internet. Indicadores años 1998-2011*. Fecha de consulta: 5 de marzo de 2012 en: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2011_anual/internet_113.pdf

CONATEL (2012b). *Servicio de Internet Suscriptores Residenciales y No Residenciales*. Años 2001 2011. Fecha de consulta: 5 de marzo de 2012 en: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores_2011_anual/interne-res_11.pdf

EL NACIONAL (2012). *MINCI carece de recursos y de voceros estratégicos*. Fecha de consulta: 8 de febrero de 2012 en: <http://www.el-nacional.com/noticia/28165/16/Minci-carece-de-recursos-y-de-voceros-estrategicos.html>

EL NACIONAL (2011). “*Un final abierto para La Viuda Joven*”, publicado en sección Cultura y Espectáculos de El Nacional, 08/09/2011. Fecha de consulta: 20 de febrero de 2012 en: http://www.elnacional.com/www/site/p_contenido

MAZZIOTTI, Nora (2006). *Telenovela: industria y prácticas sociales*. *Enciclopedia latinoamericana de sociocultura y comunicación*, Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

MATO, Daniel (2005), *Des-fetichizar la “globalización”*: basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones; mostrar la complejidad y las prácticas de los actores. En: *Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas*. Autónoma de Buenos Aires: CLACSO. pp.: 143-178.

MATO, Daniel (1999). “Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género”, en Néstor García Canclini y Carlos Juan Moina (coordinadores) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México: Grijalbo. pp. 245-283.

MORALES, Luis (2011). Telenovelas venezolanas en España: Producción y cuotas de mercado en las Televisiones Autonómicas. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 4 (1), Artículo 8. Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>.

ORGANIZACIÓN CISNEROS (2009). *Empresas de la organización*. Fecha de consulta: 15 de marzo de 2012 en: <http://www.cisneros.com/Organizacion/Empresas/Listado>.

PÉREZ N., Germán (2010). “Nuestro modelo de negocio no es estar en el primer lugar”. publicado en El Nacional, 26/04/2010. Fecha de consulta: 8 de febrero de 2012 <http://www.guia.com.ve/noti/61129/nuestro-modelo-de-negocio-no-es-estar-en-el-primer-lugar> .

PETKOFF, Teodoro (2010). *Chavez ha realizado 2 mil 125 cadenas presidenciales en 11-años*, publicado en Noticias 24 el Fecha de consulta: 5 de marzo de 2012 en: <http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/246993/petkoff-chavez-ha-realizado-2-mil-125-cadenas-presidenciales-en-11-anos/>.

ROMERO HARRINGTON, Orlando (2011). “*Respuesta a Reinaldo Iturriza y su artículo ‘Ávila TV ha muerto’*. *Ávila TV no ha muerto. Estaba de parranda*” Fecha de consulta: 18 de febrero de 2012 en: <http://www.aporrea.org/medios/a129886.html> .

TREJO, Raúl (2010). *Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina*. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação São Paulo, v.33, n.1, p. 17-51, jan./jun.