Competencia encarnizada en la televisión en español

POR **JOHN SINCLAIR**

Las mismas tendencias en la programación de televisión que se observan actualmente en los mercados nacionales pueden verse también en el mercado minoritario de la televisión en español de Estados Unidos; por ejemplo, los programas de *telerrealidad* (*reality shows*) de producción local y las adaptaciones de los formatos mundiales han aparecido en las programaciones de los últimos años. No obstante, aunque la producción local de programas informativos y de entretenimiento es fuerte, y hay programas veteranos y programas especiales ocasionales de muchísimo éxito, el género más popular entre los públicos hispanos sigue siendo la telenovela. Casi todos estos programas son importados, ya que generalmente los intentos de hacer telenovelas ambientadas en Estados Unidos no han tenido éxito. La mayoría de las importaciones proceden de México y Venezuela, aunque algunas de las telenovelas más populares de los últimos años vienen de Colombia (?Yo soy Betty la Fea?) y de Chile (?La madrastra?, si bien de esta última se hizo una nueva versión en México).

Por consiguiente, el acceso a la programación de telenovelas es un factor decisivo en la competencia entre las cadenas estadounidenses de televisión en idioma español: *Univisión, Telemundo* y *Azteca América*.

Una de las razones del éxito muy superior de la cadena *Univisión* con respecto a las otras cadenas de televisión tiene que ver con sus vínculos históricos con *Televisa* de México, que hasta ahora le han garantizado una oferta de programación relativamente barata, principalmente telenovelas, que previamente alcanzaron una gran popularidad en México.

El hecho de que la mayoría de la audiencia de habla española de Estados Unidos sea de origen mexicano refuerza aún más esta ventaja. *Univisión* obtiene también programas del productor y distribuidor intercontinental *Venevisión* de Venezuela, y tiene un contrato de suministro de programas de ambas fuentes vigente hasta 2017. Por su parte, *Telemundo* también ha obtenido en México una parte de su programación de telenovelas, de la productora independiente Argos Comunicación, pero además ha recurrido a otras fuentes de América

Fundación Telefónica
Telefónica

Latina, especialmente el importante conglomerado de medios Globo de Brasil (por ejemplo, en el caso de *Terra Nostra*). *Azteca América*, la más reciente y más pequeña de las tres cadenas, obtiene sus telenovelas y la mayor parte de sus otros programas directamente de su empresa matriz de México, donde compite con *Televisa*.

No obstante, tanto *Univisión* como *Telemundo* producen aproximadamente la mitad de su propia programación, y compiten sobre esa base, aunque *Univisión* tiene hasta cuatro veces más éxito en los índices de audiencia. Incluso *Telefutura*, la segunda cadena de *Univisión*, orientada a un público juvenil, suele estar por delante de *Telemundo*.

Los programas emblemáticos

Varios de los programas de *Univisión* han mantenido su popularidad durante décadas, especialmente el espectáculo de variedades ?Sábado gigante?, presentado por el chileno ?Don Francisco? (Mario Kreutzberger), que *Univisión* trajo de Chile hasta sus estudios de Miami en 1986, y *El Show de Cristina*, un programa de tertulias basado en el modelo de ?Oprah?, presentado por la cubana-estadounidense Cristina Saralegui desde 1989. En el terreno de los informativos, ?Noticiero Univisión? acaba de cumplir su 25 aniversario, presentado desde los años 1980 por Jorge Ramos, antiguo periodista mexicano que se ha convertido en un perfecto portavoz para la comunidad de habla hispana en Estados Unidos. En varias ocasiones, recientemente, ?Noticiero Univisión? ha obtenido mejores índices de audiencia que sus competidores de las cadenas dominantes en habla inglesa. Junto con Teresa Rodríguez y María Elena Salinas, Jorge Ramos presenta también ?Aquí y ahora?, un programa informativo semanal de investigación, comparable en líneas generales al estilo de ?Sixty Minutes? (Sesenta minutos) en la cadena dominante *CBS*. Otro programa veterano es el matinal informativo diario ?Despierta América?, mientras que, en horario vespertino, ?El Gordo y la Flaca? ofrecen cotilleos sobre la industria de variedades y entretenimiento. También hay un programa informativo y de actualidad todos los días en horario de tarde-noche, ?Primer Impacto?. Además de este núcleo de programas habituales, *Univisión* tiene derechos, mediante sus acuerdos con *Televisa*, para emitir los eventos deportivos anuales de la región, tales como la ?Copa América?, y programas especiales sobre los premios de la música latinoamericana, como por ejemplo ?Premio lo nuestro?, ?Festival de Viña del Mar? y ?The Latin Grammy Awards?. Algunos de los programas han sido objeto de recientes disputas entre *Univisión* y *Televisa* por el pago de derechos.

Las mayores audiencias de *Univisión* en los últimos años han sido principalmente para las telenovelas ?La madrastra?, ?Rubí?, ?Amor real? y ?Rosalinda?, todas ellas procedentes de *Televisa*. No obstante, la máxima audiencia de todos los tiempos de *Univisión* ha sido para ?Selena ¡VIVE?!, un concierto de homenaje especial en 2005 para la cantante ?tejana? Selena, fallecida diez años antes, y que es cariñosamente recordada por los hispanos estadounidenses.

Entre los nuevos programas para 2006-2007 se incluyen ?La fea más bella, nueva versión de *Televisa* de ?Yo soy Betty la fea?, la telenovela colombiana de 1999, que ha sido uno de los escasos éxitos de *Telemundo* en los últimos tiempos. Los nuevos géneros híbridos que

Fundación Telefónica
Telefónica

integran los conceptos de ?telerrealidad? (*reality show*) con formas de programación más tradicional, están representados por ?Cantando por un sueño?, donde personas corrientes cantan junto con celebridades, y ?Belleza latina?, donde el público mira entre bastidores las escenas de un concurso de belleza e interviene como jurado en el proceso de selección. *Univisión* ha experimentado con formatos internacionales, por ejemplo en ?Trato hecho?, basado en el original estadounidense ?Let?s Make a Deal? (?Hagamos un trato?), pero la mayor parte de sus producciones son versiones hispanas de géneros convencionales, más que de formatos específicos.

La segunda cadena por índices de audiencia, *Telemundo*, ha pasado por diversos cambios de propiedad y dirección desde sus inicios y, como ya se ha señalado, carece de las relaciones consolidadas de *Univisión* en cuanto al suministro de programas en América Latina. Por consiguiente, no ha podido desarrollar programas favoritos propios duraderos, ni mantener ninguna continuidad en el acceso a los programas importados. Desde que la empresa matriz, *NBC Universal*, nombró un nuevo presidente de *Telemundo* en 2005, no obstante, se ha producido una serie de nuevas iniciativas, como por ejemplo una empresa conjunta con una productora mexicana, Grupo Xtrata, que producirá programas no sólo para *Telemundo*, sino también para su venta en el mercado mexicano y otros mercados latinoamericanos. *Telemundo* ha establecido también otro convenio de producción y desarrollo a largo plazo con Nostromo America, la división estadounidense de una empresa que lleva muchos años produciendo programas de juegos y *reality shows* en España, Italia y México. Su primera producción ha sido ?Quinceañera: Mamá, quiero ser artista?, un concurso de talentos juveniles.

No obstante, la revista del sector audiovisual de Estados Unidos *Variety* informó en septiembre de 2006 que la producción de *Quinceañera*, en la Ciudad de México, había sido interrumpida por la policía por una orden judicial. El problema es que *Nostromo América* tiene también un convenio de producción con *Azteca América*, la cadena estadounidense de TV Azteca. Se trata de un contrato exclusivo por cinco años, y Azteca ha presentado una demanda por violación de contrato contra Nostromo, porque esta compañía está produciendo ahora también para *Telemundo*. Evidentemente, la competencia entre las cadenas hispanas estadounidenses por hacerse con las fuentes de programación es más feroz que nunca.

Telenovelas en inglés

Otra de las iniciativas de *Telemundo* forma parte de una tendencia totalmente nueva: la producción estadounidense de telenovelas en inglés. En febrero de 2006, *Telemundo* firmó un contrato por dos años con Galan Entertainment, por el cual *Telemundo* otorgará la licencia de telenovelas a Galan, que producirá versiones en inglés para su emisión en todas las emisoras de *NBC Universal*. La primera de ellas es una ?reelaboración? de la telenovela de *Telemundo* titulada ?Body of Desire? (?Cuerpo de deseo?). Es interesante señalar que la directora de Galan Entertainment, Nely Galan, es una persona que estuvo vinculada con uno de los desastres más espectaculares de *Telemundo* en el pasado. A finales de los años 1990, Sony, propietaria de *Telemundo* en aquel entonces, reelaboró en español varios de sus programas originales en inglés, por ejemplo ?Los ángeles de Charlie?, pero el resultado fue que *Telemundo* sufrió una pérdida aún mayor de cuota de audiencia con respecto a *Univisión*.

Fundación Telefónica

En esta ocasión, la reelaboración en otra dirección, del español para públicos de habla inglesa, puede tener más éxito. *NBC Universal* no es la única cadena estadounidense que lo está haciendo, y de hecho hay otras que ya han tomado la delantera. La cadena Fox ha formado recientemente una segunda cadena, *MyNetworkTV*, que ha lanzado dos telenovelas en inglés durante 2006, ?Desire y Fashion House?. No obstante, los índices de audiencia hasta la fecha no han sido alentadores, y a los ejecutivos de la industria les preocupa saber cómo se adaptarán los espectadores estadounidenses a los valores de programación diaria y menores esfuerzos de producción de las telenovelas.

Mientras tanto, la cadena *ABC* ha adoptado un enfoque más cauto al escoger una telenovela de la que ya se ha hecho una nueva versión en otros idiomas y que ha demostrado ser un éxito internacional, ?Yo soy Betty la fea?, y programándola semanalmente, no cada noche a la misma hora, como suelen programarse las telenovelas. Con el nuevo título de ?Ugly Betty?, el programa goza al menos de un éxito inicial. El tiempo dirá si este modelo puede mantener su atracción para grandes públicos.

Así pues, según están las cosas en el último trimestre de 2006, la televisión en habla hispana en Estados Unidos ha entrado en un periodo muy inestable. No están del todo claros los planes de los nuevos propietarios de *Univisión*, si tienen intención de mantenerla y desarrollarla como cadena rentable o más bien prepararla para su venta a otra empresa, como tienden a hacer las empresas de inversiones en capital riesgo. También está pendiente el asunto del «salvavidas» de *Univisión*, su recepción de programas de *Televisa*, cuyos términos ya estaban en disputa antes de la venta. Dado que *Televisa* se ha desprendido por completo de *Univisión*, puede tratar de librarse de sus obligaciones con esta cadena y establecer nuevas salidas para sus programas. Con respecto a *Telemundo*, a pesar de haber sido adquirido por *NBC Universal* en 2001, no ha podido cerrar la brecha en los índices de audiencia entre ella misma y *Univisión*, y como hemos visto, sigue teniendo problemas con el suministro de programas. Por último, la actual tendencia de reelaboración de telenovelas en inglés está siendo impulsada por la demanda de programas baratos por parte de las cadenas dominantes, y corre el riesgo de no dar satisfacción a sus públicos, y al mismo tiempo desdibujar la línea divisoria lingüística y cultural que constituye la verdadera la razón de ser de la televisión en español.

Traductor: Antonio Fernández Lera

Fundación Telefónica