



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Análisis de las parrillas de programación de televisión en Iberoamérica

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Atarihuana González, Juan Diego

DIRECTOR: Ortiz León, Carlos, Ph.D.

LOJA - ECUADOR

2017



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2017

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ph.D.

Carlos Ortiz León

DOCENTE DE TITULACIÓN

De mi consideración:

EL presente trabajo de titulación: **Análisis de las parrillas de programación de televisión en Iberoamérica**. Realizado por Atarihuana González Juan Diego, ha sido revisado y orientado durante su ejecución, por lo que se aprueba la presentación del mismo.

Loja,

f).....

C.I 1104054406

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Atarihuana González Juan Diego, declaro ser autor del presente trabajo de titulación **Análisis de las parrillas de programación de televisión en Iberoamérica**, de la titulación de Comunicación Social, siendo Ortiz León Carlos director del presente trabajo, y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Juan Diego Atarihuana González

Cédula: 1105645368

DEDICATORIA

A la industria televisiva y al televidente Iberoamericano.

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mi familia, mis educadores, mis compañeros con los mismos ideales y a mis amigos.

Contenido

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
Objetivos:	4
HIPÓTESIS.....	5
CAPÍTULO I: TELEVISIÓN EN IBEROAMÉRICA	6
1.1 Antecedentes	7
1.4.1. Televisión en Argentina.....	10
1.4.2. Televisión en Brasil	12
1.4.3. Televisión en Colombia.....	13
1.4.4. Televisión en Ecuador	14
1.4.5. Televisión en España.....	15
1.4.6. Televisión en México.....	15
1.4.7. Televisión en Venezuela	16
1.5.1. Argentina	17
1.5.2. Brasil.....	18
1.5.3. Colombia	18
1.5.4. Ecuador	19
1.5.5. España	19
1.5.6. México	20
1.5.7. Venezuela.....	20
CAPÍTULO II: PRODUCCIÓN TELEVISIVA EN IBEROAMÉRICA.....	22
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	28
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LE TELEVISIÓN EN IBEROAMÉRICA	36
4.5.1. Análisis del canal privado y público de Argentina	46
4.5.2. Análisis del canal privado y público de Bolivia	50
4.5.3. Análisis del canal privado y público de Brasil.....	54
4.5.4. Análisis del canal privado y público de Chile.....	58
4.5.5. Análisis del canal privado y público de Colombia	62
4.5.6 Análisis del canal privado y público de Costa Rica.....	66
4.5.7. Análisis del canal público de Cuba	70
4.5.8. Análisis del canal privado y público de Ecuador	72

4.5.9. Análisis del canal privado y público de El Salvador	76
4.5.10. Análisis del canal privado y público de España	80
4.5.11. Análisis del canal privado y público de Guatemala	84
4.5.12. Análisis del canal privado de Honduras	86
4.5.13. Análisis del canal privado y público de México	88
4.5.14. Análisis del canal privado y público de Nicaragua	92
4.5.15. Análisis del canal privado y público de Panamá	96
4.5.16. Análisis del canal privado y público de Paraguay	100
4.5.17. Análisis del canal privado y público de Perú	104
4.5.18. Análisis del canal privado y público de Portugal	108
4.5.19. Análisis del canal privado y público de Puerto Rico	112
4.5.20. Análisis del canal privado y público de República Dominicana	116
4.5.21. Análisis del canal privado y público de Uruguay	120
4.5.22 Análisis del canal privado y público de Venezuela.....	124
COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	144
CONCLUSIONES	145
RECOMENDACIONES	146
BIBLIOGRAFÍA	147

RESUMEN

Este trabajo de investigación está encaminado a conocer la programación televisiva en el territorio Iberoamericano. Se trabajó con 21 canales privados y 20 públicos. Se recolectó información de una semana completa del 25 al 31 de julio de 2016.

Lo que se pudo determinar es el tipo de programación, el origen y la duración de cada programa transmitido por cada país por lo que se ofrece una visión amplia del estado actual de la TV iberoamericana y como se diferencia los contenidos de canales privados y públicos.

Palabras Claves: televisión, Iberoamérica, producción televisiva, parrilla de programación, producción

ABSTRACT

This research work is aimed at the television schedule in the Ibero-American territory. It worked with 21 channels private and 20 public. Collected information of a full week of 25th of July 31, 2016.

What is could determine is the type of programming, the origin and the duration of each program transmitted by each country by what is offers a vision wide of the State current of it TV Ibero-American and as is difference the content of channels private and public.

Words key: television, Ibero-America, production TV, Grill in programming, production

INTRODUCCIÓN

Iberoamérica, es el término que define las regiones integradas por naciones americanas que pertenecieron a los imperios ibéricos españoles y portugueses. La palabra se compone de los vocablos "Iberia" y "América"

La región Iberoamericana forma el 9.2% de la población mundial y está constituido por los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela, a los cuales se pueden agregar los países ibéricos de España y Portugal.

La televisión es el medio de comunicación masiva con mayor penetración. Cuando nace la televisión en Europa, el creador de la BBC de Londres menciona tres funciones básicas de este medio de comunicación: educar, informar y entretener, sin embargo, cuando llega la TV a EEUU, se la mira como un modelo de negocio muy exitoso, cambiando el orden en sus funciones: entretener, informar y educar.

Para adentrarse en el tema es importante definir el concepto de calidad en la televisión, que hace referencia al paradigma de la excelencia, en sus inicios era irrelevante pues esto se limitaba solo a los canales públicos, pero esto cambia con la creación de medios privados, que genera el sentido de definir la calidad televisiva.

Aunque se han dado muchos debates, no se ha logrado llegar a un consenso sobre la calidad en la televisión. El concepto de calidad puede tener dos variables muy marcadas, por una parte se puede hablar desde el punto de vista empresarial, donde la calidad estaría dada por la facturación que reporta el medio, esto dependerá del número de espectadores que está pueda tener; por otro lado la calidad la televisión se la podría definir por la misión que tenga la empresa en relación a la educación e información. "Cuando se habla de calidad no se debe olvidar que en el entorno de competencia que se desarrolla esta actividad la diferenciación debe ser fundamental." (Medina, M. 2013)

De aquí surge la necesidad de observar y analizar las parrillas de programación de los canales de señal abierta en Iberoamérica, con la finalidad de determinar que se está produciendo y consumiendo en esta región.

La televisión Iberoamericana se caracteriza por el consumo de ficción como series y telenovelas que ocupan un espacio importante en las parrillas de programación ya sea con producción propia o importada. (Anuario Obitel, 2012)

Objetivos:

General: Analizar las parrillas de programación de los canales de televisión de cobertura nacional públicos y privados en Iberoamérica.

Específicos:

- Determinar el tipo de contenidos y géneros se consume y producen en la televisión Iberoamericana.
- Determinar qué países Iberoamericanos tienen mayor producción nacional en sus parrillas de programación.
- Establecer similitudes y diferencias entre las parrillas de programación de los destinos países analizados.

HIPÓTESIS

H1: Las parrillas de programación en Iberoamérica están compuestas en su mayoría por géneros de ficción.

H2: La mayoría de productos audiovisuales que se exhiben en los canales de televisión de Iberoamérica son importados.

H3: Los contenidos emitidos en la TV privada iberoamericana no están enfocados en formar a la audiencia.

H4: Los canales de TV públicos no tienen una parrilla de programación que atraiga a los televidentes.

CAPÍTULO I: TELEVISIÓN EN IBEROAMÉRICA

1.1 Antecedentes

Iberoamérica es el término que se utiliza para designar a los países que fueron colonizados por España y Portugal. Está constituido por 22 países: Ecuador, Venezuela, México, Colombia, Brasil, Argentina, Bolivia, Chile, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Nicaragua, Paraguay, Puerto Rico, Perú, República Dominicana y Uruguay, España y Portugal. El territorio que comprende Iberoamérica es de 18 millones de kilómetros cuadrados, exceptuando a España y Portugal. (OEI, 2017)

Además del concepto geográfico, se involucra el tema político pues el tema de intereses estratégicos no queda de lado, de esta manera permiten a los países conformar alianzas para el desarrollo mutuo. Es por ello que cada año se realiza la Cumbre Iberoamericana con el objetivo de fortalecer acuerdos de cooperación.

La televisión llega a Iberoamérica como producto de las diferentes investigaciones técnicas que se producen en el siglo XIX, dando como resultado el descubrimiento de la foto telegrafía. Esto se produce por el deseo de reproducir imágenes en movimiento, el primer acercamiento a la tv es el disco de Nipkow, presentado por Paul Gottlieb Nipkow en 1884. En el año 1923 se crea el iconoscopio propuesto por Vladimir Kosma Zworin, en 1926, John Logie Baird crea un sistema de a base de rayos infrarrojos que tiene por objeto captar imágenes en la oscuridad.

En la década de 1950 la industria televisiva, apuntaba a un gran éxito, dejando atrás a la radio. En este tiempo ya habían cuatro cadenas de televisión: NBC, CBS, DuMont y ABC. La NBC y la CBS se volvieron las cadenas más sintonizadas; los programas que lideraban el rating eran eventos deportivos, juegos y entrevistas, en 1960 la televisión poco a poco perdía novedad pero así mismo se iba acoplando a la vida familiar. Cuando se produjo el asesinato de Jhon F. Kennedy el periodismo televisivo iba en aumento, varias cadenas de televisión cubrieron este hecho, pero quizá el momento más relevante para la televisión fue en 1969 cuando Neil Armstrong caminó sobre la superficie de la Luna.

Entre las funciones que se supone tiene la televisión está la capacidad de informar, educar y entretener, aunque estas funciones que se le atribuyen se han visto opacadas cuando se ve a la TV como una oportunidad de negocio y es ahí donde el entretenimiento gana territorio. (León, 2014)

En 1970 la sociedad tenía preocupación por el impacto que generaba la televisión, se afirmaba que la tv estaba vinculada con el mal comportamiento de los niños y poca dedicación escolar, sin embargo este tema quedó a la deriva. En 1980 y 1990 la competencia de nuevas cadenas

televisivas crecía a gran escala incluyendo a canales de tv por cable, en el 2000 la televisión por cable alcanzó una cobertura del 68% de la población en Estados Unidos (Dominick, 2006).

Así es como la televisión poco a poco se fue convirtiendo en un medio dominante en donde el entretenimiento y la información son los principales ejes para los televidentes y para el negocio que se ha vuelto en los últimos años. La televisión es considerada como el medio clásico de comunicación por su atractivo, potencial y actuación social; siempre se ha encontrado en el centro del debate social, político y educativo (Rincón & Estrella, 2008).

1.2. Historia de la televisión en Iberoamérica

La televisión en Iberoamérica se consolida con el pasar de los años, la industria televisiva desde hace décadas ha ganado influencia cultural sobre la sociedad. Uno de los factores que unen a la cultura televisiva Iberoamericana es la proximidad de la lengua, motivo por el cual la expansión audiovisual se dio a gran escala.

En Latinoamérica la adaptación de la televisión dejó atrás las creencias culturales e intelectualistas a diferencia de Europa que identificaron con poder a los escritos como intelectualidad de la sociedad y propusieron que la parte audiovisual solo degradaría e interrumpiría su desarrollo.

Según datos internacionales reflejan que en 2005 América latina dispone de 99.72 millones de hogares con televisores frente a las 150.31 de la Unión Europea y a las 122.56 de Estados Unidos y si agrupamos a Iberoamérica serían un total de 125 millones de hogares conectados. A estos datos se añade el visionado habitual de la población que estaría en 212 minutos al día en los más grandes países de Latinoamérica y con ciertas diferencias por ejemplo en Chile 210, Argentina 266 y 222 en Brasil. En España la audiencia alcanzaría los 217 minutos. (Bustamante, 2007)

Las investigaciones que se han realizado constatan que el crecimiento de los medios de comunicación sigue, pero también se hace referencia al escenario que se vive en el cual la riqueza juega un papel de desigualdad, que penalizan a la cultura de pago por el usuario y agigantan el peso de los medios pagados por la publicidad.

1.3. Medios privados y públicos en Iberoamérica

Los medios de comunicación privados como la radio, prensa o televisión son los que gozan de fines de lucro y su principal recurso económico es la publicidad; por otro lado los medios públicos son financiados por el Estado de cada país, a diferencia de los privados estos tienen como objetivo informar, educar y entretener a través de la cultura; y que sea uso del ciudadano como derivación de los derechos que otorga la constitución.

Según el informe de Obitel (2015), la televisión en Iberoamérica está conformada por un 70% de empresas privadas, mientras que el 30% restante es pública, manteniéndose así durante varios años. Los países con mayor número de canales privados son Argentina y Brasil (OBITEL, 2015)

La televisión pública según los informes revelados por Obitel, muestra que la programación de la tv de señal abierta no presenta cambios que manifiesten su preocupación por la audiencia. Esto se debe al peso que tienen la televisión privada al poder crear una parrilla de programación con base a lo que requiere la audiencia y en otros casos porque la tv pública se la relaciona con el gobierno de turno y no pueden cumplir el papel específico como tal, este es el caso de Ecuador y Venezuela. En Argentina con la reforma de telecomunicaciones, se propuso habilitar más concesiones, llegando al 33% de señales de radio y televisión, a pesar de ello, los medios privados siguen liderando la sintonía televisiva, en Brasil existe un solo medio de televisión público TV Brasil que a pesar de los cambios efectuados en su programación el índice de rating es sumamente bajo.

Es importante mencionar que el único país iberoamericano que posee igual cantidad de medios públicos y privados es Portugal, a diferencia de los otros países, que el número de canales privados supera a los públicos.

1.4. Análisis de la televisión países referentes de Iberoamérica

Para este análisis se ha seleccionado 7 países como referentes debido a diferentes factores, en el caso de Colombia porque en los últimos años ha crecido notablemente la exportación de ficciones televisivas y venta de franquicias como series y telenovelas; en el caso de Argentina por su notable y reconocida producción nacional; Brasil porque a pesar de su idioma, varias producciones se han traducido al español y han tenido gran acogida, México por su trayectoria en el campo audiovisual, específicamente producciones televisivas; Ecuador por la reacción que ha generado la Ley Orgánica de Comunicación y la obligación de

producir más contenido nacional, Venezuela por los conflictos políticos en cuanto a medios de comunicación se refiere y España por el crecimiento de la inversión publicitaria y de medios privados.

En la siguiente tabla se observa los principales canales de TV en los países referentes:

Tabla 1. Canales privados y públicos referentes en Iberoamérica

PAÍS	MEDIOS PRIVADOS	MEDIOS PÚBLICOS
ARGENTINA	América 2, Canal 9, Telefe, El Trece	Televisión Pública
BRASIL	Globo, Record, SBT, Band, Rede TV	Tv Brasil
COLOMBIA	RCN, Caracol, Canal Uno	Señal Colombia, Canal Institucional
ECUADOR	Teleamazonas, RTS, Ecuavisa, Canal Uno, Oromar Tv, Telerama	ECTV, Gama TV, Tc Televisión
ESPAÑA	Antena 3, Cuatro, Tele5, LaSexta	La1, La2
MEXICO	Televisa, Tv Azteca	Once Tv, Conaculta
VENEZUELA	Canal I, Globovisión, La Tele, Meridiano, Televen, Tv Familia, Vale TV, Venevisión	ANTV, TVES, C.A. TeleSur, VTV, Vive TV, Colombeia, Ávila TV

Fuente: Anuario Obitel 2015

Elaboración: Propia

1.4.1. Televisión en Argentina

En 1951 durante el peronismo nace la televisión en Argentina, Jaime Yankelevich directivo de Radio Belgrano fue el encargado de adquirir los equipos en Estados Unidos, la primera transmisión que se realizó fue el acto del Día de la Lealtad. En sus inicios solo se transmitía unas horas por día y la programación era en vivo. En 1955 los diarios empiezan a informar sobre el único medio que existía que era el canal estatal 7, en 1956 este país contaba con alrededor de 100.000 televisores y comenzó a transmitir series norteamericanas. La constitución del medio televisivo en Argentina se da por actores, actrices, locutores y técnicos

un año después se regula la creación de canales privados y creando leyes que prohibían que extranjeros fueran propietarios de estos medios.

Durante 1960 a 1973 se produce la etapa de expansión y fortalecimiento de la TV, cadenas norteamericanas como ABC, NBC y CBS se asociaron a varios canales de Buenos Aires, se producen una serie de sucesos importante en Argentina, surge Canal 12 en Córdoba, Canal 9 de Buenos Aires y Canal 13 fundado por Goar Mestre, en 1964 Alejandro Romay, locutor de Radio Libertad se hace cargo de canal 9, desde su vinculación con la empresa decide reducir series y películas norteamericanas, su aparición es en el mundo televisivo hace que se cree la fase de competencia es por ello que canal 9 y 13 tratan de aumentar su programación en vivo y descendió la producción extranjera en un 35%. (Santos, 1977)

Los tres canales con más audiencia en ese entonces, sumando el retiro de la inversión norteamericana no pudieron consolidar sus aspiraciones de producción, emisión y exportación, esto se debe también a la caducidad de licencias, crisis económica en argentina y la dictadura militar.

La dictadura militar del general Lanusse en 1972 derogó las licencias a los canales 9, 11 y 13; como las licencias tenían un plazo de 15 años en 1973 estos medios fueron intervenidos y gobierno tomó posesión de los tres canales.

El género de ficción como la telenovela fue censurado por la dictadura que afirmaba que no tenía aceptación periodística, varios ataques se dieron por parte del gobierno y dejó a un lado a este género, En 1984 con el gobierno de Raúl Alfonsín se dio fin a la censura, pero quedó a la deriva en tema de la Ley de radiodifusión, nuevos programas se emiten como el de opinión.

En 1989 canal 11, cambia su nombre a Telefe y pasó a formar parte del grupo Atlántida, canal 13 fue adquirido por el grupo Clarín, el diario de mayor tiraje, en 1990 supera el rating a Canal 9. Gustavo Yakelenvich nieto del fundador de la tv se hace cargo de la gerencia y realiza cambios profundos aumentando así los ingresos publicitarios.

En 1994 se produce una asociación con telenovelas transnacionales permitiendo la coproducción que comprendía el apoyo técnico, elencos y libretos; mientras las empresas extranjeras se harían cargo de la inversión económica.

1.4.2. Televisión en Brasil

La TV Tupi Difusora fue la primera emisora de Brasil, esta pertenecía a los diarios de Emissoras Associados. Su propietario fue Assis Chateaubriand el mismo que llegó a poseer 36 emisoras de radio, 34 periódicos y 18 canales de televisión. Tupi Difusora fue abierto en Sao Paulo, posteriormente se inauguró el canal TV Tupi do Rio de Janeiro, en el mismo año un nuevo canal Rádio Televisao Paulatista y en 1953 TV Record.

Tupi difusora contó con el apoyo de General Electric y la TV de Río de RCA Victor Chateaubriand era un magnate inteligente que supo cómo manejar la comunicación, su objetivo principal era fortalecer la tv en los lugares económicamente más activos Sao paulo y Río de Janeiro. Desde sus inicios la televisión en Brasil tuvo gran impacto con la publicidad se transmitían programas informativos, novelas con anuncios insertados en los mismo. La programación en sus inicios era basada a en la radio, luego de años buscó su propia identidad. En 1955 nace emisora TV Rio, en su mayoría con programas de humor en el que actuaban los comediantes de radio.

Pero las leyes que radio se trasladaron también a las de tv en las cuales se otorgaba licencias a los aspirantes que mayor porcentaje de tiempo dedicaran a asuntos, autores y artistas brasileños y establecía la prohibición de contratos entre emisoras de televisión y compañías extranjeras. En 1958 la cuota de publicidad alcanzaba el 8%, y en 1968 ocupaba el 42%. El poco interés de las empresas a apostar a la publicidad en televisión se debía a la poca presencia de un sistema de televisión en los hogares.

Los programas iniciales eran adaptaciones de obras de Shakespeare, Dostoyevsky o Chejov así como retransmisiones de ballet y conciertos de música clásica. A comienzos de 1960 los canales buscaban programación menos elitista.

Chateaubriand toma la iniciativa de llegar a más lugares e instala canales donde él tenía periódicos, revistas y emisoras, por lo tanto creaba canales aislados, con producción local y publicidad, en el mismo año la promulgación del Código Brasileño de Telecomunicaciones organizó este campo otorgando concesiones desde el gobierno, además la aparición del sistema de grabación revolucionó la producción en Río y Sao Paulo.

El gobierno decidió en 1980 retirar las licencias a la Rede Tupi, por no haber cancelado las deudas de Seguridad Social que se habían acumulado durante muchos años, tras un concurso Silvio Santos y Bloch se convierten en ganadores de lo que había quedado de Rede Tupi, pero a pesar de los intentos por restaurar este medio todo apuntaba a que era imposible, la única competencia para Globo era las revistas de la Editora Abril. (Druetta, 2010)

La programación de la televisión en Brasil se trabajó con técnicas modernas que había implementado Rede Globo, utilizando a la opinión pública como fuente de información, y esto hace que se produzcan programas de espectáculo y variedad, luego de varios años la cansa necesita sentirse identificada con historias reales lo que da paso a las telenovelas convirtiéndolas como fuente principal en sus parrillas de programación. SBT y Globo se convierten en líderes en programación del mismo modo teniendo como producto principal las novelas, SBT se destacaba por la importación de novelas mexicas y Globo por la emisión de telenovelas nacional, pero al ver la gran acogida que tienen SBT con la transmisión de productos importados obliga a Globo a hacer lo mismo.

1.4.3. Televisión en Colombia

El 13 de junio de 1954 se inaugura la televisión en Colombia, durante la dictadura militar de Gustavo Rojas, un boletín de radio daba información acerca de la llegada de la tv a ese país y afirmando que llegaría a todas las regiones de país, con temas de agricultura para campesinos puesto que la misión de la tv es cultural y educativa. La transmisión se produce por equipos fabricados en Alemania por la Siemens. Los estudios de San Diego, enviaban señales desde una azotea del hospital Militar. La primera emisión es precedida por las palabras del General Rojas, luego se emitió un noticiero internacional, un recital musical y la primera producción nacional: El niño del pantano, una adaptación de un cuento de Bernardo Romero.

El objetivo que tenía la televisión era volver cultas a aquellas personas que tenían bajo conocimiento de música clásica o de obras de teatro, en ese entonces la sociedad colombiana era bastante rural, con mucha tradición y fe católica, por lo que la aceptación al uso de tv era limitada. El estado era el único dueño de medios televisivos y no había franjas publicitarias, pero un año después se decide abrir espacios para comerciales, la Empresa de Televisión Comercial estaba aliada con medios radiales: Radio Cadena Nacional y radio Caracol, con esto se producen programas concurso y revistas musicales que tenían como objetivo ofertar los productos en los programas que emitían. En 1963 se busca regular a los medios radiales y de televisión, para lo cual se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión, pero con dependencia al Ministerio de Telecomunicaciones. En el 1966 se funda el primer canal privado con el nombre de TeleTigre, Canal 9 tras una licitación a la que también se presenta Caracol TV, RTI y Puch. (Caracol, 2004)

En 1970 se produce la televisión satelital, lo que permite intercambiar programación nacional y extranjera con grandes beneficios para la televisión colombiana. En 1985 se emite al aire el

primer canal regional de televisión pública, su llegada significó una gran logro para el panorama televisivo, con ello empiezan a surgir actores, guionistas, libretistas, presentadores, entre otros. En cuanto a las primeras programaciones emitidas el teleteatro fue de los géneros que predominaba con diferentes adaptaciones de cuentos y obras referentes de la literatura colombiana, la comedia también empieza a generar picos de rating y por último los telediarios que en sus inicios imitaban a la radio pero que con el pasar de los años encontraron su propia identidad.

En 1997 recién se concede la frecuencia a Caracol y RCN ganan las licencias y son los primeros canales privados en Colombia. Realmente la televisión en Colombia no tiene hilos conductores que especifiquen fechas y no se ha visto una problematización política en cuando la tv y el estado, pues el gobierno colombiano no se ha opuesto a la creación de medios privados, es más se ha apoyado al desarrollo televisivo.

1.4.4. Televisión en Ecuador

La televisión en Ecuador se produce a inicios de 1954, cuando el ingeniero Hartwell, encontró un equipo destruido y decide repararlo lo cual le toma alrededor de cinco años e inmediatamente decide llevarlo a Quito, los equipos fueron llevados a HCJB (Hoy, Cristo Jesús Bendice). Pero también existe el nombre de un alemán que es referente para la televisión en Ecuador Horts Michael Rosebaum y con el apoyo de sus esposa la manabita Linda Zambrano deciden en la década de los 50, luego de sus viaje a Alemania deciden traer un invento que estaba revolucionando el mundo , la televisión. (León, 2014)

En 1960 se otorgó el permiso para que funcionara la primera televisión ecuatoriana con sede en Guayaquil y con el nombre de Canal 4 actualmente RTS.

En 1961 el presidente José María Velasco Ibarra concede el permiso para operar el segundo canal HCJB actualmente conocido como Teleamazonas y su sede en la ciudad de Quito.

Las transmisiones de ese entonces se hacían bajo circuito cerrado, con colaboradores que estaban ansiosos de desarrollar la tv en el país. Vicente Bowen se convirtió en el primer camarógrafo del país. La novedad de la televisión exigía la incorporación de este sistema en los hogares, por ello un guayaquileño de apellido Noriega importó televisores de marca Emerson. El 12 de diciembre de 1960 se dieron las primeras transmisiones y en 1974 Teleamazonas emite las primeras imágenes a color. De esta manera se ve cristalizado el sueño de la televisión en Ecuador.

1.4.5. Televisión en España

Hablar de la televisión en España es ir hacia dos ciudades Madrid y Barcelona, que en 1948 experimentan por primera vez con la televisión, luego de 8 años en 1956 se regulan las transmisiones.

En 1959 quizá se dio el paso más exitoso de la televisión cuando se coincidió un partido de Real Madrid y F.C Barcelona y la venta de televisores en Ciudad Condal se agotó.

En España surge la necesidad de ver a televisión como un negocio rentable y de gran éxito, por ello el estado buscaba alternativas para conseguir más espectadores, razón por la cual en 1961 anuló impuestos aparatos de lujo y 1962 las personas podían adquirir televisores a plazos. (López, Cueto, & George, 2009)

En la década de los setenta nace UHF actualmente TVE (Televisión Española) posiciona dos estaciones televisivas, este medio transmitía 3 horas al día y poco a poco se iba consolidando, su financiamiento en su mayoría era con publicidad, desde ese momento.

Cuando el congreso aprueba la “Ley de los terceros canales” en 1983 sin imaginarlo se crea la Federación de Televisiónes Autonómicas y estaba compuesta por:

- EITB
- TV3
- TVGa (Televisión de Galicia)
- Canal Sur (Andalucía)
- Tele Madrid (Madrid)
- Canal 9 (Comunidad Valencia)

En los años 90 se incluyen más cadenas autonómicas: Islas Canarias (TVC) y de Castilla La Mancha (CMT) y el resultado de estos canales consolidan FORTA como la tercera cadena nacional.

1.4.6. Televisión en México

El 7 de septiembre de 1947 el ingeniero Guillermo González Camarena inicia transmisiones en circuito cerrado desde su hogar, posteriormente en 1948 se transmite una cirugía desde el hospital a la sede de un congreso de Medicina. El gobierno apoyó a Camarena desde 1935 finalmente con el informe anual a la nación en 1950 por parte del presidente Miguel Alemán Valdés se da la inauguración de la televisión en México. No se sabe con exactitud cómo fueron las conversaciones para que la televisión llegara a ese país. Lo que se conoce es que varios

empresarios estaban tras el invento maravilloso del siglo XX. Uno de ellos fue Rómulo O'Farril uno de los grandes empresarios de México y fue quien obtuvo la primera licencia, Canal 4, este canal fue estructurado con tecnologías de Estados Unidos. La primera transmisión fue el 27 de julio de 1950. (Mejía, 1972)

La segunda concesión se dio al empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta y a su hijo Emilio Azcárraga Milmo, y se les adjudicó el Canal 2 y opera desde el 21 de marzo de 1951 y Canal 5 al ingeniero Guillermo González Camarena, iniciando a operar el 10 de mayo de 1952.

En 1955 se fusionan estos 3 canales con el nombre de: Telesistema Mexicano, actualmente Televisa, en 1959 se crea el Canal 11 un medio público que tenía como objetivo educar, posteriormente se crea el Canal 2 de con contenidos culturales.

Durante varios años Televisa era líder en rating, hasta que en 1993 se crea la nueva empresa: Televisión Azteca.

1.4.7. Televisión en Venezuela

En 1951 inician los primeros experimentos de la televisión en Venezuela de la mano de Miguel Sapkowsky, él venezolano pero de padres rusos, pero es el 22 de noviembre de 1952, en medio de la dictadura militar de Marco Pérez Jiménez, se inicia la televisión en Venezuela, al igual que en Argentina y Colombia inicia como medio estatal.

El primer canal es conocido como Canal 5, que regula las transmisiones en 1953. Al poco tiempo se crea el primer medio privado Televisa YVLV Canal 4 actualmente Venevisión por parte de Gonzalo Veloz quien inició convenios con cadenas internacionales como la NBC de Estados Unidos. En 1961 Televisa sufre crisis económica y se alía con empresarios de la tv cubana, siendo el accionista mayoritario Diego Cisneros. (Orozco, 2002)

Con cambios que se producen en la estación Canal 4 recibe el apoyo ABC aportando el 42.5% del capital.

Radio Caracas Televisión es la segunda empresa privada con gran aceptación llegando a 50.000 hogares, un dato curioso es que la ABC también aporta con el 20% de capital para la creación del medio.

Antes de que llegara Radio Caracas Televisión hubieron algunos canales que no tuvieron éxito así en 1956 se crea en el estado de Zulia un canal con el nombre de Televisa del Zulia, en el mismo estado apareció Ondas del Lago Televisión que duró menos de 5 años.

1.5. Leyes, reglamentos y normativas de comunicación en Iberoamérica

Las leyes y reglamentos se toman de los países que se analizaron en el capítulo anterior. Es importante mencionar que se hace un acercamiento a las leyes de comunicación haciendo hincapié en lo que se refiere a temas de protección y consolidación a la producción nacional. Se toma el caso Venezolano, debido a la coyuntura política de los últimos años, se cerró la cadena de TV más importante del país, actualmente hay muchas críticas al gobierno por la forma en que maneja todo el sistema de comunicación y la crisis política y social que vive en los últimos años. Debemos destacar también que en Uruguay en el año 2014 se aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sin embargo luego de 16 meses la Corte Suprema de dicho país, calificó varios artículos de inconstitucionales, por lo que la ley a pesar de ser aprobada aún no se la aplica.

1.5.1. Argentina

En diciembre de 2014 con apoyo de 131 votos en la Cámara de Diputados se aprobó en Argentina la Ley de Argentina Digital, dejando abolida a la que había sido la Ley de Telecomunicaciones desde 1972.

Entre los temas que abordó esta nueva Ley, estaba la licitación de medios, la libertad de expresión y medios de comunicación, a partir de su aprobación en Argentina se permite que las empresas de telefonía celular brinden también servicios de tv de paga. Por otro lado se crean tres instituciones reguladoras: Autoridad Federal de Servicios TIC, Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual y el Consejo Federal de Tecnologías de la Información.

Otros cambios que se proponen es: “garantizar el derecho humano a las comunicaciones” “promover el rol del Estado como ente planificador” y la “competencia y generador de empleo”. Al mismo tiempo se permite la otorgación de licencias a organismos nacionales y estatales. Con estas nuevas reformas se considera positivo los nuevos artículos que regulan la comunicación en Argentina, pues la ley anterior favorecía más a grupos de poder ya consolidados y creaba monopolios de comunicación cuartando el derecho a más personas de poder ejercer el derecho a la Información. (Bruno & Leticia, 2015)

En cuanto la producción audiovisual especifica que los sistemas de televisión abierta, deberán cumplir con el 60% de producción nacional, y 30% de producción propia de la empresa que incluya informativos locales y también 30% de producción independiente obedeciendo al número de habitantes en donde se localice el medio de televisión. Si el medios e encuentra

con un millón quinientos de habitantes será del 30%, cuando sea de 600.000 será del 15% y el resto será de 10%.

1.5.2. Brasil

La Ley de Telecomunicaciones en Brasil datan de 1962, aunque en varias ocasiones candidatos presidenciales han buscado regular los medios de comunicación esto no se ha podido consolidar, y es que es justo un cambio debido a las transformaciones sociales y democráticas que se viven día a día.

Aunque han existido reformas para los medios de comunicación, desde el 2011 la televisión en Brasil se rige con base a la Ley N° 12.485 en las que destaca que la comunicación audiovisual será guiada por el principio de libertad de expresión y el acceso a la información sin olvidar la promoción cultural a través de la producción y programación. En el Art.16 de esta ley se aclara que al menos tres horas y media a la semana de contenidos emitidos en horario de máxima audiencia deben ser producción propia. Estas normas serán reguladas por la Agência Nacional Do Cinema (ANCINE)

En el mismo año, promulga la Ley que permite el acceso de compañías de telefonía a celular al sistema de tv de pago, estableciendo cuotas de contenido brasileño con el objetivo de bajar precios y mejorar la calidad de servicio. Se prevé que existiendo más competencia los canales de televisión deben ofertar nuevos contenidos.

1.5.3. Colombia

La Televisión en Colombia está regulada por la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), creada bajo la Ley N° 182 en 1995.

En la página web de esta entidad tiene como misión:

“Trabajamos para hacer de la televisión un factor de desarrollo de la sociedad colombiana, mediante la construcción y aplicación de reglas claras y de condiciones que favorezcan una mayor oferta de servicios de televisión, acceso y calidad técnica; contenidos audiovisuales pertinentes y una interlocución eficaz con el televidente y el sector”

Los canales de televisión que no cumplan con lo establecido serán suspendidos de tres días hasta seis meses o dando paso a la caducidad de la concesión. Un punto importante en esta Ley es el artículo 34, en este se define la inversión extranjera y aclara que podrá invertir un 15% de capital y que así mismo ofrezca la posibilidad de invertir a las empresas colombianas

en el país de origen del inversionista, de esta manera se podrá producir contenidos con miras internacionales. (Autoridad Nacional de Televisión, 1995)

1.5.4. Ecuador

En 2013 se promulgó la Ley de Comunicación en Ecuador, aplicándose desde el 2014. La regulación de contenidos se fija en el Título IV, en el que obliga a los medios de comunicación a identificar los contenidos de la siguiente manera:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

También establece tres franjas, familiar, responsabilidad compartida y adultos. La primera comprende desde las 06:00 hasta las 18:00 y se podrá difundir programas aptos para todo público, la franja de responsabilidad compartida será de 18:00 a 22:00 y la franja adultos se podrán emitir contenidos aptos solo para adultos y va desde las 22:00 a las 06:00. (Ley de Comunicación de Ecuador, 2013)

El Art 97 define a la producción nacional y establece que:

“Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio”

Además los canales de televisión deben tener un espacio del 5% con contenidos culturales que manifiesten la cosmovisión ecuatoriana.

1.5.5. España

El país ibérico se rige con la Ley de la Comunicación Audiovisual siendo la primera ley que recoja todos los temas de la parte audiovisual. Esta ley tiene como objetivo:

“Regular la comunicación audiovisual de cobertura estatal y establece las normas básicas en materia audiovisual sin perjuicio de las competencias reservadas a las Comunidades Autónomas y a los Entes Locales en sus respectivos ámbitos”.

Esta ley está enfocada en hacer prevalecer la cultura española y comunidades autónomas, por ello las parrillas de programación deberá promover cada canal programas con un total del 51% de tiempo anual, y un 10% queda reservado a productores independientes. La ley también obliga los prestadores de servicio televisivo a invertir anticipadamente con producciones europeas como series y películas, el valor que contribuya será del 5% de las ganancias de cada año. (Ley General de la Comunicación Audiovisual de España, 2010)

1.5.6. México

La regulación en México se da desde la aprobación de la Ley Secundaria de Telecomunicaciones. Las regulaciones de esta Ley se darán por parte del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, organismo creado a partir de esta misma Ley.

Entre los puntos clave de esta ley está que el Estado deberá ofertar dos licencias nuevas para cadenas de televisión y que funcionen el medio preponderante (TELEVISA), en cuanto a publicidad se define que deberá existir equilibrio entre la programación y la publicidad.

La televisión de señal abierta deberá acogerse al artículo 249 se establece que los medios de televisión deben tener al menos el 20% de producción nacional independiente, lo cual permite a sectores con menos poder que involucrarse en producciones que tengan contenidos que aporten y satisfagan las necesidades del televidente. (Ley Federal de Radio y Televisión, 2012)

La televisión mexicana se ha visto involucrada más a los gobiernos de turno, no existe una independencia total, y esto se ve reflejado con la ley del 12.5% que es la cantidad que deben ceder al gobierno.

1.5.7. Venezuela

En el caso de Venezuela, este país se rige por la Ley de Responsabilidad Social en Radio Televisión, la misma que se encuentra vigente desde el 7 de diciembre del 2004, la ley RESORTE tiene como objetivo establecer normas para las empresas de comunicación.

Esta ley divide a los programas de televisión en cinco tipos:

- Programa Cultural, que pretende transmitir valores propios de su cultura.

- Programa informativo, comunicando acontecimientos que suceden alrededor del mundo.
- Programa de opinión, especialistas dando su punto de vista de un tema en específico
- Programa recreativo, exclusivamente que sirvan para el esparcimiento del televidente
- Programa Mixto, que fusione los programas mencionados anteriormente.

De igual manera que en los países analizados, se debe cumplir una cuota de producción nacional en este caso será del 50% en el “horario todo usuario” que comprende de 07:00am a 19:00pm, en el “horario supervisado” se podrán emitir novelas pero teniendo en cuenta que el 50% sean producciones nacionales, también aclara que en estos dos horarios no se podrán emitir infomerciales de más de 15 minutos. En el caso de los contenidos importados, estos deberán ser editados cuando existan escenas que sean violentas para el televidente o frases que puedan herir susceptibilidades.

CAPÍTULO II: PRODUCCIÓN TELEVISIVA EN IBEROAMÉRICA

La industria audiovisual desde sus inicios ha tenido cambios de gran magnitud desde hacer programas o teatro en vivo hasta utilizar paisajes impresionantes a través del croma. En Iberoamérica las cadenas de televisión en cada país nos dan a mostrar diferentes formatos en sus parrillas de programación y estos permanecen en la audiencia dependiendo del grado de aceptación que tengan.

Las productoras audiovisuales crean productos basándose en lo que el espectador necesita, el capital invertido en una obra no puede asegurar el éxito de la misma y así mismo no podemos dar un valor a la pieza audiovisual, pues la demanda varía de la subjetividad del espectador. Las producciones requieren de varios elementos y de un esfuerzo organizativo eficaz.

Un trabajo audiovisual se da gracias al conjunto de varias personas que aportan en la producción, distribución, exhibición y consumo, este esfuerzo da como producto una obra audiovisual. (Macas, 2013)

2.1. Tipos de programación en Iberoamérica

Obitel presenta en el 2015 el estudio que realizó en cuanto a la ficción televisiva nacional, e indica que México, Brasil, Colombia y Argentina son los productores con mayor número de piezas audiovisuales nacionales, España tiene una producción medianamente baja nacionales, Ecuador y Venezuela tienen baja capacidad de producción. En cuanto al tipo de producciones que se ejecutan en Iberoamérica, la telenovela lidera, según este mismo informe cerca de 84 novelas se han producido durante los últimos 4 años. Argentina ocupa el primer puesto en producción de telenovelas seguido de Brasil, lo destacado durante este año que México siendo líder en telenovelas solo mostró 12 piezas audiovisuales en comparación al 2013 que fue de 20, a esta lista de disminución se suma Colombia. Venezuela aumentó su número de telenovelas pero el número es relativamente bajo en comparación a los otros países. En el caso de Ecuador en 2014 solo se evidenció una novela. En España no se registró ninguna telenovela. (Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia, 2014)

Tabla 2. Oferta de programas en la parrilla de programación 2014

	Ficción	Información	Entreteniminto	Deportes	Servicios	Religioso	Educativo	Político	Concurso	Musical	Cultural	Otros
Argentina	21	32	6	5	3							33
Brasil	17,8	25,9	17,8	4		7,7	0,6	0,1				26,1
Colombia	13,2	10,8	33,7	3,7	38,6							
Ecuador	31,9	23,6	21,5	6,1								16,9
España	19,5	21,2	25,3	2,2					8,8	9,1	13,2	0,7
México	12	17	42	5			9					15
Venezuela	23	14	11	2							22	28

Fuente: Anuario Obitel 2014

Elaboración: Propia

En cuanto a series se refiere España en 2014 lideró este tipo de programación con 20 series, seguido de Colombia y Brasil. Ecuador registró 5 producciones. Y México se ocupa en último lugar al producir solo 2 series.

De esta manera podemos evidenciar que los programas que lideran las parrillas de televisión en Iberoamérica son la telenovela y series. Los informativos, programas educativos, religiosos, culturales, también aparecen en las parrillas de programación aunque en menor porcentaje.

2.2. Tipos de producción

Las empresas de televisión, cada vez se enfrentan a nuevos de retos que van enfocados a ganar audiencia y que sus índices de rating sean superiores a la competencia, de esta manera para llenar las parrillas de programación conforman la misma con base a diferentes modos de producción.

Producción propia: Este tipo de producción se caracteriza por que todos los recursos que se ocupa están dentro de la empresa, por lo general los noticieros, programas de variedades, programas de opinión en su gran mayoría son producciones propias distintivas de cada canal. (Martinez, 2010)

La producción propia es la que da a cada estación televisiva la rentabilidad del medio, pues dependiendo de la calidad del producto sus auspiciantes son mayores y mejores, por lo general los informativos como noticieros se producen en las mañanas, horas en las cuales el público adulto es más exigente.

Producción Importada: En este caso hablamos de producciones extranjeras que el medio local necesita comprar derechos de dichos programas para poder ser transmitidos. Algunos canales de televisión tienen cadenas internacionales aliadas que permiten al medio tener una parrilla de programación similar al medio con más importancia.

También existen dos métodos por los cuales se puede acceder a la compra de producción extranjera, la primera a través de créditos bancarios y la segunda atrayendo a una empresa financiera a auspiciar el programa a cambio de publicidad. (Furió, 2012)

Producciones asociadas: Este tipo de producciones se dan con el apoyo de una empresa productora independiente, que la empresa principal busca y llegan a un convenio en el cual se establece lo que ambas partes aportan. El medio televisivo suele apoyar con los recursos técnicos y la productora aporta con la parte creativa de la obra.

En los últimos tiempos este tipo de producciones son muy utilizadas, cuando se trata de realizar programas tipo concurso, variedades y programas de investigación.

Coproducciones: Las coproducciones se dan por el convenio de dos o más productoras, que establecen convenios de cooperación para la producir la obra audiovisual, los acuerdos a los que llegan pueden ser de tipo técnico, financiero, entre otros. En países donde los costos de producción suelen ser elevados, por lo general se realiza pautas publicitarias.

2.3. Franjas Horarias

Al hablar de franjas horarias nos referimos a la eficacia de los medios televisivos para ubicar los programas en el horario conveniente y dispuesto por las normas que rigen en cada país. Estas franjas horarias permiten dividir los programas.

En el caso de Argentina en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual establece dos tipos de franjas horarias:

- De 06:00 a 22:00 se debe emitir programación apta para todo público.
- De 22:00 a 06:00 programas considerados para mayores de edad.

En Brasil:

- Desde las 08:00 a 20:00 se pueden exponer programas para todo público.
- Desde las 21:00 a 23:00 se pueden emitir programas dirigidos a personas mayores de 14 a 16 años.
- A partir de las 23:00 se puede transmitir programación para mayores de 18 años.

En Ecuador:

- Familiar de 06:00 a 18:00
- Responsabilidad Compartida de 18:00 a 22:00
- Adultos de 22:00 a 18:00 (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

En España:

- De 07:30 a 9:00 se denomina Banda Despertador
- De 09:00 a 13:00 Es la banda Matinal por lo general se emiten programas tipo revista
- De 13:00 a 15:00 es la banda acceso
- De 15:00 a 16:00 denominado banda de mediodía
- De 16:00 a 18:00 es la franja sobremesa
- De 18:00 a 20:00 banda tarde
- De 20:00 a 21:00 es la banda acceso a prime time
- De 21:00 a 24:00 la banda Prime Time
- De 00:00 a 02:30 la banda latenight
- De 02:30 a 07:00 la banda madrugada

En Colombia:

- Infantil: 15:55 a 16:55 en fin de semana de 08:00 a 10:00
- Familiar de 06:00 a 15:55 y de 16:55 a 22:30
- Adultos de 22:30 a 00:00

México:

- En contenido dirigido para público infantil se puede emitir en cualquier horario, igual que el contenido para todo público
- De 16:00 a 06:00 se puede emitir contenidos para adolescentes
- De 19:00 a 06:00 se emite contenidos para adultos y jóvenes
- De 21:00 a 06:00 se pueden transmitir contenidos para adultos
- De 00:00 a 05:00 contenidos exclusivos para adultos.

En México se refleja la falta de criterios al momento de emitir esta ley, pues no queda clara a diferencia de otros países como Ecuador, en donde la franja de televisión está dividida en 3 que permiten a la audiencia conocer el tipo de contenidos durante esas horas.

Venezuela:

- Horario todo usuario de 07:00 a 19:00

- Horario supervisado de 05:00 am a 07:00
- Horario adulto de 23:00 a 05:00 am

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Para cumplir con los objetivos planteados en la tesis se utilizará el método cuantitativo, utilizando como principal herramienta de investigación semana tipo “herramienta usada para recoger información de un canal de televisión” (Universidad de Palermo, 2006) y que permitirá conocer las siguientes variables de programación.

Para el análisis y levantamiento de información se empleó una ficha de monitoreo, que incluye las siguientes variables

- Nombre del programa
- Tipo
- Procedencia (Nacional o Internacional)
- Tiempo en la parrilla de programación
- Duración en minutos

Tabla 3. Ficha de la recolección de datos

NOMBRE DEL CANAL					
HORARIO	NOMBRE DEL PROGRAMA	TIPO	ORIGEN	PAÍS	DURACIÓN EN MINUTOS
Horario en el que se emite el programa.	Nombre con el que se identifica el programa.	Tipo de programa de acuerdo a la clasificación que realiza Martínez y Fernández (2010)	Determinar si el programa es de producción nacional o internacional	País de procedencia del programa.	Determinar el tiempo de duración del programa.

Elaboración: Propia

Para usar esta tabla en el análisis de la parrilla de programación de los diferentes canales de Iberoamérica, elegimos la semana de lunes 25 al domingo 31 de julio de 2016. La cual en el análisis se procedió a dividir la semana de lunes a viernes y fines de semana.

Para determinar el tipo de programa, usamos la clasificación que propone la Unión Europea de Radiodifusión citada por Martínez y Fernández en el libro Manual del Productor Audiovisual.

Para la selección de canales nos basaremos en el informe del Anuario Obitel y otras páginas oficiales que indica los canales públicos y privados con mayor audiencia, se seleccionará un público y un privado por cada país.

Tabla 4. Canales privados y públicos de Iberoamérica con mayor audiencia

PAÍS	CANAL	CATEGORÍA
Argentina	Televisión Pública	Público
	Telefe	Privado
Bolivia	Bolivia Tv	Público
	Unitel	Privado
Brasil	Tv Brasil	Público
	Globo	Privado
Chile	TVN	Público
	MEGA	Privado
Colombia	Señal Colombia	Público
	Caracol	Privado
Costa Rica	Canal 13 (Sinart)	Público
	Canal 6 (Repretel)	Privado
Cuba	Cubavisión	Público
	NO POSEE	Privado
Ecuador	ECTV	Público
	Ecuavisa	Privado
El Salvador	TVES	Público
	Canal 12	Privado
España	La 1 (RTVE)	Público
	Antena 3	Privado
Guatemala	NO POSEE	Público
	Canal 3	Privado
Honduras	NO POSEE	Público
	Canal 5	Privado
México	Once TV	Público
	Canal de las Estrellas (Televisa)	Privado
Nicaragua	Canal 6	Público
	Canal 2	Privado
Panamá	SerTv	Público
	Telemetro	Privado
Paraguay	Paraguay TV	Público
	Telefuturo	Privado
Perú	Tv Perú	Público
	América Televisión	Privado
Portugal	RTP1	Público
	TVI	Privado
Puerto Rico	WIPR	Público

	WAPA TV	Privado
República Dominicana	CERTV	Público
	Telesistema	Privado
Uruguay	TNU	Público
	Teledoce	Privado
Venezuela	TVES	Público
	Venevisión	Privado

Fuente: Anuario Obitel 2015

Elaboración: Propia

Una vez seleccionados los canales, se procede al respectivo análisis con base a las variables mencionadas. Además se hará una comparativa entre las parrillas de programación de los distintos países, con la finalidad de observar similitudes y diferencias en cuanto a géneros y contenidos que se consumen en los distintos países.

Tabla 3. Tipo de programas

TIPO DE PROGRAMAS	
EDUCATIVOS	Educación de adultos. Escolares y preescolares Universitarios y post- universitarios
GRUPOS ESPECÍFICOS	Niños y adolescentes Etnias e inmigrantes
RELIGIOSOS	Servicios Confesionales
DEPORTIVOS	Noticias Magazines Acontecimientos
NOTICIAS	Telediarios Resúmenes semanales Especiales informativos Debates informativos
DIVULGATIVOS Y ACTUALIDAD	Actualidad Parlamento Magazines Reportajes Ciencia, cultura y humanidades Ocio y consumo
DRAMÁTICOS	Series Folletines Obras Únicas Largometrajes Cortometrajes
MUSICALES	Transmisiones de Óperas, operetas, zarzuelas y música clásica Comedias musicales Ballet y danza Música ligera Jazz Folklore
VARIEDADES	Juegos y concursos Emisiones con invitados, talk - shows Espectáculos, variedades y programas satíricos
OTROS PROGRAMAS	Taurinos Festejos Revistas Loterías Derecho de réplica

	Avances de programación
	Promociones de programas
PUBLICIDAD	Ordinaria Pases publicitarios profesionales
CARTAS DE AJUSTE Y PUBLICIDAD	Cartas Transiciones

Fuente: Martínez y Fernández (2010)

Elaboración: Propia

Para conocer el **origen** de cada programa, realizamos la investigación a través de la web, contrastando los resultados con varias fuentes de información que nos permiten saber exactamente de qué país es el programa.

Y la **duración** del programa permitió conocer el tiempo que ocupa en la parrilla de programación canal producto audiovisual.

3.1. Canales públicos y privados de países referentes con mayor audiencia

Argentina

Telefe: Desde el 22 de diciembre de 1989 nace la Televisión Federal (TELEFE), su inauguración oficial se da el 15 de enero 1990. Con una imagen dinámica y juvenil este medio logra rápidamente generar audiencia. Dos años después de su inauguración se produce un incendio en sus instalaciones, lo que obliga a alquilar nuevas instalaciones, a pesar de ello, no escatiman esfuerzos para seguir produciendo piezas audiovisuales nacionales. (Telefe, 2016)

Televisión Pública: Este medio fue inaugurado el 17 de octubre de 1951 a través del Estado Argentino, su señal llega a toda la república Argentina. Su primera transmisión se da en la Plaza de Mayo por el día de la Lealtad, regula sus transmisiones desde el 4 de noviembre del mismo año. Su programación actual se basa en programas educativos, culturales y deportivos.

Brasil:

Rede Globo: Forma parte del grupo Globo, fue fundada por el empresario Roberto Marinho. Es considerado uno de los canales más grandes a nivel mundial. Inicia sus transmisiones el 26 de abril de 1965 en Rio de Janeiro, posteriormente en 1966 se expande a Sao Paulo, gracias a la compra de Tv Paulista. Desde 1976 Globo empieza a producir novelas con temas de la actualidad y novelas que reflejaban la cosmovisión de Brasil.

TV Brasil: Es inaugurada en el año 2007 bajo decreto oficial del Estado. Sus primeras programaciones fueron sobre los eventos que se realizaron en Brasil como los juegos paraolímpicos, su señal llega a Río de Janeiro, Sao Paulo y Brasilia. Posteriormente canales locales empiezan a retransmitir la programación de Tv Brasil. Este canal genera mayor audiencia cuando transmite los partidos de diferentes clubes brasileños.

Colombia

Caracol: Desde el 28 de agosto de 1969 nace Caracol Televisión como medio público". En 1971 forma parte de la OTI (Organización de Televisión Iberoamericana) y así pudo transmitir los juegos olímpicos y partidos de futbol. Hasta 1977 se emitían novelas en vivo, pero desde febrero del mismo año con la llegada del videotape permite grabar más producciones para poder transmitir las. En 1998 inicia las transmisiones como canal privado con 9 horas en la parrilla de programación. (CARACOL, 2016)

Señal Colombia: Forma parte del sistema de medios públicos, fue fundado el 9 de febrero de 1970. Sus inicios fueron como Canal 11, con contenidos educativos y culturales, también emitía sesiones del senado. Desde el 2004 la programación de este medio cambia, y empieza a transmitir partidos de futbol nacionales e internacionales, también cine independiente, programas infantiles y más.

Ecuador

Ecuavisa: Nació como canal 2, fue fundado por Xavier Alvarado Roca en 1967 en Guayaquil, tres años después su cobertura fuera de carácter nacional y tuvo su sede también en Quito, gracias a la alianza con el grupo el Comercio. Ecuavisa siempre apostó a producciones nacionales como "Cartas de amor", "Evaristo guerrillero", "El Cristo de nuestras angustias", "La Escuelita Cómica".

Ecuador Tv: Con un fondo de \$5 millones que proporciona el Banco de Desarrollo Social y Económico nace la primera televisión pública de Ecuador, su inauguración se da el 26 de octubre de 2007, aunque inicia transmisiones desde el 29 de noviembre con la instalación de la Asamblea Constituyente. El 1 de abril del 2008 regula su programación y la señal llega a todo el territorio ecuatoriano. (MEDIOS PÚBLICOS DE ECUADOR, 2016)

España

Antena 3: En 1988 el gobierno de España decide convocar a concurso para otorgar 3 licencias de Televisión Privada, es desde ahí cuando a Antena 3 se le concede una. Las emisiones regulares de esta cadena inician desde el 25 de enero de 1990, con informativos y programas de opinión. La falta de personal calificado repercutió en la baja audiencia que tenían, en 1992

se crea una alianza con Grupo Zeta poseedor de varios medios de comunicación en España. Con esta fusión la programación en este medio va tomando forma, y realiza la primera compra de derechos del programa "Los Simpson" y posteriormente más programas de la cadena Fox.

La 1: Pertenece a la cadena de Radio y Televisión Española (RTVE), ha tenido varios nombres como VHF, Primer Programa, Primera Cadena y actualmente La 1. Inicia sus transmisiones el 28 de octubre de 1956, bajo la administración del Ministerio de Turismo, la señal que tenía televisión española era escasa, pues solo llegaba a algunas ciudades, en 1959 expanden su cobertura a la mayoría de lugares de España. Su programación era de tintes culturales y educativos, con la aparición de la televisión privada, La 1 se ve obligada a reestructurar su programación por series, talk show, y programas de entretenimiento.

México

Canal de las Estrellas: Forma parte del Grupo Televisa, sus transmisiones oficiales fueron el 21 de marzo de 1951 como Canal 2, este medio se encuentra bajo la dirección de Emilio Azcárraga. En la década de los 70 fue líder en horario estelar con las telenovelas, en 1982 se lo conoce como Canal de las Estrellas por la cantidad de artistas e ídolos que eran parte de este grupo. En 1992 inicia transmisiones en América latina pero con distinta programación.

Once TV: Es la primera televisora pública, inició sus emisiones el 2 de marzo de 1959, en su inicio su cobertura llegaba a cubrir el 28% de territorio mexicano, actualmente llega al 70% y su señal llega a Estados Unidos por medio de TV satelital.

Venezuela

Venevisión: Nace en julio de 1960 cuando Diego Cisneros compra canal 4(Televisa), el motivo era que este medio de televisión se había declarado en quiebra. El 27 de febrero de 1961 regula las transmisiones, todos sus programas eran en vivo, años más tarde hacen una alianza con la cadena estadounidense ABC principalmente para poder incrementar producciones a su parrilla de programación. En 1971 comienza a exportar telenovelas, la primera fue Esmeralda producida por José Crousillat y escrita por Delia Fiallo. Venevisión es el canal con más trayectoria en Venezuela. (Venevisión, 2016)

TVES: Fue creado mediante decreto presidencial N° 5.349 el 11 de mayo de 2007. Su principal objetivo fue llegar a todo el territorio venezolano con programación educativa, cultural y mostrando los valores de su nacionalidad. La baja audiencia que tenía este medio fue confirmada por el propio Hugo Chávez, por lo que se decide incrementar programas novedosos como revistas matinales y telenovelas. La primera telenovela original fue Vivir para amar.

**CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LE TELEVISIÓN
EN IBEROAMÉRICA**

Para el análisis del presente tema de investigación en esta primera mostramos el tipo de programación que existe en los canales, para lo cual se dividió la investigación en cuatro grupos, el primero la programación de canales privados de lunes a viernes, el segundo la programación en fin de semana, el tercer gráfico la programación de los canales públicos de lunes a viernes y el cuarto gráfico la programación de canales públicos en fin de semana.

4.1. Análisis del tipo de programación general de canales privados de Iberoamérica de lunes a viernes

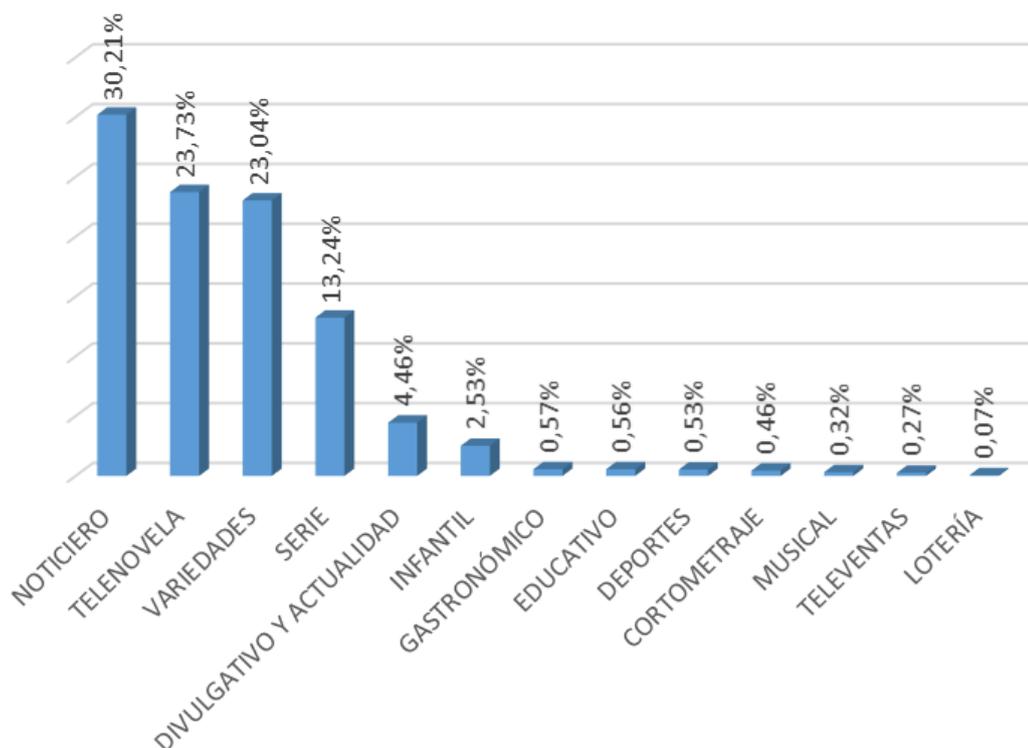


Gráfico 1. Programación de lunes a viernes de canales privados en Iberoamérica
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

NOTICIERO: Los noticieros ocupan el mayor porcentaje de emisión en los canales privados (31,21%) con un promedio de 3 noticieros al día, Panamá es el país con mayores minutos registrados de este género y Venezuela ocupa el menor porcentaje. El promedio de emisión por cada noticiero es de 60 minutos.

TELENOVELA: Ocupa el segundo puesto con un porcentaje de 23,73%. En su mayoría este tipo de producción se transmite a partir de 14h00 a 21h00, con un porcentaje de cinco telenovelas al día. Nicaragua y Ecuador son los países con mayor número de emisiones de este género.

VARIEDADES: Componen el 23,04% en la parrilla de programación, con un promedio de dos programas diarios pero con una duración de más de 120 minutos. España tiene este género con mayor espacio en su parrilla de lunes a viernes.

SERIE: Ocupa un espacio considerable en las parrillas, especialmente en los últimos años, desplazando a las telenovelas, en los canales privados tiene un porcentaje de 13,24%, con un promedio de tres series diarias y una duración de 30 minutos. Colombia lidera este género, en su mayoría las emisiones se realizan en horario estelar.

DIVULGATIVO Y ACTUALIDAD: Comprende el 4,46% en la parrilla de programación, en países como Argentina, Bolivia, Chile no hacen constar este género en sus emisiones. Brasil tiene mayor número de minutos al aire con este tipo de programación. La duración es corta, tiene un promedio de 15 a 30 minutos diarios.

INFANTIL: Ocupa el 2,53%. Argentina, República Dominicana y Venezuela son los únicos países en emitir este género, con un promedio de 60 minutos diarios y con producción importada.

GASTRONÓMICO: Ocupa el 0,57%. España, Guatemala, República Dominicana y Uruguay son los países con transmisiones de este género. Tienen un promedio de 20 minutos diarios. En algunos casos existen segmentos gastronómicos en programas de variedades, para esta investigación hemos tomado en cuenta a los programas independientes.

EDUCATIVO: Ocupa un el 0,56%, solo Ecuador, Perú y Uruguay emiten este género con un promedio de 20 minutos diarios y la producción es de origen nacional.

DEPORTES: Mantiene el 0,53%, los países con emisiones mayor número de transmisiones es Brasil, Nicaragua y El Salvador. Tiene un promedio de 30 minutos. Otros países tienen este género pero como parte de segmento de noticieros.

CORTOMETRAJE: Ocupa el 0,46%, Brasil es el único país que posee este género, con un promedio de 15 minutos y es de producción nacional.

MUSICAL: Tienen un porcentaje de 0,32%, El Salvador y España emiten este género con un promedio de 20 minutos diarios.

TELEVENTAS: Ocupa el 0,27%. Uruguay es el único país que tiene este tipo de programación.

LOTERÍA: Es el género que mayor exhibición posee tienen 0,07%. República Dominicana es el único país que tiene este tipo de género, este programa tiene un promedio de 15 minutos diarios.

4.2. Análisis del tipo de programación general de canales privados de Iberoamérica los fines de semana

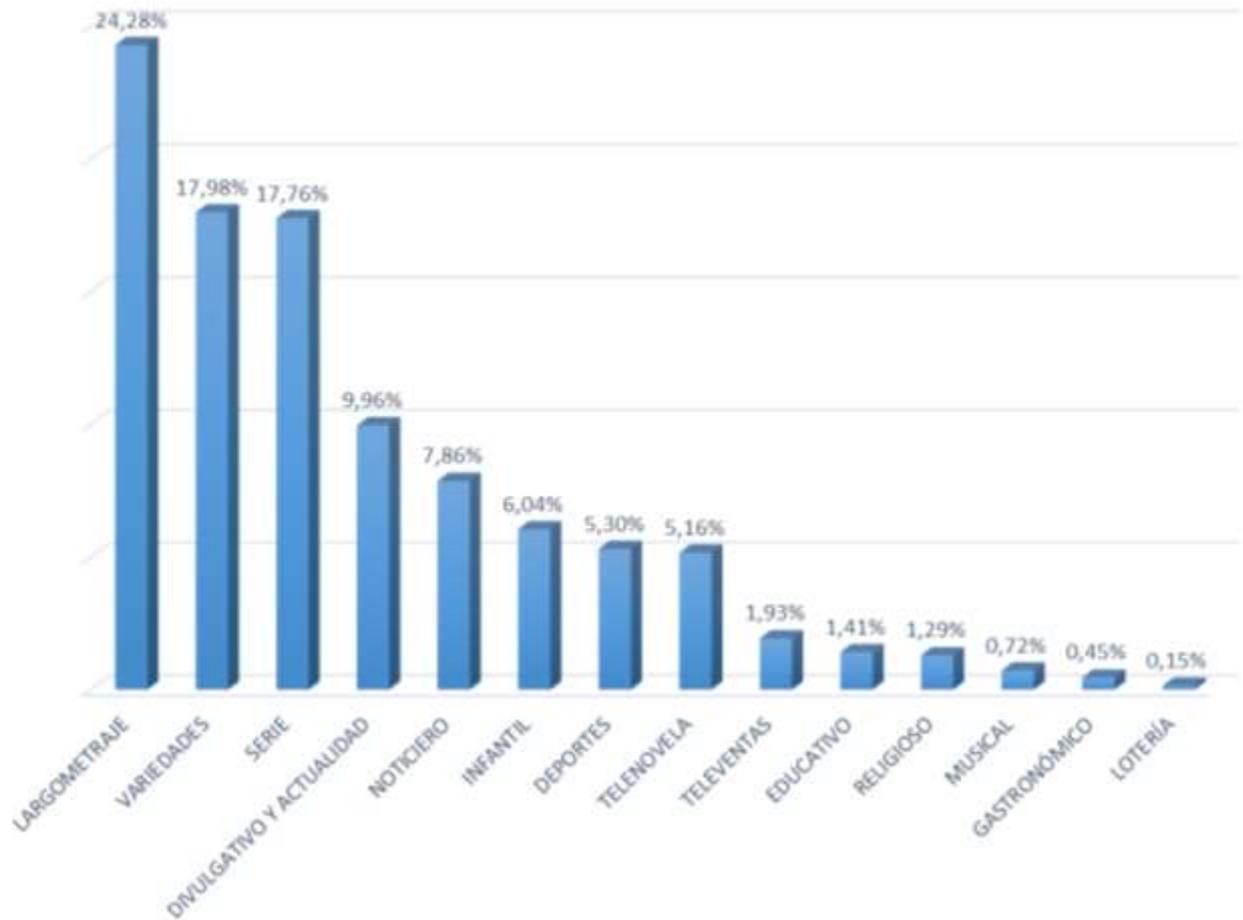


Gráfico 2. Tipo de programación de fin de semana de los canales privados en Iberoamérica
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En los canales privados, los fines de semana existe una gran diferencia a la programación que se emite de lunes a viernes, quedando en el siguiente orden, de acuerdo al espacio que ocupan en la parrilla.

Los **largometrajes** tienen el 24,28% de exhibición, el país con mayor de transmisión de este género es Guatemala, también se pudo identificar que Bolivia y Portugal, no emiten largometrajes durante el fin de semana. El número de programas promedio es de 3 largometrajes con una duración de 120 minutos cada uno.

VARIEDADES: Ocupa el 17,98%, México es líder en este tipo de programación, posee al menos 3 programas de variedades en fin de semana con una duración de 120 minutos. Chile no emite este género.

SERIE: Comprende 17,76% en la parrilla de programación en fin de semana. Portugal con un promedio de cinco series entre sábado y domingo, es el país con mayor transmisión de series de producción nacional. Brasil y Colombia no emiten este género.

DIVULGATIVO Y ACTUALIDAD: Ocupa el 9,66% de programación en canales privados, Chile con mayor exhibición, con un promedio de 3 programas en fin de semana, su duración es de 60 minutos. Bolivia, Costa Rica, Guatemala, México, Puerto Rico y Venezuela no emiten este género. Los demás canales de los países que conforman Iberoamérica transmiten al menos un programa.

NOTICIERO: Ocupan el 7,86% todos los canales privados transmiten al menos un noticiero al día a excepción de México que no posee ninguno. Por lo general su emisión la realizan en la noche con una duración promedio de 60 minutos. Chile es el país con mayor emisión de este tipo de producción.

INFANTIL: Tiene el 6,04%, la mayoría de estos programas se emiten en las mañanas, Nicaragua es el país en donde la transmisión de este género es mayor. La mayoría de países no emiten esta programación en canales privados como es el caso de Brasil, Chile, Costa Rica, España, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Perú, Portugal y Puerto Rico.

DEPORTES: Posee el 5,30%, la mayoría de canales emiten los campeonatos nacionales de fútbol, un promedio de dos partidos al día y en otros casos programas especiales que informan de los sucesos deportivos más importantes. Brasil encabeza la lista de los nueve países con más transmisiones, seguido de Costa Rica, Perú, Honduras, Venezuela, México, España, Uruguay y Nicaragua.

TELENOVELA: Este género ocupa el 5,16%, un porcentaje bajo en comparación a la emisión de lunes a viernes, Bolivia tiene la mayor programación de este género en fin de semana, con un promedio de 7 horas entre sábado y domingo. Los demás países en donde se exhibe este contenido lo hacen con promedio de una hora.

TELEVENTAS: Este contenido ocupa el 1,93% en la parrilla de canales privados en fin de semana, solo Puerto Rico, Uruguay y El Salvador mantiene este tipo de emisiones.

EDUCATIVO: Mantiene 1,41%, los países con este tipo de programación es Ecuador, México, Perú, Puerto Rico y Uruguay. Ecuador lidera este tipo de programas. Con un promedio de seis transmisiones en fin de semana y una duración de 30 minutos cada uno.

RELIGIOSO: Ocupa 1,29% se exhibe este tipo de género en siete países, Portugal lidera esta programación, con una duración de 60 minutos en fin de semana. También en Brasil,

Colombia, Panamá, Paraguay, Portugal, Nicaragua, Puerto Rico y República Dominicana apuestan por este género.

MUSICAL: Posee 0,72% en la parrilla de programación, solo tres países emiten este género España, Paraguay y Venezuela con un programa sea sábado o domingo con un duración promedio de 60 minutos.

GASTRONÓMICO: Ocupa 0,45%, este género se emite en Ecuador y Panamá con un promedio de 60 minutos en fin de semana.

LOTERÍA: Panamá y República Dominicana, transmiten este género con una duración de 30 minutos y ocupa en la parrilla de programación 0,15%

4.3. Análisis del tipo de programación general de canales públicos de Iberoamérica de lunes a viernes

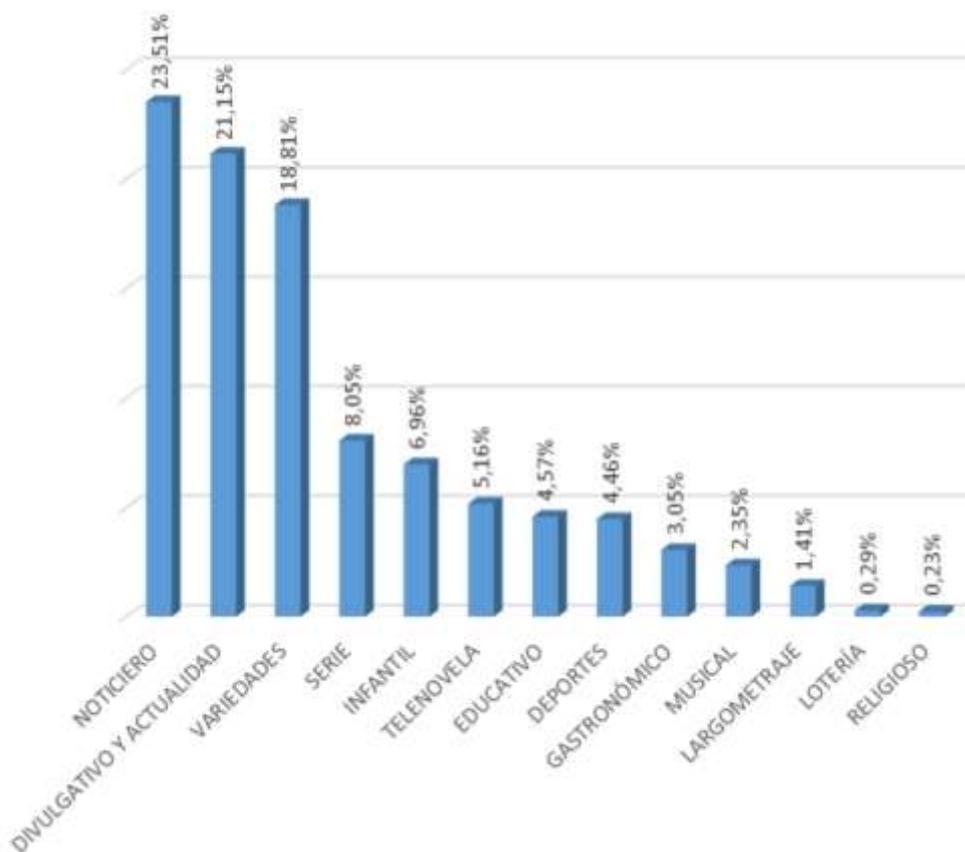


Gráfico 3. Tipo de programación de lunes a viernes de los canales públicos en Iberoamérica
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

NOTICIERO: Al igual que en la parrilla de programación de canales privados de lunes a viernes, lidera este género informativo con 23,51%. Argentina cuenta con mayor emisión de este género televisivo, con promedio de cuatro noticieros diarios y la duración oscila entre 40 y 60 minutos. A diferencia de Colombia y Argentina que no registran datos de noticieros.

DIVULGATIVO Y ACTUALIDAD: Ocupa 21,15%, Nicaragua tiene un número elevado de este tipo de producciones, con un promedio de 24 emisiones y una duración de 5 a 20 minutos. Chile es el único país que no cuenta con esta programación.

VARIEDADES: Mantiene 18,81% en la parrilla de programación de lunes a viernes, República Dominicana es el país con mayor producción de este género, con ocho emisiones al día y una

duración promedio de 60 minutos seguido por Puerto Rico y Chile. En el caso de Bolivia, Brasil, Colombia y Panamá no exhiben este género.

SERIE: Posee 8,05%, Colombia mantiene gran porcentaje de este género, con seis series y una duración de 60 minutos cada una, seguido por Brasil que tiene un promedio de 10 series pero la duración es corta.

INFANTIL: Conserva 6,96%, Ecuador mantiene gran porcentaje de este género con tres programas infantiles al día y una duración de 90 minutos. La mayoría de países de Iberoamérica no transmiten este género.

TELENOVELA: Tiene 5,16% de este género de los cuales la mayoría pertenece a Chile, con cuatro telenovelas diarias y duración de 60 minutos. Cuba también ocupa las telenovelas como medio de aceptación para generar rating.

EDUCATIVO: Es uno de los géneros menos exhibidos con 4,57%, Perú ocupa en mayor parte este género alrededor de dos programas educativos cada uno de 60 minutos, México y Ecuador muestran un gran porcentaje de este tipo de programación.

DEPORTES: Ocupa el noveno lugar con 4,46%, Nicaragua realiza más transmisiones de este género, aunque el contenido en ocasiones se repite de lunes a viernes cuenta en las parrilla de programación analizada.

GASTRONÓMICO: Se posiciona en el décimo lugar con 3,05%. Argentina tiene la mayor programación de este género, con un programa pero con duración de dos horas, seguido de Bolivia con un programa de una hora de exhibición.

MUSICAL: Ocupa el onceavo puesto en las parrillas de programación, Argentina nuevamente lidera este género, con un programa de dos horas de duración, le sigue Panamá y Puerto Rico con un programa pero la transmisión del mismo es de 30 minutos.

LARGOMETRAJE: Mantiene 1,41% que proviene de Colombia el único país con emisiones de este género, tres al día y una duración de 90 minutos cada largometraje.

LOTERÍA: Con 0,29% ocupa el décimo tercer lugar, Nicaragua y Paraguay emiten este género, con una duración de 10 a 20 minutos al día.

RELIGIOSO: Este género mantiene el último lugar, Costa Rica es el mayor exponente en este género con dos programas diarios.

4.4. Análisis del tipo de programación general de canales públicos de Iberoamérica de fin de semana

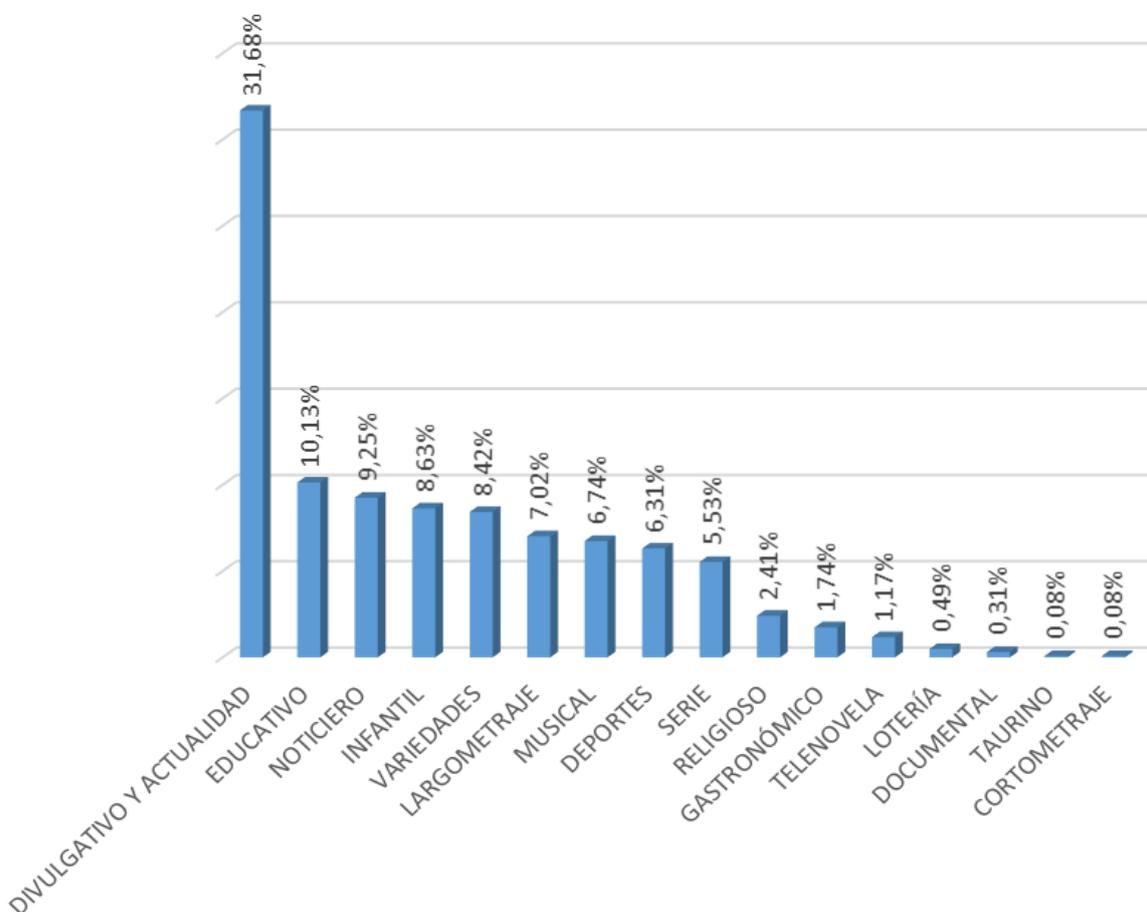


Gráfico 4. Tipo de programación de fin de semana de los canales públicos en Iberoamérica
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

DIVULGATIVO Y ACTUALIDAD: El primer lugar lo ocupa este género con 31,68%, Panamá es el país con más producción de este tipo, con 22 emisiones y la duración oscila de 20 a 60 minutos, le sigue Uruguay y El Salvador con 930 minutos de transmisiones. Portugal tiene la menor producción con 150 minutos.

EDUCATIVO: Este género que se ha mantenido en porcentaje bajo en los medios privados, ocupa el segundo lugar con 10,13% en la producción en fin de semana de los canales públicos, Ecuador tiene la mayor producción de programas educativos, alrededor de 660 minutos son expuestos en la televisión nacional. Chile tiene 15 minutos de programación y España y Portugal no transmiten esta programación.

NOTICIERO: Mantienen el tercer puesto con 9,25% en los canales públicos entre sábado y domingo. Los países ibéricos España y Portugal generan gran contenido informativo alrededor

de 4 noticieros con una duración de 60 minutos cada uno. Colombia, Panamá, Puerto Rico y Venezuela dejan su parrilla de programación sin espacio noticioso en fin de semana.

INFANTIL: Este tipo de programas ocupan el cuarto lugar con 8,63%, Uruguay con 4 emisiones en fin de semana se colocan en el primer puesto, seguido de Cuba con 4 transmisiones pero con menor duración cada uno. Bolivia, España y Perú optan por no exhibir este contenido.

VARIEDADES: Con 8,42% este tipo de programas se posicionan en quinto lugar, de los países con mayor transmisión está Portugal y Venezuela, alrededor de 5 programas se emiten en fin de semana, los países en los cuales no existe este género de producción está: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, El Salvador y Nicaragua.

LARGOMETRAJE: Posee 7,02%, España tienen mayor exhibición de películas en fin de semana, con 6 largometrajes entre sábado y domingo, sigue Colombia con 4 películas que tienen una duración total de 420 minutos.

MUSICAL: Obtiene 6,74%, Perú exhibe alrededor de 420 minutos en fin de semana, seguido Puerto Rico con 390, la programación de este tipo de género es escasa.

DEPORTES: Mantiene 6,31%, Brasil goza de 400 minutos de exhibición, continúa Costa Rica con 360 minutos, los países que no transmiten este género se encuentra Colombia, Cuba, El Salvador, España, México, Panamá y Puerto Rico.

SERIE: Ocupa 5,53% de la parrilla de programación, un porcentaje bajo en comparación a la transmisión de series en los canales privados. Colombia exhibe 360 minutos en fin de semana un total de 8 series. En los canales que se emite este género la duración es corta entre 60 a 90 minutos durante sábado y domingo.

RELIGIOSO: Posee 2,41%, Brasil, Costa Rica y República Dominicana son los países en donde los medios públicos tienen mayor emisión 120 minutos cada canal.

GASTRONÓMICO: Ocupa el décimo primer puesto con 1,74%, Argentina exhibe 150 minutos de esta programación, seguido de Venezuela con 90 minutos, Venezuela, Puerto Rico, Bolivia y Paraguay mantienen 60 minutos de esta programación.

TELENOVELA: Posee 1,17%, tres países emiten este género, Chile, Venezuela y Colombia, siendo Colombia el que genera mayor contenido de este tipo de programas con 180 minutos de exhibición.

LOTERÍA: El décimo tercer puesto este de esta programación 0,49%, Costa Rica exhibe 105 minutos, República Dominicana, Paraguay y Portugal también mantienen programas de lotería aunque su duración es corta fluctúa entre 20 a 40 minutos.

DOCUMENTAL: Conserva 0,31%, solo Argentina registra programación de este género con 120 minutos de transmisión.

TAURINO Y CORTOMETRAJE: Ocupan el mismo espacio, 0,08% que este tipo de programación se producen en Costa Rica, con 30 minutos cada programa.

4.5. Análisis del tipo de producción por país de los canales privados y públicos

A continuación analizaremos el contenido de los canales privados y públicos de lunes a viernes y los fines de semana.

4.5.1. Análisis del canal privado y público de Argentina

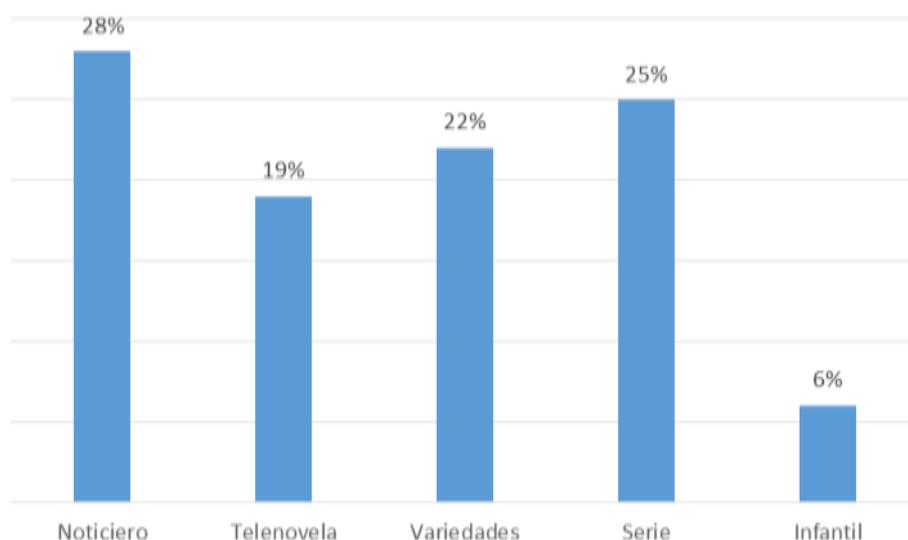


Gráfico 5. Programación de lunes a viernes del canal privado Telefe (Argentina)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En el caso de Argentina hemos tomado como referencia el canal Telefe, la mayoría de programas exhibidos son noticieros con el 28% en la parrilla de lunes a viernes, con un total de 3 programas y una duración de 270 minutos al día, con 25% se encuentra el género de series con 2 producciones diarias y una duración de 240 minutos en total.

Con 22% se encuentra el género variedades; existen dos programas de los cuales el primero tiene una duración de 180 minutos y el segundo 30 minutos. El primero se emite de 10:00 a 13:00 y el segundo una hora después 14:00 a 14:30.

Las telenovelas ocupan 19%, existen tres producciones, la primera es internacional proveniente de Turquía y se transmite a las 14:30 a 16:00, la segunda es nacional “Graduados” que se emite a las 19:00 a 20:00 y la última también nacional “Educando a Nina” con una duración de 60 minutos. Por último el género infantil ocupa 6% con una sola producción exhibida de 06:00 a 07:00

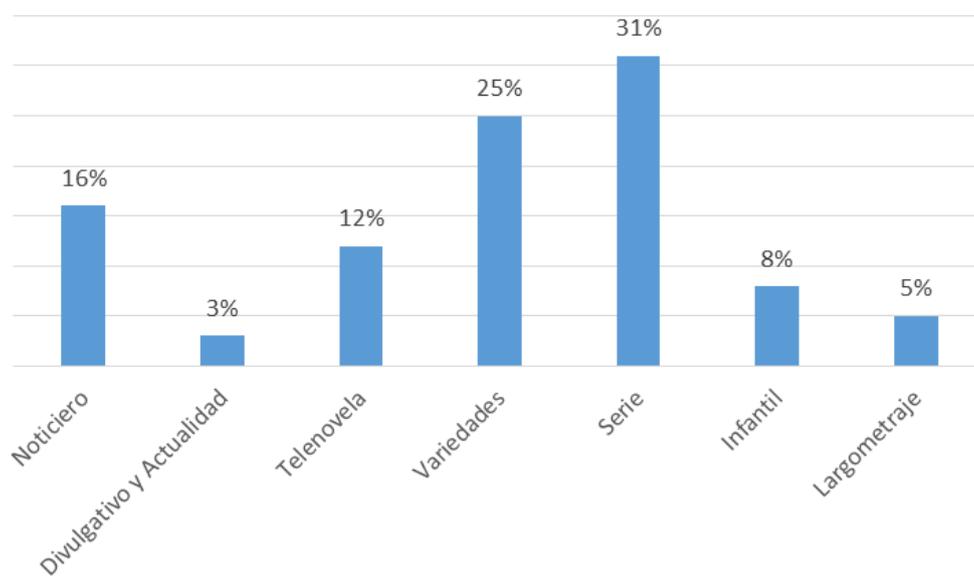


Gráfico 6. Tipo de programación de fin de semana Telefe- Argentina
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Telefe, ofrece en fin de semana 31% de series con dos series que se emiten en sábado. El 25% lo ocupan los programas de variedades con 480 minutos de transmisión con dos programas nacionales emitidos en domingo. El 16% lo tiene el género informativo con dos en fin de semana aproximadamente 300 minutos de proyección.

El 12% lo tiene el género de telenovelas con un resumen de la telenovela “Educando a Nina” que se transmite los domingos de 16:00 a 20:00. En el quinto puesto se ubica el género infantil con 150 minutos al aire. Los largometrajes tienen 5% de proyección con una película en la tarde del sábado. Y finalmente el 3% lo obtienen el género divulgativo con un programa de 60 minutos de duración.

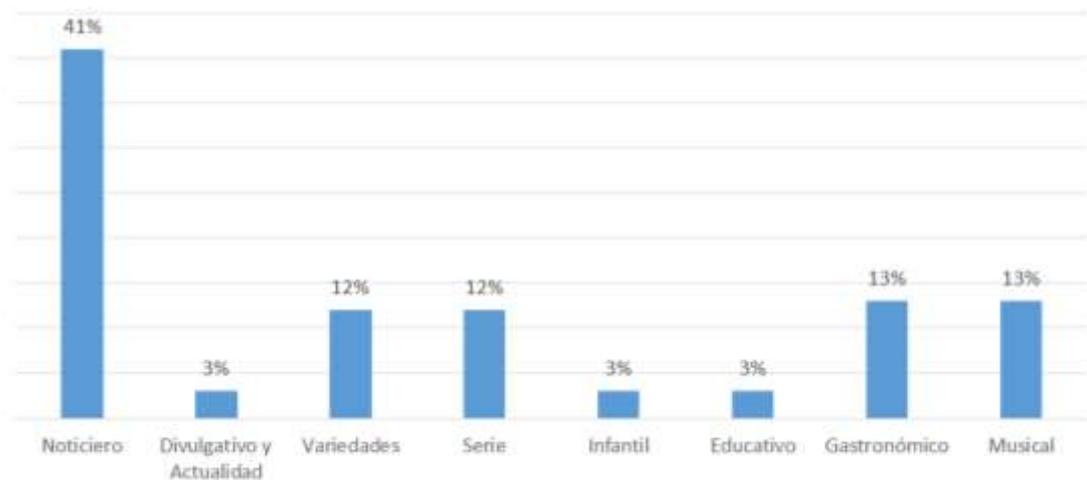


Gráfico 7. Tipo de programación de Lunes a Viernes TV Pública- Argentina
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

TV Pública de Argentina muestra en su parrilla de programación 41% de contenido informativo, de lunes a viernes se emiten alrededor de 4 noticieros de producción nacional, con una duración aproximada de 390 minutos al día. En segundo lugar se encuentra el género gastronómico con 13% de emisión asimismo se encuentran los programas musicales.

Las series y el género de variedades se ubican en tercer lugar con 120 minutos al día, de estos programas todos son de origen nacional.

Los programas divulgativos, infantiles y educativos obtienen 3% en el análisis cada uno de estos tienen una duración diaria de 30 minutos también se evidenció que las producciones son nacionales.

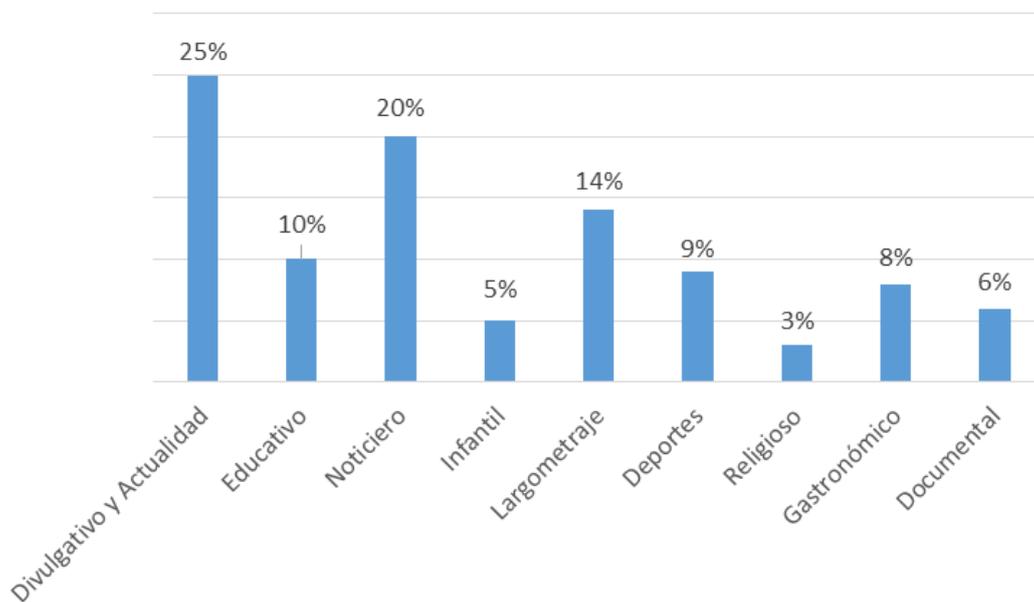


Gráfico 8. Tipo de programación de fin de semana Televisión Pública- Argentina
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En el gráfico se observa que el género divulgativo lidera la programación con 25% equivalente a 480 minutos de emisión, en segundo lugar está el género de noticias con 20% toda la programación es nacional.

Con 14% se encuentran los largometrajes con dos producciones una nacional y otra internacional y una duración de 270 minutos al aire. El 10% lo ocupa el género educativo con 280 minutos de transmisión, porcentaje que se da con 4 programas nacionales.

La programación deportiva tiene 9% con una realización propia y una duración de 180 minutos, el 8% corresponde al género gastronómico que en domingo se evidencia 150 minutos de transmisión. El género documental registra dos programas con un total de 180 minutos lo que otorga 6% en la parrilla.

El género infantil mantiene 5% y el programa religioso con 3% de contenido en la parrilla de programación de la televisión pública de Argentina.

4.5.2. Análisis del canal privado y público de Bolivia

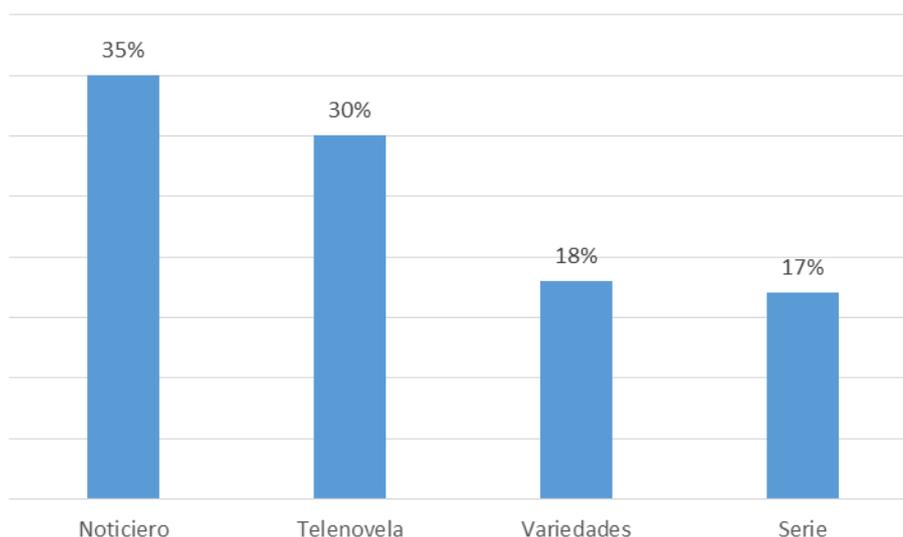


Gráfico 9. Programación de lunes a viernes del canal privado Unitel (Bolivia)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En el caso de Bolivia se ha seleccionado el canal Unitel, como se puede observar en la parrilla de programación existen 4 tipo de géneros, con 35% los noticieros ocupan el primer lugar con 3 producciones de este tipo y todas de carácter nacional, la duración es de 331 minutos diarios. Las telenovelas con 30% se ubican en segundo lugar con 5 producciones, provenientes de Estados Unidos, Perú, Turquía y México. Los programas de variedades se ubican en tercer lugar, tienen dos programas al aire “La Batidora” y “Calle 7” este último es una franquicia de Chile, pero que goza de gran acogida.

Las series se ubican en último lugar con “Los Simpson” que posee el 17%, mantienen dos emisiones la primera de 12:00 a 12:45 y la segunda de 16:00 a 18:00

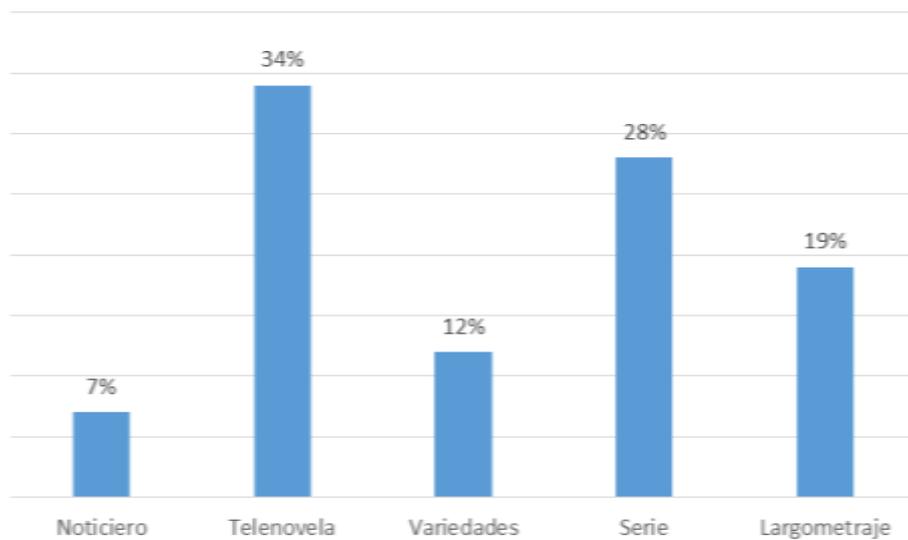


Gráfico 10. Tipo de programación de fin de semana Unitel- Bolivia
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

El género que domina en Unitel los fines de semana, son las telenovelas con 34% con dos novelas en sábado y domingo; una transmisión de 650 minutos. El segundo lugar lo ocupan las series con 28% con seis programas internacionales. El 19% lo mantiene el género de largometrajes se exhiben alrededor de tres películas en domingo. Los programas de variedades tienen el 12% es decir 240 minutos de proyección.

Finalmente están los noticieros con dos producciones nacionales es decir el 7% en la parrilla de programación.

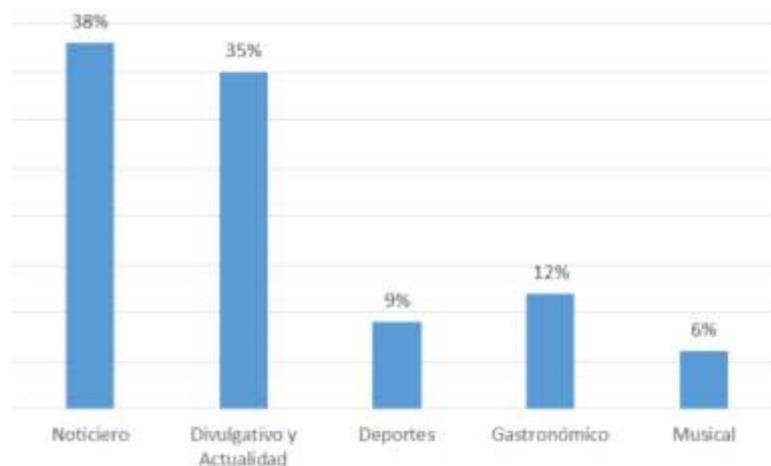


Gráfico 11. Tipo de programación de Lunes a Viernes Bolivia TV- Bolivia

Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016

Elaboración: Propia

La programación de Bolivia Tv en su totalidad es producción nacional, posee 38% de noticieros con transmisiones diarias de 360 minutos, seguido de los programas de divulgación con 35% con aproximadamente 11 creaciones. Las realizaciones gastronómicas tienen 12%, en el día se emite un programa “La Justa” que se exhibe 115 minutos.

El género deportivo se encuentra con 9% de producción con 2 emisiones diarias de “CD7” que aproximadamente duran 90 minutos.

En último lugar se ubica el género musical con “AXESSO” que se transmite por 55 minutos.

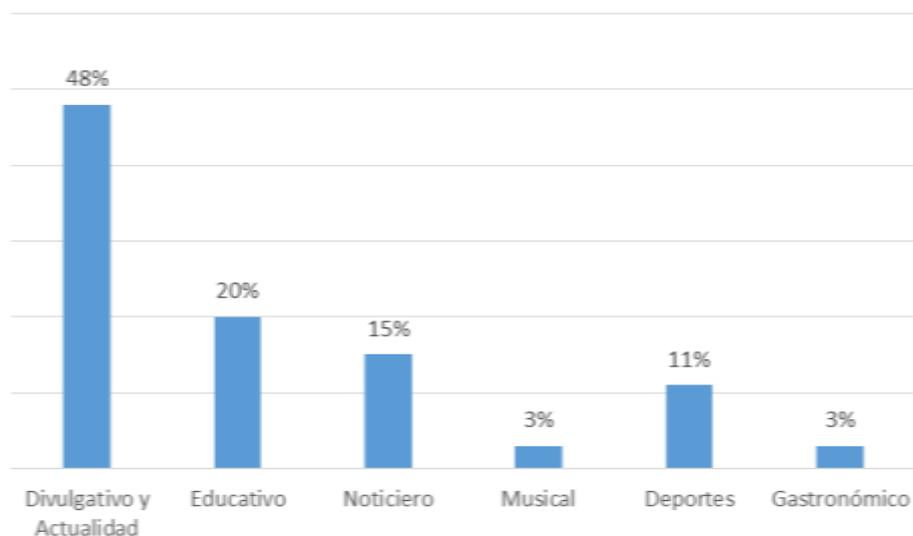


Gráfico 12. Tipo de programación de fin de semana Bolivia TV- Bolivia
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el caso de Bolivia TV los fines se puede constatar que el 100% de producción es nacional en el cual los programas divulgativos aumenta a 48% este género tiene 15 programas con una duración de 930 minutos.

Las realizaciones de contenido educativo poseen 20% con 385 minutos en fin de semana; su exhibición por lo general es la mañana a partir de las 09:00. Los noticieros se encuentran en tercer lugar con 15% con 5 programas al aire.

El género deportivo tiene 11% de producción con 6 emisiones en fin de semana estas suman un total de 210 minutos. En último lugar están las creaciones musicales y gastronómicas, estos géneros cuentan con un programa que se emite los sábados y su duración es de 60 minutos.

4.5.3. Análisis del canal privado y público de Brasil

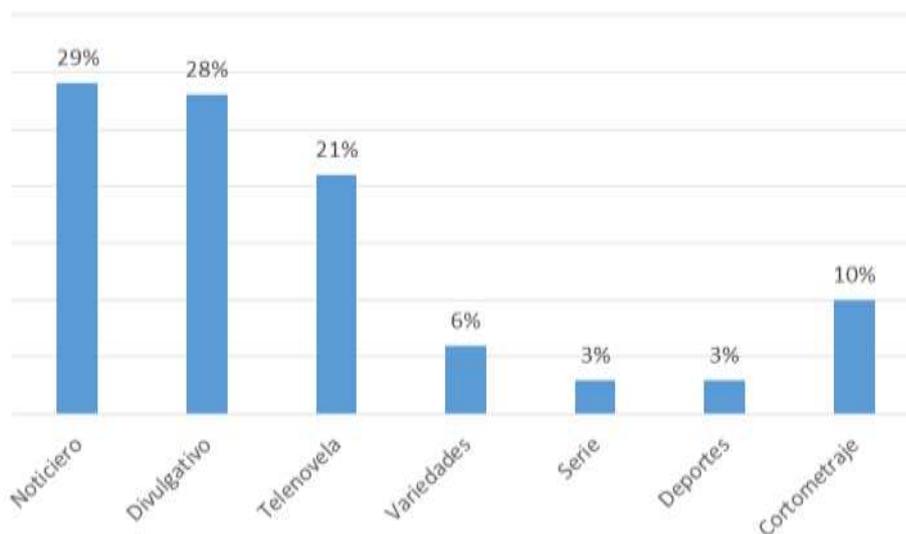


Gráfico 13. Programación de lunes a viernes del canal privado Globo (Brasil)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El canal con mayor rating en Brasil es Globo, lo importante en este análisis es que todas las producciones de esta cadena televisiva son de carácter nacional, los noticieros se ubican en primer lugar con 29% en su parrilla de programación, con 5 producciones y 282 minutos diarios. Los programas de divulgación ocupan el segundo lugar con 28% tienen 4 creaciones de este género que suman 264 minutos de exhibición diaria.

El género telenovelas ocupan el tercer puesto con 21%, tienen 4 realizaciones que se emiten a partir de las 16:00, y tienen una duración total de 197 minutos. Brasil es el único país que emite cortometrajes que equivalen al 10% de su programación y 93 en minutos.

Existe un programa de variedades "Video Show" que se emite de 14:09 a 15:09, para finalizar con 3% se ubican las series y deportes que mantienen un programa en la parrilla de programación.

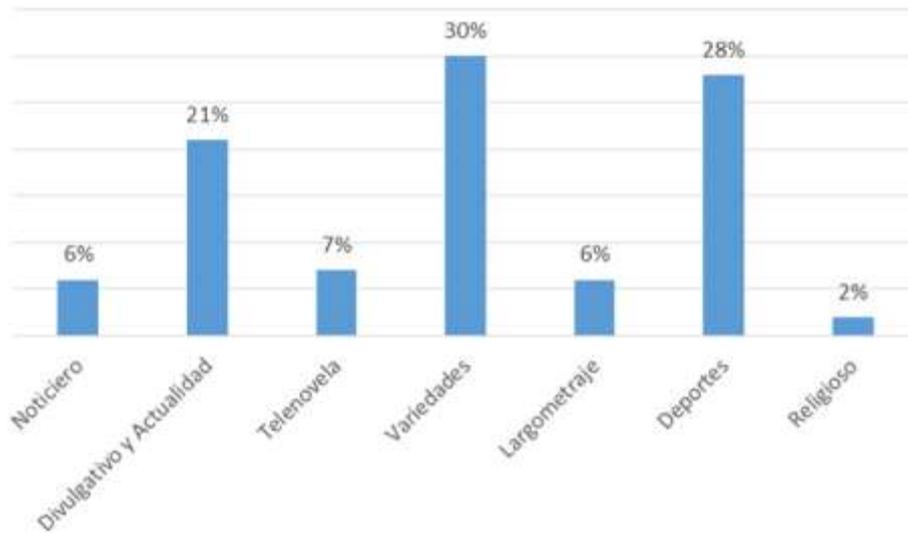


Gráfico 14. Tipo de programación de fin de semana Globo- Brasil
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Globo los fines de semana opta por emitir 30% de programas de variedades con cinco programas de creación propia, en segundo lugar está el género deportivo con 28% en la parrilla de programación, tienen alrededor de cinco programas de este tipo.

Los programas divulgativos también forman parte de la programación con 21% lo que equivale a 391 minutos al aire. Los sábados se emiten dos telenovelas nacionales, lo que permite a este género obtener el 7% de contenido. Los noticieros y largometrajes obtienen el 6% cada uno con un total aproximado de 115 minutos. Finalmente los programas religiosos mantienen el 2% de programación con una emisión dominical de “Santa Missa”

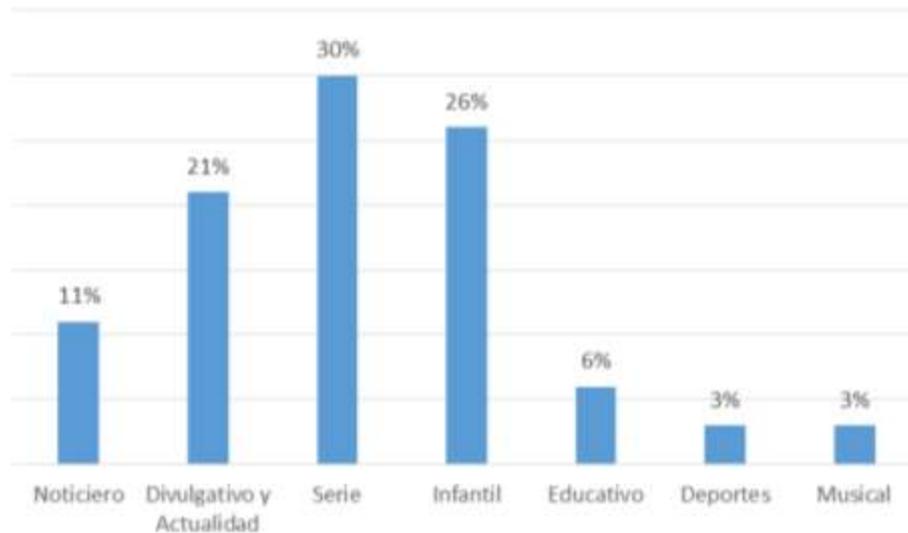


Gráfico 15. Tipo de programación de Lunes a Viernes Tv Brasil- Brasil
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La televisión pública en Brasil de lunes a viernes se encuentra liderada por 30% series, con un total de 12 programas en su mayoría producción nacional. La programación infantil se ubica en segundo lugar (26%) con 30 realizaciones se debe señalar que estas son de corta duración aproximadamente de 5 a 15 minutos.

El género divulgativo posee 21% de creación netamente nacional. Los noticieros tienen 11% de contenido, existen 3 emisiones diarias en la mañana, al mediodía y en la noche.

La programación musical y deportiva obtiene 3% cada género con un programa nacional de 30 minutos de duración.

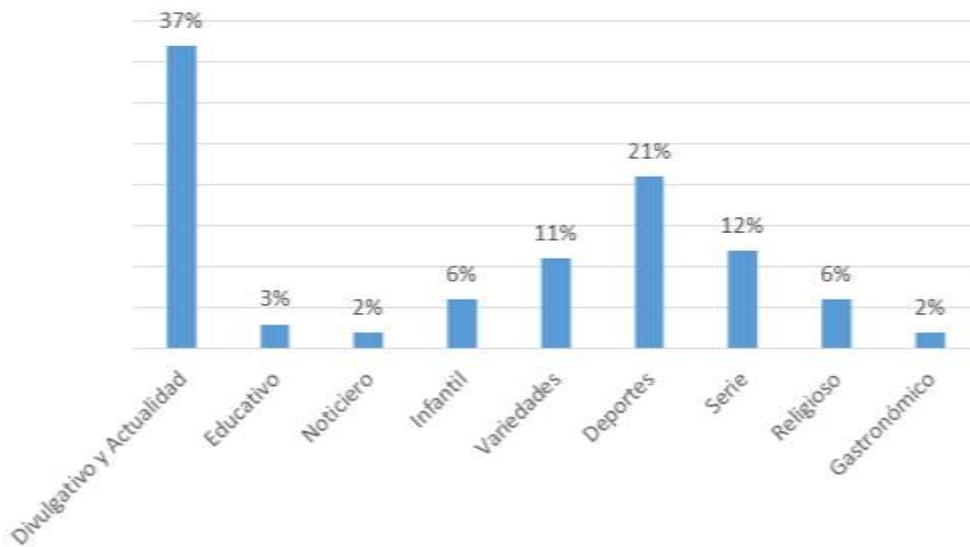


Gráfico 16. Tipo de programación de fin de semana TV Brasil- Brasil
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Como observamos en el gráfico, nuevos géneros se incorporan a la oferta de fin de semana del canal público de Brasil, el 37% se destina a los programas divulgativos con 15 creaciones nacionales y una duración total de este género de 721 minutos. En segundo lugar se ubican los deportes (21%) todas las creaciones de producción propia.

Las series tienen una exhibición los fines de semana de 233 minutos es decir el 12% de la parrilla de programación. Con 11% se encuentran los programas concursos o variedades con un programa los sábados y dos los días domingo.

Los programas religiosos se emiten solo los domingos y la producción infantil los sábados con una duración de 120 minutos cada género. Las realizaciones educativas se proyectan 30 minutos en sábado y el mismo tiempo los domingos lo que equivale al 3% de exposición en señal abierta.

Finalmente 2% lo obtienen los noticieros y las transmisiones gastronómicas con una producción por género la misma que dura 30 minutos.

4.5.4. Análisis del canal privado y público de Chile

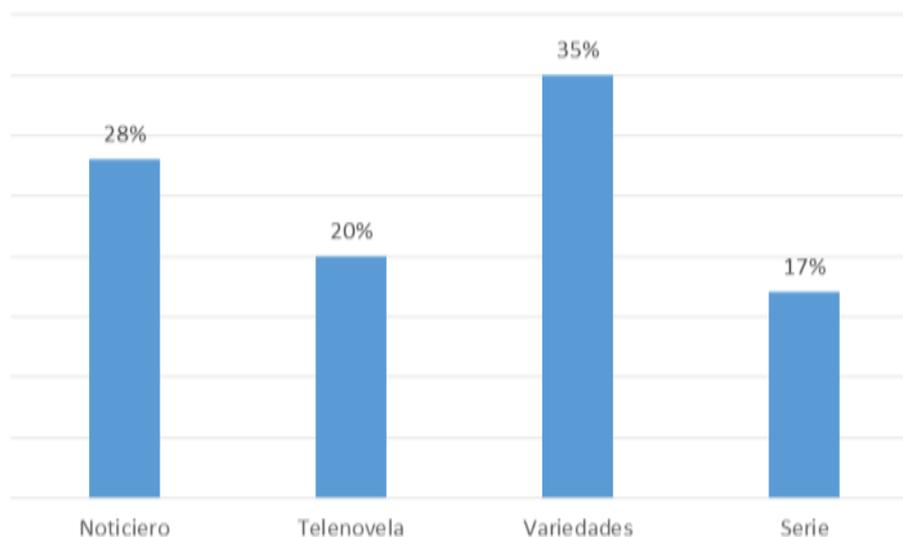


Gráfico 17. Tipo de programación de Lunes a Viernes Mega- Chile
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

La Mega es el canal que se ha elegido como muestra para el análisis y como se puede observar los programas de variedades ocupan 35% en la parrilla de programación aunque son dos programas pero tienen larga duración, el primero “Me levanto con Mega” tiene 30 minutos de exhibición y “Mucho Gusto” tiene alrededor de 300 minutos de emisión. El segundo lugar lo ocupan los noticieros, con 28% de proyección, tiene 3 producciones de este género que corresponde a 270 minutos de transmisión.

El tercer puesto lo ocupa el género telenovelas con 20%, existen 3 producciones de las cuales “Te doy la vida” y “Ámbar” son de creación nacional, mientras “Teresa” es importación mexicana.

Para finalizar las series se mantienen en el último lugar, se emiten 3 series de las cuales todas son importadas de Turquía, con 165 minutos al aire.

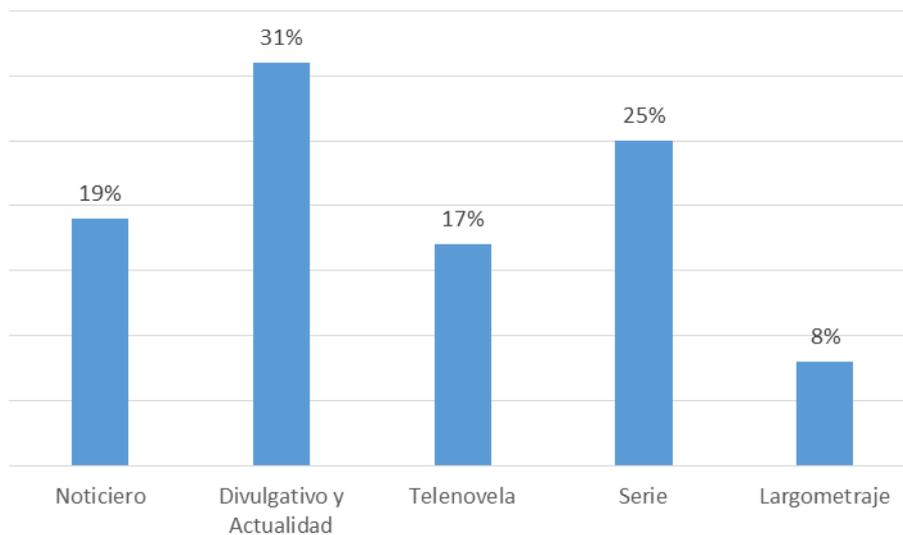


Gráfico 18. Tipo de programación de fin de semana Mega- Chile
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Mega el canal líder en Chile, los fines de semana propone al televidente 31% de programación divulgativa, tiene 600 minutos al aire con cuatro producciones nacionales. Las series se ubican en segundo lugar, tienen dos programas uno internacional “El Chavo del 8” y el segundo de producción nacional “Casado con hijos”. El tercer puesto lo tienen los noticieros con 19% de exhibición con cinco programas en fin de semana. Las telenovelas obtienen 17% con dos producciones originales de Chile. En último lugar los largometrajes ocupan 8% de la cuota de programación se emite una película que por lo general es importada.

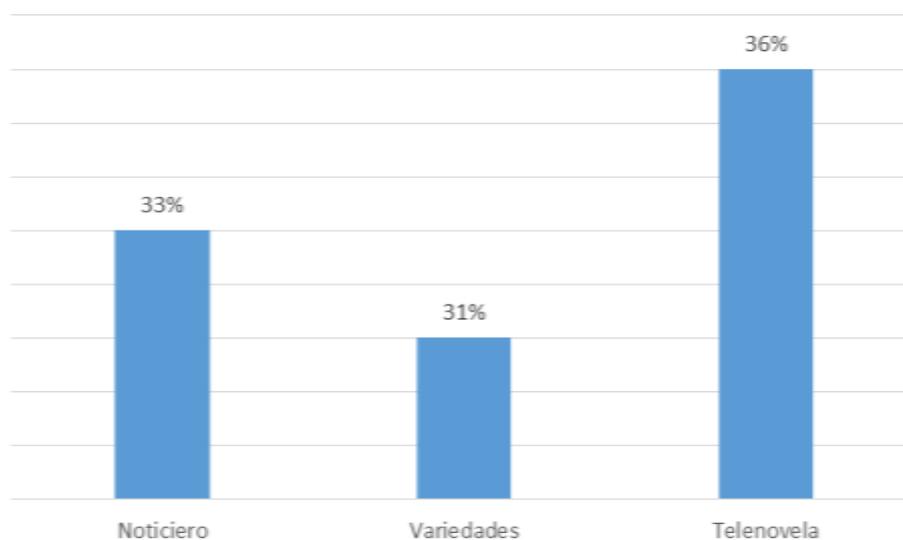


Gráfico 19. Tipo de programación de Lunes a Viernes TVN- Chile
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

El canal TVN de Chile, muestra solo tres géneros en la programación de lunes a viernes, siendo las telenovelas quien lidere la parrilla de contenidos con 36% con una producción nacional y dos importadas se emiten alrededor de 345 minutos diarios.

El género de noticias ocupa el segundo lugar (33%) la realización es en su totalidad de origen nacional. En último lugar se encuentra los programas de variedades con 31% con dos producciones diarias en total 315 minutos de exposición diaria.

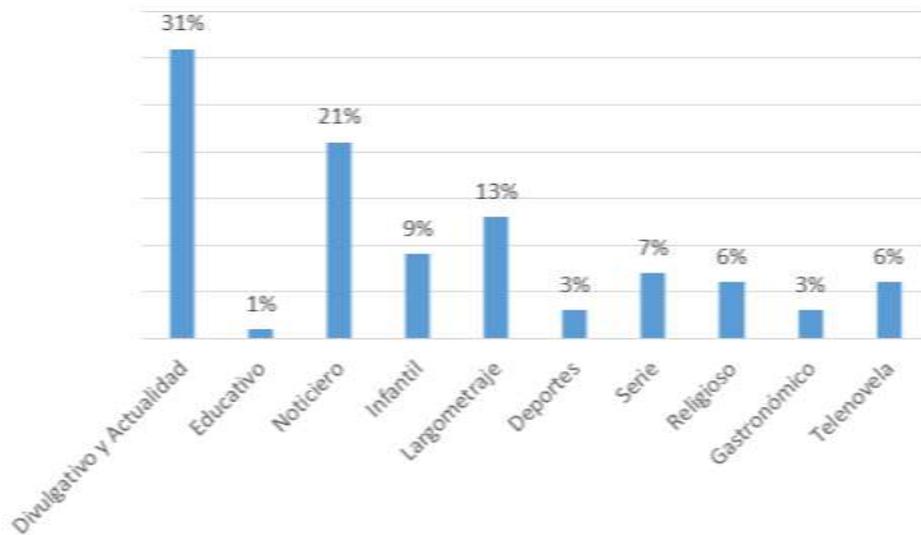


Gráfico 20. Tipo de programación de fin de semana TVN- Chile
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

A diferencia de la programación de lunes a viernes, los fines de semana se evidencian mayor contenido, 31% es ocupado por programas divulgativos con 6 creaciones nacionales la mayoría se emiten en domingo.

Los noticieros se ubican en segundo lugar (21%) con siete transmisiones entre sábado y domingo. Los largometrajes poseen 13% de creaciones importadas, solo los días sábados exhiben estas realizaciones.

El 9% de género infantil es su totalidad es importado de países como Reino Unido y Argentina. Las series son producciones que ocupan 7%, las telenovelas y programas religiosos obtienen 6% con un promedio de emisión 115 minutos los fines de semana.

Los programas gastronómicos y deportivos se emiten 60 minutos cada género, finalmente el 1% lo ocupa en programa “Hágale usted mismo” contenido educativo que se transmite 15 minutos.

4.5.5. Análisis del canal privado y público de Colombia

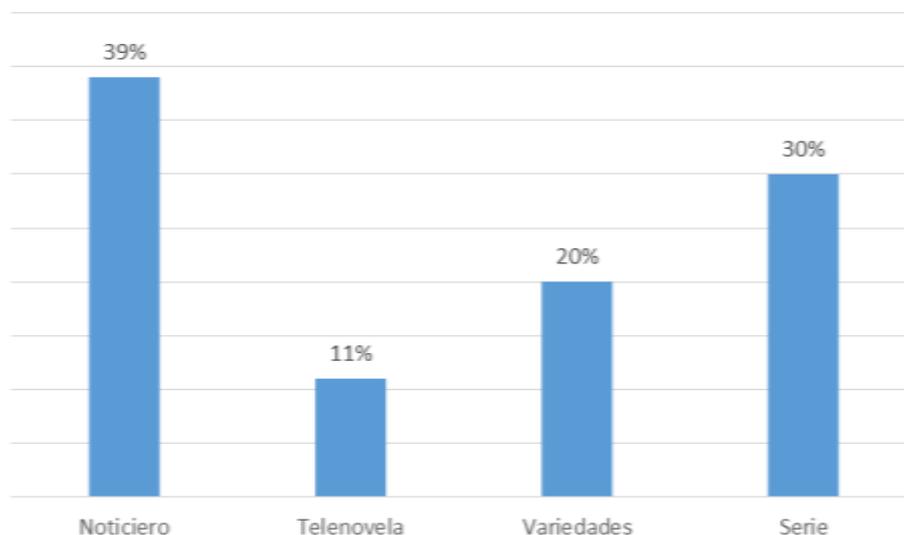


Gráfico 21. Tipo de programación de Lunes a Viernes Caracol- Colombia
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Caracol, fue seleccionado como muestra del canal privado con mayor aceptación en Colombia, en el análisis se evidenció que los noticieros ocupan el 39% en la parrilla de programación, se exhiben 3 producciones de este género, en la mañana, en la tarde y en la noche. Con 30% las series se ubican en segundo lugar, existen 5 creaciones de las cuales “Tu voz estero” y “La Niña” son producciones nacionales y “Elif”, “Kara para Ask” y “El Secreto de Feriha” son importaciones provenientes de Turquía.

En cuarto lugar se ubica el género variedades, tiene un programa en la mañana “Día a Día” que tiene una duración de 135 minutos y “Desafío súper humanos” se exhibe en horario estelar con una duración de 60 minutos.

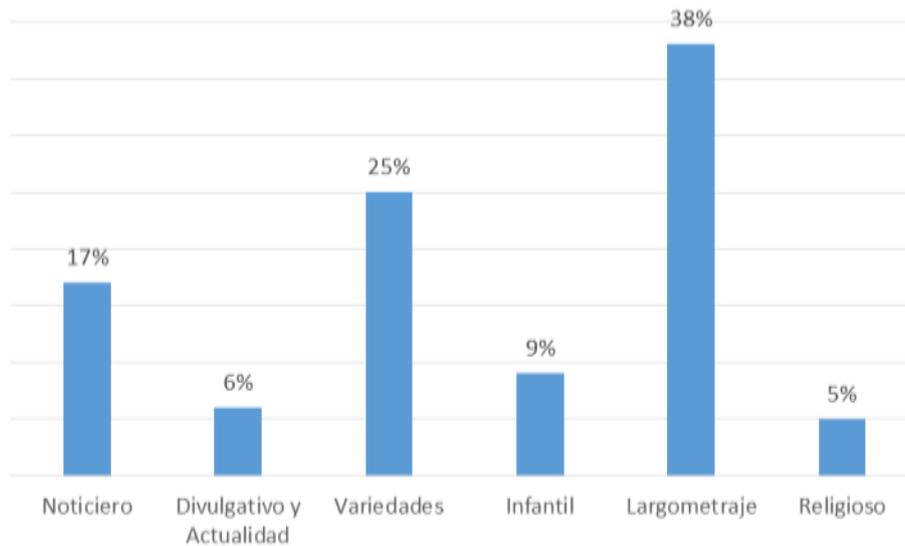


Gráfico 22. Tipo de programación de fin de semana Caracol- Colombia
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Caracol, plantea una parrilla de programación en fin de semana en donde los largometrajes ocupan 38%, se exhiben cinco películas entre sábado y domingo lo que da como aproximado 720 minutos de transmisión. El género de variedades mantiene 25% de programación, cuenta con tres creaciones propias. En tercer puesto están los noticieros (17%) suman el total de 330 minutos de proyección.

El canal colombiano ofrece 9% de programación infantil con cuatro creaciones de origen internacional mientras que el 6% lo obtiene el género divulgativo este tiene dos programas de producción propia. Finalmente existen 90 minutos de un evento religioso que da el 5% a este género.

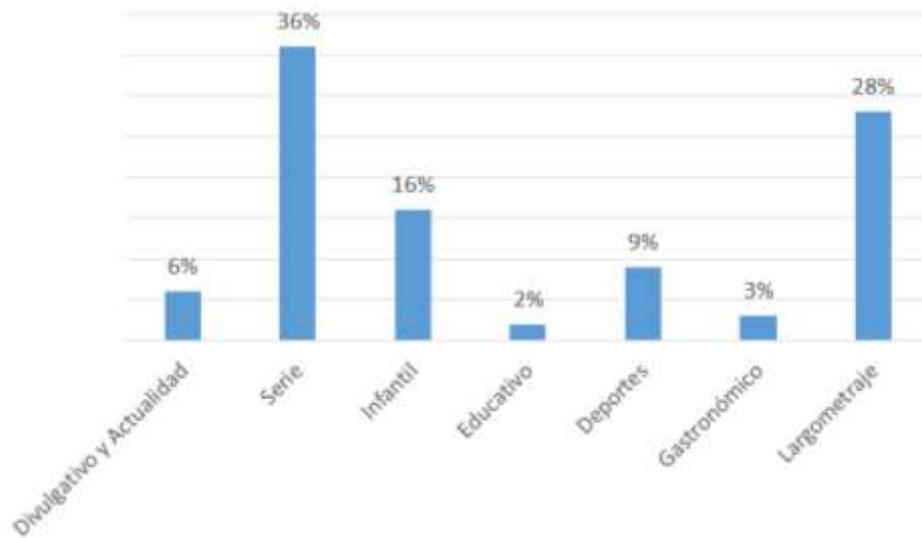


Gráfico 23. Tipo de programación de lunes a viernes Señal Colombia- Colombia
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016

Elaboración: Propia

Señal Colombia posee 36% de series dentro de la parrilla de programación la mayoría de este contenido es nacional, el 28% se destina a los largometrajes con dos películas diarias es decir 270 minutos de transmisión.

El género infantil ocupa 16% lo que equivale a 150 minutos de exhibición diaria estas creaciones son importadas. Los deportes obtienen 9% de programación con dos realizaciones, en cambio 6% es destinado a los programas divulgativos de estos se emiten 60 minutos al día.

La programación gastronómica ocupa 3% el único programa que se evidenció de lunes a viernes es “Asquerosamente Rico” con una duración de 30 minutos. En último lugar está el género educativo con 1% siendo el único programa a “La gran pregunta” emitido de 14:45 a 15:00

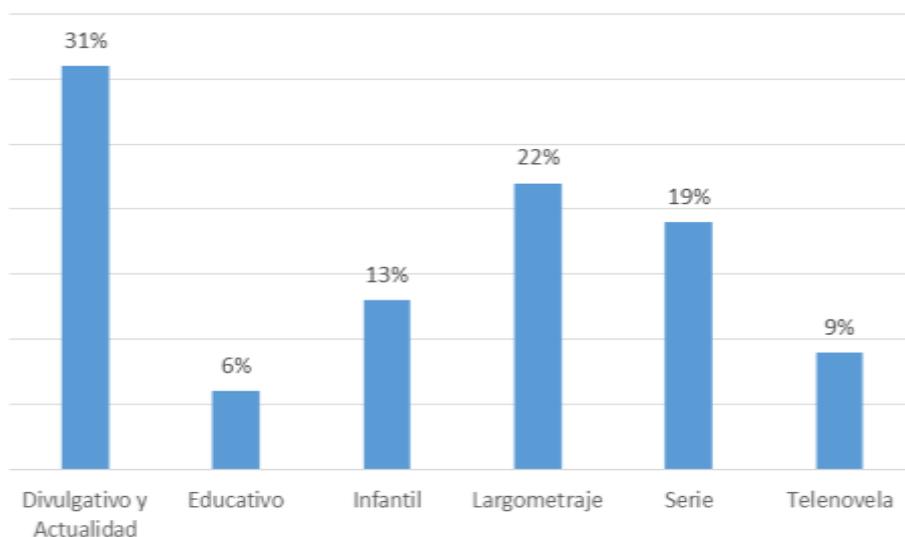


Gráfico 24. Tipo de programación de fin de semana Señal Colombia- Colombia
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En este gráfico se observa que 31% es destinado al género divulgativo con seis programas en gran parte este contenido es nacional. Los largometrajes se ubican en segundo lugar (22%) de estas realizaciones son importadas de México, Argentina y Estados Unidos.

El 19% se destina a series lo que equivale a 360 minutos de transmisión los fines de semana. La programación infantil posee 13% se emiten alrededor de 240 minutos entre sábado y domingo.

Las telenovelas se incorporan a las parrillas de programación con una producción nacional “Música Maestro” que se transmite 180 minutos. Para terminar el 6% corresponde al género educativo con dos programas en sábado y domingo.

4.5.6 Análisis del canal privado y público de Costa Rica

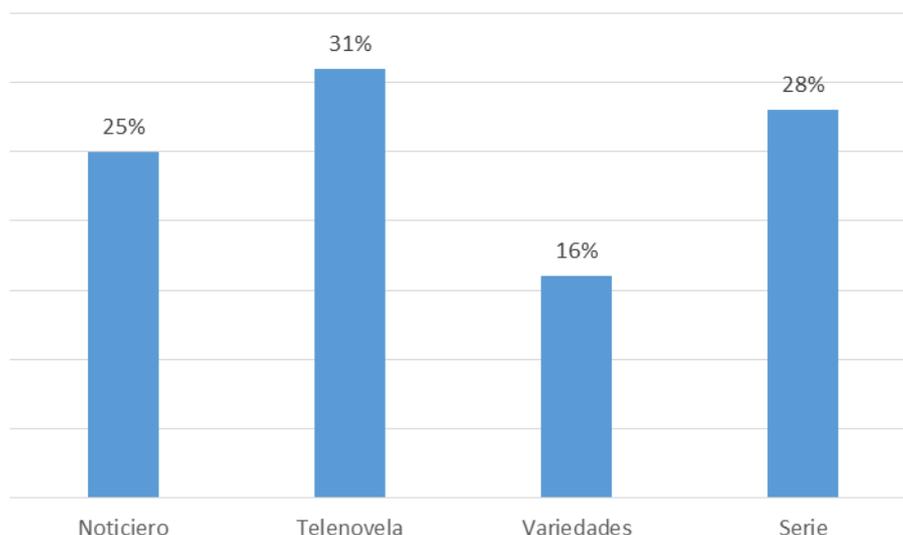


Gráfico 25. Tipo de programación de Lunes a Viernes Canal 6- Costa Rica

Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016

Elaboración: Propia

En Costa Rica Canal 6 es el que mayor audiencia posee, por ello se lo ha elegido como parte del análisis para la parrilla de programación de canales privados; en este caso las telenovelas mantienen 31% de programación de lunes a viernes, es decir un total de 300 minutos de exhibición, cabe indicar que estas producciones son importadas de México y Colombia.

Las series, se encuentran en el segundo puesto con 270 minutos al aire, las producciones de este género son internacionales en su mayoría provienen de México y Turquía. Los noticieros se ubican en tercer puesto con 25%, tienen una emisión en la mañana, en la tarde y en la noche, estas producciones son de tipo nacional y una duración de 240 minutos al día.

El género de variedades se posiciona en último lugar con 16%, el nombre del único programa que mantienen es "Giros" y se transmite de 07:30 a 10:00.

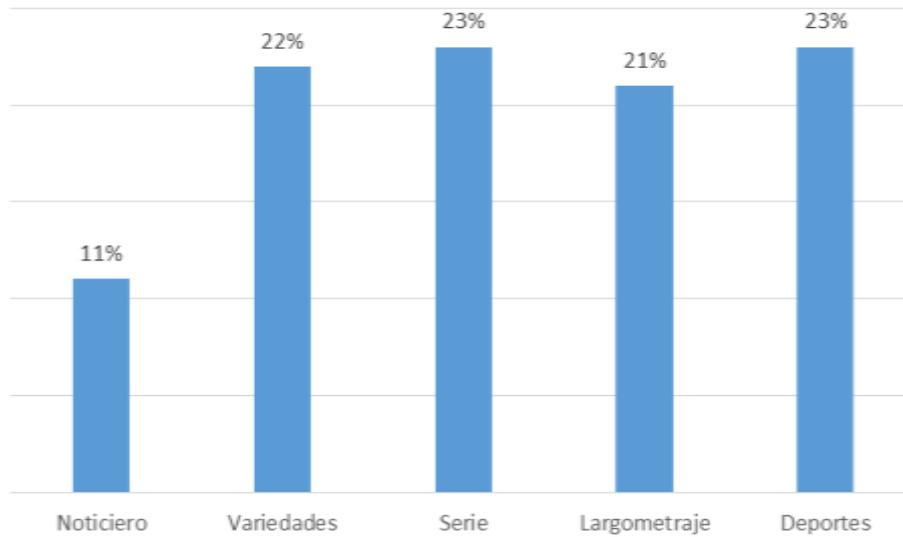


Gráfico 26. Tipo de programación de fin de semana Canal 6- Costa Rica
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Canal 6 entrega a la audiencia de Costa Rica cinco géneros televisivos; en primer lugar están los deportes con 440 minutos de transmisión de origen nacional seguido de cuatro series de creación internacional con un total en fin de semana de 435 minutos. Los programas de variedades tienen 22% en su mayoría importados, lo mismo sucede con los largometrajes emitidos (21%) que provienen de Estados Unidos. En último lugar se encuentra el género informativo con 11% de los cuales 4 programas son internacionales y uno nacional.

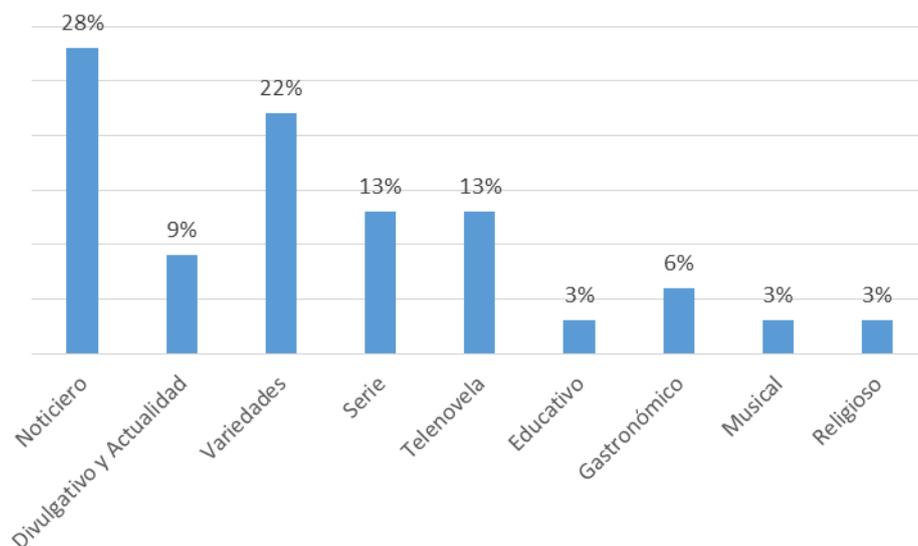


Gráfico 27. Tipo de programación de Lunes a Viernes Canal 13 SINART- Costa Rica
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el gráfico que representa la programación del canal público de Costa Rica se muestra 28% de contenido noticioso con 270 minutos al día y cinco programas. El 22% lo obtiene el género de variedades con 210 minutos de exhibición las creaciones son en su totalidad de tipo nacional.

Las series y la telenovelas mantienen 13% en lo cual se evidenció que se emiten 2 programas de cada género. La programación divulgativa posee 9% lo que equivale a 90 minutos de proyección diaria.

El género gastronómico se encuentra con 6% con un programa que se mite en dos veces al día. Finalmente la producción educativa, musical y religiosa obtiene 3% en cada género y contenido nacional.

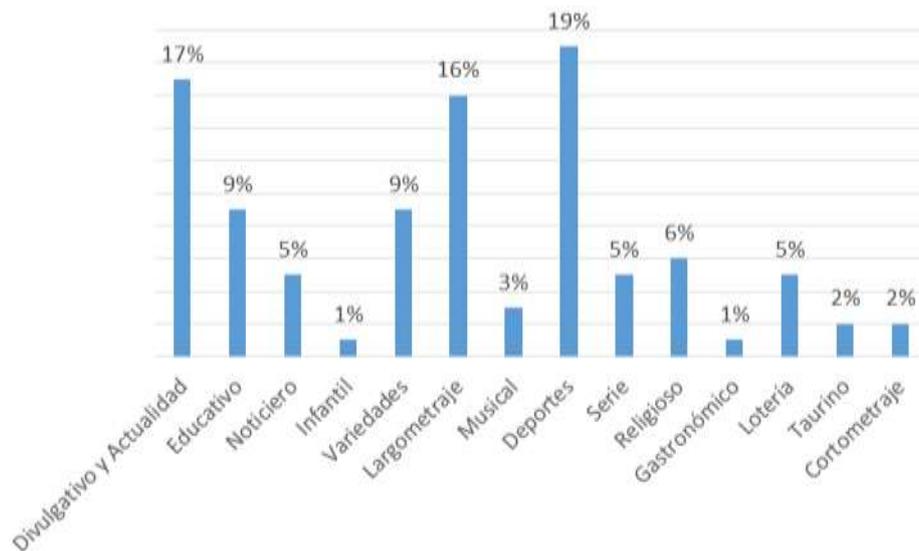


Gráfico 28. Tipo de programación de fin de semana Canal 13 Sinart- Costa Rica
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La programación más variada en fin de semana de los canales públicos es para Costa Rica, como se puede observar cuenta con 14 géneros de exhibición. Los deportes ocupan 19% con esto se estima que 360 minutos son de este tipo de producción. El 17% es para los contenidos divulgativos 330 minutos se emiten en fin de semana.

Los largometrajes ocupan 16% de la parrilla de programación con tres películas importadas. El 9% es para los programas de variedades y educativos. El género religioso ocupa 6% equivalente a 120 minutos de transmisión.

Los programas de lotería ocupan 5% al igual que los noticieros. El género musical posee 3% porcentaje que revela 60 minutos de emisión.

El género taurino y de largometraje obtienen 2% mientras que la programación infantil se ubica en último lugar con 1%.

4.5.7. Análisis del canal público de Cuba

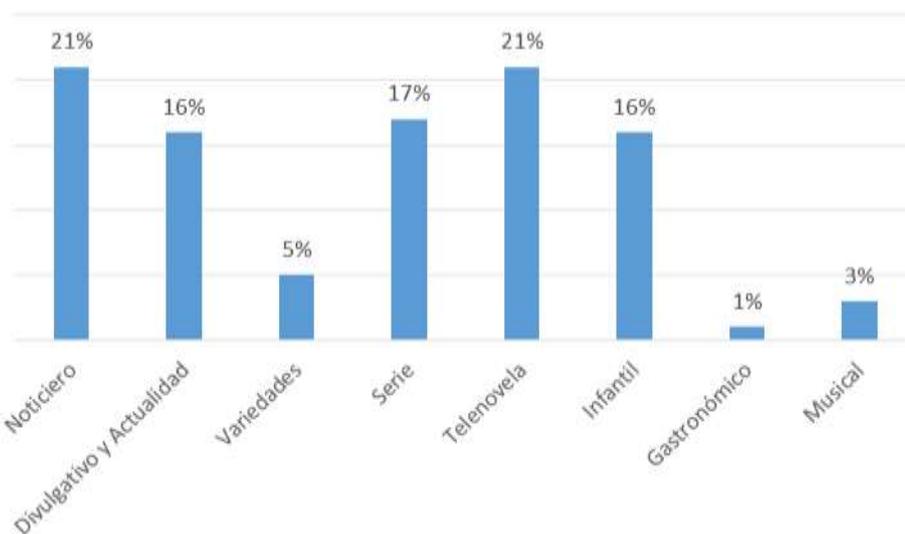


Gráfico 29. Tipo de programación de Lunes a Viernes Cubavisión- Cuba
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Cubavisión es el canal líder en ese país, muestra 21% de programación de noticias y el mismo porcentaje de telenovelas aunque este caso la mayor parte de programas es importado. El 17% se destina series con dos producciones nacionales.

El género divulgativo posee 16% lo que equivale a 153 minutos de programación con ese mismo valor se encuentra el género infantil que en gran parte su contenido es importado.

Los programas de variedades ocupan 5% con una producción “Al Mediodía” que se emite de 12:15 a 13:00. El género musical comprende 3% con 27 minutos de exhibición y el 1% está destinado a la producción gastronómica con 15 minutos de transmisión.

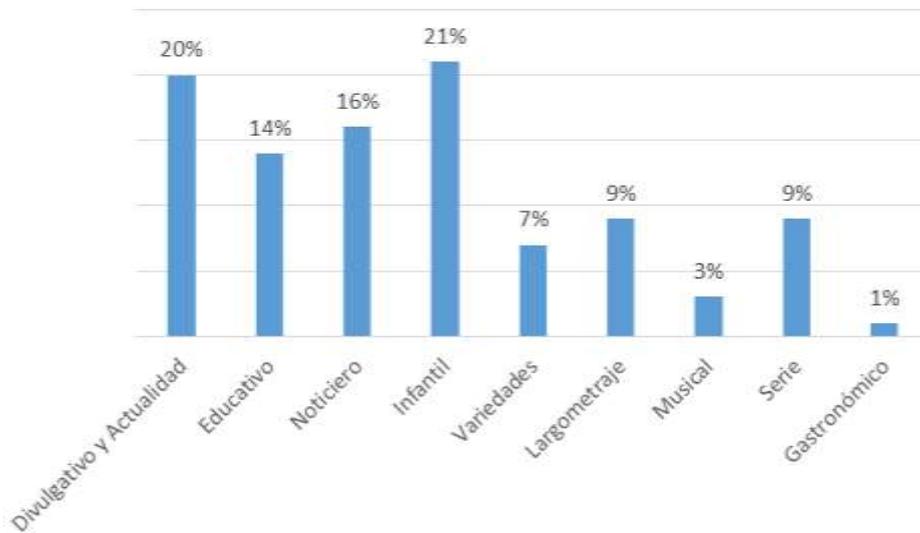


Gráfico 30. Tipo de programación de fin de semana Cubavisión- Cuba
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Los fines de semana en Cubavisión la programación sufre un cambio considerable, el género con mayor exhibición es infantil (21%) con un total de 410 minutos de transmisión, en segundo lugar se encuentra los programas divulgativos con 20% el sábado muestra mayor contenido que el día domingo.

Los noticieros se posicionan en tercer lugar con 16% es decir se emiten alrededor de 298 minutos y la producción es nacional.

El género educativo muestra incremento pues se transmiten 270 minutos los domingos lo que equivale a 14%. El 9% lo mantienen las series que se proyectan solo en domingo y largometrajes con el mismo porcentaje pero a este género solo se lo registran los días sábados.

La producción musical obtiene 3% con un programa de 60 minutos de duración. El género gastronómico muestra 1% con una emisión de 15 minutos.

4.5.8. Análisis del canal privado y público de Ecuador

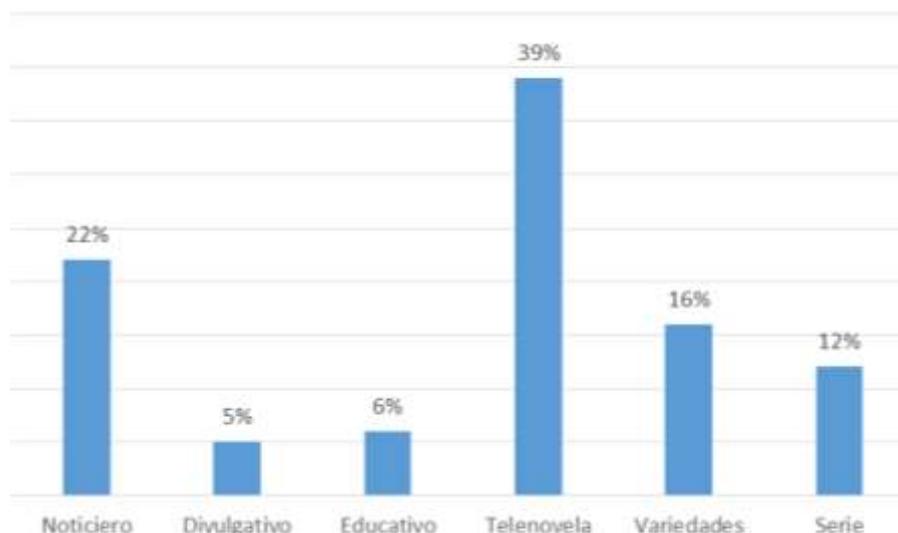


Gráfico 31. Tipo de programación de Lunes a Viernes Ecuavisa- Ecuador
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Ecuavisa es el canal con mayor rating en Ecuador en el análisis se puede observar que las telenovelas lideran en la parrilla de programación con 39%, existen 5 producciones de las cuales, 4 son importaciones de México, Venezuela, Perú y Colombia y solo una con el título de “Tres Familias” es de producción nacional. Los noticieros ocupan 22%, se emite dos producciones en la mañana, una en la tarde y otra en la noche lo que equivale a un total de 210 minutos.

A pesar de que existe una sola producción de este tipo el género variedades ocupa el tercer puesto con 16% “En Contacto” es un programa matinal que se emite de 10:00 a 13:00. El 12% lo ocupan las series se transmiten dos producciones la primera “Dragon Ball” proveniente de Japón y la segunda “El Combo Amarillo” que es de carácter nacional y tiene duración de 60 minutos.

El género educativo tiene su espacio en la parrilla con 6% de programación con dos programas al aire que son facilitados por el Ministerio de Educación por lo general su emisión se realiza en cadena nacional en la mañana y tarde. Para finalizar el 5% lo ocupa el género divulgativo con el programa “Contacto Directo” su duración es de 45 minutos

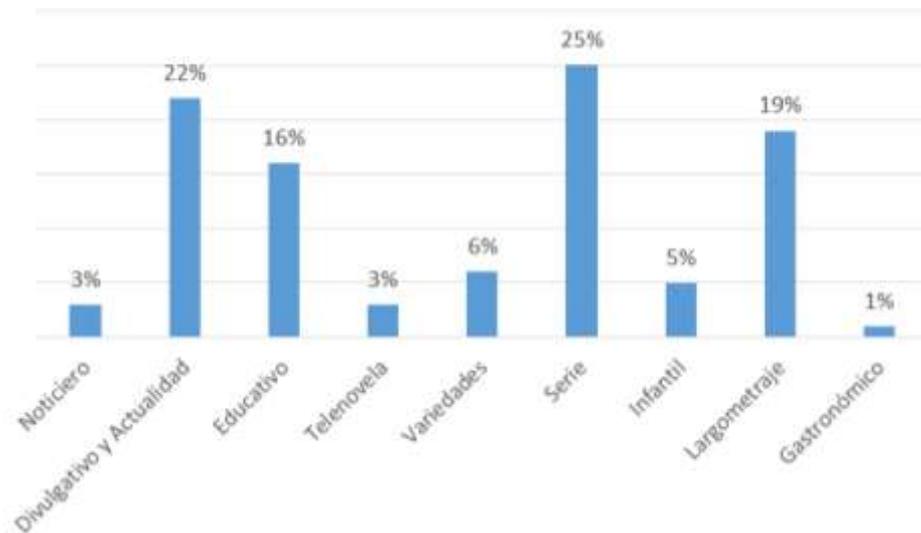


Gráfico 32. Tipo de programación de fin de semana Ecuavisa- Ecuador
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Ecuavisa tiene gran variedad de producción como las series que ocupan 25% de la parrilla de programación en fin de semana existen cuatro programas de los cuales dos son importados y dos nacionales. En segundo lugar están los programas divulgativos con 22% que de ellos en su totalidad son creación nacional. Los largometrajes se ubican en tercer lugar con 19% de este género se proyectan tres películas.

En fin de semana los programas educativos tienen 16% de emisión con tres producciones nacionales, el género de variedades cuenta con un programa que es de realización nacional por ello obtiene el 6%.

La producción infantil tiene 5% mientras que los noticieros y las telenovelas 3%

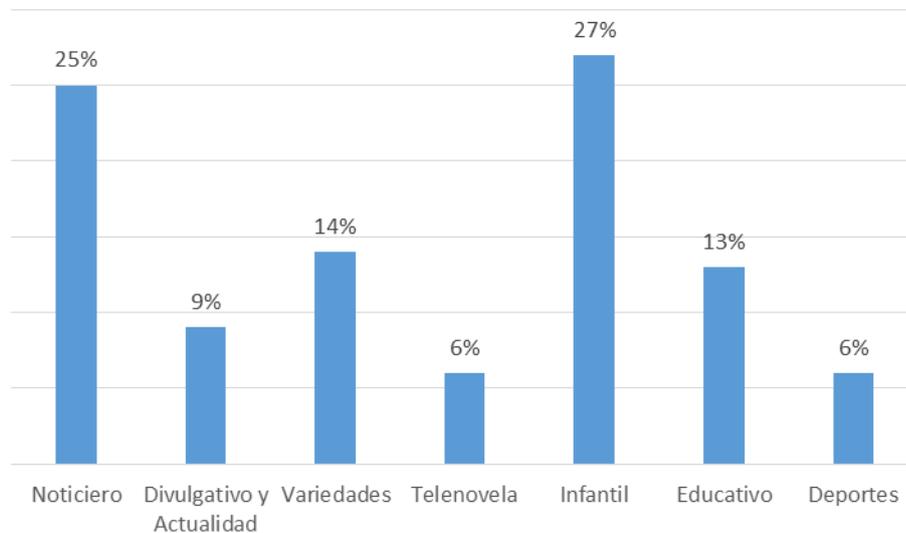


Gráfico 33. Tipo de programación de Lunes a Viernes ECTV- Ecuador
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El canal público EcuadorTv ofrece al televidente 27% de programación infantil de lunes a viernes la cual en su mayoría es de origen internacional. Los noticieros tienen 25% de producción la cual es netamente de origen nacional.

El 14% de la parrilla de programación está destinada a los programas de variedades, mientras que el 13% a la producción educativa con 120 minutos diarios.

Los programas divulgativos obtienen 9% con 90 minutos de exhibición de origen internacional. Finalmente el 12% se lo divide el género de telenovela y deportes con 60 minutos de transmisión al día.

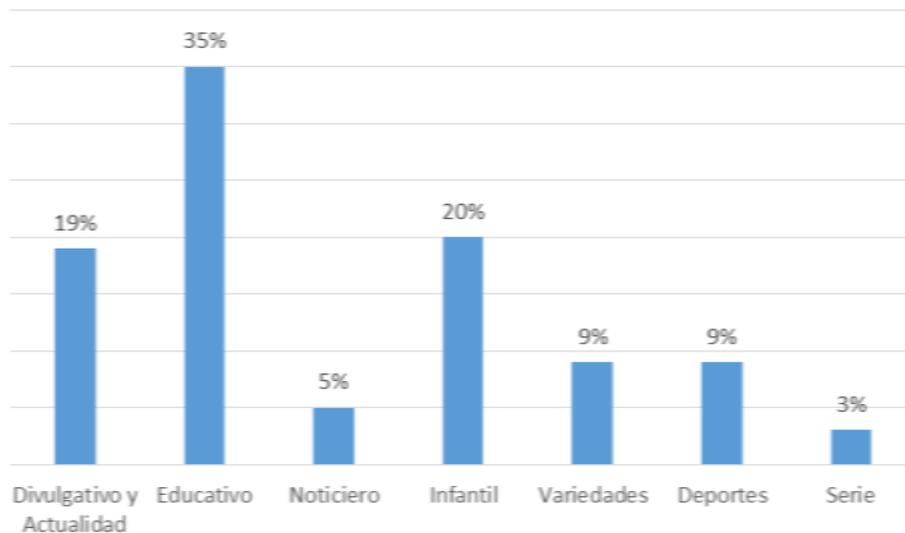


Gráfico 34. Tipo de programación de fin de semana ECTV- Ecuador
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La producción en fin de semana de Ecuador TV destaca al género educativo con 35% siendo el país con mayor producción. El 20% es destinado al género infantil con 390 minutos de exhibición.

El 19% lo obtienen los programas divulgativos, se transmiten 360 minutos en su mayoría la producción es de origen nacional.

La programación de variedades y deportes cuentan con 9% cada género, con porcentaje muy bajo (5%) están los programas informativos o de noticias con dos emisiones los días domingos que suman 90 minutos de proyección.

Las series muestran 3% de la parrilla de programación con dos producciones importadas.

4.5.9. Análisis del canal privado y público de El Salvador

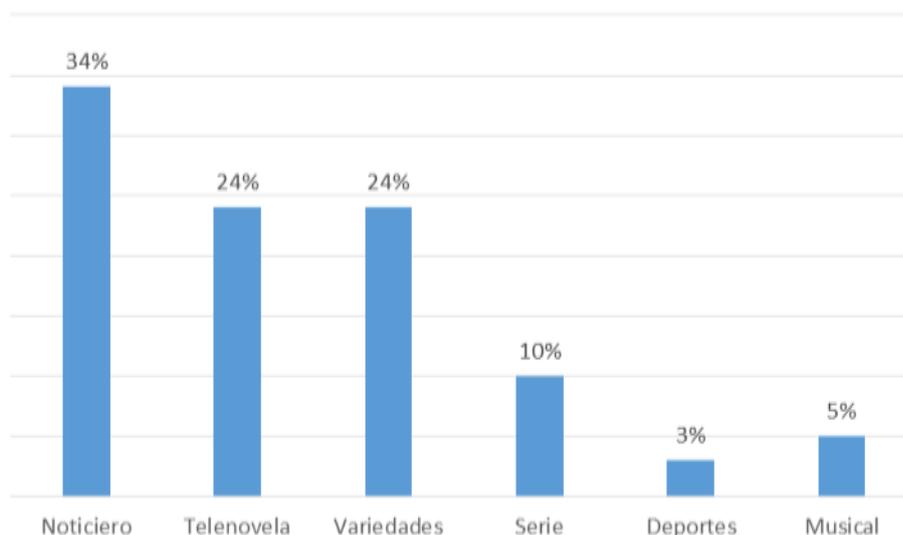


Gráfico 35. Tipo de programación de Lunes a Viernes Canal 12- El Salvador
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Canal 12 en El Salvador es el canal con mayor audiencia, en el gráfico podemos evidenciar que el género de noticias ocupa 34% que se produce por las tres producciones que tienen al día, con un total de 330 minutos, el género de telenovelas y variedades se ubican en segundo lugar; en el caso de las telenovelas se exhiben 4 telenovelas mexicanas con un total de 225 minutos diarios, en el caso de programas de variedades existen un total de dos programas de creación nacional “Hola El Salvador” emitido de 09:30 a 12:30 y “Milena tu amiga” de 17:20 a 18:10

En tercer lugar se ubica el género de series con 10% existen dos series una de creación nacional y la otra proveniente de México. Canal 12 también cuenta con programación musical ocupando 5% de la parrilla diaria su duración es de 50 minutos.

Para finalizar el 3% lo tiene el género deportes con un programa “Pizarrón Deportivo” que dura 30 minutos y es de producción nacional.

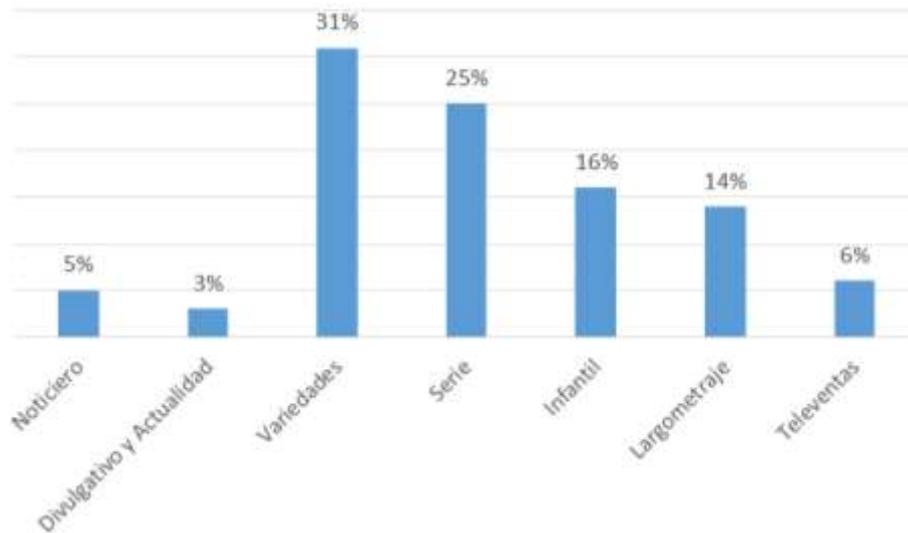


Gráfico 36. Tipo de programación de fin de semana Canal 12- El Salvador
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Como podemos evidenciar en el gráfico Canal 12 ofrece 31% de contenido de variedades con ocho programas de los cuales siete son importados y uno nacional. Posee 25% de series, alrededor de 480 minutos de exhibición, en su totalidad los contenidos son internacionales.

El género infantil tiene 16% en la parrilla de programación, cuenta con 300 minutos de creaciones importadas, provenientes de México y Estados Unidos. Los largometrajes tienen 14%; en fin de semana se proyectan tres películas una el sábado y dos en domingo. Los programas de televentas tienen 120 minutos de transmisión lo que permite obtener el 6% dentro de la programación.

Los noticieros se emiten en sábado con 90 minutos de contenido informativo, finalmente el género divulgativo cuenta con un programa nacional “Esto es El Salvador” con una transmisión de 30 minutos en sábado y domingo.

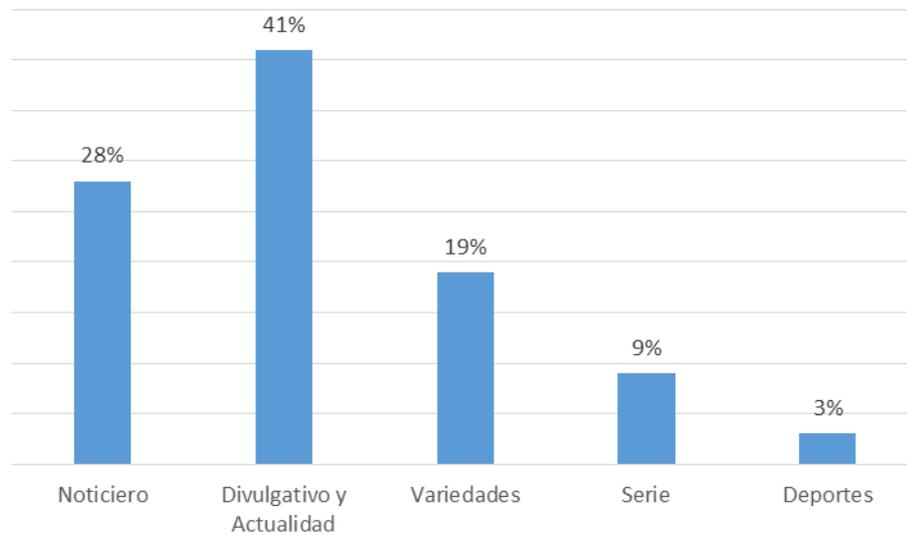


Gráfico 37. Tipo de programación de Lunes a Viernes TVES- El Salvador
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

TVES el canal público de El Salvador propone al televidente cinco géneros, de los cuales el 41% de programación divulgativa, producción totalmente de origen nacional, se exhiben 390 minutos al día.

En segundo lugar se encuentran los noticieros con 28% lo que equivale a 270 minutos de transmisión diaria en cambio el género de variedades muestra el 19% de producción propia con dos realizaciones.

Las series es el único género que TVES importa de los cuales se emiten dos contenidos provenientes de España y Estados Unidos.

El 3% se destina a la producción deportiva, de este género se exhiben 30 minutos diarios.

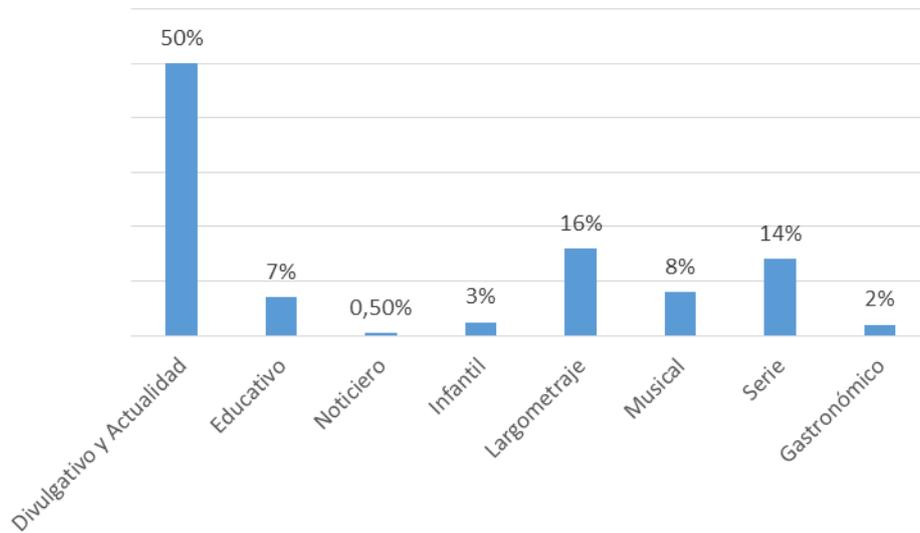


Gráfico 38. Tipo de programación de fin de semana TVES- El Salvador
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El contenido de TVES los fines de semana es del 50% de programación divulgativa en su mayoría realizaciones nacionales, con 16% se encuentran los largometrajes que se emiten solo en domingo y su producción es importada.

Las series ocupan 14% que equivale a 270 minutos de exhibición entre sábado y domingo. El género musical posee 7% es decir 150 minutos de transmisión, este contenido es de origen nacional.

La programación infantil cuenta con 60 minutos de transmisión (3%), el género gastronómico (2%) porcentaje que se emite los días sábados con un programa de 30 minutos de duración.

Los noticieros obtienen el porcentaje más bajo 0,5% con un contenido informativo de 10 minutos los días domingos.

4.5.10. Análisis del canal privado y público de España

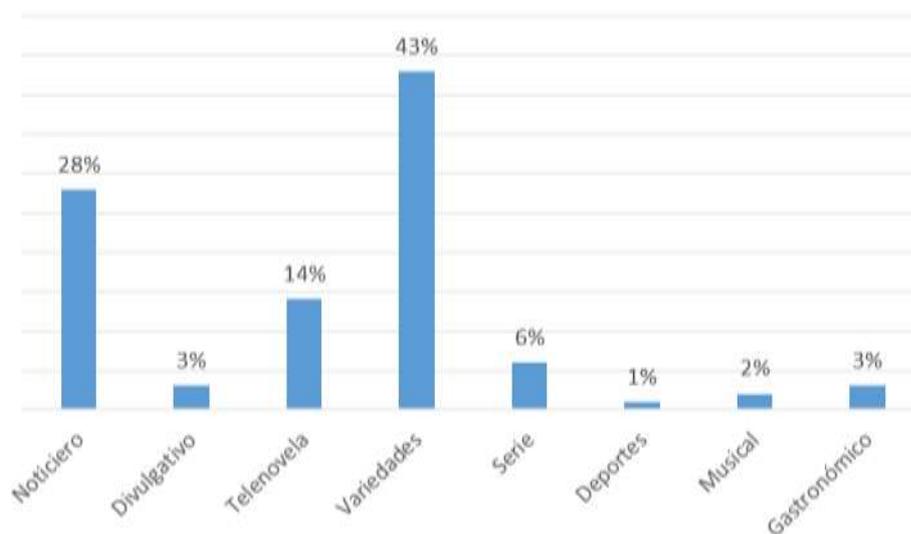


Gráfico 39. Tipo de programación de Lunes a Viernes Antena 3- España
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Para este país Ibérico hemos seleccionado al canal Antena 3, que lidera el rating en ese país. Como podemos observar el gráfico muestra que el 43% de programación es de tipo variedades cuenta con cuatro programas de este género lo que dan como resultado 410 minutos de emisión. Con 28% los noticieros ocupan el segundo lugar en el horario de lunes a viernes, mantienen tres programas al aire la proyección es en la mañana, en la tarde y en la noche. El género telenovela ocupa 14% dentro de la programación diaria, existen dos producciones las cuales son de origen nacional en total tiene 135 minutos de duración.

“Los Simpson” es la única serie que se emite en este canal por lo cual ocupa el 6% en la programación de Antena 3. En quinto puesto se ubican los programas gastronómicos que mantienen un programa de 25 minutos, y el género divulgativo y actualidad cuenta con una creación que dura 30 minutos.

En sexto puesto está el género musical que se emite a las 06:00 con una duración de 15 minutos, los deportes se ubican en último lugar el mismo que es de producción nacional y se transmite a las 15:45

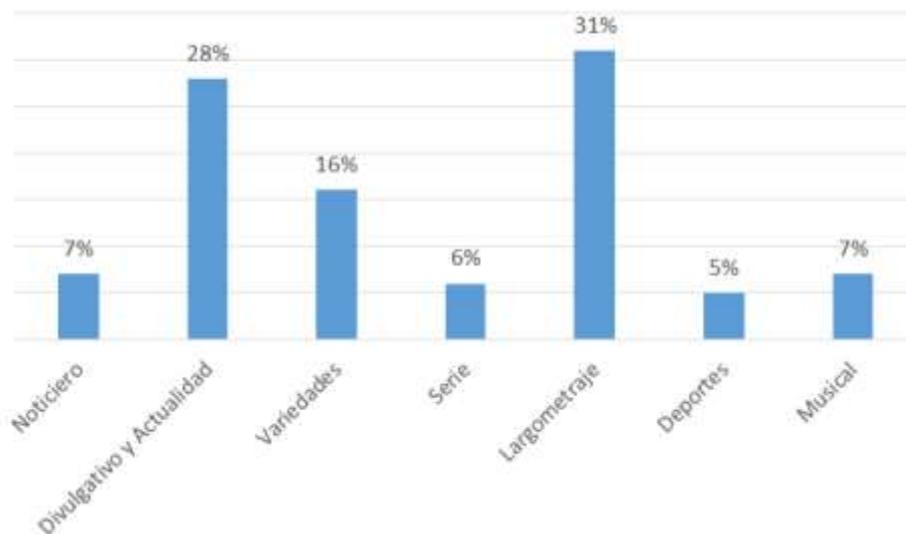


Gráfico 40. Tipo de programación de fin de semana Antena 3- España
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Dentro del gráfico se puede observar que 31% de la programación de Antena 3 son largometrajes, en sábado se emiten tres películas y los domingos dos estas producciones por lo general son de origen importado. El género divulgativo ocupa 28% con dos programas “Pelopicopata” y “Tu tiempo” cabe recalcar que estos contenidos también se exhiben los domingos.

El género variedades posee 16% con el programa “Ahora Caigo” que se transmite los sábados y domingos con una duración de 150 minutos. Los noticieros y programas musicales mantienen el mismo porcentaje (6%) es decir 275 minutos de transmisión.

Las series tienen aproximadamente 120 minutos de transmisión, el único programa que se emite en fin de semana es “Los Simpson” asimismo los deportes se encuentran en menor porcentaje (5%) de producción nacional.

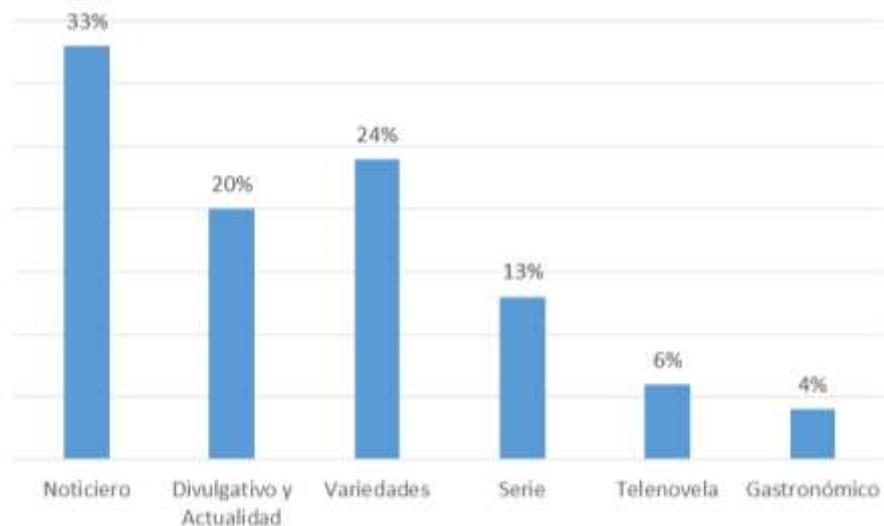


Gráfico 41. Tipo de programación de Lunes a Viernes LA1- España
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La programación de La1 el canal líder de televisión pública en España cuenta con 100% de producción nacional de la cual 33% es para el género de noticias con cinco programas. El 24% está destinado para el contenido de variedades de esta producción se exhiben 230 minutos al día.

El género divulgativo posee 20%, tiene cuatro programas con una duración diaria de 190 minutos.

Las series (13%) tienen una duración promedio de 60 minutos, TVES transmite dos “Seis Hermanas” y “Centro Médico” en cambio el género de telenovelas (6%) cuenta con una producción de 60 minutos de duración.

El porcentaje más bajo (4%) es para el contenido gastronómico, de este género se registra un título “Torres en la cocina” que se lo transmite de 13:25 a 14:00.

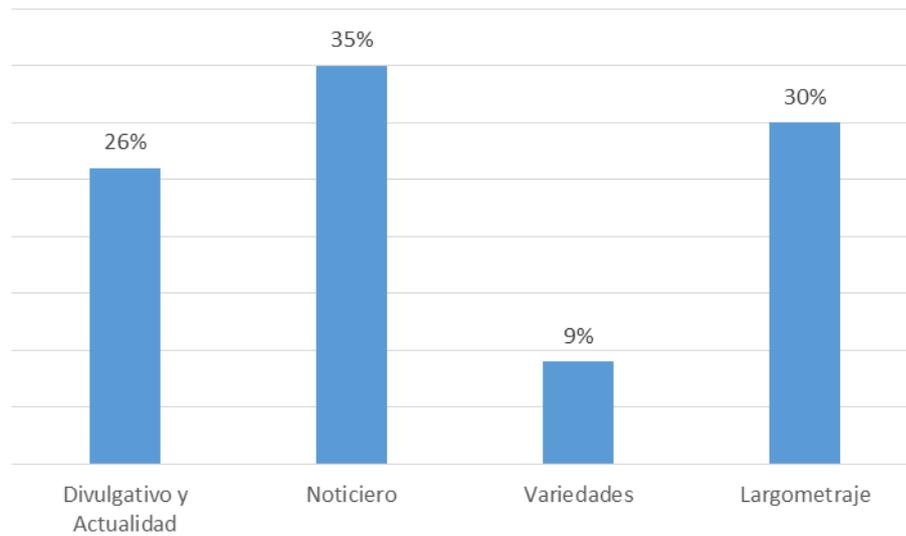


Gráfico 42. Tipo de programación de fin de semana LA1- España
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La producción de La1 los fines de semana cuenta con cuatro géneros. El 35% lo obtiene el género de noticias con 6 emisiones entre sábado y domingo.

Los largometrajes en su mayoría importados tienen 30% de exhibición, seguido de los programas divulgativos (26%) porcentaje que refleja 520 minutos de transmisión en fin de semana.

Finalmente el género de variedades tiene 9% con 5 programas de producción nacional.

4.5.11. Análisis del canal privado y público de Guatemala

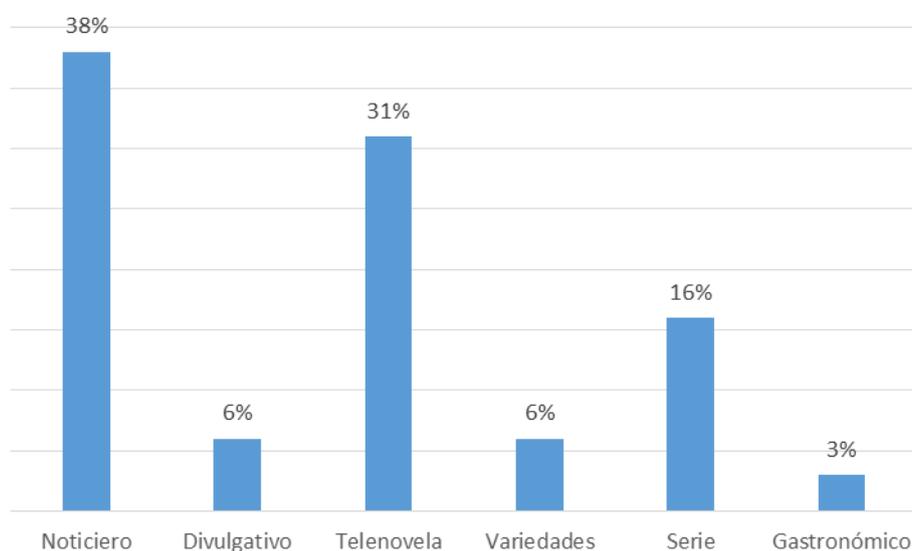


Gráfico 43. Tipo de programación de Lunes a Viernes Canal 3- Guatemala
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El canal privado seleccionado para el análisis en Guatemala, fue Canal 3. En este se puede observar que ofrecen en su mayoría programas de tipo informativo, es por ello que el género noticiero ocupa en 38% de programación, cuentan con tres programas y una duración total de 360 minutos.

El 31% lo ocupan las telenovelas, siendo un total de cinco producciones de las cuales todas son importadas de México y mantienen 300 minutos de exhibición diaria. Las series tienen 16% y ocupan el tercer lugar, existen tres producciones de este género que son de origen internacional. Los programas divulgativos y variedades se ubican en cuarto lugar con 6% de programación; el programa divulgativo que se emite es un programa internacional “Al Rojo Vivo” y el programa de variedades es una franquicia con el título de “Combate”.

En último puesto están los programas gastronómicos, tienen un programa al aire con el título “Secretos de Cocina” que se emite en la mañana y es de producción nacional.

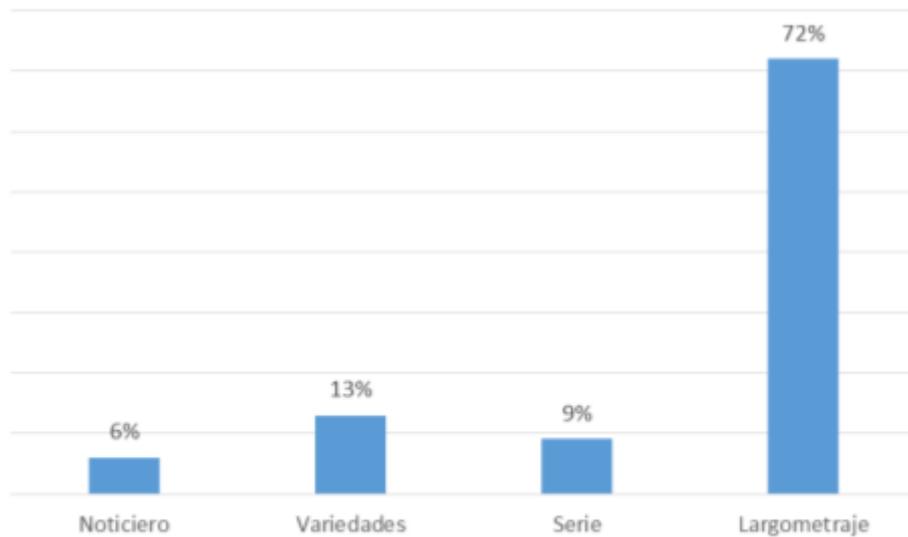


Gráfico 44. Tipo de programación de fin de semana Canal 3- Guatemala
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La parrilla de programación de Canal 3 tiene como contenido líder los fines de semana a los largometrajes es por ello que ocupan 72% de emisión alrededor de 1380 minutos en películas importadas, aproximadamente 12 películas entre sábado y domingo.

El 13% lo ocupa el género de variedades con 240 minutos de exhibición con el programa “La guerra de los sexos” de origen venezolano, este programa se lo transmite el sábado y domingo. Las series poseen 9% en la parrilla de programación con dos contenidos importados “Warehouse” y “Planet Animal” este último se expone dos veces.

El género informativo tiene poco espacio en Canal 3 (6%) lo que equivale a 120 minutos de emisión.

4.5.12. Análisis del canal privado de Honduras

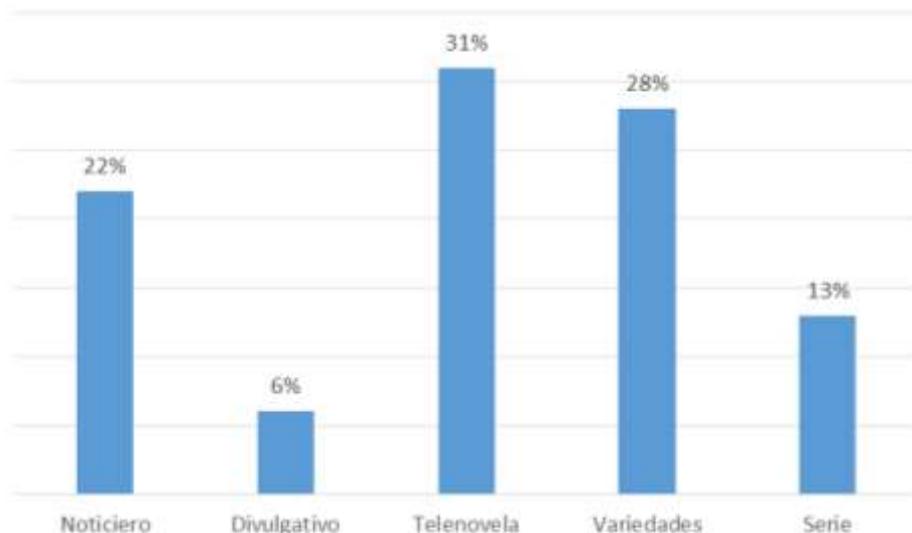


Gráfico 45. Tipo de programación de Lunes a Viernes Canal 5- Honduras
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En Honduras en canal con mayor rating es Canal 5, como se puede evidenciar la parrilla de programación está siendo liderada por el género de telenovelas con 31%, todas la producciones son importadas de países como México, Colombia y Estados Unidos y mantienen en la programación un total de 300 minutos al aire.

Con 28% los programas de variedades se ubican en segundo lugar, con un total de 270 minutos, de los cuales 150 son de producción nacional y 120 de producción internacional.

En Canal 5 existen tres noticieros los cuales solo se emiten en la mañana a partir de 06:00 a 09:30, por ello mantienen 22% de exhibición diaria y ocupan el tercer lugar. Las series se mantienen en cuarto lugar con 13% de transmisión diaria con dos series internacionales “Historia de la Virgen Morena” y “Como dice el dicho”.

En último lugar se encuentran los programas divulgativos con 6% con un programa mexicano denominado “Los Doctores”.

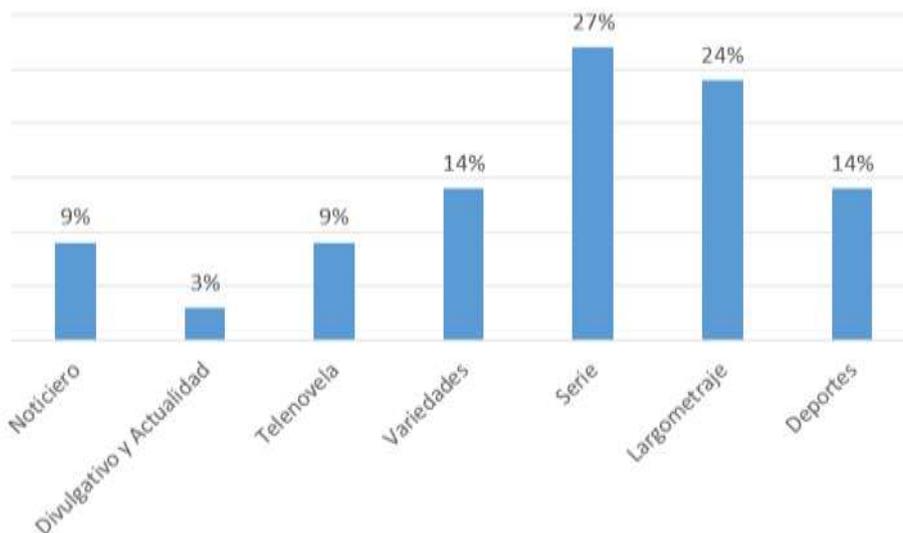


Gráfico 46. Tipo de programación de fin de semana Canal 5- Honduras
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el gráfico se pueden evidenciar siete géneros de programación en Canal 5, las series dominan el primer lugar con 27% lo que equivale a 510 minutos de exhibición. En segundo lugar se encuentran los largometrajes (24%) con cuatro películas los fines de semana. Con 14% están los programas deportivos con 270 minutos de producción nacional, con el mismo porcentaje están los programas de variedades que cuenta con tres programas de este tipo de los cuales solo uno es importado.

Los noticieros y telenovelas ocupan 9% cada uno, aunque del primer género en su totalidad son contenidos de origen nacional y del segundo son importados.

Los programas divulgativos tienen 60 minutos de proyección los domingos “Gente” que es un programa de origen nacional.

4.5.13. Análisis del canal privado y público de México

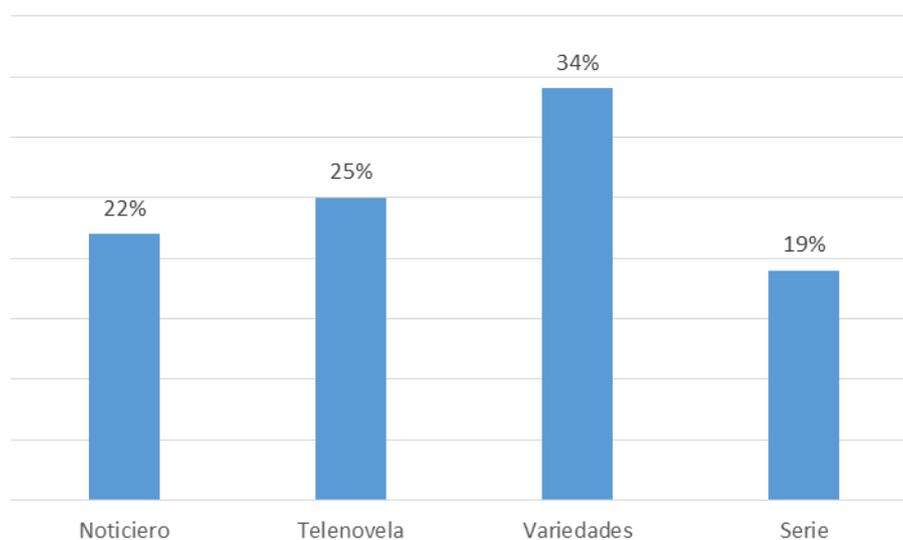


Gráfico 47. Tipo de programación de Lunes a Viernes Las Estrellas- México
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El canal con mayor rating es el Canal de las Estrellas actualmente Las Estrellas; se puede evidenciar que los programas de variedades tienen mayor producción con 34%, mantienen tres programas al aire y una duración global de 330 minutos, todos estos programas de producción nacional. En segundo lugar con 25% se ubica el género telenovelas que tiene cuatro creaciones propias lo que da como resultado 240 minutos de transmisión.

El tercer puesto se ubica el género de noticias, Las Estrellas expone diariamente 22% de estos programas informativos; tiene una emisión en la mañana y una en la tarde. Para finalizar el 19% lo ocupan el tipo series con dos programas transmitidos, “Como dice el Dicho” y “La Rosa de Guadalupe” este último se lo emite dos veces.

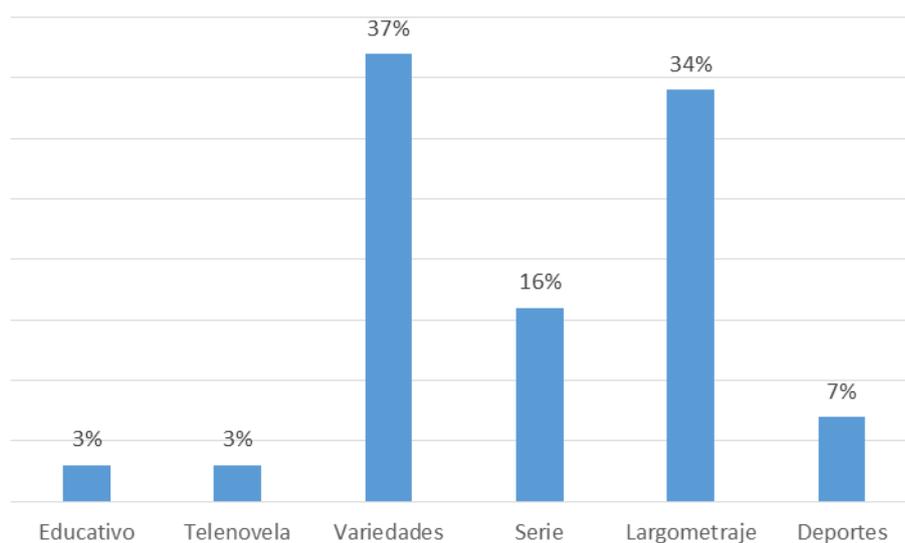


Gráfico 48. Tipo de programación de fin de semana Las Estrellas- México
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

El canal Las Estrellas ofrece a los televidentes 37% de contenidos de variedades con ocho programas entre sábado y domingo y una duración total de 705 minutos. En segundo lugar se encuentran los largometrajes con seis películas de origen nacional. El 16% lo ocupan las series con cuatro programas de este tipo en total se emiten 300 minutos.

Los programas deportivos poseen 7% de este contenido en sábado se registra un campeonato nacional y el domingo un programa que da un resumen del campeonato.

Los programas educativos tienen 60 minutos de exhibición también se observó que el mismo porcentaje lo ocupan las telenovelas aunque esto se da en ocasiones especiales; por lo general los finales de estos programas se proyectan los domingos y es el caso “Hotel de los Secretos” una producción de Televisa que culminó el domingo 31 de julio.

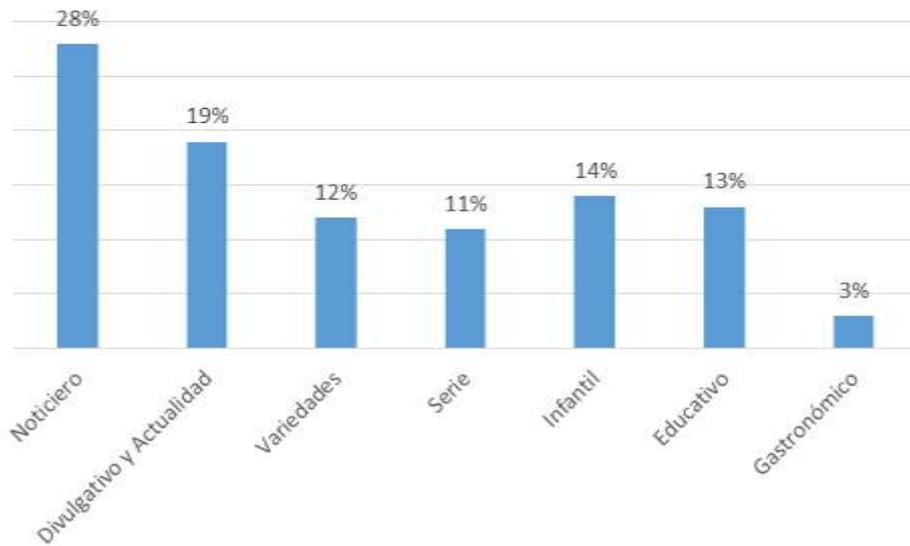


Gráfico 49. Tipo de programación de Lunes a Viernes ONCE TV- México
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

OnceTV el canal público mexicano ofrece al televidente 28% del género de noticias con 270 minutos de emisión diaria de lunes a viernes, 19% es destinada a la programación divulgativa con 3 programas de origen nacional.

El género infantil cuenta con 14% de transmisión, la mayor parte de estas realizaciones son importadas.

La producción educativa, variedades y series ocupan el 13%, 12% y 11% respectivamente mientras que los programas gastronómicos el 3% es decir 30 minutos de la programación se la dedica a este género.

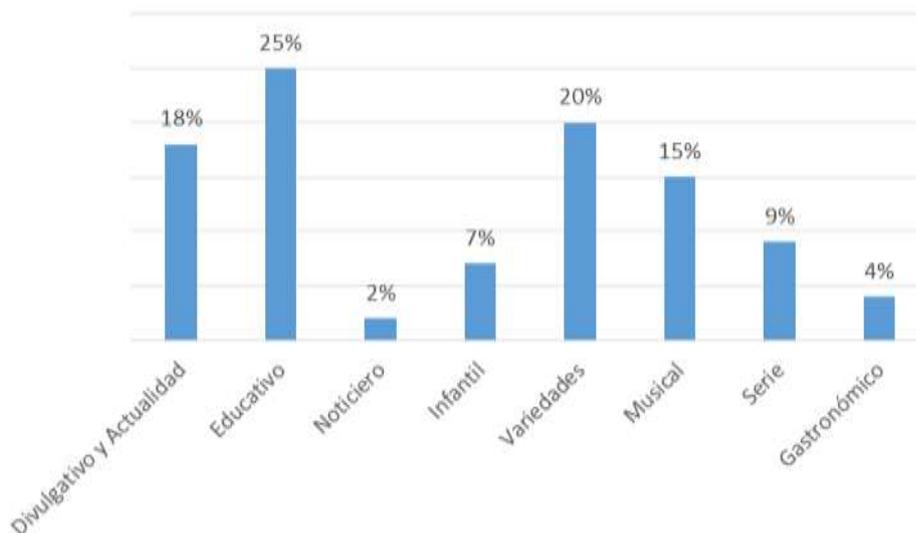


Gráfico 50. Tipo de programación de fin de semana OnceTV- México
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Como podemos observar en el gráfico el canal público OnceTV cuenta con 25% de programación educativa lo que equivale 474 minutos de exhibición en fin de semana. Con 20% está el género de variedades gran parte de este contenido es de origen nacional.

La producción divulgativa ocupa 18% este porcentaje refleja 355 minutos de exhibición. En este canal se apuesta por un buen porcentaje (15%) al género musical con 285 minutos de duración entre sábado y domingo.

Las series obtienen 9%, en el análisis se pudo evidenciar que la mayor parte eran importadas, 7% de la producción es para el género infantil y el 4% a programas gastronómicos.

El 2% es para los noticieros, en domingo se emite un programa de 30 minutos de duración.

4.5.14. Análisis del canal privado y público de Nicaragua

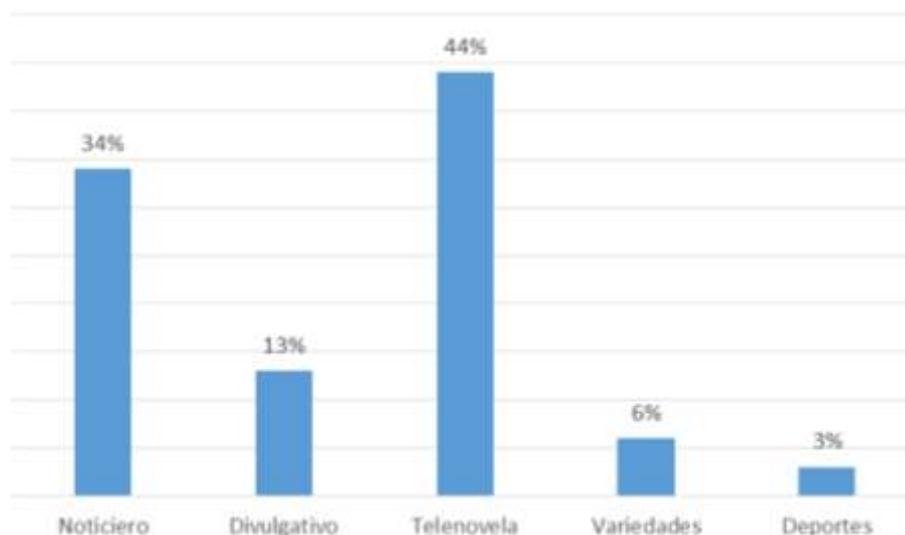


Gráfico 51. Tipo de programación de Lunes a Viernes Canal 2- Nicaragua
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En Nicaragua el canal privado con mayor rating es Canal 2, este apuesta en su parrilla de programación al género telenovelas por ello ocupan el 44% de producción, cabe recalcar que todos estos programas son de origen internacional. El género de noticias se posiciona en segundo lugar con 34% con tres producciones nacionales y una internacional, tienen un total de 330 minutos al aire.

Los programas divulgativos se ubican en tercer puesto con dos producciones internacionales provenientes de Estados Unidos. Los programas de variedades tienen el 6% de programación con un programa internacional "El Gordo y la Flaca" de la cadena Univisión. El 3% lo tiene el género deportes con un programa de producción propia que dura 30 minutos.

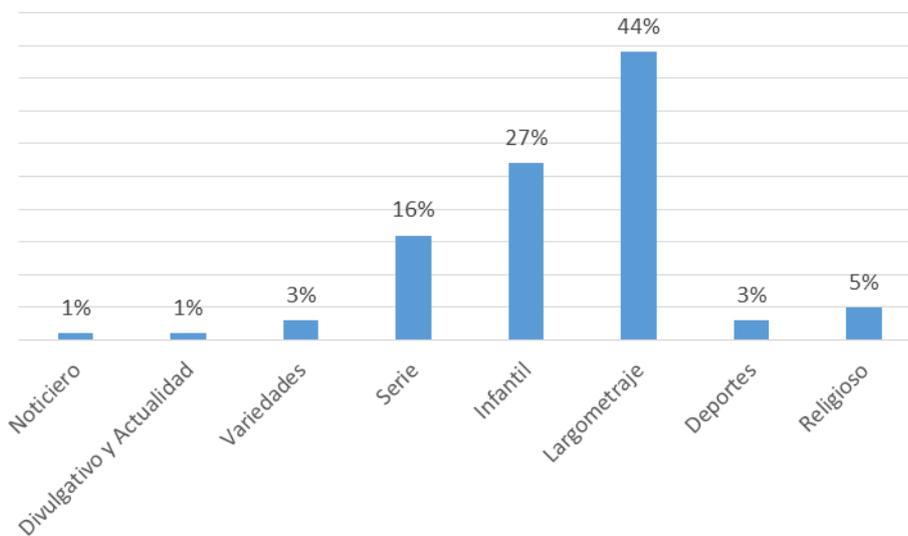


Gráfico 52. Tipo de programación de fin de semana Canal 2- Nicaragua
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Canal 2, en Nicaragua cuenta en la parrilla de programación con 44% en producción de largometrajes alrededor de siete películas son exhibidas, todas importadas. El 27% lo dedican al género infantil con 510 minutos de proyección. Las series mantienen 16% lo que equivale a 310 minutos de transmisión todas estas producciones son de origen internacional.

El 5% lo ocupan los programas de tipo religioso con un programa los sábados y el domingo con “Misa Dominical”. El contenido de variedades tiene 3% de este género se emite “Programa de Talentos” que se exhibe en fin de semana con una duración de 30 minutos.

El género deportivo emite aproximadamente 60 minutos los cuales dan el porcentaje del 3% en la parrilla de programación. Para finalizar los noticieros y las emisiones divulgativas ocupa 1% con un programa cada género.

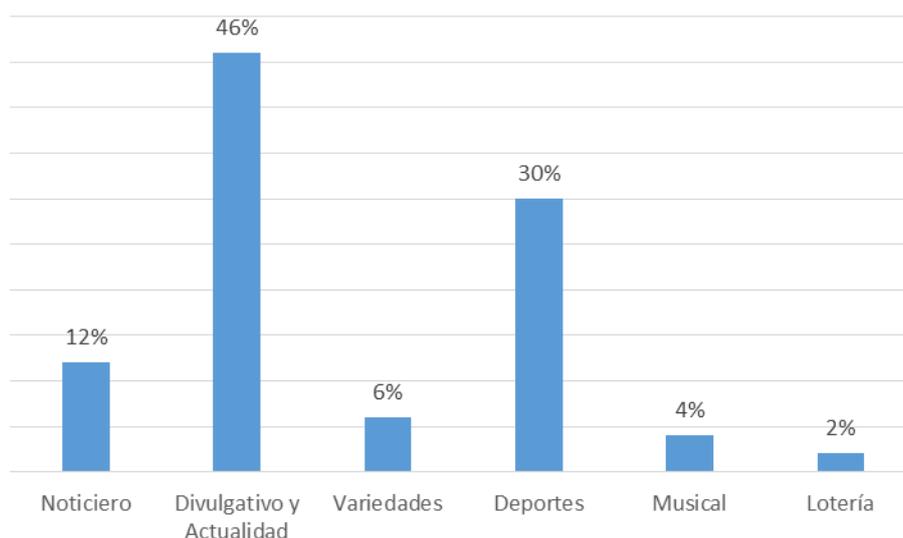


Gráfico 53. Tipo de programación de Lunes a Viernes Canal 6- Nicaragua
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La programación de Canal 6 en su totalidad es producción nacional, el 46% se destina al género divulgativo, en el día se emite 438 minutos. Los deportes ocupan el 30% con 285 minutos de transmisión.

Los noticieros mantienen 12% con tres programas, el 6% y 4% es destinado a la programación de variedades y musical.

El género de lotería (2%) cuenta con el programa “El Canasto de la Lencha” que se da en tres emisiones.

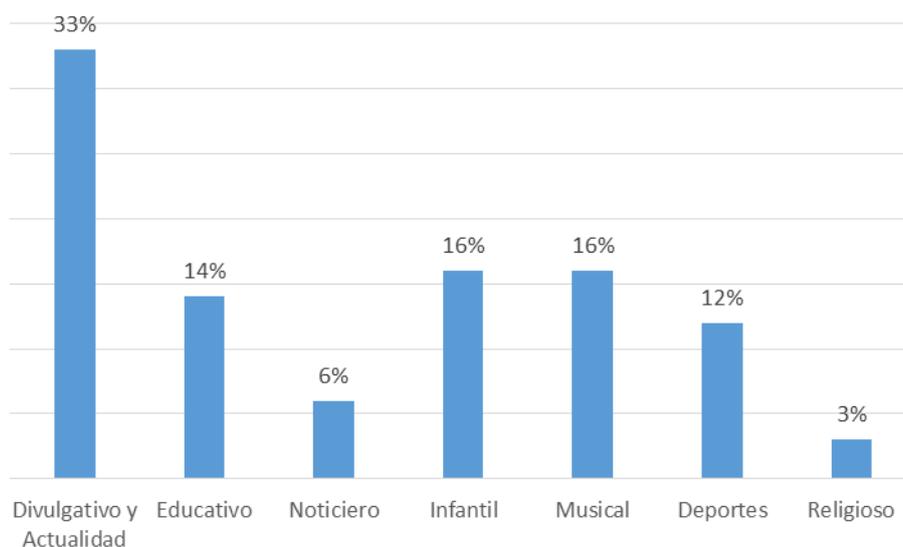


Gráfico 54. Tipo de programación de fin de semana Canal 6- Nicaragua
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Los fines de semana canal 6 ofrece 33% de programación divulgativa, en segundo lugar se encuentra el género infantil y musical con 16% estos géneros emiten 300 minutos de programación.

El género educativo posee 14% con 270 minutos de exhibición seguido de la programación deportiva con 12% en su totalidad estas producciones son de origen nacional.

Los noticieros ocupan 6% de los cuales se transmiten 120 minutos. El género religioso muestra 3% con un programa “El corazón de la familia” que se emite 30 minutos en sábado y domingo.

4.5.15. Análisis del canal privado y público de Panamá

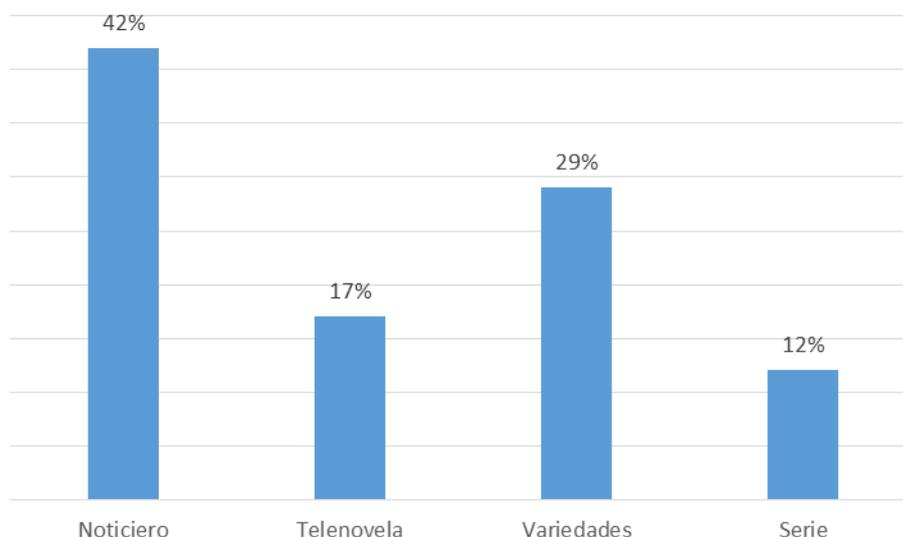


Gráfico 55. Tipo de programación de Lunes a Viernes Telemetro- Panamá
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Telemetro es el canal con mayor rating en Panamá. El género noticiero se ubica en primer lugar manteniendo 405 minutos de proyección diaria. El segundo lugar se ubican los programas de variedades con dos producciones nacionales “Tu mañana” y “Calle 7” este último una franquicia chilena.

El género telenovelas se ubican en tercer lugar con 17% de programación internacional; un programa proveniente de México y dos de Turquía. Las series ocupan el último lugar en esta cadena televisiva con un programa “La Rosa de Guadalupe” que mantiene dos emisiones diarias.

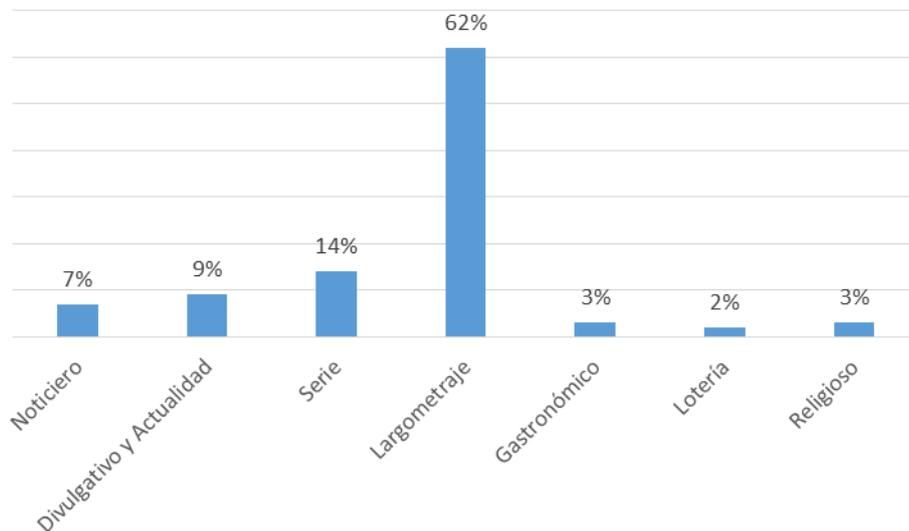


Gráfico 56. Tipo de programación de fin de semana Telemetro- Panamá
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Telemetro muestra en la parrilla de programación 62% del género de largometrajes, con un total de 11 películas exhibidas los fines de semana. El 14% es ocupado por las series con 270 minutos de transmisión, la mayoría es creación de origen internacional.

Los programas divulgativos se posicionan en tercer lugar con 9%, el origen de estas producciones es nacional. El género informativo obtiene 7% con 136 minutos de exhibición. El 3% lo ocupa el género gastronómico y religioso, estos programas se emiten los domingos con una duración de 60 minutos. En último lugar con 2% están los programas de lotería con un programa los domingos de 30 minutos de emisión.

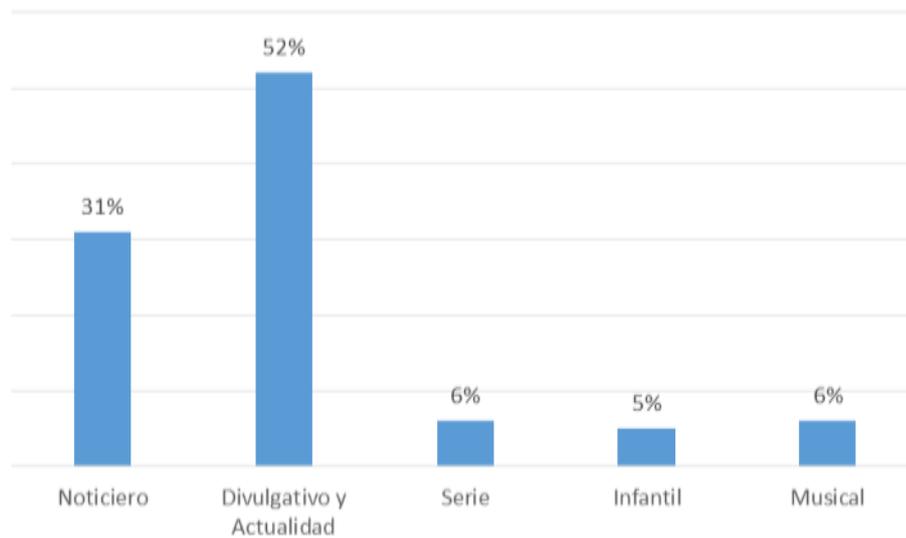


Gráfico 57. Tipo de programación de Lunes a Viernes SerTV- Panamá
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

SerTv destina 52% de programación al género divulgativo, la mayoría de programas son de origen nacional, el 31% lo mantienen los noticieros con 300 minutos de emisión diarios.

Las series y programas musicales ocupan 6% de la parrilla de programación, en el primer caso las series son de origen importado y el género musical netamente nacional.

La programación infantil obtiene 5% con dos programas “Plaza Sésamo” y “Yoga para Niños”.

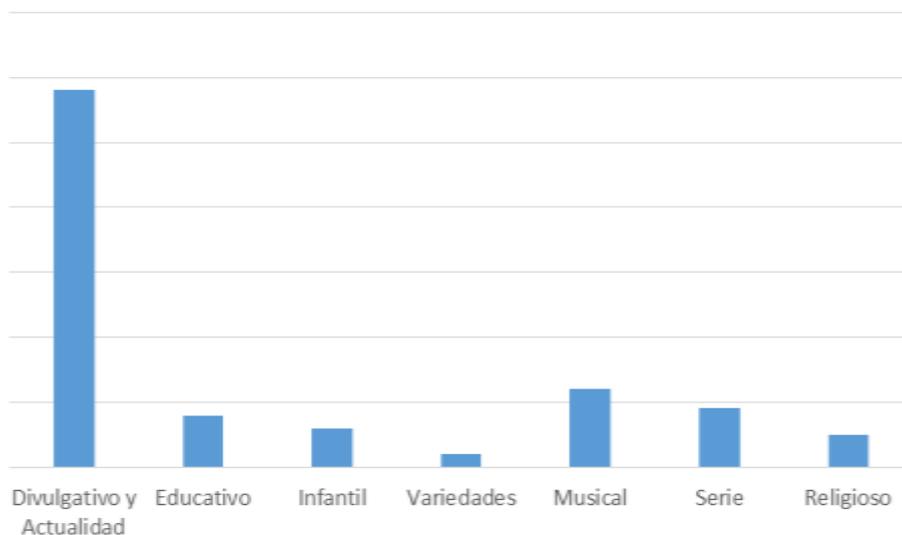


Gráfico 58. Tipo de programación de fin de semana- Panamá
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

SerTv muestra en fines de semana 58% de género divulgativo es decir aumenta a diferencia de lunes a viernes con 1110 minutos entre sábado y domingo. Los programas musicales obtienen 12% de este género se emite 240 minutos.

Las series ocupan 9% de la parrilla de programación se transmiten 150 minutos los sábados y 30 minutos el domingo.

El género educativo exhibe 150 minutos los fines de semana, tiene alrededor de tres programas.

4.5.16. Análisis del canal privado y público de Paraguay

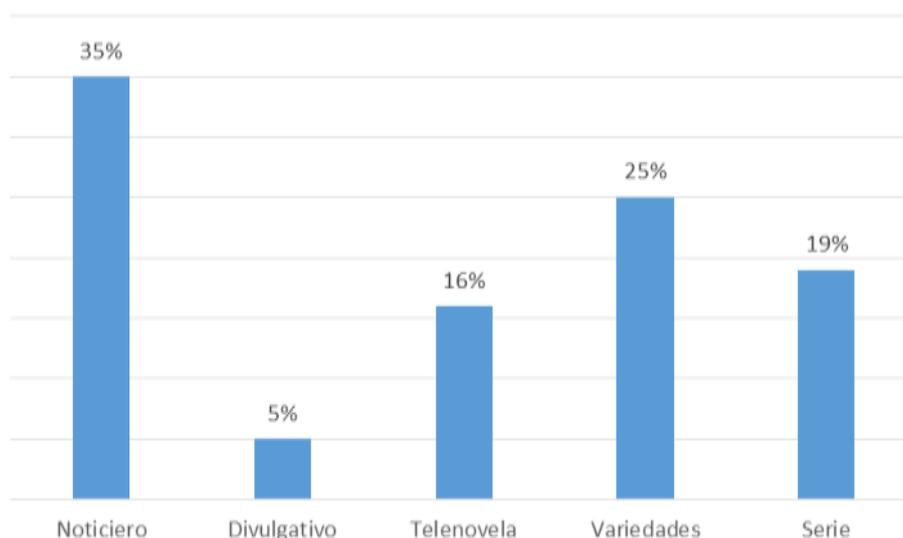


Gráfico 59. Tipo de programación de Lunes a Viernes Telefuturo- Paraguay
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Siguiendo el mismo método de análisis el canal con mayor rating en Paraguay es Telefuturo. Los noticieros tienen 35% de programación; en la recolección de datos se pudo identificar que poseen tres programas de este género, mientras que los programas de variedades tienen 25% dentro de la parrilla con dos programas nacionales y uno internacional.

Las series mantienen el tercer lugar con 19% con tres programas importados, uno de México y dos de Turquía. Las telenovelas mantienen el cuarto lugar con 150 minutos de exhibición lo que da como resultado el 16% tienen tres programas de tipo internacional que provienen de Chile, México y Estados Unidos. Para finalizar el género divulgativo ocupa el último lugar (5%) que se produce con la emisión del programa "Resumen" que tienen una duración de 50 minutos al día.

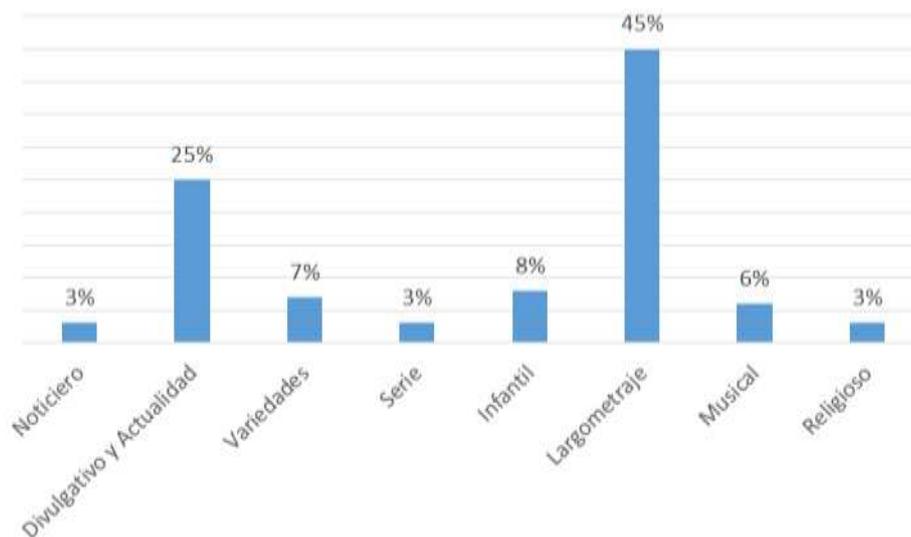


Gráfico 60. Tipo de programación de fin de semana Telefuturo- Paraguay
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Telefuturo mantiene 45% de programación de largometrajes con un total de 7 películas exhibidas y una duración total de 865 minutos. El 25% lo ocupa el género divulgativo con cuatro creaciones de origen nacional.

EL género infantil posee 8% equivalente a 155 minutos de proyección, estas producciones son de origen internacional.

Los programas de variedades ocupan el 7% con tres realizaciones propias de Telefuturo. Con 6% se encuentran las producciones de tipo musical con 120 minutos de exhibición.

Noticieros, series y programas religiosos se ubican en último puesto con 3% con un programa cada género de producción nacional.

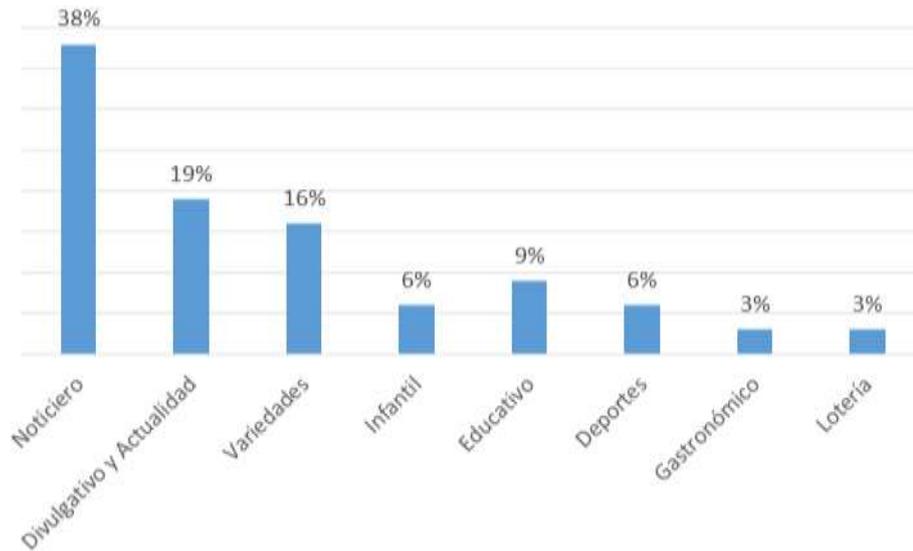


Gráfico 61. Tipo de programación de Lunes a Viernes Paraguay Tv- Paraguay
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Paraguay TV emite 38% de noticieros este porcentaje equivale a 360 minutos diarios de exhibición. El 19% corresponde al género divulgativo la mayoría de producción de origen nacional.

El género variedades se ubica en tercer lugar (16%) proyecta 150 minutos. La producción educativa (9%) en su totalidad contenido nacional.

El 6% está el género infantil y deportivo y el 3% a los programas gastronómicos y de lotería.

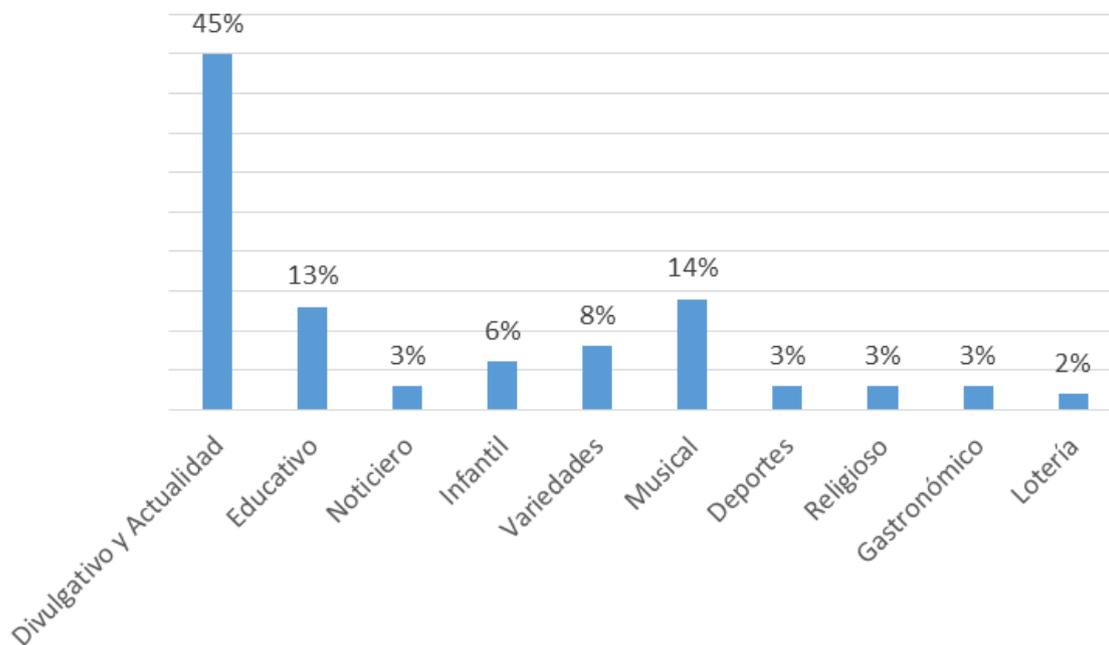


Gráfico 62. Tipo de programación de fin de semana Paraguay TV- Paraguay
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La programación de Paraguay Tv los fines de semana es 100% de origen nacional, 45% son programas divulgativos, cuenta con seis producciones. 14% es destinado al género musical se exhiben aproximadamente 270 minutos.

El género educativo tiene 13%, su programación dura 240 minutos. Los programas de variedades (8%) se emiten en 150 minutos con 3 creaciones.

Los programas infantiles obtienen 6% con un programa emitido en sábado y domingo.

El 3% es para la programación religiosa, gastronómica y de noticieros con 60 minutos cada realización.

Finalmente 2% es destinada al género de lotería, el cual se emite 30 minutos los días domingos.

4.5. 17. Análisis del canal privado y público de Perú

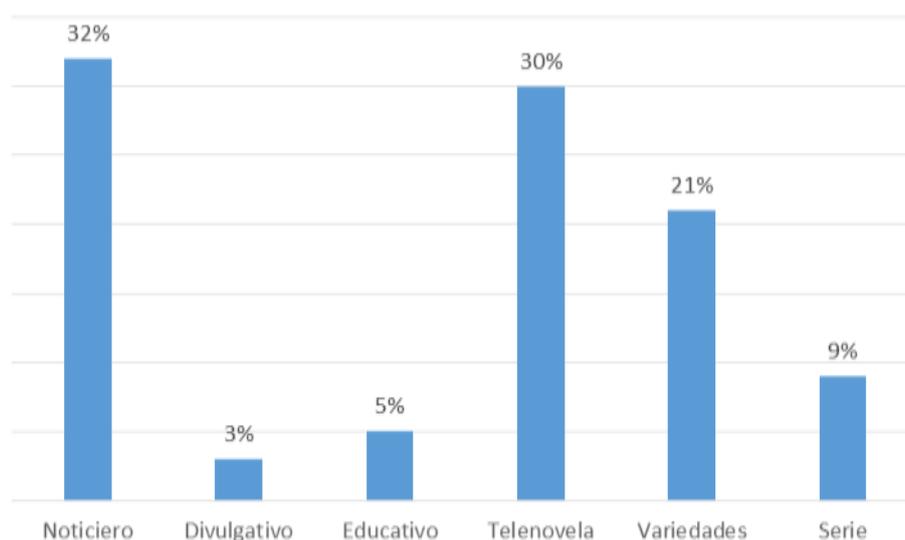


Gráfico 63. Tipo de programación de Lunes a Viernes América Tv- Perú
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En Perú el canal América Tv se posiciona en primer lugar con mayor rating. En el gráfico identificamos que el género de noticiero se ubica en primer lugar con 32% con dos noticieros al aire, el segundo lugar con 30% se ubica las telenovelas con cinco producciones de las cuales dos son de producción nacional y las tres restantes de producción internacional y muestran en su exhibición 295 minutos.

El 21% lo tiene el género variedades con dos programas nacionales “Al Aire” y “Esto es guerra” cada uno tiene una duración de 10 minutos lo que da como resultado 200 minutos de transmisión de programa de variedades. El 9% lo ocupa el género series con el programa “La Rosa de Guadalupe”.

El 5% lo posee el género educativo con una producción nacional que tiene una duración de 60 minutos. Debido a las fechas que se procedió a realizar la recolección de datos coincidió con las fiestas patrias de Perú por ello en el día lunes 25 de julio hubo programas especiales de ahí el 3% de los programas divulgativos y de actualidad.

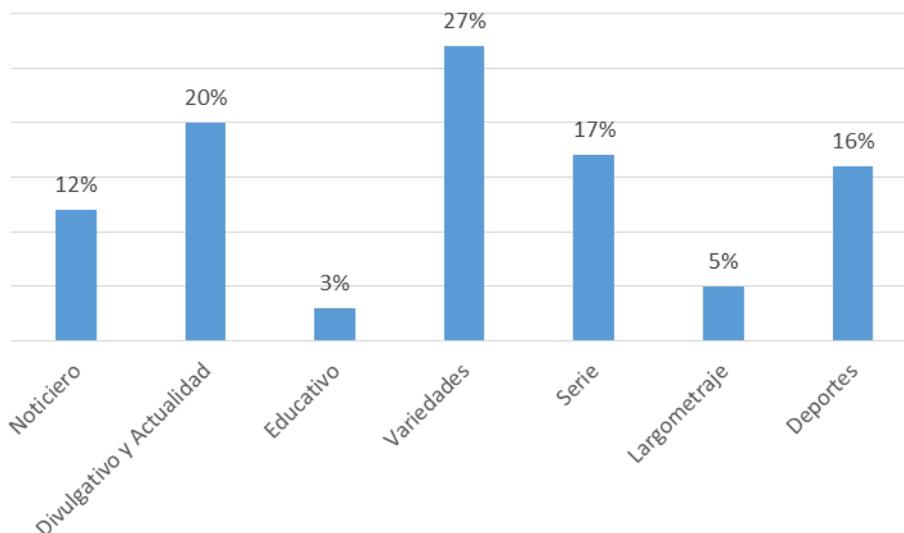


Gráfico 64. Tipo de programación de fin de semana América Tv- Perú
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

AméricaTV ofrece al televidente 27% de contenido de variedades con seis producciones los fines de semana, todas de origen nacional. Los programas divulgativos se encuentran como segunda opción con 20% con cuatro realizaciones nacionales.

Las series se posicionan en tercer puesto con 17% de la programación en su mayoría programas importados. Los deportes están en cuarto lugar con 16% estas producciones son transmisiones del campeonato nacional. El 12% es para el género de noticias con 225 minutos de exhibición. Los domingos se emite una película lo que ubica a los largometrajes en sexto lugar en la parrilla de programación.

Finalmente el género educativo tiene 3% de proyección los días sábados con un programa internacional chileno.

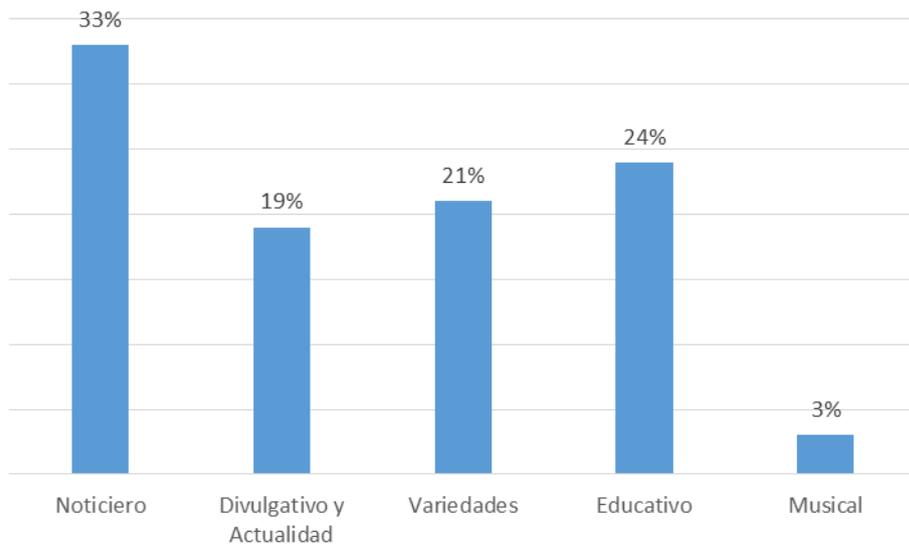


Gráfico 65. Tipo de programación de Lunes a Viernes TV Perú- Perú

Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016

Elaboración: Propia

TV Perú tiene 100% de producción nacional, del cual 33% destina noticieros, este género cuenta con tres programas, en segundo lugar se ubican las realizaciones educativas con 24%, en el día se emiten 180 minutos de este contenido.

La producción de programas de variedades cuenta con 21%, mientras que el género divulgativo tienen 19%, el lunes 25 de julio se evidenció que se emitía más contenido divulgativo (420 minutos) esto sucede por transmitir programas especiales de independencia de Perú.

El género musical posee 3% con el programa “Mapa Sonoro” que se emite de 18:00 a 18:30.

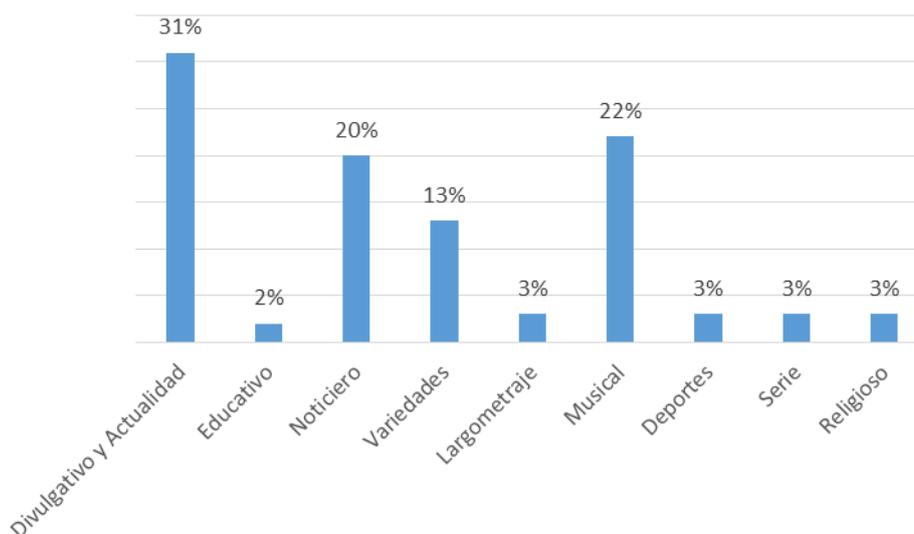


Gráfico 66. Tipo de programación de fin de semana TV Perú- Perú
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Al igual que la programación de lunes a viernes de Tv Perú la producción los fines de semana es 100% de origen nacional. El género divulgativo ocupa 31% de contenido esto quiere decir que se emiten 12 programas con una duración total entre sábado y domingo de 600 minutos.

La programación musical ocupa un número considerable (22%) los fines de semana con 420 minutos de exhibición.

El 20% es para los programas de noticias de los cuales existen dos realizaciones.

Los programas de variedades en Tv Perú forman parte del 13%, su contenido por lo general se lo emite en la tarde.

El género de largometrajes, deportivo, series y religioso ocupan 3% cada uno con 60 minutos de proyección.

La programación educativa ocupa 2% de la parrilla de programación con una transmisión de 30 minutos el día domingo.

4.5. 18. Análisis del canal privado y público de Portugal

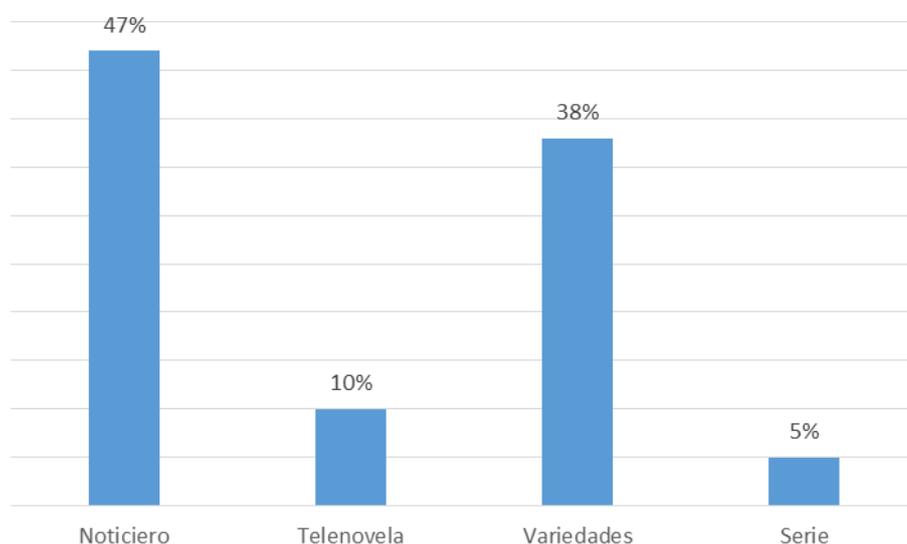


Gráfico 67. Tipo de programación de Lunes a Viernes TVI- Portugal
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

TVI es el canal privado con mayor rating en Portugal, como podemos observar en su parrilla de programación cuenta con cuatro géneros. El primer lugar lo ocupa los programas informativos con 47% en el análisis identificamos que posee 3 programas de este tipo con un total de 452 minutos de exhibición. Con 38% sigue el género variedades con dos programas el primero “Voce Na TV” con una duración de 170 minutos y “A Tarde É Sua” con una transmisión de 195 minutos.

El tercer lugar lo ocupa el género telenovelas con 10% de producción totalmente nacional y una duración total de 10 minutos. El género series se ubica en último lugar con una creación nacional que dura 43 minutos.

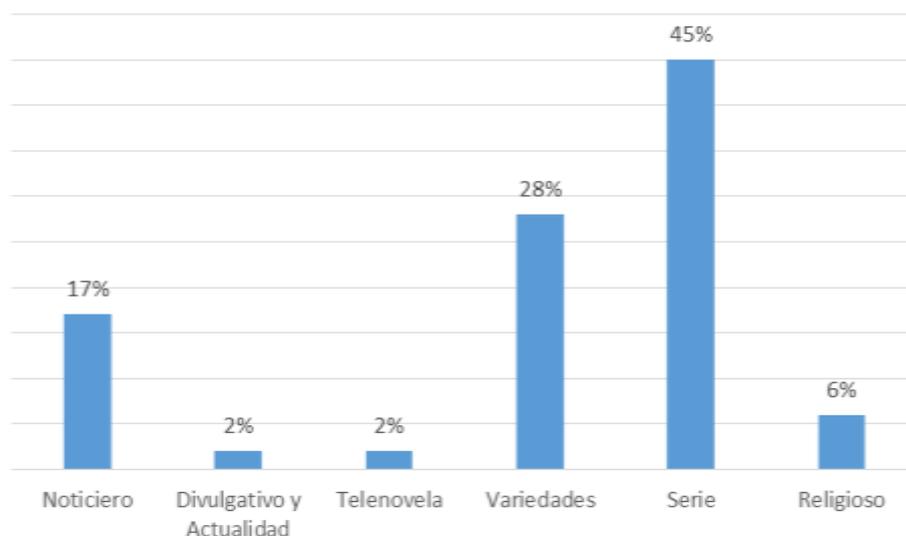


Gráfico 68. Tipo de programación de fin de semana TVI- Portugal
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

El 45% de la programación de TVI se otorga al género de series con 5 producciones de las cuales una es importada y las demás de origen nacional, se exhiben aproximadamente 862 minutos. El segundo género es el de variedades con 28% con tres realizaciones propias.

Los noticieros mantienen 17% con cuatro emisiones en fin de semana, se proyectan 333 minutos de este género. Los programas religiosos ocupan 6% de la programación con 120 minutos de exhibición. Finalmente las telenovelas y los programas divulgativos tienen 2% de contenidos con un programa cada género de 30 minutos de duración.

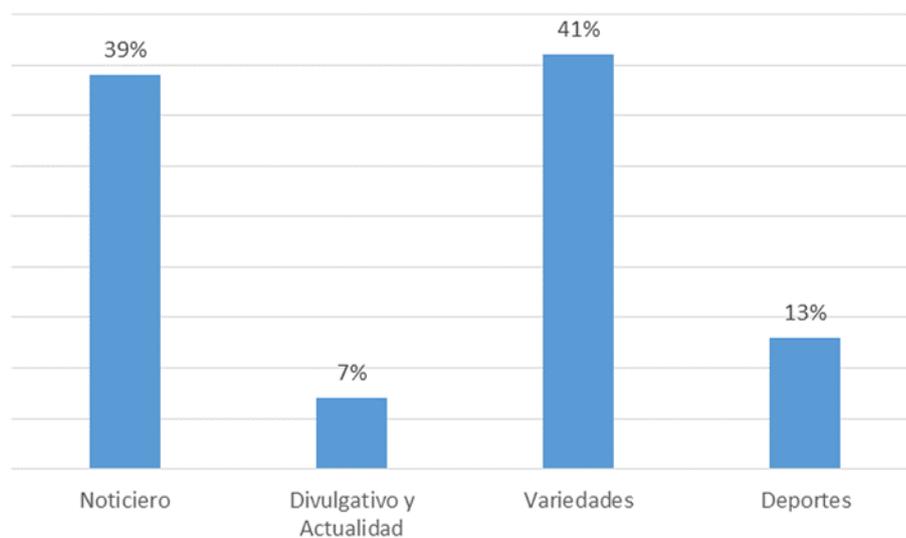


Gráfico 69. Tipo de producción de Lunes a Viernes RTP1- Portugal
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

RTP1 cuenta con 100% de producción nacional, ofrece en la parrilla de programación 41% del género de variedades con tres programas de lunes a viernes, el 39% se destina al género de noticias del mismo que se emiten 3 informativos.

Los deportes comprenden 13% de la exhibición, es decir 122 minutos al día se transmiten de esta programación. El porcentaje más bajo (7%) es para las realizaciones de contenido divulgativo de este género se emiten 69 minutos diarios.

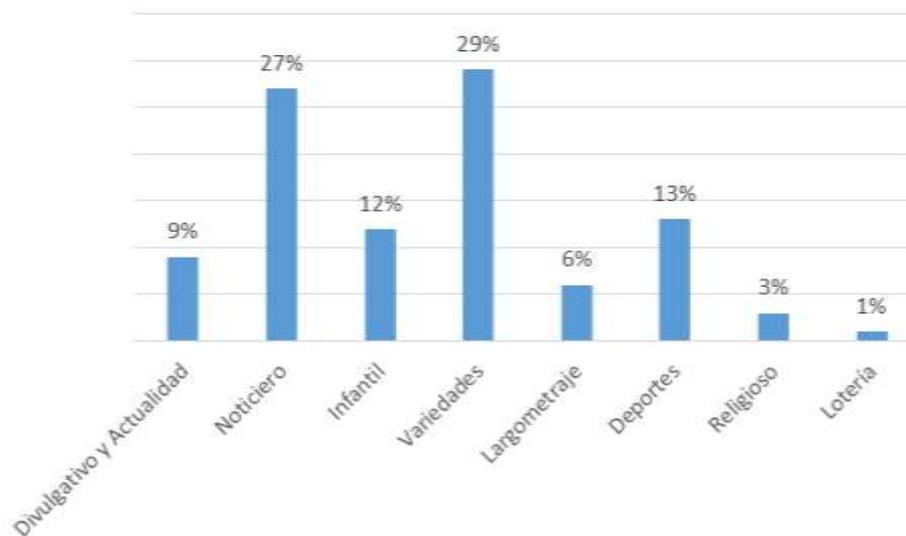


Gráfico 70. Tipo de programación de fin de semana RTP1- Portugal
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

El contenido de variedades muestra la mayor producción (29%) se emiten alrededor de 550 minutos toda esta realización de origen nacional.

El género de noticias posee 27% de programación este porcentaje refleja 528 minutos de exhibición, 13% es destinado al género deportivo, con dos emisiones entre sábado y domingo.

La programación infantil obtiene 12% de este porcentaje solo existen dos programas importados. El género divulgativo cuenta con 9%, en el análisis se pudo evidenciar que todos los programas son de contenido nacional.

Los largometrajes se ubican en sexto lugar con 6% de programación, existe una sola película el día domingo. El género religioso muestra 3% con un programa de 60 minutos de duración.

Finalmente el género de lotería representa el 1% con un programa que se emite de 21:00 a 21:15

4.5.19. Análisis del canal privado y público de Puerto Rico

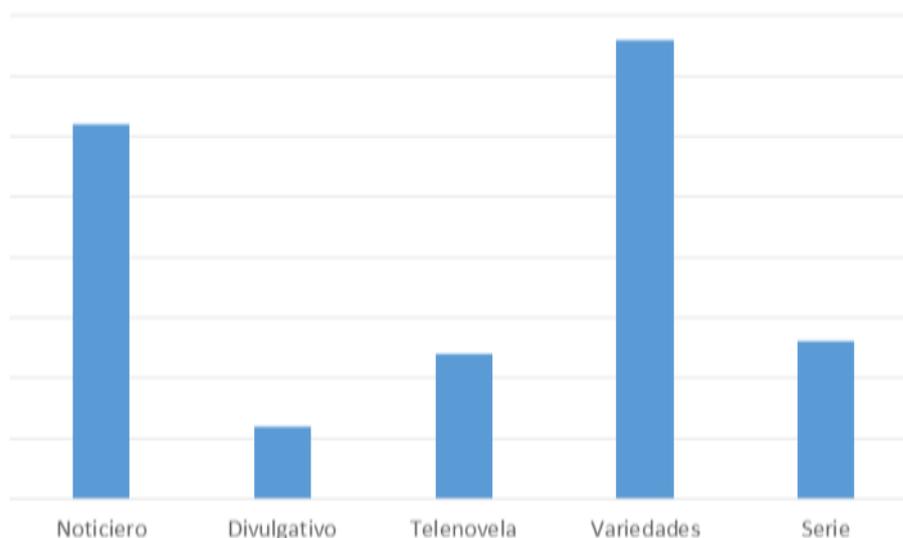
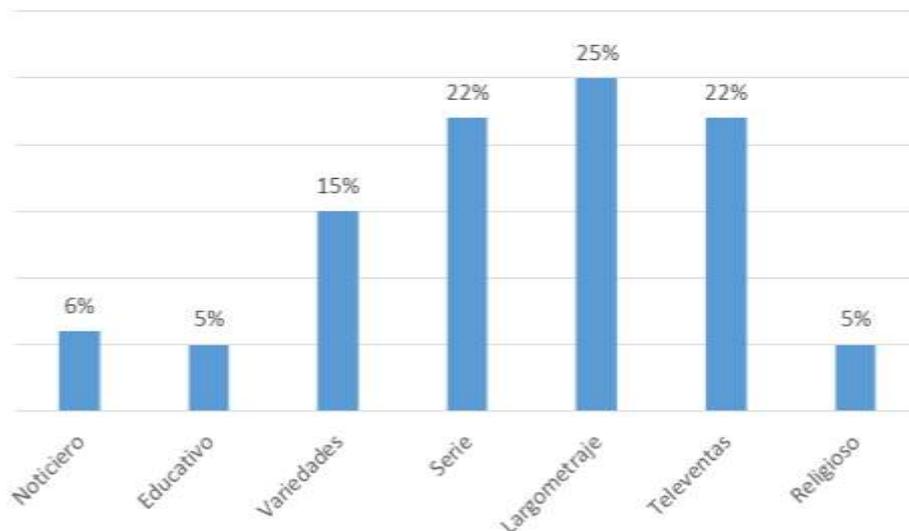


Gráfico 71. Tipo de programación de Lunes a Viernes WAPATV- Puerto Rico
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En Puerto Rico el canal con mayor es WAPA TV, el mismo que ofrece cinco tipos de géneros de lunes a viernes, en primer lugar se encuentra el género variedades con 38% el mismo que ofrece cinco programas netamente nacionales. En segundo lugar con 31% se ubican los programas informativos con tres creaciones y una duración total de 300 minutos.

En tercer puesto está el género series con dos producciones importadas originarias de Turquía lo que da como resultado el 13% de exhibición. Las telenovelas ocupan 12% de las parrillas de programación con dos programas importados de Corea del Sur y Turquía.

Los programas divulgativos se ubican en último lugar con un programa emitido a las 16:00 “Wapa a las cuatro” el mismo que tiene una duración de 60 minutos.



Gráfico

72. Tipo de programación de fin de semana WAPA TV- Puerto Rico

Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016

Elaboración: Propia

WAPA TV tienen como producto principal a los largometrajes con 25% con cuatro películas en fin de semana de origen internacional, el 22% lo obtienen las series con 420 minutos de exhibición el mismo tiempo que ocupa los especiales de televentas como programa en este canal.

El género variedades posee el 15% con dos programas importados que entre sábado y domingo tienen una proyección de 300 minutos.

Los noticieros emiten un total de 120 minutos. Los programas religiosos y educativos cuentan con 5% de contenidos es decir 90 minutos cada género.

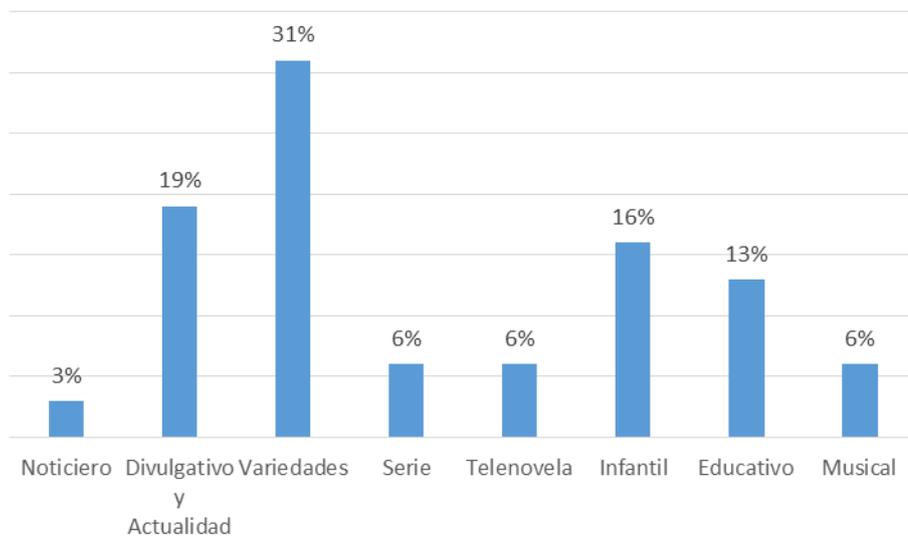


Gráfico 73. Tipo de programación de Lunes a Viernes WIPR- Puerto Rico
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el gráfico que representa a WIPR canal público de Puerto Rico, se identifica 31% de producción de variedades de la cual en su totalidad es contenido nacional, el 19% programación divulgativa asimismo de origen propio.

El género infantil posee 16% la mayoría de piezas audiovisuales son importadas y se exhiben 150 minutos al día lo mismo sucede con los programas educativos aunque de ellos solo se exhiben 120 minutos.

Las telenovelas, series y programación musical poseen 6% cada género y el género de noticias 3% con una sola emisión de lunes a viernes.

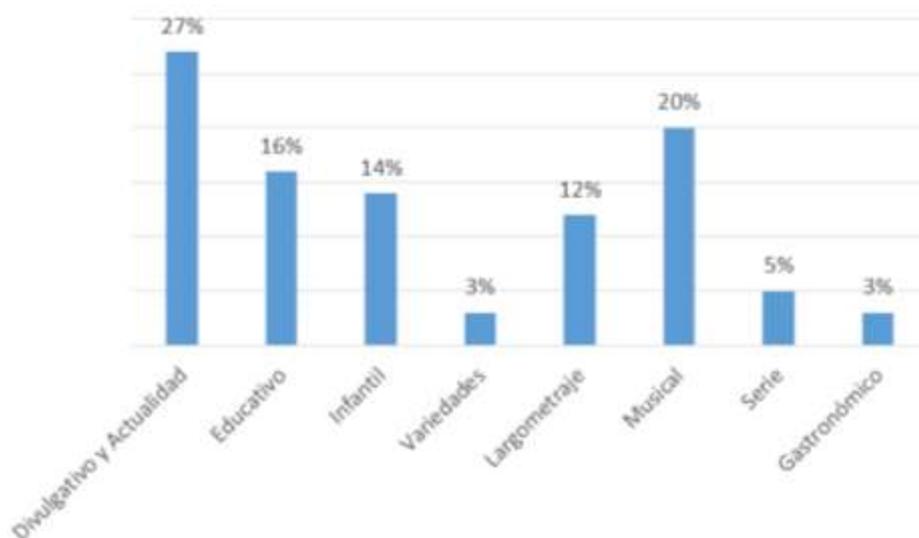


Gráfico 74. Tipo de programación de fin de semana WIPR- Puerto Rico
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En fin de semana WIPR tiene en la parrilla de programación 27% de contenido divulgativo con 8 programas de origen nacional, 20% obtienen las producciones musicales con un número elevado (390 minutos)

El 16% se destina al género educativo del mismo que se emiten 300 minutos seguido del género infantil con 14% mayor parte emitida el día sábado.

Los largometrajes (12%) muestran dos programas importados mientras las series tienen 5% asimismo contenido internacional.

Finalmente 3% es para el género gastronómico y de variedades.

4.5.20. Análisis del canal privado y público de República Dominicana

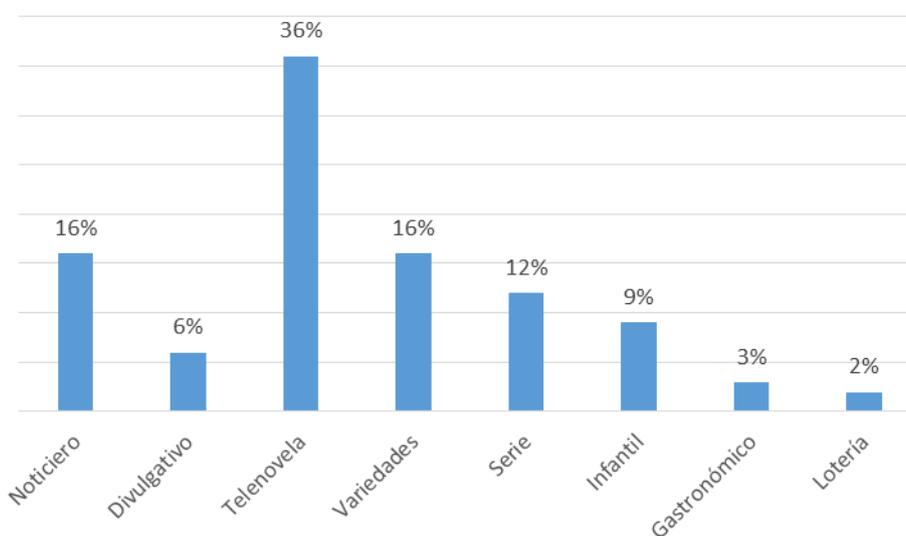


Gráfico 75. Tipo de programación de Lunes a Viernes Telesistema- República Dominicana
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Telesistema es el canal con mayor rating en República Dominicana, el mismo que dedica 36% de su programación al género de telenovelas con seis producciones importadas de México, Estados Unidos y Argentina.

El segundo lugar lo ocupa el género e variedades y noticieros con 16% cada uno, los noticieros son de producción nacional y los programas de variedades tienen dos netamente nacionales y uno proveniente de Estados Unidos.

Las series se posicionan en tercer lugar este porcentaje se da por las tres series importadas que emite Telesistema con una duración total de 120 minutos. Este canal ofrece alrededor de 90 minutos programación infantil importada. En quinto lugar se encuentran los programas divulgativos con un programa nacional que tiene una duración de 60 minutos.

El programa gastronómico que se emite en este medio ocupa 3% lo que equivale a 30 minutos de exhibición diaria, y con menor porcentaje el programa de lotería que transmite 15 minutos en la parrilla de lunes a viernes.

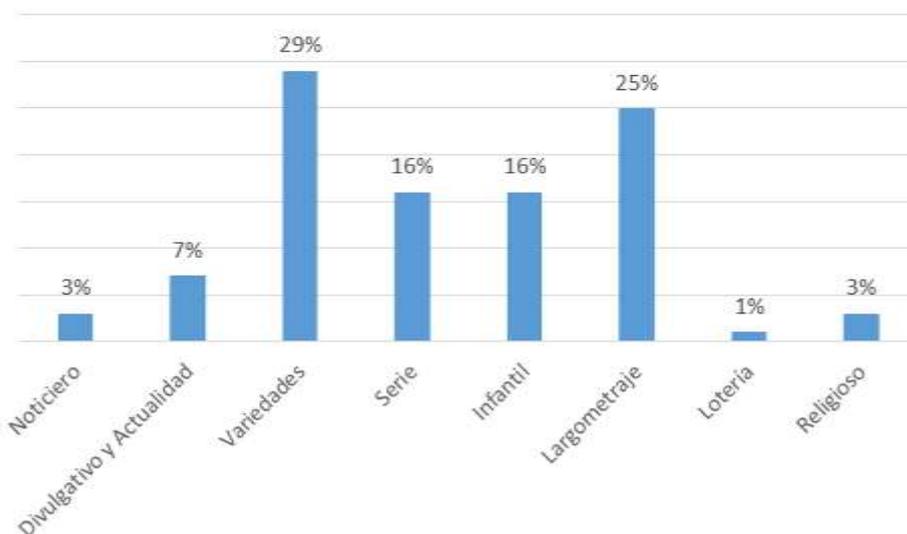


Gráfico 76. Tipo de programación de fin de semana Telesistema- República Dominicana
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Como podemos evidenciar, Telesistema opta por emitir 29% de programación de variedades en su totalidad de origen nacional. Los largometrajes tienen 25% dentro de la parrilla con dos emisiones en sábado y la misma cantidad en domingo lo que da un total de 480 minutos de exhibición.

El género infantil posee 16% la producción emitida de este género es importada. Los programas divulgativos tienen 7% de contenidos exhibidos cabe recalcar que estos son creaciones nacionales.

El género religioso y noticiero mantiene 3%, una duración de 60 minutos cada género. En último lugar está el programa de lotería con 1% lo que equivale a 30 minutos de programación en fin de semana.

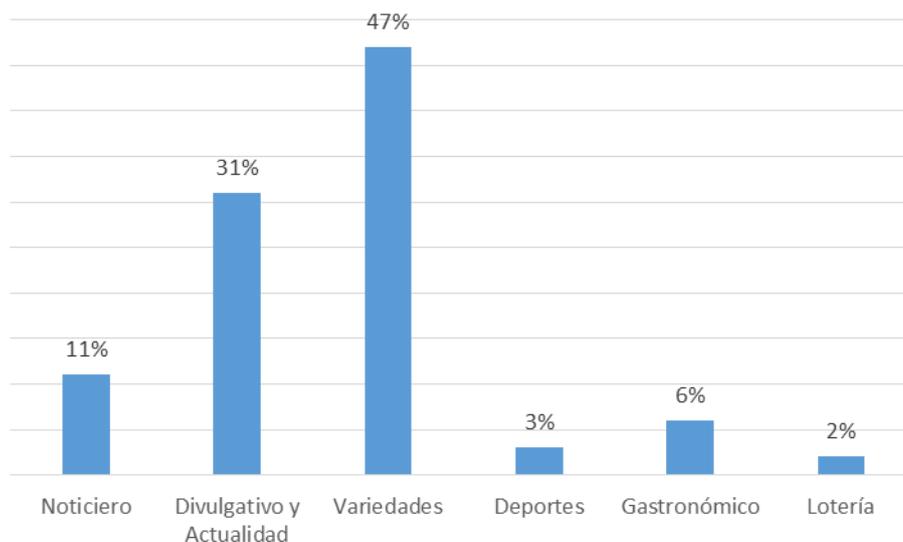


Gráfico 77. Tipo de programación de Lunes a Viernes CERTV - República Dominicana
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

CERTV el canal público de República Dominicana tiene 100% de producción nacional, 47% es de variedades que se emiten 450 minutos al día con un total de 6 programas.

La programación divulgativa obtiene 31% con 4 producciones, seguido del género de noticias (11%) del mismo que se transmiten 105 minutos diarios.

El género gastronómico posee 6% en el análisis se observó una sola producción. Los deportes y lotería ocupan el porcentaje más bajo con 3% y 2% respectivamente.

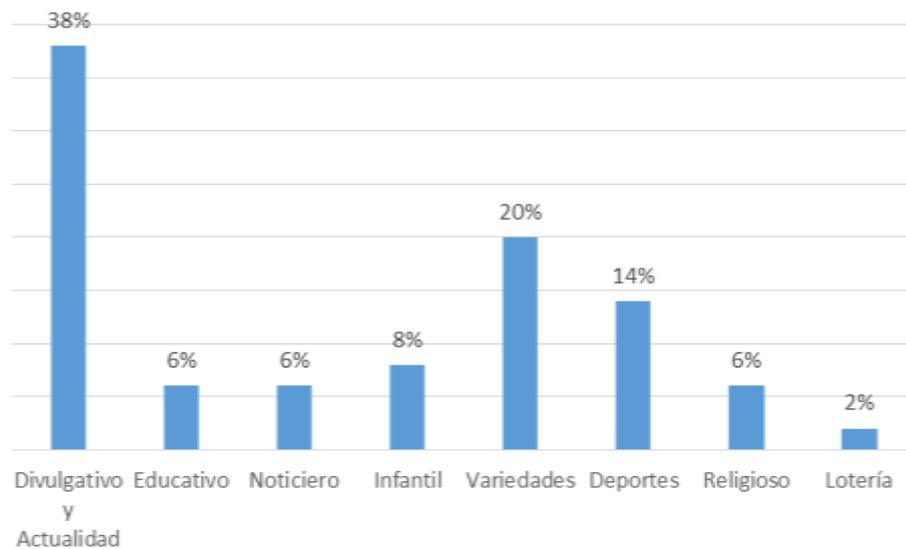


Gráfico 78. Tipo de programación de fin de semana CERTV- República Dominicana
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

La programación que lidera en fin de semana son los programas divulgativos con 38% siendo producción totalmente nacional, el 20% es destinado al género de variedades del mismo que se emiten 385 minutos. Los deportes poseen 14% la mayor parte exhibida los días domingos con 2 programas.

El género infantil obtiene 8% solo una mínima parte de este contenido es importado. Los programas religiosos, educativos y noticieros obtienen 6% cada género.

El género con menor producción (2%) es de lotería

4.5.21. Análisis del canal privado y público de Uruguay

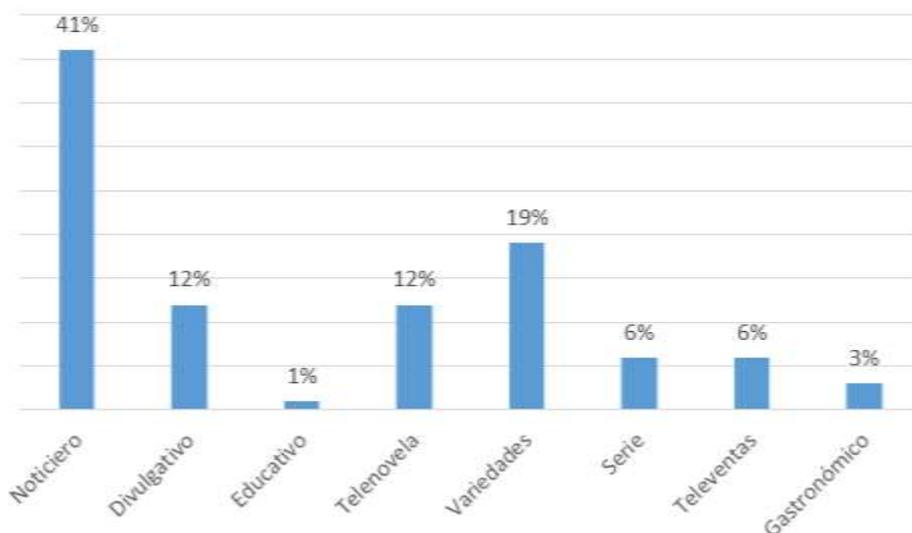


Gráfico 79. Tipo de programación de Lunes a Viernes Teledoce- Uruguay
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En Uruguay el canal Tele Doce tiene la mayor audiencia, como se puede observar tienen 41% de programación informativa lo que corresponde a 390 minutos de emisión con cuatro noticieros al día. En segundo lugar se ubica el género de variedades con un programa nacional y dos internacional originarios de Argentina.

Las telenovelas y programas divulgativos ocupan 12% en la programación de Tele Doce. En el primer caso las telenovelas son importadas de Argentina y Brasil y los programas divulgativos se destacan por ser propios de Uruguay.

Las televentas que brinda el medio es del 6% la misma que se emite a las 06:00 y dura 60 minutos, el mismo porcentaje que se da a las series en este caso una producción italiana con el título de “Comisario Rex”

El 3% lo tiene el programa gastronómico “La Receta” con una duración de 30 minutos, el género educativo posee el 1% con 5 minutos de transmisión.

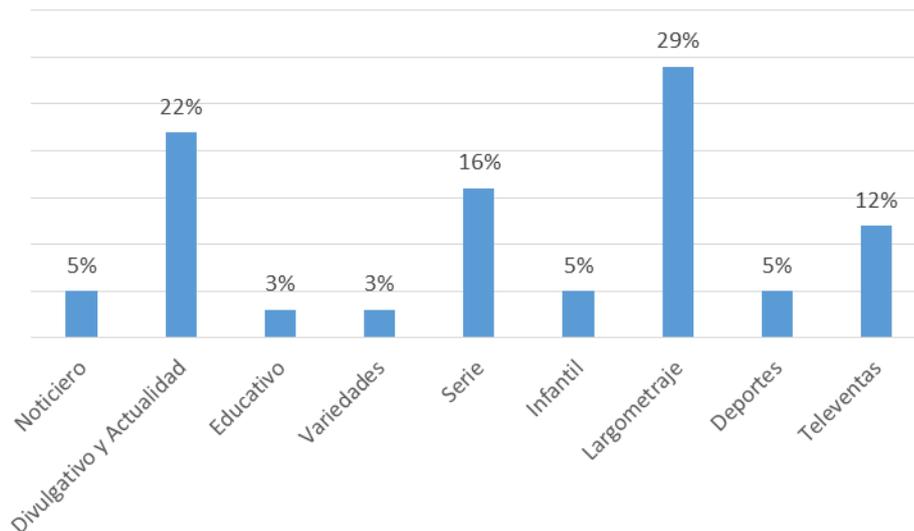


Gráfico 80. Tipo de programación de fin de semana TeleDoce- Uruguay
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

TeleDoce cuenta con el 29% en programación de largometrajes, alrededor de 5 películas importadas son exhibidas. El 22% lo dedican a programas divulgativos de los cuales 60 minutos se exhiben en sábado y 360 minutos los domingos. Las series mantienen 16% de emisión con 4 programas importados.

Las televentas poseen el 12% de parrilla contratada estas se emiten de 06:00 a 08:00 en sábado y domingo. Los deportes, noticieros y programas infantiles poseen 5% una duración aproximada de 90 minutos.

Finalmente los programas de variedades y educativos mantiene 3% con una creación cada género de origen nacional.

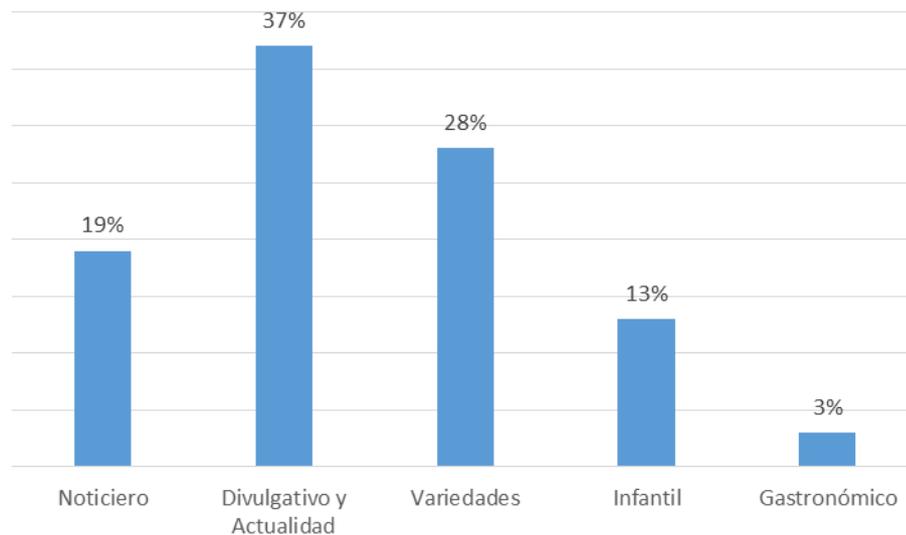


Gráfico 81. Tipo de programación de Lunes a Viernes TNU- Uruguay
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

TNU el canal público de Uruguay, tiene 100% de producción nacional, del cual 37% corresponde al género divulgativo con 360 minutos de exhibición diaria, seguido de la programación de variedades con 28% del cual se emiten 3 programas al día.

Los noticieros tienen 19% de producción mientras que el género infantil (13%) registra 120 minutos de proyección. En último lugar se ubica los programas gastronómicos (3%) con un programa de 30 minutos de duración.

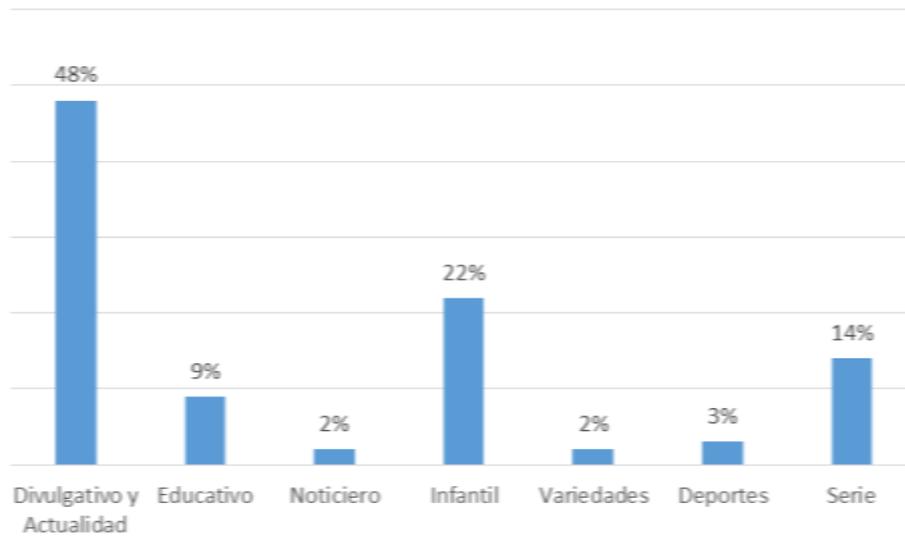


Gráfico 82. Tipo de programación de fin de semana TNU- Uruguay
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Los fines de semana TNU exhibe 48% de programación divulgativa con 7 creaciones propias. En segundo lugar se encuentra el género infantil (22%) de cual se emiten 420 minutos.

Las series tienen 14% en la parrilla de programación lo que equivale a 270 minutos de exhibición.

El género educativo (9%) se emite solo en sábado con 180 minutos de transmisión. Los deportes (3%) tienen un programa que se emite dos veces el día domingo. El 2% lo obtienen los noticieros y programas de variedades.

4.5.22 Análisis del canal privado y público de Venezuela

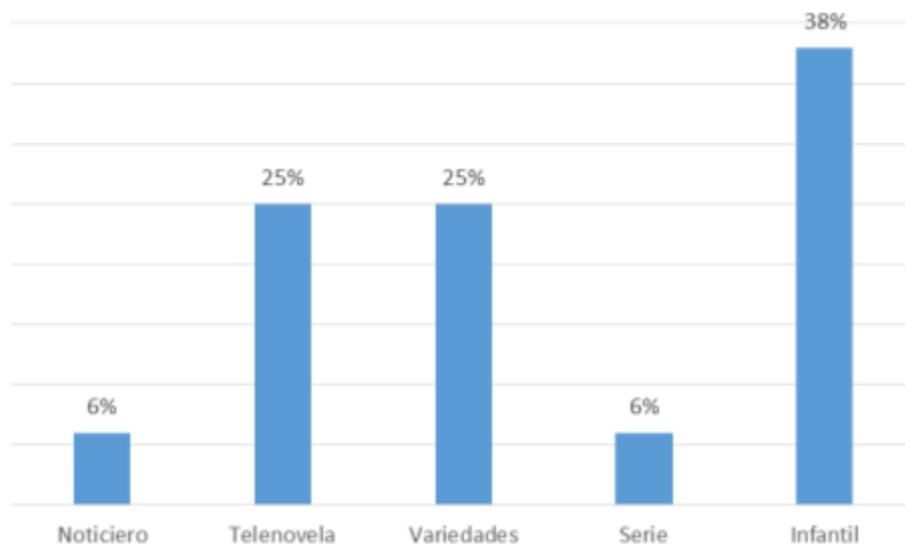


Gráfico 83. Tipo de programación de Lunes a Viernes Venevisión-.Venezuela
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El canal venezolano Venevisión goza de mayor rating en este país, entrega al televidente 38% de producción infantil con dos programas cada uno tiene la duración de 180 minutos. En segundo lugar están las telenovelas con dos producciones importadas y la misma cantidad creaciones nacionales, asimismo con 25% se encuentran los programas de variedades con dos producciones propias y una importada en total se exhibe de este género 240 minutos.

Los noticieros en este país ocupan un porcentaje bajo en comparación a los demás países analizados (6%) solo se transmite un noticiero con una duración de 60 minutos.

La serie "El Chavo del 8" ocupa 6% en la parrilla de programación de lunes a viernes con una duración de 60 minutos.

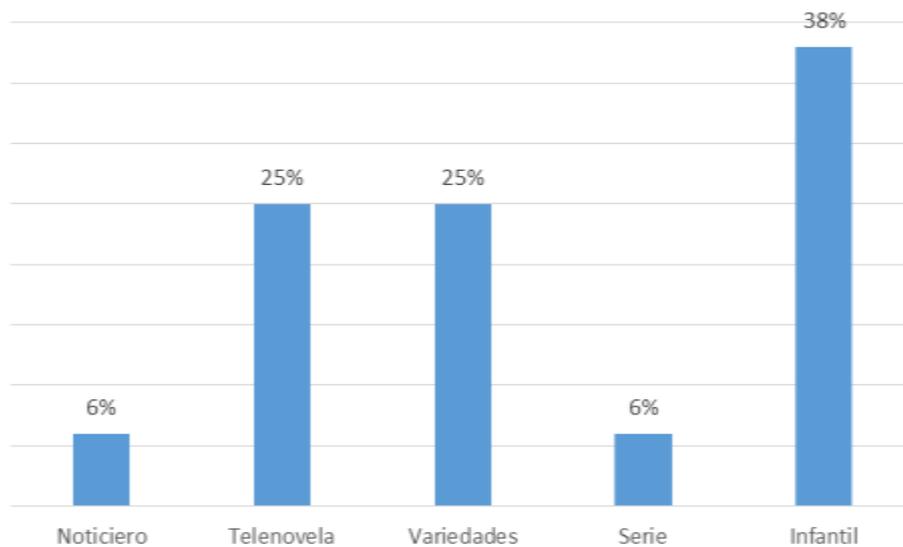


Gráfico 84. Tipo de programación de fin de semana Venevisión- Venezuela
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Como observamos en el gráfico Venevisión tienen 34% de contenido de variedades existen cuatro programas de los cuales uno es importado, la duración total de este género es de 660 minutos. El 20% lo ocupan las telenovelas con cuatro producciones en fin de semana.

El género infantil posee 16% lo que equivale a 300 minutos de proyección entre sábado y domingo. Los programas deportivos cuentan con 11% de emisión, solo el día domingo se registra este contenido con 210 minutos de exhibición.

Las series cuentan con 9% en la parrilla de programación esto se da por la transmisión de “El Chavo del 8” con una duración en fin de semana de 180 minutos. Existe un largometraje registrado en este análisis lo que otorga a este género 5% de contenido. Finalmente el género menos transmitido en este país es de tipo musical con 3%

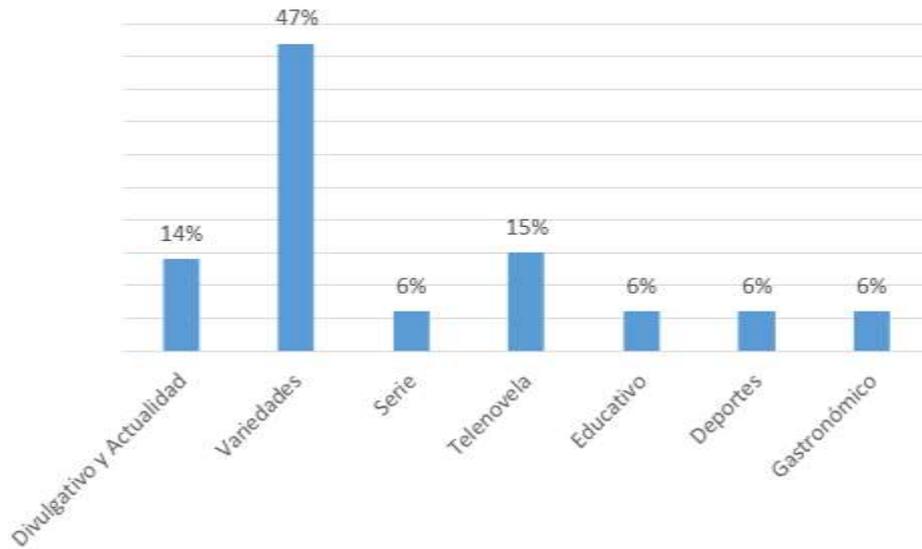


Gráfico 85. Tipo de programación de Lunes a Viernes TVES- Venezuela
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

TVES el canal público líder en Venezuela se pudo identificar que la mayoría de producción es nacional a excepción de las series que son importadas. El 47% lo ocupa el género de variedades cuenta con 6 programas de este tipo y ocupan 450 minutos de emisión diaria. En segundo lugar está el género telenovela (15%) que mantiene una producción y se emite en dos ocasiones.

El género divulgativo se encuentra en tercer lugar (14%) con 120 minutos de emisión, esta cifra aumenta los días jueves a 180 minutos que se transmite el programa “Contacto con Maduro”.

La programación deportiva, gastronómica, educativa y de series posee 6% cada género con 60 minutos de exhibición promedio al día.

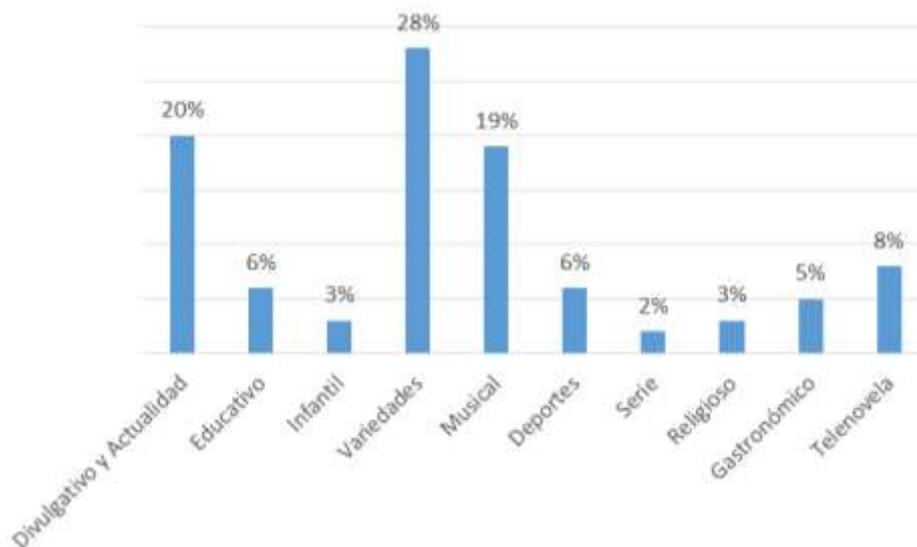


Gráfico 86. Tipo de programación de fin de semana TVES- Venezuela
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El género variedades sigue liderando la programación en fin de semana del canal venezolano TVES con 28% con seis producciones nacionales, el 20% se encuentra dominado por contenido divulgativo, la mayor exhibición de este género se da en domingo.

El género musical tiene su espacio en TVES (19%) lo que significa que se emiten 360 minutos. Las telenovelas poseen 8% en la parrilla de programación con una producción venezolana.

El 6% lo obtienen los programas deportivos y educativos con 120 minutos de exhibición. El género religioso e infantil ocupa 3% mientras que el 2% restante se destina a las series que en este caso es el único programa importado el día sábado.

4.9. Análisis del tipo de origen de programación de los canales públicos y privados.

En esta parte del análisis se muestra el origen nacional o internacional del contenido emitido por los países de Iberoamérica.

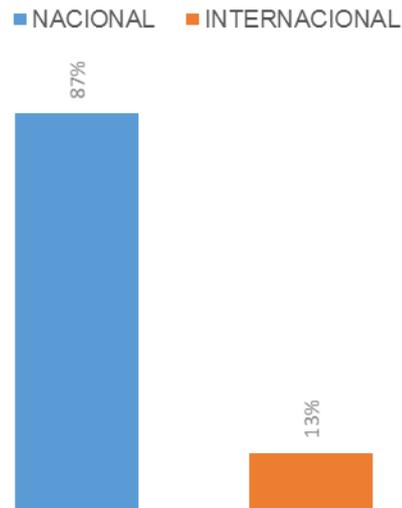


Gráfico 87. Origen de parrilla de programación (Argentina)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

La producción televisiva en Argentina obtiene 87% frente al 13% de contenido importado, se debe aclarar que la mayor creación de contenidos propios se encontró en el canal privado y la poca importación que se realiza es el día sábado con el género de largometrajes y series.

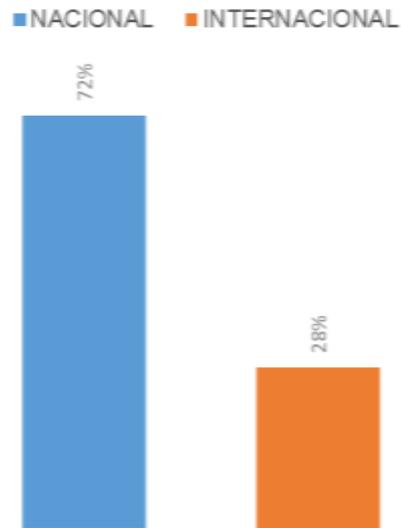


Gráfico 88. Origen de parrilla de programación (Bolivia)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En el gráfico observamos que 72% es contenido de producción nacional y el 28% programación importada la misma que se da solo en el medio privado. En el canal público el 100% de contenidos es de origen nacional.

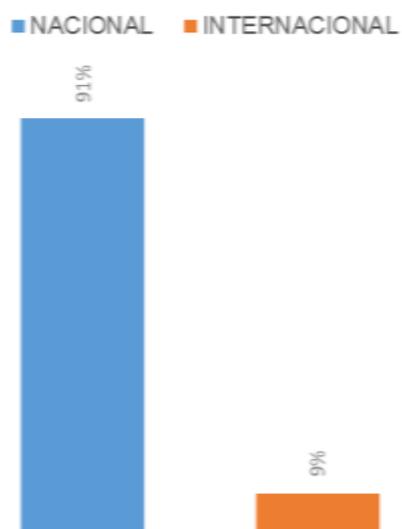


Gráfico 89. Origen de parrilla de programación (Brasil)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

La producción televisiva que se da en Brasil tienen 91% de contenidos nacionales, el 9% se destinada a los programas importados. En el análisis se pudo identificar que el porcentaje que obtiene el medio privado en su totalidad es contenido propio a diferencia de TV Brasil que importa programación por lo general de tipo infantil y series.

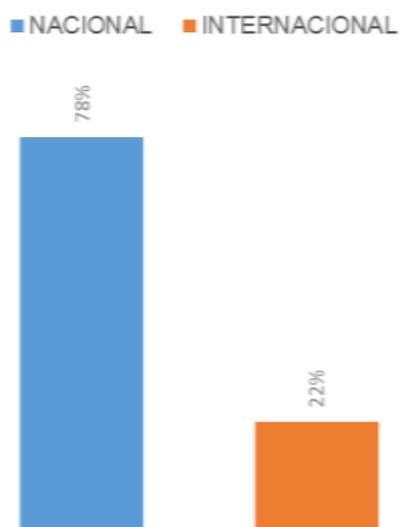


Gráfico 90. Origen de parrilla de programación (Chile)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Como se puede evidenciar en el gráfico Chile obtiene 78% de producción nacional y 22% de programación importada. En los dos canales tanto privado como público importa contenido en el primer caso los géneros con mayor importación es de series y telenovelas y en el segundo son largometrajes.

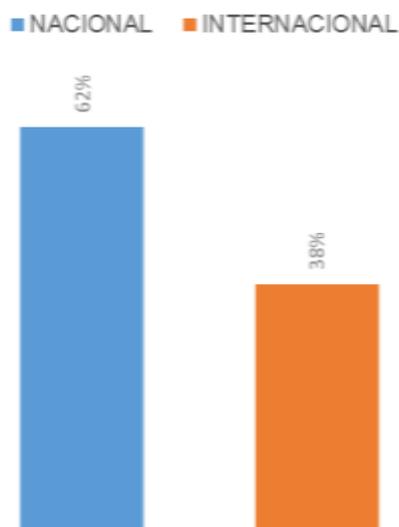


Gráfico 91. Origen de parrilla de programación (Colombia)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Existe gran contenido importado en Colombia (38%) y 62% de producción nacional. Señal Colombia el canal público registra mayor importación y lo hace con contenido de series y largometrajes mientras que los canales privados importan por lo general programas infantiles.

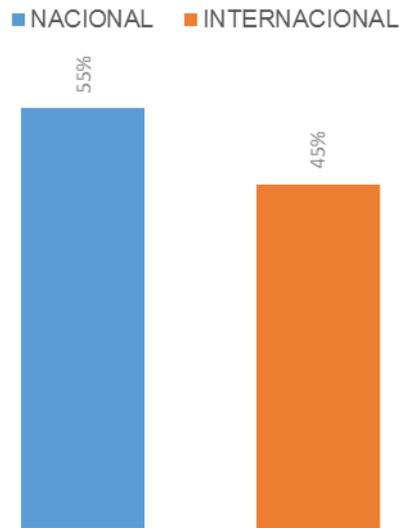


Gráfico 92. Origen de parrilla de programación (Costa Rica)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En el caso de Costa Rica existe poca diferencia entre el contenido nacional (55%) y la producción de origen internacional (45%).

Canal 6 medio privado posee mayor número de programas importados como series, telenovelas y largometrajes mientras que la menor producción es de realización nacional.

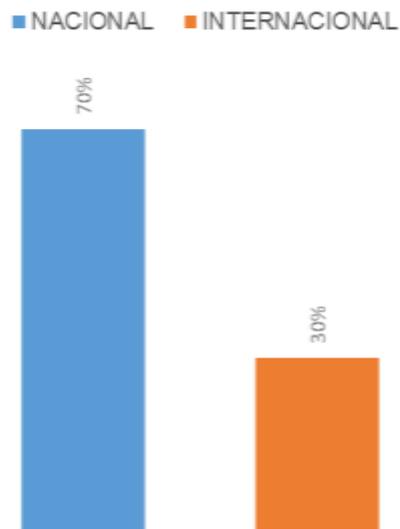


Gráfico 93. Origen de parrilla de programación (Cuba)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el caso de Cuba, al no contar este país con un medio privado, el único canal analizado fue Cubavisión, en donde el contenido nacional lidera con 70% y la producción internacional con 30% de esta programación se importa productos audiovisuales como telenovelas, programas infantiles y series.

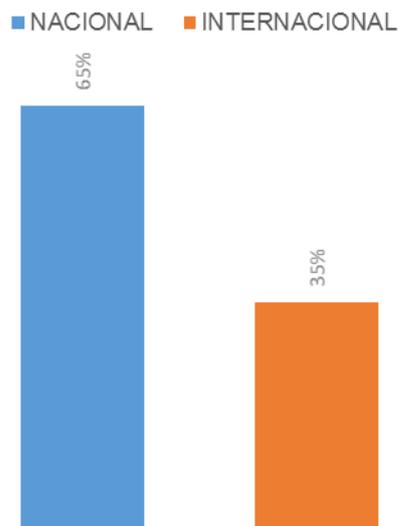


Gráfico 94. Origen de parrilla de programación (Ecuador)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el gráfico que representa a Ecuador evidenciamos 65% de producción nacional y 35% de contenidos importados. Los dos canales que analizamos muestran producción importada en el caso de Ecuavisa (Canal Privado) los programas con mayor importación son telenovelas, series y largometrajes. Ectv (Canal Público) por su parte compra derechos programas infantiles y de divulgación.

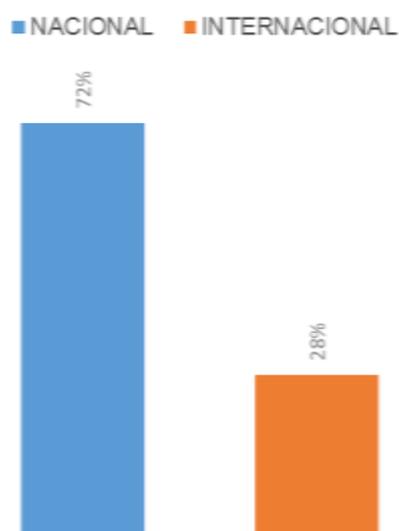


Gráfico 95. Origen de parrilla de programación (El Salvador)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

El origen de la programación en El Salvador es del 72% de origen nacional y 28% importada. El canal público posee mayor contenido propio los pocos contenidos importados son series y programas divulgativos.

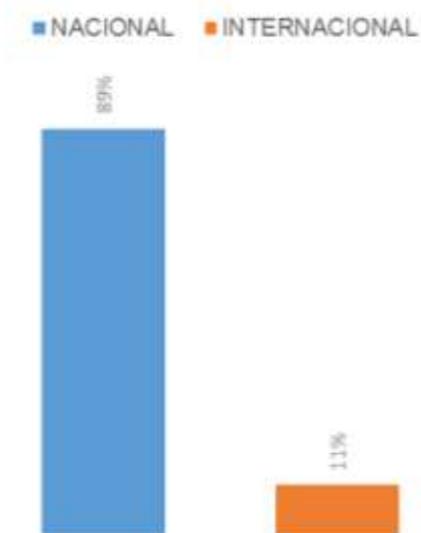


Gráfico 96. Origen de parrilla de programación (España)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

España posee 89% de contenido de origen nacional y 11% de producción importada. En los dos canales analizados se muestra poca importación esta se hace con género como series y largometrajes.

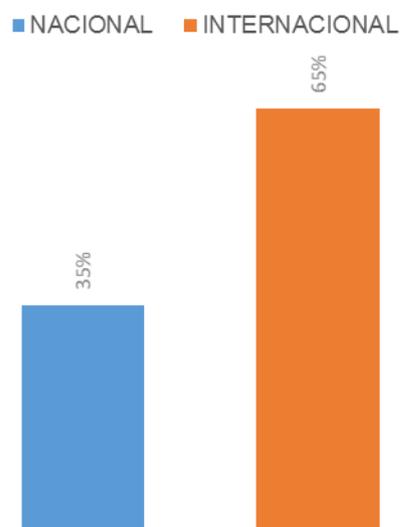


Gráfico 97. Origen de parrilla de programación (Guatemala)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Guatemala es el canal con mayor importación de contenidos 65% y 35% de programas importados. En este país no existe canal público por lo que se procedió solo con el análisis del canal privado, el mismo muestra que los contenidos de categoría internacional son largometrajes, series y telenovelas.

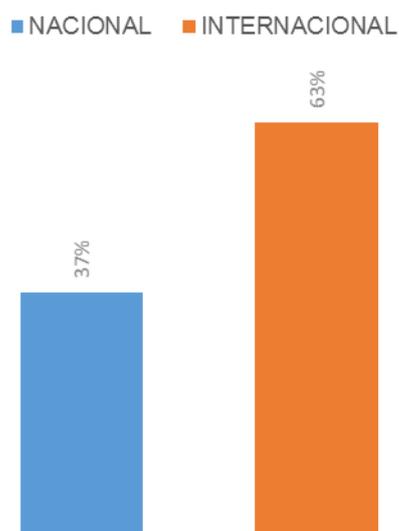


Gráfico 98. Origen de parrilla de programación (Honduras)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En el gráfico se puede observar que Honduras posee 63% de producción importada frente a 37% de contenido original. Se debe señalar que solo se analizó el canal privado pues no se tuvo acceso a la parrilla de programación pública.

Los géneros con mayor importación son series, telenovelas y variedades.

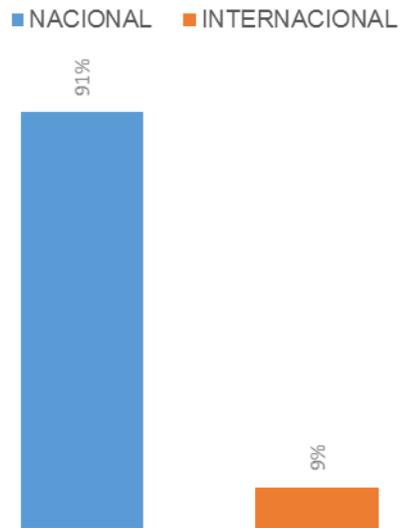


Gráfico 99. Origen de parrilla de programación (México)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

México es uno de los países con mayor programación de origen nacional (91%) el contenido importado es del 9%. Se pudo analizar que el canal privado tiene en su totalidad producción nacional mientras que el medio público necesita importar programas, estos son de género educativo, infantiles y series.

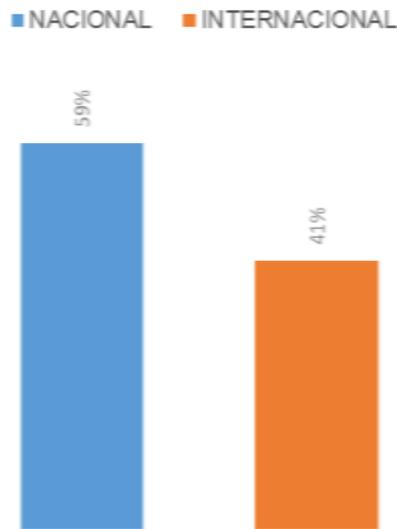


Gráfico 100. Origen de parrilla de programación (Nicaragua)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En este gráfico de Nicaragua muestra 59% es producción nacional mientras que 41% es programación importada. El canal privado tiene mayor producción importada que propia, se evidenció que parte de estos contenidos internacionales son telenovelas, programas infantiles, largometrajes y variedades.

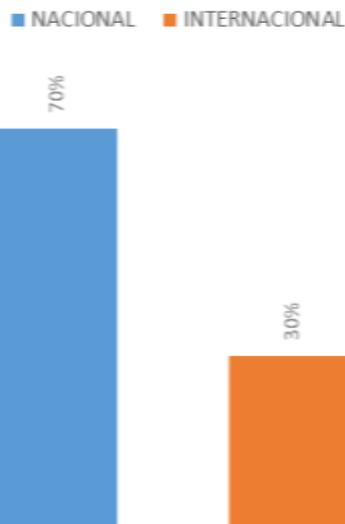


Gráfico 101. Origen de parrilla de programación (Panamá)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Panamá tiene 70% producción nacional y 30% de programación importada, los dos canales tanto público como privado muestran poca importación.

El contenido internacional emitido son telenovelas, largometrajes, telenovelas, series y programas divulgativos.

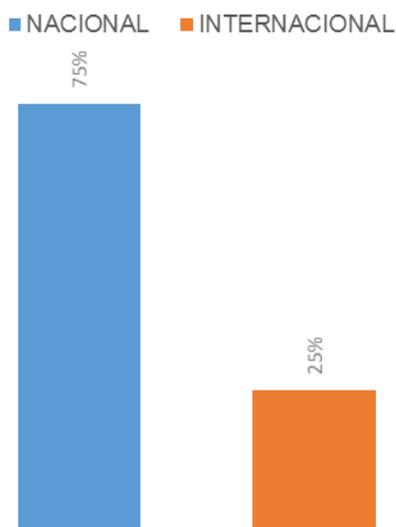


Gráfico 102. Origen de parrilla de programación (Paraguay)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

Paraguay tiene 75% de contenido nacional y 25% de contenido extranjero. El canal público cuenta con mayor programación de origen nacional, solo de lunes a viernes opta por importar programas mientras que los fines de semana en su totalidad son realizaciones propias.

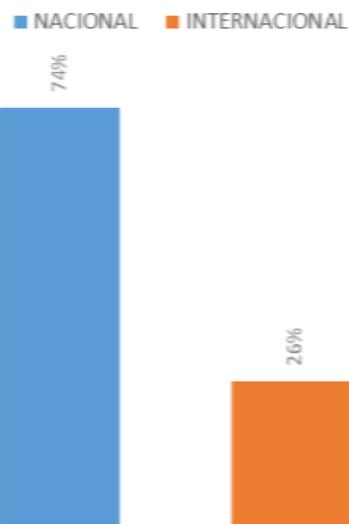


Gráfico 103. Origen de parrilla de programación (Perú)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Perú obtiene en el análisis 74% de producción nacional mientras que 26% es contenido extranjero. Se evidenció dos aspectos el primero que el canal público (Tv Perú) tiene en su totalidad contenido nacional y el segundo que en canal privado (América Tv) posee mayor contenido internacional.

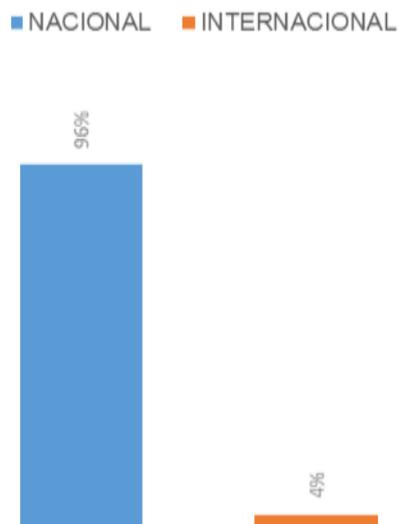


Gráfico 104. Origen de parrilla de programación (Portugal)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Portugal es el país de Iberoamérica con mayor producción en su parrilla de programación 96% de contenido nacional y solo 4% de programación internacional. Los dos canales de Portugal tanto privado y público no importan contenido de lunes a viernes, solo lo realizan los fines de semana y lo hacen con géneros como series y programas infantiles.

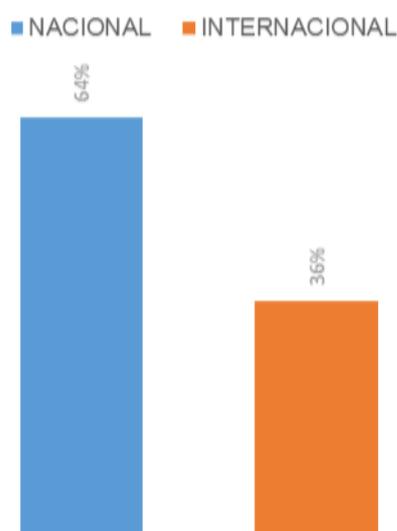


Gráfico 105. Origen de parrilla de programación (Puerto Rico)
Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
Elaboración: Propia

En Puerto Rico el 64% de contenido es de origen nacional y 36% de producción importada. Los dos canales tanto privado y público muestran importación. De lunes a viernes por importar series y telenovelas mientras que los fines de semana programas infantiles.

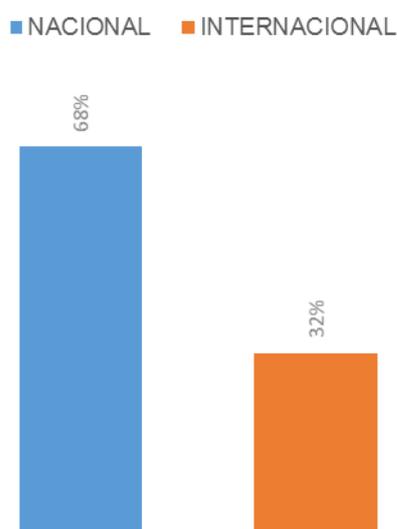


Gráfico 106. Origen de parrilla de programación (República Dominicana)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el caso de República Dominicana posee 68% de contenido nacional frente a 32% de producción extranjera. En el análisis se observó que el canal privado muestra mayor importación, mientras que el canal público emite un porcentaje mínimo de contenido internacional.

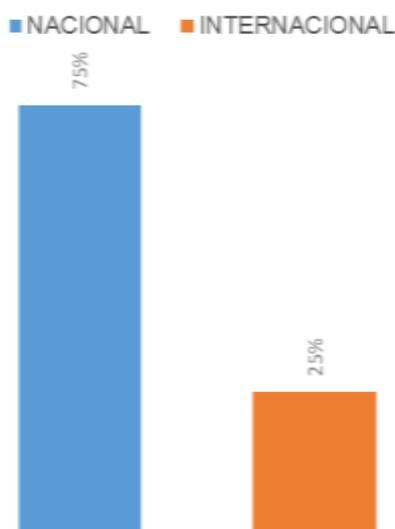


Gráfico 107. Origen de parrilla de programación (Uruguay)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

Uruguay muestra 75% de exhibición nacional y 25% de contenido importado. El canal público produce mayor contenido propio, los programas importados solo se emiten los fines de semana como series y producción educativa.

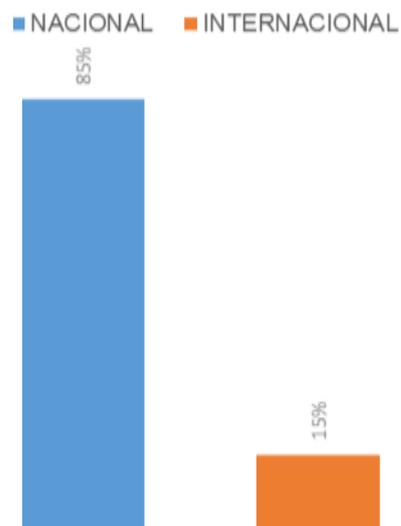


Gráfico 108. Origen de parrilla de programación (Venezuela)
 Fuente: Análisis de Semana Tipo Del 25 al 31 de julio de 2016
 Elaboración: Propia

En el gráfico 109, muestra 85% de producción nacional y solo 15% de contenido internacional. El canal público TVES importa de lunes a viernes dos series, los fines de semana se observó la importación de 3 realizaciones infantiles.

El canal privado Venevisión prefiere importar contenido de variedades y telenovelas.

COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

H1: Las parrillas de programación en Iberoamérica están compuestas en su mayoría por géneros de ficción.

Esta hipótesis no se comprueba; en el análisis se determinó que los canales de televisión tanto públicos como privados emiten mayor cantidad de programas de noticias, divulgativos y de variedades.

H2: Las mayor parte de productos audiovisuales que se exhiben en los canales de televisión de Iberoamérica son importados.

Esta hipótesis no se comprueba, los resultados de la investigación indican que la mayoría de producciones son de origen nacional, esto principalmente con los contenidos emitidos de lunes a viernes, los fines de semana se estabilizan la programación nacional e internacional.

H3: Los contenidos emitidos en la TV privada iberoamericana no están enfocados en formar a la audiencia.

Esta hipótesis se comprueba, los programas emitidos en el territorio Iberoamericano tienen mayor parte de contenido informativo, su principal propósito es comunicar y mostrar la realidad de cada país y del mundo. Los programas de entretenimiento se emiten en mayor parte los fines de semana.

H4: Los canales de TV públicos tienen una parrilla de programación que no atrae al televidentes.

Esta hipótesis se comprueba, las parrillas de programación de los canales públicos muestran poca diversidad de contenidos lidera el género divulgativo, noticiero y educativo y bajo porcentaje de contenidos de entretenimiento.

CONCLUSIONES

1. Los canales de televisión privados y públicos de Iberoamérica destinan mayor espacio a programas de noticias, casi en su totalidad creaciones nacionales. Los fines de semana la programación está compuesta por largometrajes, series y contenido infantil proveniente principalmente de Estados Unidos, México y Japón.
2. La ficción televisiva se exhibe en mayor parte los fines de semana, la mayoría de telenovelas y series son importadas, principalmente de Estados Unidos, México, Colombia, Brasil y Turquía, este último país se consolida como uno de los mayores exportadores en cuanto a series y telenovelas que han generado rating de sintonía muy alto y se han ubicado en el prime time. Estas producciones se las puede encontrar más en canales privados, Honduras y Guatemala son los países que registran mayor importación de contenidos.
3. Los canales públicos muestran mayor producción nacional que los canales privados. Esto se debe a que en la mayoría de países Iberoamericanos rigen leyes en cuestión de producción que obligan a los medios a contar en sus parrillas con mayor producción propia, tal es el caso de Ecuador, Argentina, Colombia, Brasil y México, en los que su legislación a medios de comunicación está enfocada en fortalecer la producción nacional.
4. Portugal es el país con mayor contenido nacional (96%), seguido de México y Brasil, principalmente en sus canales privados cuentan con programación nacional durante toda la semana, ambos con el 91%, esta cifra se toma de los canales públicos y privados. México es uno de los principales exportadores de contenidos audiovisuales, seguido y Brasil y Colombia.
5. Los contenidos educativos se encuentran en mayor porcentaje en los canales públicos, se puede evidenciar que estos tienen la finalidad de llenar la parrilla de programación, por lo general estas producciones son las que gozan de menor rating.
6. Los canales públicos y privados mantienen un espacio para programas religiosos (católicos) que se exhiben más los fines de semana, por lo general con una misa que dura 60 minutos, en menor porcentaje se encuentran los géneros de lotería y gastronómico. Los programas de televentas se transmiten exclusivamente en canales privados.

RECOMENDACIONES

- Los canales privados deben apostar por más contenido original que permitan exportarlo a diferentes países de Iberoamérica.
- Los canales privados deben emitir contenidos que aparte de entretener a la audiencia también fomenten la educación y conocimiento del televidente
- Se debe buscar la innovación de programas como series y telenovelas en cuanto al contenido y calidad.
- Los países iberoamericanos deberían crear alianzas estratégicas que permitan fomentar más la industria televisiva; se debe tomar como referente a Portugal que este país busca la creación de contenidos nacionales lo que permite el fortalecimiento de la industria televisiva.
- Se debe buscar que la programación educativa sea más creativa y atractiva y estén destinadas para disfrutarlas en familia.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (26 de Mayo de 2016). CONATEL. Obtenido de <http://www.conatel.gob.ve/files/lehrs06022014.pdf>
- Autoridad Nacional de Televisión. (20 de Enero de 1995). ANTV. Obtenido de <http://www.antv.gov.co/index.php/normativa/leyes/send/7-leyes/5-ley-182-de-1995>
- Bruno, M., & Leticia, P. (2015). Argentina Digital en detalle: qué cambios plantea la nueva ley de telecomunicaciones. *Information Technology*, 210.
- Bustamante, E. (2007). Comunicación: estudios venezolanos de comunicación. *La Televisión en Iberoamérica: El nudo central de la cooperación cultural*, 46-58.
- Caracol. (2004). *La televisión en Colombia*. Bogotá: Caracol Televisión.
- CARACOL. (14 de Octubre de 2016). Obtenido de www.caracoltv.com
- Dominick, J. R. (2006). *La dinámica de la comunicación masiva*. México: McGraw-Hill Interamerica.
- Druetta, S. (2010). *La TV que no se ve*. Villa María: EDUVIM.
- Duque, C. (2013). *Los Medios de Comunicación Públicos y Privados como actores políticos durante los hechos del 30-S*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Furió, D. M. (2012). *La producción cinematográfica: las fases de creación de un largometraje*. Barcelona: UOC.
- Gobierno de España. (17 de Mayo de 2016). Ministerio de Educación. Obtenido de <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/version/v1/accesibilidad.php?c=&inc=television&blk=1&pag=8>
- León, B. (2014). *Detrás de las cámaras*. Salamanca: Comunicación Social.
- Ley de Comunicación de Ecuador. (25 de Junio de 2013). Obtenido de <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
- Ley Federal de Radio y Televisión*. (2012). México.
- Ley General de la Comunicación Audiovisual de España*. (2010).
- López, F., Cueto, E., & George, D. (2009). *Historias de la pequeña pantalla*. Madrid: Vervuert.
- Macas, J. (2013). *Análisis de las parrillas de programación de los canales de televisión de cobertura nacional de Ecuador, entre el 17 de junio al 14 de julio de 2013*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Martinez, J. &. (2010). *Manual del Productor Audiovisual*. Barcelona: UOC.
- MEDIOS PÚBLICOS DE ECUADOR. (15 de Octubre de 2016). Obtenido de www.mediospublicos.ec
- Mejía, J. (1972). *Historia de la radio y TV en México*. Texas: Universidad de Texas.
- Mora, A. (1982). *La Televisión en Ecuador*. Guayaquil: Amauta.

- OBITEL. (2015). *Relaciones de género en la ficción televisiva*. Porto Alegre: Editora Meridional .
- Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia. (19 de Marzo de 2014). *OBSERVACOM*. Obtenido de <http://www.observacom.org/brasil-ley-seac-de-tv-abonados-ley-n12-485-de-2011/>
- OEI. (14 de Octubre de 2017). Obtenido de <http://www.oei.es/AcercaDeLaOEI>
- Orozco, G. (2002). *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa .
- Ortiz, C. (2015). *Las Productoras Audiovisuales Ecuatorianas: Contexto, estructura y perspectivas del futuro*. Santiago de Compostela: Universidad Santiado de Compostela.
- Ortiz, C., & Correa, J. (2017). *cccc*. Quito: Paidós.
- Rincón, O., & Estrella, M. (2008). *Televisión Pantalla e Identidad*. Quito: El Conejo.
- Santos, G. (1977). *Los que hicieron 25 años de TV Argentina*. Buenos Aires: Herpa.
- Telefe. (6 de Octubre de 2016). Obtenido de <http://telefe.com/>
- Universidad de Palermo. (2006). *"Experimentación, Innovación, Creación. Aportes en la enseñanza del diseño y la comunicación"*. Buenos Aires: Universidad de Palermo .
- Venevisión. (15 de Octubre de 2016). Obtenido de www.venevision.com