

La ficción televisiva en Argentina 2011 - 2016: el fomento estatal y la crisis de la producción privada

TV fiction in Argentina 2011 - 2016: state financing and the crisis of private production

Ezequiel Rivero

Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina
squielerivero@gmail.com

Resumen

La producción de contenidos de ficción en Argentina, a partir de 2009, introdujo una novedad mediante un conjunto de planes de fomento público para la producción federal de contenidos, con el objetivo de diversificar a los actores involucrados en esta actividad. El recambio en la conducción del Gobierno en diciembre de 2015, modificó la lógica de estos planes de fomento, dejándolos inconclusos. El objetivo de este trabajo es producir conocimiento empírico e interpretaciones que permitan reconocer los logros y limitaciones de la intervención estatal en este mercado, en vistas a una evaluación de la política pública y su valorización como política industrial y cultural. Este trabajo sitúa la política de fomento estatal en el contexto más amplio de la crisis productiva que atraviesa la industria local de la ficción.

Palabras clave

Ficción; televisión; políticas públicas; audiovisual; diversidad cultural

Abstract

The production of TV fiction in Argentina, as elsewhere in the region, was historically characterized by geographic centralization in a few urban centers. As of 2009, the National State introduced a disruption through a set of public promotion plans for the federal content production, with the aim of diversifying the players involved in this activity. The change in the Government's leadership in December 2015 modified the logic of these promotion plans, leaving them unfinished. The objective of this work is to produce empirical knowledge and interpretations that allow recognizing the achievements and limitations of state intervention in this market, in view of an evaluation of this public policy and its impact in industrial and cultural terms. This work frames the policy of state promotion in the broader context of the productive crisis that the local TV fiction industry is going through.

Keywords

Fiction, television, public policies, audiovisual, cultural diversity

1. Introducción

La caída en la producción y exhibición de ficción televisiva de origen argentino en los últimos años es producto de la combinación de varios factores. Por un lado, la política de adquisición de gran número de telenovelas extranjeras -particularmente brasileñas y turcas- que alcanzaron altos niveles de audiencia y ocuparon con gran éxito el *prime-time* de los canales de aire de Buenos Aires; en segundo lugar, el lento pero sostenido desplazamiento de las audiencias hacia otras ventanas de exhibición como la televisión paga o servicios basados en internet, que se suman a la dieta audiovisual de los espectadores, compiten por su atención, y desafían los modelos de negocio de los distintos actores de la cadena de valorización. Un tercer componente de la actual crisis de la ficción en Argentina, central a los fines de este trabajo, es la política pública de fomento a la producción audiovisual iniciada en 2009, que apuntaló a la alicaída industria local, y fue modificada sustancialmente en su lógica de funcionamiento a partir de 2016¹.

La crisis de la ficción local sobre la que alertan desde distintos sectores² se enmarca en un problemática mayor del sector audiovisual. En un contexto de lenta pero sostenida caída de la audiencia de TV abierta y estancamiento de las suscripciones a la TV paga, la estrategia de los canales de televisión tiende a minimizar o distribuir los riesgos, ya no solamente mediante la tercerización en productoras independientes o las coproducciones con socios locales o internacionales, si no especialmente mediante la compra de programas extranjeros.

La emisión de "latas" en la televisión abierta de alcance nacional no es un fenómeno nuevo, pero hasta 2014 se limitaba a telenovelas de larga duración de países de Iberoamérica, que en general ocupaban las franjas de la tarde, obteniendo un éxito moderado. El menor valor de mercado de estas ficciones que, en el caso de las brasileñas y turcas lograron imponerse en el *prime-time*, acentuó aún más la tendencia en detrimento de la producción local. Según datos del Observatorio Iberoamericano de la Ficción

Televisiva (OBITEL), en 2015 la TV abierta de Buenos Aires emitió 527 horas de ficción local y 1662 de ficción extranjera proveniente de México, España, Colombia, Brasil y Turquía (Aprea, Kirchheimer & Rivero, 2016).

En la antesala de la crisis de la ficción privada, cuando se vaticinaba que la producción de ficción se concentraría cada vez en menos actores, la intervención del Estado Nacional a partir de 2009 introdujo una serie de novedades, que, sin alterar la estructura del mercado, significó el puntapié inicial hacia una mayor federalización de la producción y diversificación en las distintas etapas de la cadena de valor.

Desde ese año, en el marco de la puesta en funcionamiento de la Televisión Digital Terrestre (nombrada como Televisión Digital Abierta, TDA), el Estado financió en su totalidad la producción y adquisición de contenidos audiovisuales, en su mayoría ficciones, a través de numerosas líneas de concursos. Este mecanismo de fomento diversificó el espectro de empresas dedicadas a la producción de ficción y permitió a canales provinciales, universitarios, públicos y privados incluir en su programación contenidos de ficción. Algunos de los contenidos surgidos de estos concursos mostraron propuestas estéticas disruptivas e incluyeron en sus tramas problemáticas sociales menos tratadas por la ficción de elaboración privada.

Desde sus comienzos, los planes de fomento estatal fueron objeto de críticas, especialmente desde el ámbito periodístico (Crettaz, 2015). Tras el recambio gubernamental en diciembre de 2015, estas iniciativas fueron cuestionadas también desde el Estado Nacional; primero fueron objeto de mayor escrutinio económico, y más tarde, se redujo la participación pública en la financiación total de los proyectos.

El retiro parcial del Estado como promotor de la industria de la ficción dejó al descubierto y profundizó una crisis en la producción local, ya preexistente. Este trabajo, de perfil empírico y analítico, busca caracterizar la actual situación de la industria de la ficción argentina. Para esto, utiliza indicadores como la reducción en los ni-

veles de audiencia y las transformaciones demográficas de la audiencia de la ficción que emite la televisión abierta. A su vez, analiza con detalle la política de fomento que propició el Estado Nacional dando cuenta de sus principales logros y limitaciones.

2. Clave de lectura teórica y aspectos metodológicos

A nivel teórico, el trabajo se inscribe en el marco de los estudios de la Economía Política de la Comunicación que brindan algunos elementos para analizar las transformaciones en la cadena de valor y distribución de la industria audiovisual (Arsenault & Castells, 2008; Zallo, 2011). A su vez, este enfoque permite analizar la tendencia a la concentración propia de las industrias culturales y la doble faz material y simbólica de los bienes culturales, cuya implicancia en la producción social de sentido y la construcción de identidades culturales plantean aspectos relativos a garantizar la diversidad cultural en estos nuevos escenarios (Garnham, 1990; Mosco, 1996; Sierra, 2006).

De un modo particular, el sistema de medios en nuestra región se ha caracterizado, entre otros aspectos, por una marcada lógica comercial y altos niveles de concentración en la propiedad de los medios, lo que se vincula además a la centralización de la producción de contenidos en los grandes centros urbanos. A esto se suma la presencia de medios estatales gubernamentalizados en sus líneas editoriales y con escasa penetración en la audiencia, lo que ha sido funcional al afianzamiento del sistema privado comercial (Arroyo, Becerra, García, & Santamaría, 2012; Becerra & Mastrini, 2009). En este último punto, autores como Fuenzalida (2005) indican se debe avanzar hacia una matriz de televisión pública con protagonismo social, como ventana del acontecer nacional y local pero buscando la máxima audiencia posible (2005: 170). Para este autor lo público no ocurre con la mera emisión de un programa u obra, sino que requiere complementariamente de una efectiva audiencia pública, esto es, no elitista o marginal.

Entre sus múltiples efectos, la concentración de la propiedad tiende a la "reducción de la diversidad" (Becerra: 2010: 104) y a la concentración geográfica de la producción.

La concentración en la propiedad de los medios fue facilitada en cada momento por los gobiernos de turno, los que además otorgaron a las grandes empresas apoyos económicos y mantuvieron marcos regulatorios débiles funcionales a los intereses concentrados. En el caso argentino, recién en 2009 tuvo lugar una nueva regulación - Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA)- que, formalmente, ponía un límite al tratamiento mercantil de la comunicación y la concentración de la propiedad.

Concomitantemente, a contramano de la tendencia histórica que concentraba en pocas manos y territorios la producción de contenidos de ficción, el Estado introdujo una novedad mediante un ambicioso plan de fomento a la producción de contenidos federales, lo que buscaba diversificar a los actores involucrados en la producción de contenidos audiovisuales. No obstante, la experiencia, tal como fue concebida, apenas superaría el lustro, y hacia fines de 2015 las políticas de comunicación restauraron el estado de cosas previo a la sanción de la LSCA, lubricando los mecanismos que permiten a los grandes actores económicos su afianzamiento y concentración.

En este contexto, cambió la lógica y alcance de los planes de fomento público a la producción de ficción que se venían instrumentando desde 2009. El nuevo escenario invita por tanto a un análisis de los logros y limitaciones de la experiencia anterior. En efecto, resulta importante producir conocimiento empírico en vistas al perfeccionamiento de estas iniciativas a futuro y su valorización como política industrial y desde un punto de vista cultural y social.

Para esto, a nivel metodológico el trabajo es de tipo diacrónico, exploratorio y descriptivo, sostenido en la sistematización y análisis de datos empíricos recogidos a lo largo de un periodo de seis años. En un primer momento caracteriza de modo general la crisis de la industria de la

ficción televisiva de aire en relación a su nivel de audiencia decreciente y transformaciones en las características demográficas de los espectadores.

En la segunda parte se aborda de lleno el objeto de estudio del trabajo, la política de fomento público a la producción de ficción. En este punto, se retoma parcialmente la matriz de análisis que propone el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL) para caracterizar algunos aspectos vinculados a la producción, emisión y recepción de las ficciones de fomento, tomando en cuenta indicadores como el origen de la producción; la cantidad de títulos y horas emitidas; temáticas dominantes; decisiones de programación; el perfil de las audiencias en relación a los principales indicadores demográficos y el alcance de estas ficciones medido en términos de *rating* y *share*.

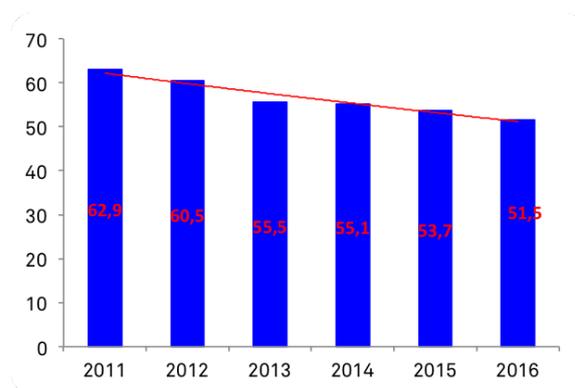
El recorte temporal inicia en 2011 cuando comienza la emisión de ficciones de fomento en la TV abierta y finaliza en 2016, tras el recambio en la conducción del Gobierno, que trajo aparejada una modificación en la lógica de esta política. El estudio no da cuenta de la totalidad de las producciones que resultaron de los concursos de fomento estatal, sino de aquellas emitidas entre 2011 y 2016 por alguno de los cinco canales de aire con cabecera en Buenos Aires: Telefe (Canal 11); El Trece (Canal 13); América (Canal 2); Canal 9 y TV Pública (Canal 7). El *corpus* no contempla las emisiones en canales provinciales o locales, ni en internet.

Finalmente, es clave marcar que el trabajo surge del análisis de los datos proporcionados por Kantar Ibope durante los últimos seis años. Esta consultora es un actor legitimado por la industria audiovisual a nivel regional, que basa algunas de sus decisiones artísticas y de negocios en sus estudios de mercado. Sin embargo, no se desconocen los sesgos y limitaciones de los datos utilizados, que, a su vez, condicionan el tipo y alcance de las preguntas que es posible formular a partir de ellos.

3. La ficción televisiva de aire: menos audiencia y con nuevas características

La crisis de la ficción televisiva se enmarca en un fenómeno de mayor alcance que excede incluso las fronteras nacionales, referido a la lenta pero sostenida pérdida de centralidad de las señales de televisión de aire en la dieta audiovisual de los espectadores.

Gráfico 1: evolución share cinco canales de TV Abierta (2011-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Entre 2011 y 2016 las cinco principales señales de TV abierta de la Argentina, todas ellas con cabecera en Ciudad de Buenos Aires y con alcance nacional a través de repetidoras³, perdieron el -11,4% de participación en el *share*. En términos de *rating*, en 2004 los cinco canales sumaban 39,1 puntos y en 2016 alcanzaron 26,1, una caída de 13 puntos, o el 33% de la audiencia, en 12 años. La caída en la sintonía de los canales abiertos podría explicarse, en parte, por una migración de la audiencia hacia a las señales de cable. Según datos de LAMAC, a partir de 2009 se inició una tendencia de crecimiento del *rating* de las señales de televisión paga ante la caída de las señales abiertas, y, finalmente, desde 2014 hasta la actualidad, el *rating* acumulado por todas las señales de cable supera al conjunto de las televisoras de aire⁴. Un factor adicional es la migración de público hacia servicios de video a demanda basados en internet, particularmente a partir de 2011, cuando se

consolida la masificación de las conexiones a banda ancha domiciliaria⁵ y comienzan las operaciones de Netflix en la Argentina, que, según datos de la Consultora Bussines Boureau, en agosto de 2017, había alcanzado los 847.458 suscriptores únicos, liderando el segmento de video a demanda. La ficción seriada, por su parte, no se mantuvo inmune a la merma del *rating* y *share* que afecta a la televisión abierta, y, desde 2013, inició una tendencia decreciente; entre ese año y 2016 acumuló una pérdida del -2,2% de audiencia⁶.

En este punto es preciso preguntarse por las nuevas características de quienes aún sintonizan la televisión abierta para mirar ficción seriada, en relación a su género, nivel socioeconómico y edad, tres variables demográficas que se consideran clave por su influencia en la definición de los proyectos artísticos y comunicacionales de las emisoras, y por su interés para la industria de la publicidad.

Aunque el público de la ficción televisiva es por tradición mayoritariamente femenino, esta tendencia se viene profundizando en los últimos

años. En 2011 la diferencia entre los hombres y mujeres que miraban ficción era del 7,3%, y en 2016 la brecha creció hasta el 12,9%. La mayor diversificación de la oferta en el cable y en otras pantallas basadas en internet, sumada a la oferta de la televisión tradicional que se concentra en telenovelas y melodramas clásicos, generalmente más consumidos por la audiencia femenina, constituye parte de la explicación.

Un elemento adicional en la caracterización de la audiencia de la televisión abierta es el Nivel Socio Económico (NSE) de quienes la consumen, teniendo en cuenta que las opciones de TV paga y las plataformas de *streaming* en general implican el abono de suscripciones o pagos por transacción. En el caso de las plataformas de internet, el usuario debe además contar con una conexión de banda ancha en su domicilio e incluso una tarjeta de crédito internacional para realizar pagos en dólares al exterior. En este contexto se corrobora que el público de la ficción en televisión abierta crece entre los sectores de menor nivel socioeconómico.

Gráfico 2: composición de la audiencia de ficción de aire por género (2011-2016).

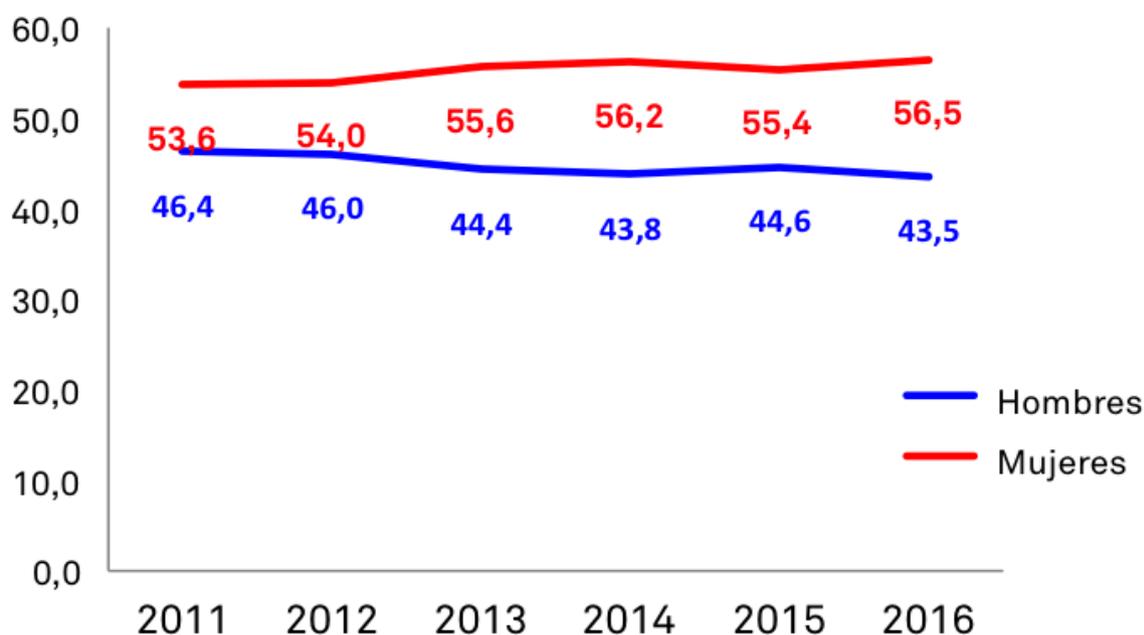
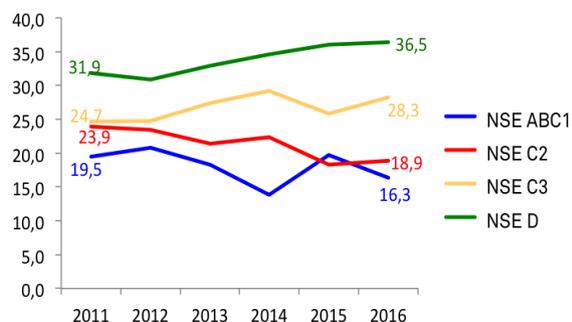
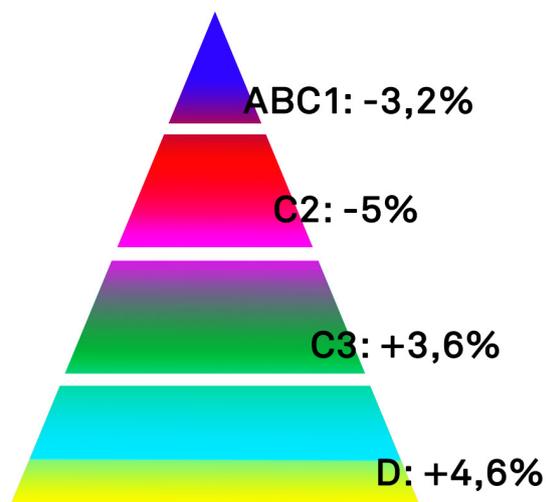


Gráfico 3: composición de la audiencia por NSE



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Gráfico 3.1: variación por segmento.

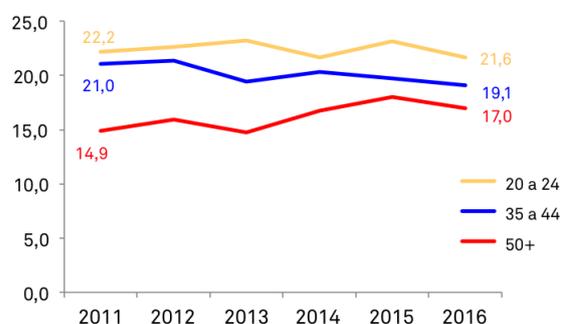


Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Como se observa en las figuras anteriores el público de los segmentos de NSE más bajo (D y C3) creció +8,2% en el periodo estudiado, lo que se compensa con la pérdida idéntica de audiencia en los niveles de mayor NSE (C2 y ABC1). De esto se desprende que los sectores de mayor poder adquisitivo están en mejores condiciones para diversificar su dieta de consumo cultural adi-

cionando suscripciones *premium* a la TV paga y a plataformas de *streaming*, que capturan parte de su atención, mientras que la TV abierta y gratuita queda como la opción más elegida entre los espectadores de menores recursos. Cabe, no obstante, aclarar que en Argentina la penetración de la TV paga por suscripción supera el 80% de los hogares⁷. Finalmente, se observa un aumento en el promedio de edad de las personas que consumen ficción seriada en la televisión abierta.

Gráfico 4: composición de la audiencia por edad.



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Si se toma de manera conjunta el segmento que va de los 20 a los 44 años, entre 2011 y 2016, la caída es de -2,5%, que se compensa con un incremento similar entre los espectadores de +50 años. Es decir, el público de la ficción en la televisión abierta envejece cada vez más.

En suma, el análisis de estos indicadores muestra que la caída (moderada) en los niveles de audiencia no es la única novedad para la ficción seriada en la televisión abierta entre 2011 y 2016. Las características de la audiencia, por su parte, también se modificaron: el público es cada vez más femenino; aumentó un 8,2% la participación de los segmentos de menor nivel socioeconómico y creció el público de mayor edad. Estas afirmaciones ameritan estudios específicos que expliquen más profundamente las transformaciones, que posiblemente obedezcan a una concurrencia de variables relacionadas no solamente a la propuesta artística de la televisión abierta, sino a otras vinculadas a la proliferación de la oferta en múltiples pantallas, cambios en los

hábitos de consumo y la desprogramación de los contenidos audiovisuales en general.

Como respuesta a la crisis por la que atraviesa la televisión abierta, en los últimos años las emisoras pusieron en práctica estrategias para adecuarse al nuevo tiempo de menor *rating* y cambios en el perfil y hábitos de la audiencia. En algunos casos buscaron establecer puentes con la *web*, especialmente en aquellas ficciones orientadas al público más joven, ampliando allí el universo narrativo de la ficción que se emitía en la televisión lineal. Además, los canales de aire buscan cerrar acuerdos con señales de cable, distribuidores internacionales o proveedores de TV paga, para coproducir series de alto presupuesto, reduciendo riesgos empresarios y garantizando una mayor distribución internacional. No obstante, la estrategia más habitual en las pantallas locales en los últimos años fue la emisión de ficciones extranjeras. Como ya señalamos en la introducción, solo en 2015 la TV abierta de Buenos Aires emitió 527 horas de ficción nacional y 1.662 horas de producciones extranjeras. Estas ficciones provienen de los más variados orígenes: Brasil, Turquía, México, Colombia, e incluso Corea del Sur. Esta situación de retracción de la industria nacional generó la alerta de las principales asociaciones que reúnen a los actores que intervienen en la industria (actores, guionistas, directores, productoras independientes), con particular énfasis a partir de 2016 cuando, después del recambio en la conducción del Gobierno Nacional, las políticas de fomento estatal a la producción de ficción, hasta entonces plenamente vigentes, cambiaron su lógica y los recursos destinados a estos fines disminuyeron sensiblemente, desnudando en toda su magnitud la crisis preexistente en el sector.

4. El Estado y la ficción: logros y limitaciones de la política de fomento a la producción de contenidos (2011-2016)

A partir de 2009, durante la administración de Cristina Fernández (2007-2011 y 2011-2015), en el marco de la puesta en funcionamiento del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVDT), el Estado Nacional financió la produc-

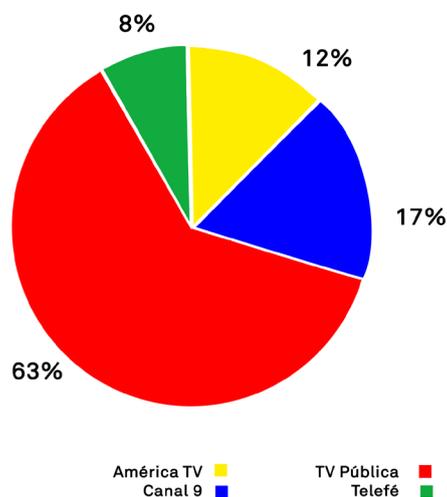
ción y adquisición de contenidos audiovisuales a través de distintas líneas de concursos. El Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para televisión realizó 43 concursos y distribuyó 573 subsidios de los que resultaron unas 267 producciones; incluyendo series, animaciones, cortometrajes y documentales, equivalentes a 1.521 horas de contenido (MPFIPyS, 2015). Algunos de ellos fueron programados por canales privados de la Ciudad de Buenos Aires y el interior, y canales públicos, mientras que otros no se emitieron en televisión. La mayor parte de las producciones fueron alojadas en el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), un repositorio que, según cifras oficiales, desde su creación distribuyó 12 mil horas de programación a 74 canales públicos y privados adheridos de todo el país. A su vez, dentro del ámbito de BACUA se creó la ya extinta Contenidos Digitales Abiertos (CDA), una plataforma gratuita ideada como ventana de exhibición en internet. En la actualidad algunas de las series financiadas por el Estado pueden verse *online* en la plataforma Cont.ar creada en mayo de 2018 por el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMycP).

Como se mencionó en la introducción, los planes de fomento han sido objeto de controversias, especialmente desde el ámbito periodístico, en relación al volumen de la inversión realizada por el Estado, los criterios de asignación de los fondos y la dificultad de los programas para alcanzar audiencias masivas. No obstante, no se conocen estudios de fondo que aborden más ampliamente el impacto de esta política en relación al fomento a la industria audiovisual local y la diversificación de actores en las distintas instancias de la cadena de valor. Por lo pronto, según datos de UNESCO, a partir de la LSCA y las políticas de fomento estatal, se registró un incremento del 28% en la emisión de contenidos locales en los canales regionales del país (UNESCO, 2015: 53).

4.1 Análisis de la ficción de fomento estatal estrenada en los canales de aire⁸

Entre 2011 y 2016 se estrenaron 64 ficciones de fomento estatal en cuatro de los cinco canales de aire con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Gráfico 5: Títulos exhibidos por canal (2011-2016).



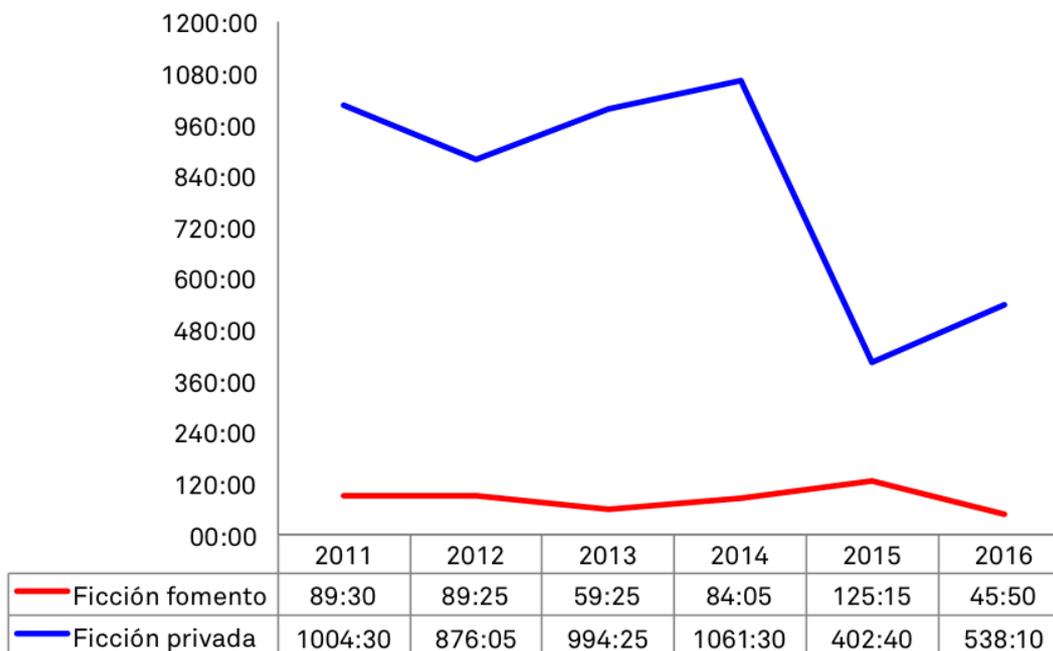
Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

La TV Pública, de titularidad estatal, programó la mayor cantidad de miniseries y unitarios (63%), seguido por los privados Canal 9 (17%), América

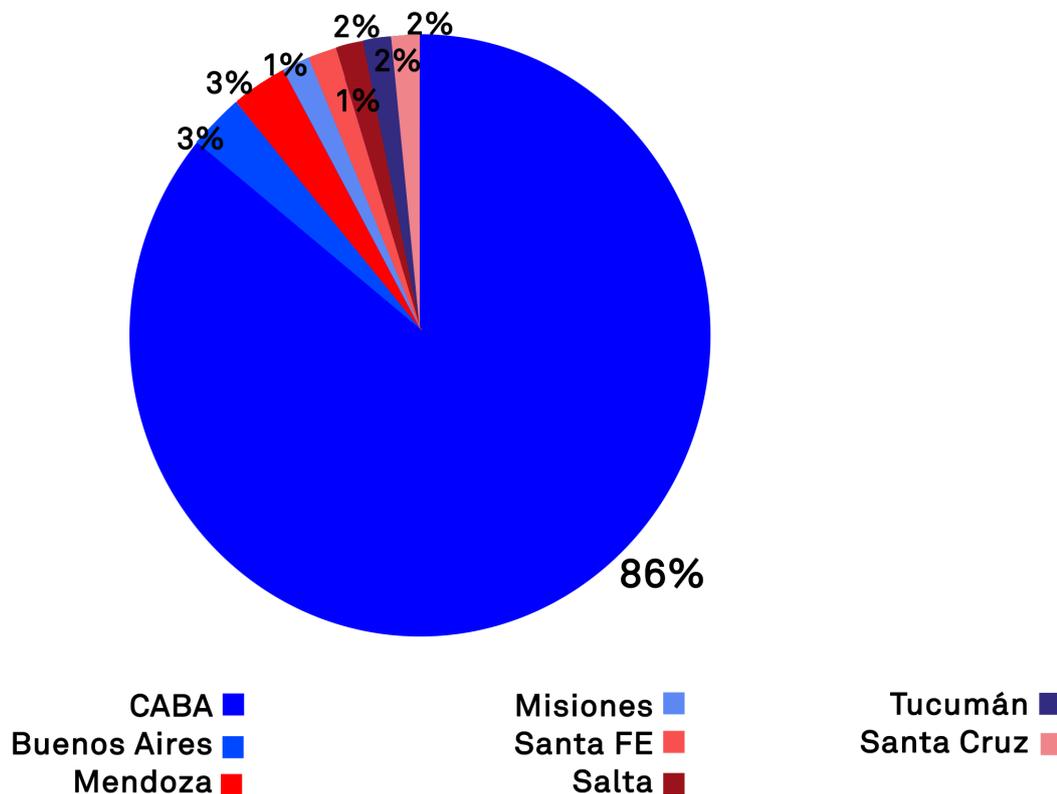
(12%) y Telefe (8%). El Trece (Grupo Clarín) fue el único licenciataria de televisión abierta que no emitió ninguna ficción financiada por el Estado, lo que debe leerse en el contexto de la relación tensa que mantuvo el Grupo Clarín con el poder Ejecutivo durante los últimos dos gobiernos kirchneristas (2007-2015). Por otra parte, en el mismo periodo se estrenaron 52 ficciones de producción y financiación privada⁹.

No obstante, si se contabilizan las horas exhibidas¹⁰, la participación de las ficciones de fomento es menor, ya que, en su mayoría, se trata de miniseries y unitarios de corta duración, de 8 a 13 episodios, de 20 a 45 minutos cada uno, mientras que la televisión privada produce en general ficciones de larga duración, por encima de los 120 capítulos, de 45 minutos de artística en promedio. El punto máximo de exhibición ocurre en 2015 lo que coincide con una abrupta caída de más del 50% en la producción privada. En 2016, tras el recambio gubernamental, la exhibición de ficciones de fomento es la menor de toda la serie.

Gráfico 6: Evolución de horas exhibidas ficción fomento y privada (2011-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

Gráfico 7: Ficciones de fomento por provincia de origen (2011-2016).

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel

Como reflejo de la centralización histórica de la producción audiovisual en la Ciudad de Buenos Aires, los canales de televisión abierta programaron mayormente ficciones de productoras de esa misma ciudad (86%). Sin embargo, por primera vez se emitieron además algunos contenidos producidos íntegramente en las demás regiones del país, hecho que, si bien no alcanzó a alterar la estructura del mercado ni se extendió más allá de los casos puntuales de las ficciones de fomento, representó una novedad a partir de esta política pública. En este punto cabe reiterar una limitación en el corpus de este estudio, ya que los canales provinciales y locales sí programaron en estos años numerosas ficciones federales.

Aunque la política de fomento público permitió diversificar los actores con capacidad para producir ficción en el país, incluyendo otros

de distintas geografías y formas organizativas, como universidades o cooperativas, los canales de Buenos Aires, incluida la TV Pública, privilegiaron los productos de empresas locales, muchas de ellas con reconocida trayectoria en el rubro. Como se observa en la tabla anterior, la totalidad de los 20 títulos de fomento más vistos corresponden a productoras ubicadas en la Capital del país.

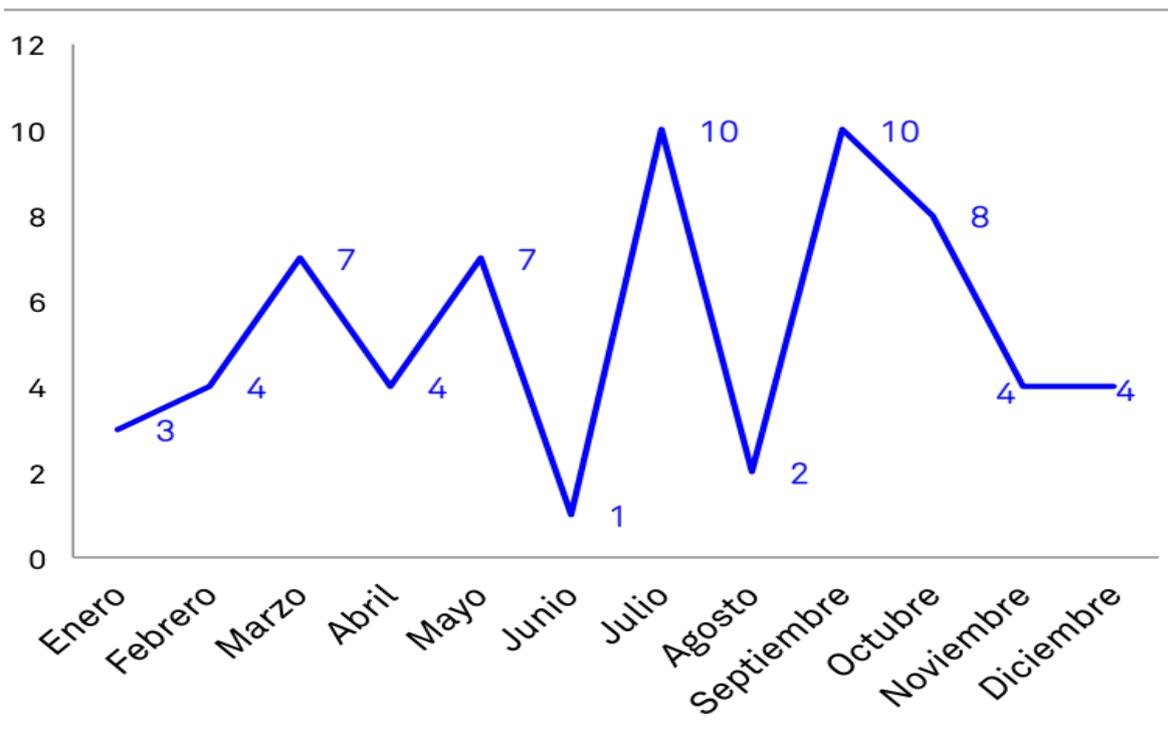
A su vez, pese a que la TV Pública fue la que emitió el 63% de estas ficciones, la mayoría de los programas más vistos son los que emitieron los canales privados, especialmente Telefé, el líder de audiencia desde principios de los años 90's. Entre los realizadores de las ficciones con mejor *rating* aparecen empresas de larga trayectoria en la producción audiovisual, algunas con vínculos habituales con los canales privados.

Tabla 1: 20 ficciones de fomento más vistas (2011-2016).

	Título	Origen	Productora	Canal	Franja	Rating	Share
1	Historia de un clan	CABA	Underground	Telefe	Prime Time	11,78	19,54
2	El Donante	CABA	Eyeworks Cuatro Cabezas	Telefe	Prime Time	11,3	19,88
3	Fronteras	CABA	Zoelle Producciones	Telefe	Prime Time	8	s/d
4	La Celebración	CABA	Underground	Telefe	Noche	6,61	14,64
5	Historia Clínica	CABA	Underground	Telefe	Noche	6,27	14,1
6	Maltratadas	CABA	T y C	America 2	Prime Time	4,2	6,7
7	Historias de la primera vez	CABA	Illusion Studios	America 2	Prime Time	3,3	5,3
8	Televisión x la inclusión	CABA	ONTV Contenidos	Canal 9	Prime Time	3,2	5,3
9	Santos y Pecadores	CABA	ONTV Contenidos	Canal 9	Prime Time	2,66	3,6
10	Conflictos Modernos	CABA	ONTV Contenidos	Canal 9	Prime Time	2,63	4,11
11	Víndica	CABA	Promofilm	America 2	Prime Time	2,5	4,1
12	Los Sonicos	CABA	GP Media	Canal 9	Prime Time	2,5	3,8
13	El Pacto	CABA	Oruga Cine y Tostaki	America 2	Prime Time	2,4	4
14	Círculos	CABA	Zarlek	America 2	Noche	2,34	5,94
15	Decisiones de vida	CABA	LC Acción/Diego Estevanez	Canal 9	Noche	2,3	4,2
16	Tiempo de pensar	CABA	a + A Group	TV Pública	Prime Time	2	s/d
17	La Casa	CABA	Campo Cine	TV Pública	Prime Time	2	s/d
18	Viento Sur	CABA	Azteka Films	America 2	Noche	1,91	4,83
19	Milagros en Campaña	CABA	El oso producciones	Canal 9	Prime Time	1,76	2,48
20	Amores de Historia	CABA	Oruga Cine y Tostaki	Canal 9	Prime Time	1,73	2,74

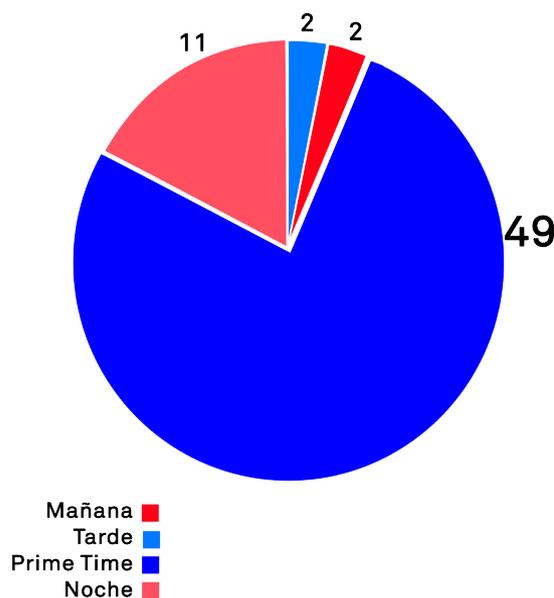
Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

Gráfico 8: Total ficciones de fomento por mes de estreno (2011-2016).



Como se observa en el gráfico anterior es difícil advertir una tendencia en relación a las fechas de estreno de estas ficciones, que se programaban de manera irregular a lo largo de todo el año. El formato de corta duración y la no disponibilidad de segundas temporadas resultaba un desafío para las políticas de programación de los canales. Como señala Martín Bonavetti (Director Ejecutivo de TV Pública entre 2008 y 2016) “en términos de programación, una ficción de ocho capítulos, cuando la gente la comienza a ver ya se termina”, a lo que agregaba que “no se puede armar una ficción sin saber en qué pantalla irá, porque las pantallas tienen identidad”¹¹. La fecha de estreno de un contenido televisivo y su lugar dentro de la grilla brinda información sobre la jerarquía que se otorga al producto. A modo de ejemplo, la primera ficción de fomento, *El Paraíso* (2011), fue emitida por la TV Pública entre el 19 de diciembre de 2011 y el 4 de enero de 2012, con escasa promoción previa y en una fecha de bajo encendido televisivo.

Gráfico 9: Total ficción por franja horaria de emisión (2011-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

La mayoría de estas ficciones fue emitida durante el *prime-time*, de 21 a 24 (76%), seguido por la noche, de 0 a 6 (17%) y en menor medida la mañana, de 6 a 13 (3%) y la tarde, de 13 a 21 (3%). No obstante, se observa que muchas de ellas fueron programadas cerca o pasada la medianoche, una práctica poco habitual en el caso de las ficciones de producción privada, que habitualmente ocupan las franjas centrales del *prime-time* y la tarde. La frecuencia de emisión variaba entre 1 a 5 días por semana. Algunas se programaban de lunes a viernes con lo cual estuvieron en pantalla apenas dos semanas, mientras que otras se emitieron semanalmente logrando exposición durante más de tres meses. La sobreabundancia de títulos y la dispersión de días y horarios elegidos para su programación dificultó el seguimiento y continuidad de las historias por la parte de la audiencia. Este hecho explica que las ficciones con mejor rendimiento en materia de *rating* hayan sido los unitarios.

En efecto, si bien en total se emitió más cantidad de miniseries (44) que de unitarios (20) esta proporción se invierte entre los veinte títulos más vistos, 13 de los cuales fueron unitarios. Como ya hemos dicho, la brevedad de los programas, sumado a la dispersión en sus estrategias de programación y la abundancia de oferta decantó a favor de los formatos autoconclusivos que no demandaban continuidad por parte de la audiencia.

Algunas de estas ficciones planteaban un tratamiento estético disruptivo, en algún caso cinematográfico, debido a la proveniencia y *expertise* de sus realizadores, junto a una buena factura técnica. En casi todos los casos se abordó alguna problemática social: violencia de género, discriminación y marginalidad. Un segundo grupo de ficciones adoptó como *leitmotiv* la agenda del kirchnerismo, con tramas referidas a derechos humanos e identidad, medios de comunicación, dictadura, Peronismo o ampliación y conquista de derechos sociales. En alguna ocasión las motivaciones políticas detrás de algunas ficciones se imponían sobre la lógica artística, dando por resultado historias a priori interesantes pero malogradas por un tratamiento maniqueo de los hechos y personajes.

Tabla 2: Total de ficciones según la época de la narración.

Época	Títulos	%
Presente	49	76,6
de Época	6	9,4
Histórica	7	10,9
Otra	2	3,1
Total	64	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Orbitel.

La mayor diversidad temática también se refleja en la temporalidad de la narración. Aunque la mayoría interpela a la audiencia desde el presente (76%), a diferencia de la ficción privada, donde éste predomina casi exclusivamente, las de fomento introducen propuestas ambientadas en otra época (9%); basadas en hechos o personajes históricos (10%) y otras que transcurren en más de un tiempo (3%).

Tabla 3: Comparación de la audiencia de ficciones de fomento y privadas según género y NSE (promedio).

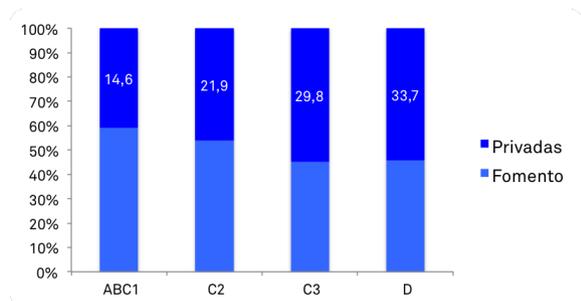
	10 ficciones fomento más vistas (2011-2016)	10 ficciones privadas más vistas (2016)
Hombres	46,8	40,5
Mujeres	53,2	59,5
ABC1	21	14,6
C2	25,6	21,9
C3	24,5	29,8
D	28,4	33,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y OBITEL

En cuanto a las características de la audiencia de las series de fomento, las principales variables demográficas muestran algunas similitudes pero también diferencias con la ficción en general, a lo que nos referimos en el apartado anterior. Como se lee en la tabla anterior, la audiencia femenina es mayoritaria tanto en las ficciones de fomento

como en las de financiación privada, pero en el caso de las primeras, la brecha de género se reduce sensiblemente (públicas: 6.4%; privadas: 19%), esto obedece, en parte, a la brevedad de los formatos, y fundamentalmente, a la mayor variedad temática que permite interpelar a otros públicos.

Gráfico 10: audiencia de la ficción privada y de fomento según NSE¹²



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar IBOPE y OBITEL

En cuanto a la composición por edad se observa que la ficción privada concentra mayor audiencia en la población más joven (4 a 24), mientras que la ficción de fomento concentra casi la mitad de su público entre los segmentos de mayor edad (+35 y +50 años).

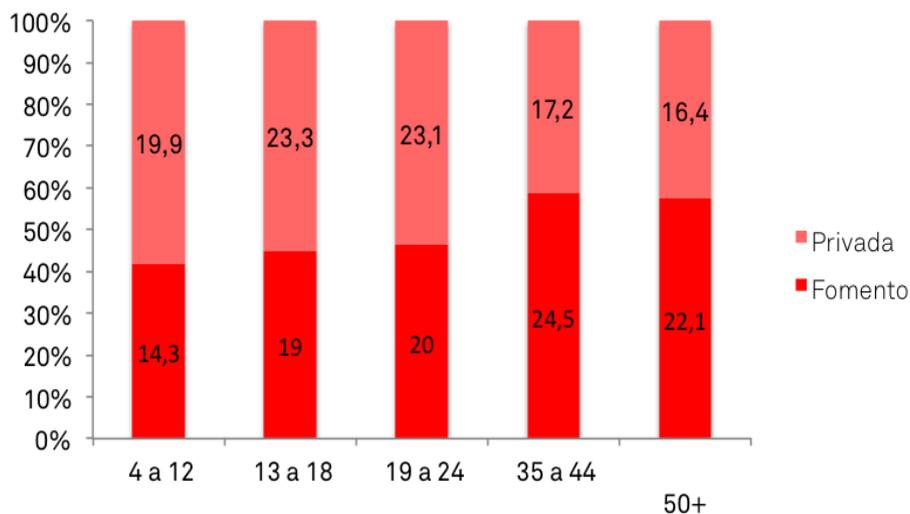
Finalmente, se observa una brecha socioeconómica y etaria en relación al visionado de estas ficciones de fomento. En cuanto al nivel socioeconómico (NSE), el público ABC1 y C2, el de mejores ingresos, tiene mayor peso entre las ficciones de fomento, mientras que, como vimos en el apartado anterior, el público de los segmentos C3 y D, de menores ingresos, tiene más peso en la composición de la audiencia de la ficción privada.

5. Conclusiones

La crisis de la ficción seriada en la televisión de Buenos Aires se enmarca en una mayor que afecta a la televisión abierta en su conjunto, que lenta pero sostenidamente cede terreno ante otras formas de acceso al consumo audiovisual, mientras se producen mutaciones en las características de la audiencia. La realización de algunas coproducciones, y fundamentalmente la programación de ficción extranjera, fueron las principales respuestas ante un escenario incierto, de alto riesgo empresarial y en permanente transformación.

Cuando la crisis ya se avizoraba y todo indicaba que la producción de contenidos se concentraría cada vez más en menos actores, el Estado Nacional introdujo una novedad, y a partir de 2009, se posicionó como uno de los principa-

Gráfico 11: Audiencia de la ficción privada y de fomento según edad (promedio)



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

les productores de ficción del país. Esta política pública permitió generar algunas experiencias interesantes y capacidades de producción en lugares donde no las había, pero su rediseño en los últimos dos años, que incluyó el retiro parcial del Estado, desnudó en toda su magnitud una situación crítica para la industria local, que se remonta a principios de la década.

La concentración de mercado y de la propiedad como característica sobre la que se estructura el sistema de medios en nuestro país tiene su correlato en la producción y distribución de ficción seriada. Dos canales de la televisión abierta de Buenos Aires concentran la producción de casi la totalidad de la ficción televisiva que se distribuye a nivel nacional. Frente a este diagnóstico, y la necesidad de generar contenidos para la naciente Televisión Digital Abierta, el Estado Nacional instrumentó una política de fomento a la producción de contenidos que se sostuvo por apenas 5 años. La baja institucionalidad de la experiencia sumada a los errores que se le atribuyen, permitió su desmonte a la actual administración, interrumpiendo, con argumentos económicos y de mercado, el proceso de maduración de una experiencia novedosa para el país.

La pregunta que surge en la actualidad es con qué objetivos y en qué medida debe el Estado intervenir para fomentar su industria local de ficción televisiva. El cambio en la lógica y alcance de los planes de fomento a partir de 2016 invita a un análisis minucioso de los logros y limitaciones de la experiencia anterior. En efecto resulta importante producir conocimiento empírico en vistas al perfeccionamiento de estas iniciativas y su valorización como política industrial y cultural.

En el periodo estudiado la televisión abierta de Buenos Aires emitió 64 unitarios y series de ficción producidas con fomento estatal; la TV Pública fue el canal que más espacio dedicó a estos contenidos. El 86% de las ficciones de fomento emitidas fueron creadas por productoras de la Ciudad de Buenos Aires, pero varios títulos provenientes de las provincias también lograron acceder a una pantalla de alcance nacional. Los ciclos con más *rating* fueron emitidos por los canales privados y muchos de ellos producidos

por empresas de amplia trayectoria. Por la brevedad de sus capítulos (8 a 13 episodios) estas ficciones fueron un desafío para las políticas de programación de los canales. Se estrenaron en todos los meses del año, con una frecuencia variable de entre 1 a 5 emisiones semanales, la mayoría durante el último tramo del *prime-time* o pasada la medianoche. En materia de contenidos aportaron temáticas de interés social poco tratadas por la ficción privada.

Las variables demográficas dejan ver que, por su amplitud temática, estas ficciones convocaron más público masculino que las ficciones privadas con lo cual se reducía la brecha de género existente en la composición de la audiencia de la ficción televisiva, tradicionalmente más femenina. En lo relativo a la edad, se observa mayor participación a partir de los 35 años y más. En relación al NSE, el público de las ficciones de fomento gana peso entre los segmentos de más poder adquisitivo.

Notas

1. Para mayor claridad sobre el periodo temporal de este estudio marcamos que en 2009 se realiza la primera convocatoria para presentar proyectos de producción audiovisual con fomento estatal, lo que significó el lanzamiento formal de esta política. En 2011, las primeras producciones ya finalizadas comienzan a emitirse en la televisión de Buenos Aires y el resto del país. En diciembre de 2015 se produce un recambio en la conducción del gobierno y a partir de entonces se modifica la lógica de funcionamiento de estos planes de fomento. En efecto, el periodo estudiado, 2011-2016, permite analizar el objeto a partir de las primeras emisiones televisivas, por un lado, y observar el funcionamiento de esta iniciativa pública antes y después del recambio gubernamental, por el otro.

2. Diversas entidades vinculadas a la industria audiovisual como la Asociación Argentina de Actores; el Sindicato Argentino de Autores (SADA); Directores Argentinos Cinematográficos (DAC); Sindicato Argentino de Músicos (SADEM); Sindicato Argentino de Televisión (SATSAID), entre otras, conformaron en 2016 la Multisectorial Audiovisual, con el objetivo de visibilizar y encontrar soluciones a la crisis productiva del sector. A fines de 2017 la organización presentó en el Congreso de la Nación

un proyecto de Ley de fomento de TV y nuevas plataformas. Ver <http://multisectorialaudiovisual.org/>

3. Los canales con cabecera en CABA llevan su programación al resto del país de distintas maneras. En algunos casos mediante redes de canales propios que controlan de modo directo; canales representados que retransmiten la programación a modo de repetidoras y mediante la comercialización de contenidos a canales independientes del interior, lo que agiganta la influencia de la programación de Buenos Aires a nivel nacional.

4. Ver datos en <http://www.lamac.org/argentina/metricas/rating/>

5. La banda ancha domiciliaria es condición fundamental para el consumo hogareño de video por streaming. Según datos de la UIT, la penetración en Argentina en 2011 era de 11,3 conexiones cada 100 habitantes, mientras que 5 años antes, en 2007, era de 6,6 cada 100 habitantes. Ver ITU Statistics. Time Series by Country: <http://goo.gl/3P0Axh>

6. Datos de Kantar Ibope procesados por el autor.

7. Ver penetración de la TV Paga en Argentina por hogares por año en <http://www.lamac.org/argentina/metricas/total-por-tv-paga/>

8. No forman parte del corpus de análisis otras ficciones de producción y/o financiación pública que no surgieron directamente de los planes de fomento, como por ejemplo: *Esa Mujer*, *Área 23*, *Presentes*, *Doce Casas*, *Los siete locos* y *los Lanzallamas*, *Variaciones Walsh* y *El Marginal*, todas emitidas por la TV Pública.

9. La cifra surge del relevamiento anual que realiza OBITEL. Pueden consultarse los anuarios 2011-2016 en <http://obitel.net/>

10. Para contabilizar las horas exhibidas siguiendo el protocolo metodológico de OBITEL se descuenta la pausa publicitaria de 12 minutos por hora, según lo establece el artículo 82 de la ley 26.522.

11. Ver Hay un canal que empieza a girar. Entrevista con Martin Bonavetti en diario Tiempo Argentino 14.01.2013. Disponible el 22/01/2017 en <https://goo.gl/AGB3JS>

12. En los gráficos 10 y 11 se compara la composición de la audiencia según NSE y edad respectivamente, de las 10 ficciones privadas más vistas durante 2016, con las 10 ficciones de fomento estatal más vistas en el periodo 2011-2016. Esta decisión metodológica se fundamenta en que las ficciones privadas son de mayor duración por lo que una telenovela privada de 180 capítulos equivale a 13 miniseries de 45 minutos por episodio.

Referencias Bibliográficas

- Arsenault, A. H., & Castells, M. (2008). The structure and dynamics of global multi-media business networks. *International Journal of Communication*, 2, (43), pp.707-748.
- Arroyo, L., Becerra, M., García, A. & Santamaría, O. (2012). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Editorial Tecnos, Madrid.
- Apra, G., Kirchheimer, M. & Rivero, E. (2016). Argentina: cae la producción nacional, crece la extranjera y sin embargo la ficción pierde pantalla. En Orozco, G. & Vasallo, M.I. (Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva. Porto Alegre: Sulina. (pp. 107-140).
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Prometeo, Buenos Aires.
- Becerra, M. (2010). Mutaciones en la superficie y cambios estructurales. América Latina en el Parnaso informacional. En Moraes, D. (comp.), *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*. (pp. 81-112). Buenos Aires: Paidós.
- Crettaz, J. (2015). Las productoras, actores y directores que más subsidios recibieron entre 2010 y 2015. En diario *La Nación*. Disponible el 20/01/2015 en <http://www.lanacion.com.ar/1854472-las-productoras-actores-y-directores-que-mas-subsidios-recibieron-entre-2010-y-2015>

- Fuenzalida, V. (2005) Programación: por una televisión pública para América Latina. En Rincón, O. (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and communication: global culture and the economics*. Londres: Sage.
- Mosco, V. (1996). *The political economy of communication*. Londres: Sage.
- MPFIPyS. (2015). Informe de control interno y gestión 2011 – 2015. Buenos Aires. Disponible en <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/256342/res828-1.pdf>
- Sierra, F. (2006). Políticas de comunicación y cultura. Un nuevo marco para el desarrollo. En Sierra Caballero, F. *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. (pp. 23-66). Barcelona: Gedisa.
- UNESCO (2015). *Re-shaping cultural policies. A Decade Promoting the Diversity of Cultural Expressions for Development. Global Report*. Paris, Francia.
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Webgrafía

LAMAC. Latin American Multichannel Advertising Council. <http://www.lamac.org/argentina>

Otras fuentes consultadas

Kantar Ibope. Matriz completa de datos sobre ficción provista por Kantar Ibope a OBITEL Argentina entre 2011 y 2016.

Ley 25.522/09 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Sobre el autor

Ezequiel A. Rivero es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC); Magíster en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Doctorando de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (FSOC UBA). Miembro del Observatorio Iberoamericano de la ficción Televisiva (Obitel).

¿Como citar?

Rivero, E. (2018). La ficción televisiva en Argentina: el fomento estatal y la crisis de la producción privada (2011-2016). *Comunicación y Medios*, 27(37). doi:10.5354/0719-1529.2018.48288