

Series estadounidenses vs. telenovelas latinoamericanas

I. INTRODUCCIÓN

Hasta 1986, cuando se liberó en Venezuela el uso de las antenas parabólicas por parte de privados, la telenovelas hechas en el país reinaban de forma absoluta como la programación preferida en el horario de mayor audiencia: el *prime time* nocturno. Sin embargo y a partir de esa fecha, el televidente venezolano ha venido recibiendo, por parte de las operadoras del servicio de televisión por suscripción, la oferta de opciones alternativas a las novelas nacionales, durante esa misma franja de horario estelar.

Con el presente trabajo se pretende dar cuenta, casi un cuarto de siglo más tarde, si el género telenovelas ha perdido ese posicionamiento en la mente del consumidor venezolano de televisión y si, paralelamente, ello ha redundado en una disminución del uso de la televisión abierta a favor de aquella paga. Para orientarnos durante la investigación se formularon tres hipótesis, que van desde un cambio cultural en los patrones de preferencia de la audiencia, hasta el impacto en la sintonía de la televisión de señal abierta por parte de las cadenas presidenciales y la salida del aire de RCTV en señal abierta.

Finalmente, es menester dejar evidencia del incremento en las dificultades para la obtención de datos suficientes sobre estos temas, una opacidad informativa que se ha convertido en factor de conformidad de todas las investigaciones sobre industrias culturales venezolanas.

2. LA TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN EN VENEZUELA

Los orígenes de la televisión por suscripción se remontan a 1987, año en el cual se otorga la primera concesión de un sistema de televisión por cable o satelital a Omnivisión, canal 12, que demostró una enorme capacidad de transmisión para la época, al lograr la emisión simultánea de hasta 12 programas. Al poco tiempo y con la llegada de la otra operadora Cablevisión, ambas empresas alcanzaban el umbral de los 150 mil suscriptores.

2.1. Las operadoras

Reseñamos a continuación las principales cableoperadoras, de alrededor de una decena, dedicadas actualmente en el país a la explotación de este negocio:

Directv Venezuela. Es el principal servicio de televisión satelital directo al hogar en América Latina y el Caribe. Cuenta con más de 90 canales de video, más de 30 canales de música y más de 20 canales de *pago por ver*. Se destaca por tener audios alternos, canales exclusivos de música, una imagen nítida, sonido digital y ofrece cuatro canales de televisión de alta definición.

SuperCable. Su operación se inició en 1993, con la construcción de su propia red subterránea de fibra óptica en la zona de Santa Rosa de Lima (Caracas), convirtiendo a la capital venezolana en una de las

¿Cuál ha sido el cambio, más allá de lo tecnológico, que ha introducido la televisión por cable frente a la televisión abierta? ¿Cómo ha sido el cambio en las preferencias de la audiencia con esa presencia? ¿Las telenovelas han perdido posicionamiento frente al impacto de las series de la televisión por suscripción? Estas son las interrogantes que intenta responder el ensayo. Para ello los autores se formulan tres ideas-hipótesis como son el cambio cultural en los patrones de preferencia, el impacto en la sintonía de la televisión abierta ante la presencia de las cadenas presidenciales y la salida del aire de RCTV.

■ Betty Vázquez

■ Francisco A. Pellegrino

primeras ciudades en contar con una red de fibra óptica para transmisión de canales de televisión en el mundo y a través de la cual ofrece su servicio de más de 70 canales de televisión digitales.

Intercable. Fundada en 1996, en Barquisimeto, desarrolló un servicio de telecomunicaciones de televisión por cable y acceso a Internet en toda Venezuela, contando actualmente con una red de más de 14 mil kilómetros de fibra óptica y presencia en más de 70 ciudades del país y más de 1.200.000 hogares. Intercable es una empresa del grupo norteamericano Hicks, Muse Tate & Furst, propietario del grupo de empresas de televisión por cable más grande de Latinoamérica.

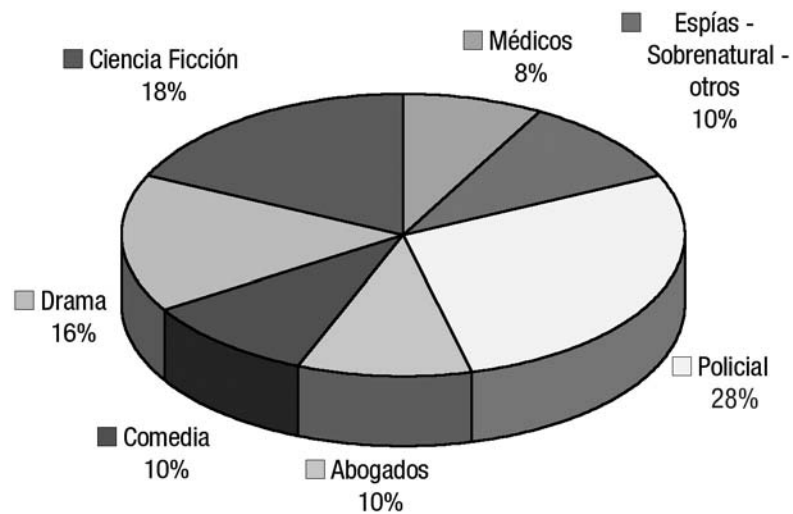
Net Uno. Proveedor multiservicios de voz, datos, video y contenido, con estándares de calidad y tecnología de vanguardia, en el mercado residencial y corporativo. También tiene una extensa programación de televisión por cable.

2.2. La programación

La característica distintiva de la televisión paga consiste en la oferta simultánea, a cualquier hora del día, de una variedad de programas que van desde los espectáculos deportivos hasta los infantiles, abarcando cine, temas del hogar, geografía y ecología, étnicos, etcétera. Sin embargo, para los efectos de este trabajo, tabulamos (ver tabla I) una *parrilla* de programación que incluye cuatro canales nacionales, *Venevisión*, *RCTV Internacional*, *Televen* y *La Tele*, así como una muestra representativa de los canales que transmiten series estadounidenses, en idioma inglés con subtítulos en español, como los son *Fox*, *Warner*, *Sony*, *Axn*, *Fx* y *Universal*.

Se ha preferido, para el contraste con las telenovelas, seleccionar la programación transmitida por los canales internacionales durante la temporada marzo-abril 2009, la cual corresponde a los denominados *estrenos de primavera*, esto es, capítulos inéditos de series conocidas y el lanzamiento de aquellas absolutamente nuevas. Como se puede apreciar en la gráfica No.1, las series propuestas a los espectadores por estas televisoras, durante el período seleccionado, son en un 46% de los géneros policial y de ciencia ficción. Es más, algunas de ellas, como “Eleventh Hour”, “Fringe” y “The Listener” son policiales de ciencia ficción. En orden, le siguen: cómicas, historias de abogados, historias de médicos, historias sobrena-

Gráfico 1.
Distribución del género de las series Prime Time



tales e historias de espías. Las series del tipo dramáticas que, con muchas comillas, podrían ser consideradas como el *alter ego* de las telenovelas, son apenas un 16%.

También, por razones metodológicas, hemos establecido el horario de 9:00 pm a 11:30 pm como el denominado *prime time*, de lunes a viernes, por incluir en esta franja horaria la transmisión en español de todas las telenovelas de los canales nacionales, las cuales, por otra parte, hemos categorizado como latinoamericanas, por el aumento progresivo de la difusión de las producciones extranjeras del género, en especial las importadas de Argentina, Brasil, Colombia y México. Se descartó el horario vespertino también poblado de novelas por no existir una correspondencia clara con las series norteamericanas, de igual modo se procedió con el día domingo, por ser la jornada de *reposo* de las telenovelas y con el sábado, porque los canales seleccionados de cable lo dedican a la retransmisión de los capítulos de las series emitidos durante la semana. Con base en estas premisas se elaboró la tabla I.

3. TRES HIPÓTESIS ORIENTATIVAS

Para guiar la investigación a través del *bosque*, nada tupido y muy disperso, de la información recolectada, se formularon tres conjeturas generales, que *a priori* parecieron buenas respuestas a la pregunta inicial, ¿cuál ha sido la magnitud de los

cambios en las preferencias de la audiencia por la programación de la televisión venezolana transmitida en el horario *prime time*?

3.1. El cambio de las preferencias de las audiencias venezolanas obedece a un proceso de transculturización, debido al crecimiento de la televisión por suscripción

El incremento en el sector de la televisión paga, tanto de la competencia, como de la frecuencia en la transmisión de cuñas publicitarias, ha permitido un abaratamiento relativo de las tarifas de suscripción, que junto a la modalidad de *prepagado* han ido reduciendo paulatinamente las barreras de acceso a la televisión paga, masificándola hasta alcanzar un porcentaje de penetración vigente, estimado en un 60% de los hogares venezolanos.

Además, como hemos apreciado arriba, el 84% de la programación que puede ser vista durante el *prime time* en los canales de series por los cuales se paga una suscripción es de un género diferente al de las telenovelas recibidas gratuitamente en los aparatos receptores de los hogares venezolanos, que sin embargo, en este caso, es de casi un 100% de penetración. En nuestra opinión ello se debe también, en buena medida, a lo que adoptaremos como la primera hipótesis orientativa, esto es que *la democratización de la televisión ha contribuido a acentuar el proceso de transculturización con los consiguientes cambios en los patrones y en los compor-*

TABLA I

CANAL	PRIME TIME						
	20:30 - 21:00	21:00 - 21:30	21:30 - 22:00	22:00 - 22:30	22:30 - 23:00	23:00 - 23:30	23:30 - 24:00
VEN		La vida entera		El último matrimonio feliz	Acorralada	Noticiero Venevisión	
RCTV		Calle luna calle sol		El ventilador		El observador	
TLVN		El rostro de Analía		Fuego en la sangre		El juramento	Noticiero Televen
TELE		María Rosa... Búscame una esposa		Xica da Silva		Varios	
Lunes							
FOX	Los Simpson	"24"		"24"		CINE	
WTV	Friends	Cold Case		Eleventh Hour		CINE	
SETE	Samantha who?	Private Practice		Grey's Anatomy		Seinfeld	Scrubs
AXN	CSI: Las Vegas	Lost		CINE			
FX	The office	Reno 911	CINE				
UNI	Law & Order		CINE				
Martes							
FOX	Los Simpson	Los Simpson	Los Simpson	Bones		The Listener	
WTV	Two and half men	Smallville		Fringe		CINE	
SETE	CINE				Scrubs	Seinfeld	Scrubs
AXN	Dirty sexy money	Damages		CINE			
FX	Prision Break		Burn Notice		Life on Mars		Family Guy
UNI	Law & Order: Special victims unit		CINE				
Miércoles							
FOX	Los Simpson	Los Simpson	Los Simpson	Dexter		CINE	
WTV	Friends	Gossip girl		Gossip girl		CINE	
SETE	90210	Worst week	30 rock	Desperate Housewives		Seinfeld	Scrubs
AXN	Life	CSI: Miami		CINE			
FX	Family Guy	Family Guy	CINE				
UNI	Brothers & Sister		CINE				
Jueves							
FOX	Los Simpson	Los Simpson	Los Simpson	The ex list		CINE	
WTV	Friends	The mentalist		Supernatural		CINE	
SETE	Ugly Betty	Eli Stone		Ghost whisperer		Seinfeld	Scrubs
AXN	CSI: New York	Law & Order: Criminal intent		CINE			
FX	Stargate Atlantis		CINE				
UNI	Dr. House		CINE				
Viernes							
FOX	Los Simpson	Los Simpson	Los Simpson	CINE			
WTV	Friends	CINE					
SETE	Everyb. Hates Chris	Friday Night Lights		CINE			
AXN	In plain sight	The Shield		CINE			
FX	Family Guy	Family Guy	CINE				
UNI	Heroes		CINE				

tamientos culturales en general, y en particular en los gustos respecto del entretenimiento televisivo durante el prime time.

3.2. Las cadenas presidenciales han favorecido una migración de la audiencia hacia la televisión por suscripción.

La segunda hipótesis orientativa de este estudio ha sido inferida a partir de los resultados arrojados por el seguimiento realizado a las cadenas presidenciales durante 10 años, desde 1999 a 2009. Se entiende por cadena presidencial como la transmisión de mensajes por parte del Ejecutivo nacional de manera simultánea en todos los canales venezolanos, tanto

públicos como aquellos privados con concesión para transmitir por señal abierta, cuyos resultados más representativos presentamos a continuación:

El 02 de febrero de 1999, día de la toma de posesión por parte del actual Presidente Constitucional de la República Bolivariana de Venezuela, Teniente Coronel (r) Hugo Rafael Chávez Frías, se transmitieron 4 cadenas presidenciales que totalizaron 8 horas y 14 minutos de duración en el horario matutino, vespertino y nocturno o *prime time*, imponiendo un récord de ocupación de la pantalla de televisión de señal abierta para una transmisión de este tipo y estableciendo un estilo de estrategia comunicacional que se proyectaría en los sucesivos diez años.

En efecto, a partir de allí y hasta la redacción de la presente investigación, la pantalla venezolana ha sido expuesta a 1.877 cadenas presidenciales, por un total de 1.207 horas, equivalentes a más de 50 días de transmisión ininterrumpida. La frecuencia y duración total de las mismas no ha mostrado tendencia a aminorar, alcanzando para el 2009 una duración promedio de 88 minutos por emisión, la más elevada de los 10 años. Además –ver gráfica No. 2–, el 57% del total de las cadenas presidenciales se ha venido concentrando en el horario estelar de la noche, o *prime time*, donde se transmiten los programas principales de los canales privados de señal abierta.

De lo anterior se puede concluir como hipótesis, que *el incremento del número de clientes de la televisión por suscripción venezolana se debe, entre otras causas, a la búsqueda, por parte de los televidentes, de canales no encadenados, como los extranjeros transmitidos por cable y evitar así las cadenas presidenciales emitidas durante las horas de mayor audiencia de la televisión abierta.*

3.3. El no poder recibir la programación de RCTV por señal abierta ha favorecido una migración de su audiencia cautiva hacia la televisión por suscripción.

El 27 de mayo de 2007, a las 24:00, después de 53 años “en el aire”, *Radio Caracas Televisión*, industria cultural del Grupo 1BC, de una línea editorial definida por el actual Presidente de la República Bolivariana de Venezuela como “en franca oposición al gobierno”, cesa en sus transmisiones por decisión del Ejecutivo nacional, quien no le renovó la licencia para operar por señal abierta. Su programación sólo pudo volver a verse en las pantallas venezolanas el lunes 16 de julio de 2007, a las 06:00, ahora a través de los sistemas de cable y de satélite y con la denominación de *RCTV Internacional*.

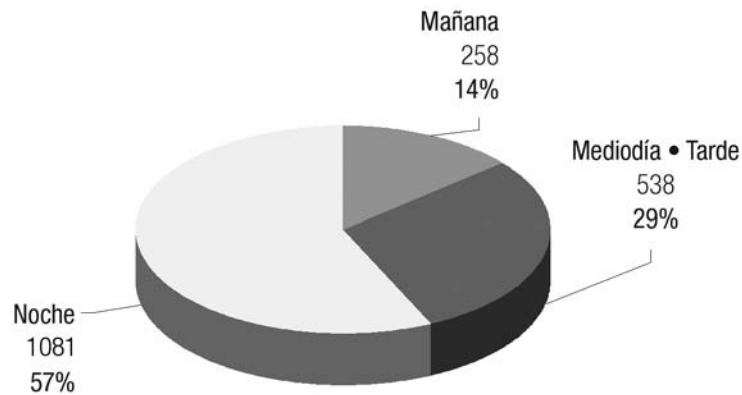
Según los datos de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones –CONATEL–, para ese momento sólo el 21% de los hogares venezolanos contaban con algún tipo de televisión paga, a lo que cabría sumarle, según la Cámara Venezolana de Televisión por Suscripción, un 10% adicional de conexiones ilegales.

Siendo como escribíamos arriba, que la penetración de esta televisión se ha incrementado hasta el 60% de los hogares, es lícito postular, como última hipótesis orientativa, que *el público fiel a la programación de RCTV, en especial aquella transmitida en el prime time, y que para el 16 de julio de 2007 no era usuario de un servicio de televisión paga venezolana, haya contribuido adicionalmente con el crecimiento del número de suscripciones.*

4. LA COMPETENCIA ENTRE CANALES VENEZOLANOS E INTERNACIONALES EN EL HORARIO PRIME TIME

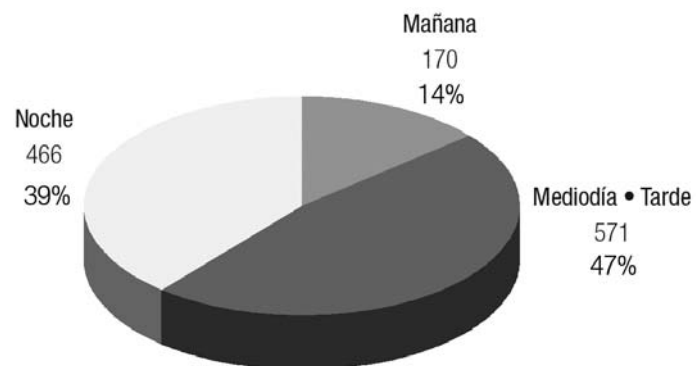
En búsqueda de alguna respuesta a la pregunta de apertura, este capítulo se dividió en tres subcapítulos, en sintonía con las tres hipótesis orientativas.

Gráfico 2. Concentración por número



Base: 1.877 cadenas

Concentración por duración



Base: 1.207 horas de transmisión

4.1. “Dr. House” versus “Calle luna, calle sol”

Según cifras de la empresa de análisis de mercado AGB Nielsen, en el sistema de televisión paga, para abril de 2009, durante el *prime time*, la categoría de novelas abarcaba el 36.7% del *share* de mercado, entendiendo por *share* la suma de la participación de los canales que ofrecen telenovelas en ese horario. Según la misma empresa, este comportamiento se aprecia con mayor evidencia en segmentos de mercado, como el de *adolescente y adulto joven*, que comprende edades de los 18 a los 24 años.

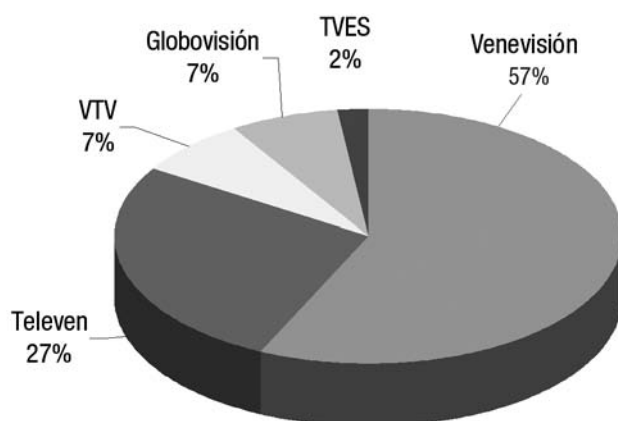
A este porcentaje hay que adicionarle la distribución general de la audiencia de la televisión de señal libre, reflejada en la gráfica No.3, que indica que el 75% de los espectadores de todos los segmentos socioeconómicos (A, B, C, D y E) que sintonizan los canales de televisión abierta, durante el fragmento horario que hemos determinado como *prime time*, ven telenovelas. (Nota: la banda de horario estelar con la mayor presencia de espectadores

frente a la pantalla es de 9:00 a 11:00 de la noche. Sin embargo, para los efectos de esta investigación, se extendió treinta minutos más).

Hay que destacar que, mientras en la televisión abierta compiten 5 señales nacionales (*TVES, Venevisión, Televen, La Tele y Venezolana de Televisión*), así como otras regionales, en la televisión paga del país están disponibles más de 130 canales de cable, lo que caracteriza este mercado como muy competido.

Luego de las telenovelas, en la programación sobresalen la categoría de series y películas, con 12.8% de *share* de audiencia, luego canales de información y opinión (11.9%), canales infantiles (8.3%), canales con oferta deportiva (5.4%) y otras estaciones de países latinos (4.3%). Estas seis categorías agrupan casi el 80% de la audiencia de televisión paga en el horario estelar, lo que nos permite evidenciar que, si bien el suscriptor aprecia la variedad de ofertas en el servicio de suscripción –fortaleza fundamental de este mercado–, la novela sigue siendo la

Gráfico 3. Prime Time TV Abierta



categoría líder en el gusto de la audiencia venezolana, concentrando la mayor participación de mercado y en tendencia estable durante el año.

Específicamente, la telenovela “Calle Luna, Calle Sol”, producida por *RCTV Internacional*, logró esta semana la mayor audiencia desde su estreno, el pasado 18 de marzo. El liderazgo de esta producción dramática en el sistema de televisión por suscripción ha venido fortaleciéndose y esta semana llegó a un nuevo récord, al aumentar el *rating* en televisión paga en un 45%. Este crecimiento de audiencia sucedió en todos los niveles socioeconómicos, pero resalta especialmente en el segmento juvenil (de 12 a 24 años de edad), en el que la audiencia creció en un promedio de 53%.

Estos resultados colocan a los dramas televisivos como los líderes de la televisión paga venezolana, en el horario de 9:00 pm a 10:00 pm. Los resultados indican que *RCTV Internacional* superó en audiencia a todas las señales disponibles en televisión

por suscripción, tanto las abiertas como las pagas.

4.2 ¡Viene la cadena!

El estudio realizado de las cadenas presidenciales durante el periodo 2006-2008, demuestra que si la interrupción de la programación regular se produce en el horario *prime time*, el equivalente a un cuarto de la audiencia apaga el televisor, siendo que este promedio sube hasta un tercio de las personas cuando se interrumpe la pantalla con este tipo de mensajes en otros horarios (ver tabla II). Por ello se puede deducir que las cadenas informativas del Gobierno, que gran parte de las veces no bajan de una hora de transmisión ininterrumpida, en conjunto con todos los canales de televisión abierta –públicos y privados– han dado lugar a que baje la calidad de este sector de la televisión venezolana y a que se pierda un número significativo de televidentes.

Ahora, si bien el seguimiento comprueba que muchos optan por apagar sus aparatos

receptores y buscar otras alternativas de entretenimiento, la información obtenida no permite establecer qué porción de la audiencia se dirige hacia la televisión paga, ya que la persona puede optar por escuchar música, navegar por Internet, leer un libro o ver un video en su DVD o computadora o simplemente conversar o salir a la calle.

Sin embargo, es consistente concluir que existe una buena probabilidad de que un grupo de espectadores evade dichas cadenas presidenciales sintonizando los canales de televisión por suscripción, los cuales se han convertido en un verdadero escape para el televidente venezolano, ávido de una programación variada y de buena calidad de contenido, sonido e imagen.

Es igualmente lícito anticipar que mientras el seguidor de las telenovelas en horario estelar de *Venevisión* ve frustrado su disfrute por alguna inesperada cadena presidencial, tiene la opción de sintonizar las de *RCTV Internacional* o simplemente una buena serie, como “Dr. House” o “Los Simpsons”, o quizás de alguna película, juego deportivo, dibujo animado, reportaje, noticiero o documental. Luego, en nuestra opinión, aún sin poder ofrecer unas cifras, se puede afirmar que las reiteradas y largas cadenas presidenciales también han contribuido al aumento de las suscripciones a televisión por cable, con la que el televidente, dependiendo del plan afiliado, tiene una gran gama de opciones para todos los gustos y preferencias.

4.3. ¿Menos RCTV, más televisión por cable?

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) tras la salida del aire por señal abierta de *RCTV* hasta su posterior reaparición, ha registrado un alto y vertiginoso crecimiento de las suscripciones a la televisión por cable, lo cual ha marcado un record de crecimiento.

Contrariamente a esto, el canal que sustituyó en señal abierta a *RCTV*, *Tves*, no tuvo el impacto que el Gobierno aspiraba en la audiencia venezolana, pues apenas ha logrado un 2% de *share*. Es decir, que perdió más del 90% de la audiencia que le dejó el canal de Quinta Crespo, pues opera con la red de transmisión perteneciente a *RCTV*, la cual le fue entregada a la nueva televisora, con una medida del Tribunal Supremo de Justicia. Esta situación ha venido debilitando el potencial de la televisión de señal abierta en conquistar audiencias.

Tabla II.

Cadenas presidenciales en <i>prime time</i>						
	Fecha	Día	Inicio	Fin	Duración	Reducción del share
1	15/08/2007	Miércoles	19:00:00	23:40:00	04:40:00	-24,8%
2	17/01/2007	Miércoles	19:47:29	23:34:41	03:47:12	-27,9%
3	07/06/2007	Miércoles	18:03:33	21:28:02	03:24:29	-12,1%
4	19/05/2007	Viernes	20:39:13	23:57:33	03:18:20	-20,4%
5	11/04/2007	Miércoles	20:57:18	23:54:50	02:57:32	-24,4%
6	11/06/2008	Miércoles	19:37:54	22:35:59	02:58:05	-34,6%
Promedios					3:30:56	-24,0%

Por este motivo, según cifras suministradas por Conatel, ya al finalizar 2005 había 1.1 millones de hogares suscritos al servicio de televisión paga y durante 2006 y hasta junio de 2007 se sumaba un promedio de 94 mil hogares cada semestre. Para el segundo semestre de 2007, Conatel reportó la entrada de 207.151 hogares, lo que constituye más del doble de lo acostumbrado. Esto significa casi un millón de nuevos televidentes del servicio, tomando en cuenta que en cada hogar viven entre 4 y 5 personas.

Durante 2008, el crecimiento también fue significativo, pese a que el verdadero *boom* se apreció en 2007. El crecimiento por semestre fue de un promedio de 145 mil hogares, lo que implica que en los últimos tres años el mercado de suscriptores de televisión paga, según cifras de Conatel, es de 1.900.185 hogares. Es decir, un 70% de crecimiento en los últimos tres años.

En otras palabras, desde que *RCTV Internacional* opera en cable, no sólo ha logrado convertirse en líder de audiencia en los tres bloques del día (mañana, tarde y noche), triplicando la audiencia de su competidor más cercano en televisión por suscripción, sino que además ha contribuido significativamente al crecimiento del negocio de la televisión paga.

CONCLUSIONES

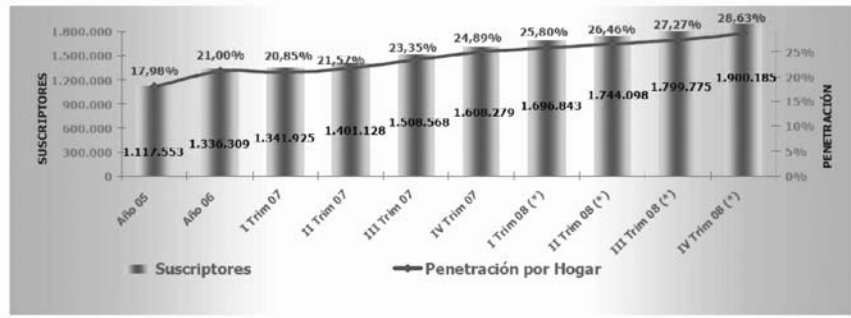
Las hipótesis de este trabajo fueron definidas deliberadamente como orientativas, por no contar los investigadores con información suficiente para poderlas confirmar o rebatir metodológicamente. Es el caso de la segunda, de la cual se puede afirmar que las cadenas presidenciales desde que llegó a Miraflores el actual mandatario nacional, Teniente Coronel (r) Hugo Rafael Chávez Frías, han aumentado progresivamente, no sólo en tiempo de duración, sino también en frecuencia, muy especialmente en el llamado horario *prime time*.

Sin embargo, no fue posible determinar en qué medida *las cadenas* han contribuido al incremento de suscripciones a la televisión por cable y no simplemente favorecido la búsqueda de otras opciones, como la de apagar el televisor para entretenerse con otras alternativas, leer o escuchar música o encender un DVD para ver alguna película previamente alquilada o comprada, todo lo cual puede ser claramente el objeto de estudio de posteriores investigaciones, las cuales pueden abarcar hasta



Estimaciones al cierre del IV Trimestre de 2008

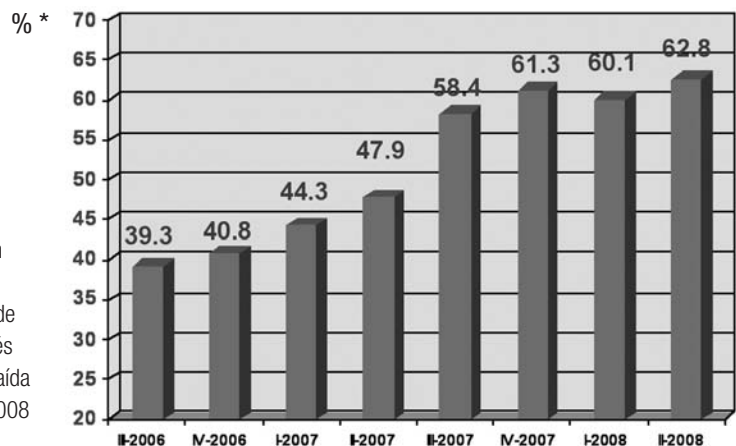
Suscriptores de Difusión por Suscripción



Fuente: CONATEL
 (*) Cifras preliminares.
 NOTA: Las cifras de población y vivienda son estimaciones propias de CONATEL.

En el servicio de Difusión por Suscripción se incorporaron aproximadamente 291.906 nuevos clientes al cierre del IV trimestre de 2008, mostrando un incremento de 18,15% respecto al IV trimestre de 2007, esto se refleja en que 28 de cada 100 hogares cuentan con el servicio.

**Porcentaje de Hogares con TV por suscripción
 III trimestre 2006 - II Trimestre 2008**



La última medición arroja un repunte en la penetración de la TV paga, después de una pequeña caída en el I Trimestre 2008

Muestra: panel rotativo al 3% de 3.185 hogares.
 * Incluye tomas ilegales y compartidas

Abril-Mayo-Junio 2008

aquella que determine cuántas de las películas alquiladas o compradas son *piratas*.

Con respecto a la tercera hipótesis, sí es posible concluir que el cierre de *RCTV* como canal de señal abierta y la apertura de *RCTV Internacional* en cable ha agregado definitivamente valor a la oferta de televisión por suscripción. De hecho, las telenovelas en general son la programación preferida y la más vista en la televisión paga, ya que el televidente, que antes seguía sus capítulos por la señal

abierta, prefiere ahora verlos por el cable y disfrutar de una mejor calidad de imagen y sonido.

Es importante destacar también que *RCTV Internacional* ha venido incrementado su audiencia con respecto a su competidor más cercano en televisión por suscripción, especialmente con la telenovela que transmite entre 9.00 y 10.00 pm, "Calle luna, calle sol", la cual le ha quitado gran parte de la audiencia a series tan vistas en canales privados, como la famosa "Dr. House".

TABLA III. Ratings lunes 6 de abril de 2009

Prime time 1ra. hora	Programa	Canal	Promedio Rating - Share
9:00 pm a 10:00 pm	<i>La Vida Entera</i>	VV	11,0 / 43,9
9:00 pm a 10:00 pm	<i>Cable</i>		5,3 / 21,3
9:00 pm a 9:45 pm	<i>El Rostro de Analía</i>	TLVN	3,9 / 15,3
9:00 pm a 10:00 pm	Noticias Globovisión		1,15 / 4,5
9:00 pm a 10:00 pm	Contragolpe	VTV	1,1 / 4,2
9:00 pm a 10:00 pm	Meridiano		0,6 / 2,3
9:00 pm a 10:00 pm	TVES		0,05 / 0,3
Prime time 2da. hora	Programa	Canal	Promedio Rating - Share
10:00 pm a 11:00 pm	<i>El Último Matrimonio Feliz</i>	VV	8,2 / 38,4
11:15 pm a 11:30 pm	<i>Acorralada</i>	VV	6,3 / 37,9
9:45 pm a 10:45 pm	<i>Fuego en la sangre</i>	TLVN	4,7 / 20,4
10:00 pm a 11:30 pm	<i>Cable</i>		4,0 / 20,5
10:45 pm a 11:30 pm	<i>El Juramento</i>	TLVN	3,7 / 20,8
10:00 pm a 11:30 pm	Dossier y La Hojilla	VTV	1,4 / 7,1
10:00 pm a 11:30 pm	Globovisión		0,6 / 3,2
10:00 pm a 11:30 pm	TVES		0,5 / 2,7

En síntesis, se puede concluir, que si bien por un lado cada vez más personas se suscriben a la televisión por cable, básicamente, porque hay un mayor interés en algunas televisoras especializadas en series de televisión en el horario *prime time*, lo cual pudiera ser consecuencia del tipo y género de las series que presentan, de los períodos de estreno, así como de un mejor sonido y de una imagen más nítida, por otro lado es cierto que los canales de televisión nacionales continúan teniendo mayor audiencia, inclusive en el horario *prime time*.

En cuanto a la pregunta planteada inicialmente, ¿cuál ha sido la magnitud de los cambios en las preferencias de la audiencia por la programación de la televisión venezolana transmitida en el horario *prime time*? se concluye asimismo que, aunque las series estadounidenses han logrado un público cautivo significativo, la telenovela venezolana y latinoamericana en general sigue siendo la reina de la audiencia como se demuestra en la última medición en nuestro poder de la cual ofrecemos un extracto en la tabla III

Es decir, que en la televisión por cable, igualmente la telenovela ya sea venezolana, colombiana, mexicana, brasilera o argentina, sigue siendo la más vista en un alto porcentaje. Luego siguen las series y películas estadounidenses, los noticieros y programas de opinión, los espacios

infantiles, los deportivos, entre otros programas de canales latinoamericanos.

Es importante destacar también que, según cifras que se han sostenido en el tiempo, alrededor de un 60% de lo que se ve en el país proviene de Estados Unidos, hecho que ha venido aumentando en los últimos años con la comunicación vía satélite y la predominancia de noticieros estadounidenses en vivo y directo, desde cualquier lugar del mundo.

Se concluye asimismo que alrededor de las tres cuartas partes de la inversión publicitaria va a la pantalla chica y, sin duda, la televisión es el medio de entretenimiento e información más extendido entre las familias del país.

- **Betty Vázquez**
Licenciada en Comunicación Social. Magíster en Comunicación Organizacional. Periodista del diario *El Nacional*.
- **Francisco A. Pellegrino**
Comunicador Social y profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

