

# Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

José A Fonseca Delgado

Universitat Autònoma de Barcelona

Universidad de Puerto Rico, Arecibo

---

**RESUMEN:** Este artículo plantea como objeto de estudio la programación televisiva en Puerto Rico en la franja de mayor audiencia a través de un análisis de la oferta de contenidos emitida por las cadenas en abierto: *Telemundo (Puerto Rico)*, *Televisión*, *TuTV/PRTV* y *Univisión (Puerto Rico)*. Se seleccionaron las cadenas, años y la franja de horario del *prime time* con el objetivo de destacar los cambios más significativos que se produjeron antes y después de la implementación de la televisión digital terrestre en Puerto Rico. Se destacan en los resultados; la estructura general de la oferta televisiva, producción de contenidos, origen de los contenidos e idioma de emisión de los programas en la TV puertorriqueña antes y después del apagón analógico en la franja del *prime time*.

**PALABRAS CLAVE:** Telemundo (Puerto Rico), Televisión, TuTV/PRTV, Univisión (Puerto Rico), Programación televisiva

---

## **Introducción**

En Puerto Rico, en sus inicios la televisión se convierte en un medio transmisor de valores morales al reproducir la cotidianidad de la sociedad. Esta cotidianidad posee un repertorio de expresiones que podemos dividir

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

en cinco tipos: “la evolución del medio en nuestro país, la propia televisión, la televisión y su relación con los demás medios, la relación entre los telespectadores, y la relación dependiente de la pantalla” (Callejo Gallego, 1995, p.81). La televisión, al ser un medio que emplea el lenguaje audiovisual como vehículo de representación de la realidad, expuso visualmente en Puerto Rico la transición de una sociedad basada en la agricultura, a una sociedad industrial y tecnológica. Igualmente, la televisión ha contribuido a la preservar la memoria histórica de la Isla con imágenes claves de la lucha de los ciudadanos por conseguir cambios en el estatus político, pero también para romper barreras sociales y culturales. El proceso evolutivo de la televisión la ha convertido en un medio social, cultural, empresarial y tecnológico que no da señales de desaparecer de nuestras vidas, por lo contrario, evolucionó de una televisión análoga, a una digital.

Es a través de la programación televisiva se establece un orden de acuerdo con los espacios mejor conocidos como las franjas horarias, a las que se le confieren los contenidos que conforman la oferta televisiva transformándose en la parrilla de programación. Además, las parrillas de programación, como objeto de estudio, nos permiten reconocer los objetivos de las cadenas en la producción de sus programas o en la compra o adquisición de contenidos. Así, se plantea el estudio de los programas que junto a las franjas de horario ofrecen la articulación y fragmentación de las parrillas de programación televisiva de cada cadena o de un conjunto de cadenas de televisión o *network*.

Como “proceso comunicativo” que expresa la “narrativa visual de la cadena” (Cebrián Herreros, 1998) y que establece su “cuerpo de organización” (Contreras y Palacios, 2003, p.53), la programación constituye una organización de contenidos que combina las estructuras que organizan la televisión y se dirigen a una audiencia concreta de mujeres, hombres, jóvenes y niños” (p. 38). Dentro de su política de programación, las cadenas de televisión apuntan Piñuel y Raigada (1995) mantienen una “emisión continua de contenidos al telespectador día a día, hora a hora, semana a semana y temporada a temporada” (p.195). Por consiguiente, la audiencia tiene acceso todo el tiempo a una programación que no concluye en ningún momento.

El concepto o término para definir la programación se concretiza de varios significados y formas. Es un proceso, experimentado y planificado desde las cadenas de televisión, que persigue combinar los diversos contenidos o tipologías en una misma parrilla televisiva. De esta manera, las diversas franjas de horarios permiten una planificación diaria de los espacios y una selección previa de los contenidos, que serán las características propias de una cadena. Por otro lado, la parrilla de programación provee al espectador una comunicación directa de la cadena y dirigida a una audiencia determinada, lo cual se constituye en una oferta de contenidos. Su objetivo final es proveer diversos contenidos, diseñados y producidos luego de varios estudios e investigaciones, con el único fin de llegar a una audiencia en diversas franjas de horarios y mantenerla cautiva.

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

La Ley Federal del año 2001 (DTV, 2001) exige que todas las cadenas bajo la *Federal Communications Commission (FCC)* adopten normas relativas al uso de la tecnología digital en las estaciones de televisión comercial y pública. Todas las estaciones de televisión entran en un proceso de cambio a la televisión digital (DTV por sus siglas en inglés). A principios del siglo XXI, las cadenas de televisión en Puerto Rico comienzan la renovación y los cambios tecnológicos de una televisión análoga, a televisión digital, la cual comienza a operar a partir del 12 de junio de 2009.

Aunque en algunas ocasiones la programación como proceso quede reducida en los contenidos, en las franjas de horarios y en las estrategias, el proceso de programar está atado también al marco social, económico, cultural y político del país. Por lo cual, las tendencias y cambios en el proceso de la programación la han convertido en un fenómeno complejo que genera un análisis y estudio constante por parte de programadores, cadenas, críticos e investigadores. Este artículo no pretende analizar la programación televisiva como un fenómeno social. Nuestro propósito es presentar una radiografía general y descriptiva de la estructura de la industria televisiva puertorriqueña enmarcada dentro de las transformaciones que surgieron en los años analizados antes y después de la televisión digital terrestre en Puerto Rico.

## **La programación televisiva**

Los principales componentes que constituyen la programación de televisión la conforman y definen dentro de la industria televisiva son: la parrilla de programación, las estrategias, las franjas de horarios y los contenidos. Como último componente, y no menos importante, debemos incluir la figura del programador en la elaboración de la parrilla de programación y su importancia como profesional dentro de una cadena de televisión. Este acercamiento no pierde de vista las diferencias entre los modelos televisivos privados y públicos ni el modo particular en el cual ellos influyen en el proceso de programación televisiva.

Como es sabido, el proceso de programación no es solitario ni aislado. La programación permite la selección de diversos programas y su ubicación hasta su emisión final por parte de la cadena de televisión (Westphalen y Pyñuel, 1993). Permite también que sea el programador quien “utilice la suma de las reglas o procedimientos para ordenar adecuadamente el tiempo y espacio las distintas unidades programáticas” (Benito, 1991, p.118). Para desarrollar la programación se requiere el uso “de análisis cuantitativos y cualitativos al igual que nociones de economía que faciliten conocer la audiencia” (Contreras y Palacios, 2003, p.27). En su proceso de creación y desarrollo, la programación se nutre de investigación, contenido, audiencia, cultura y publicidad. Cada una de estas partes sientan las bases para la organización final de unos contenidos que han sido preparados teniendo en mente una audiencia específica; audiencia que ha sido analizada y definida con anticipación.

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

El concepto de *parrilla de programación* nace del vocablo norteamericano “*programme*” y “*schedule*”, aunque la programación como proceso es más complejo que estos términos. Como bien observan Contreras y Palacios (2003), como parte del concepto de la programación se incluyen aspectos relacionados con la “cultura, costumbres y hábitos sociales” (p. 27). Es importante tener en cuenta que la programación televisiva va más allá de “seleccionar (*choosing*) y programar (*scheduling*) contenidos televisivos”. Actualmente el concepto programación, resaltan Eastman y Ferguson (2006), es “amplio y complejo; que incluye diversos medios de comunicación: radio, televisión, cable, satélite e Internet” (p. 2).

El término *schedule* es mucho más abarcador que programación o rejilla ya que este término incluye “lista–horarios-programas-” Bustamante (2004). Bustamante explica que en Italia durante los años 70 se utilizó el término *palinesto* para describir el concepto de programación. Según Bustamante, el concepto *palinesto* se define como “la inserción de programas de todo tipo como simples materias o productos semi-elaborados que eventualmente dará la suma total de los componentes” (p. 93). La conformación de la programación presentará diferencias según se trate del modelo público del privado-comercial; o al menos es así a nivel teórico, aunque la multiplicidad de distintos modelos de televisión pública supone también un acercamiento diverso a esta concepción.

Raymond Williams (1974) marcó un hito en este sentido al proponernos dejar de pensar en la programación como “simples

segmentos”, de carácter “abstracto y estático” y a analizarla como un “flujo continuo”. Según él, la programación es “programas en secuencia de flujo” al contrario del concepto siempre ejemplificado sobre la programación como “unidades discretas”. De esta manera, a través del concepto del “flujo televisivo”, propuso una nueva forma de mirar la televisión, “el *flow* es realmente lo que destaca y define las características de la televisión paralelamente con las tecnologías y las formas culturales”. Es un “flujo planificado, y definido por la tecnología y la forma cultural”, en el cual “los fragmentos de un programa en la televisión, las pausas y las interrupciones forman parte de ese flujo que en lo absoluto no es casualidad, al contrario, forma parte de la programación “declarada”.

### **Los géneros televisivos**

La aportación de los géneros en la televisión se fundamenta en su evolución e importancia en la construcción de la programación televisiva. Perinbinonossoff, Gross y Gross (2005) sostienen que, durante los primeros años, en la televisión de los Estados Unidos se estableció un precedente al adoptar los formatos de la radio a la pantalla del televisor. Además, las primeras producciones dramáticas para la televisión en la década de los años 50 son recordada como “*golden age drama*” tiempo cuando producir programas para la televisión era como “*theather in home*” (p. 6). Este formato sería el mercado ideal para que las grandes corporaciones estadounidenses pudieran promocionar sus productos frente a la audiencia.

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

No obstante, será a partir de los años 80 que surja en la televisión estadounidense el género del *reality show*, entendido, según Sterling y Kittross (2002) como aquel que “logra que personas comunes cobren relevancia ante el protagonismo de sus vidas en la pantalla”. Desde hace varios años en la industria televisiva estadounidense se utilizan los términos *formats* y *genre* para describir los programas en las cadenas de televisión, cable y satélite. Sin embargo, los formatos se organizan a partir “de una clasificación establecida desde que se trasladó de manera mecánica, las categorías de análisis propias de la lingüística al análisis filmico-televisivo” (Amigo Latorre, 2006).

El *sitcoms* y el drama continúan como los géneros de mayor crecimiento y producción por su costo de rentabilidad a largo plazo. Conocido por sus situaciones de comedia típica norteamericana, el *sitcoms* tiene sus comienzos en los Estados Unidos y es uno de los géneros de mayor atractivo y éxito entre las audiencia televisiva. Por su parte, los géneros dramáticos más populares son los investigativos, criminales y de tribunales (Perinbinonossoff, Gross y Gross, 2005; Eastman y Ferguson, 2013). No obstante, la telenovela como género ha sustituido la forma de construir la programación televisiva en las pantallas de televisión en Latinoamérica y otras partes del mundo. Observa Rincón (2006) que la telenovela también conocida como “culebrón” y “*soap opera*” tiene sus orígenes en la radio con una composición de alrededor de 100 capítulos.

Los géneros televisivos de juegos, *talk shows* y los *realities* obtienen altos índices de audiencia y a las cadenas les cuesta menos dinero

producirlos. Podemos destacar que, en los Estados Unidos, los géneros que más éxito tienen en la programación televisiva son: drama, *sitcoms*, juegos, deportes y *realities*. Por su parte, los géneros de mayor producción y éxito en Europa son los documentales, programas culturales y los *realities*. Sin embargo, en América Latina el género que mayor interés genera en la audiencia sostiene Rincón (2006), es la telenovela o el llamado culebrón.

## **La televisión**

En la televisión comercial, la programación “es un proceso económico que permite emitir diversos contenidos a cambio de una financiación por medio de la publicidad”. Dicho proceso incluye una “negociación entre la cadena y la audiencia, donde la cadena desarrolla, produce, distribuye y emite una programación con el único objetivo de una ganancia económica” (Perinbinonosoff, Gross y Gross, 2005). Por el contrario, la financiación de la televisión pública proviene del gobierno, del sector privado, de las cuotas de las afiliadas y de la aportación por parte de los telespectadores (Perinbinonosoff, Gross y Gross, 2005).

En los Estados Unidos la televisión adoptó de la radio el modelo del *patrocinio*: “esto significó que cada hora se asociara con marcas, empresas o compañías que patrocinaban un programa” (Gross, Gross y Perebinosoff, 2005, p.5). Durante muchos años, la fórmula del patrocinio funcionó, hasta que un escándalo en el programa de televisión *Quiz Show* destapó serias irregularidades entre los patrocinadores y un concursante

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

(Gross, Gross y Perinbinonosoff, 2005; Contreras y Palacios, 2003). A la misma vez existía un claro problema de sostenimiento económico del patrocinio y de conflicto de intereses entre patrocinadores y empresas.

Para el 1959, las cadenas estadounidenses tomaron el control de la programación al desarrollar y producir sus contenidos y al vender períodos de tiempo dentro de la programación. De esta forma la publicidad se encargaría de financiar la programación en lugar de patrocinarla. Como resultado de esta decisión, un año más tarde “la televisión comercial comenzó a cobrar los espacios de la publicidad según los índices de audiencias (ratings)” (Gross, Gross y Perinbinonosoff, 2005, p.11). Ambos elementos cambiaron la manera de programar en la televisión comercial de los Estados Unidos y fueron muy significativos “al marcar las pautas en proceso de desarrollo y organización de la programación televisiva” (Gross, Gross y Perinbinonosoff, 2005, p. 11).

Por el contrario, el modelo público europeo surge como un “proyecto de educación cultural y popular basada en un contrato de comunicación pedagógica en la cual los telespectadores constituían una gran clase y en donde los profesionales de la televisión serían los nuevos maestros” (Rincón, 2006, p.168). Sin embargo, este modelo de corte pedagógico y cultural que ha sido llamado de “paleo-televisión” (Cortés, 1999) carecía de organización en su estructura de programación al igual que de estrategias de programación a la hora de organizar los contenidos. En contraste con el modelo privado estadounidense, en el modelo público

europeo la publicidad y los índices de audiencia no eran importantes para el desarrollo de estrategias de programación.

Durante los años 80, en Europa se produce la desregulación por parte del Estado, “a partir del cual se inicia la privatización de las cadenas de televisión en Europa” (Bustamante, 2004, p.47). La desregulación establece una segunda generación audiovisual conocida como *televisión de masas* que abrirá el camino hacia la *neo-televisión* (p. 47). La *neo-televisión* se caracterizará por la competencia entre las cadenas de televisión por conseguir audiencia y por promover la venta de espacios publicitarios dentro de la programación televisiva. Como consecuencia esto redundará en otra entrada de dinero y, en algunos casos, en el principal apoyo de la cadena (Cortes, 1999).

El modelo de televisión comercial y el modelo de televisión pública han coexistido en la industria televisiva desde el siglo pasado. Desde un principio Estados Unidos adoptó y desarrolló el modelo comercial como referente en su industria televisiva y con el paso de los años ese modelo ha emigrado a casi todo el mundo. Además, dentro de la industria televisiva actual coexisten otros modelos televisivos que son definidos como televisión religiosa, televisión cultural, televisión por pago, televisión por satélite y televisión por Internet. También, existen modelos televisivos que emiten una programación generalizada especializada, a la carta o de pago. Sin embargo, desde sus comienzos el modelo de televisión privada ha tenido muy clara su visión de televisión comercial al desarrollar una parrilla de programación cuyos contenidos están acorde a los gustos

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

de una audiencia determinada, y parten de un objetivo muy definido: “distribuir a domicilio un producto audiovisual” (Bustamante, 2004, p. 73).

### **La metodología**

Con el objetivo de destacar los cambios más significativos que se produjeron antes y después de la implementación de la televisión digital terrestre en Puerto Rico, esta investigación parte de una doble perspectiva metodológica, cuantitativa y cualitativa. Consideramos que este enfoque metodológico permite una mejor sinergia de manera que se logre cumplir de forma más adecuada con los objetivos establecidos para la investigación. Las técnicas de investigación utilizadas en este trabajo son la investigación documental, para la construcción de un marco teórico referencial sobre la programación y el análisis de contenido, para examinar la oferta televisiva en la Isla.

El análisis de contenido, como técnica de investigación, permitió al investigador obtener una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de los contenidos emitidos por las cadenas privadas y la pública que representan parte de la estructura de la televisión en Puerto Rico. Permitted, además, la interpretación y comprobación de las técnicas utilizadas y la verificación de las preguntas planteadas sobre el medio analizado. Esta técnica de investigación permite extraer la información necesaria para registrar y procesar lo más relevante y, a su vez, conocer por medio del procesamiento estadístico las condiciones en que se han producido, para

su posterior interpretación (Jauset, 2000; Piñuel Raigada y Gaitán Moya, 1995; Cebrián Herreros, 1981).

Algunas investigaciones relacionadas con la programación de televisión están conformadas por diversos estudios epistemológicos y analíticos que se enmarcan en contenidos, audiencias y discurso televisivo (Callejo Gallego, 1995). Asimismo, Cassetti y di Chio (1997) subrayan que las diversas técnicas empleadas para sus estudios e investigaciones nos ofrecen diversas teorías y perspectivas de entre las cuales podemos considerar “la oferta televisiva” (p. 20). El análisis de la oferta televisiva se puede dimensionar de varias maneras: los análisis de los programas, sus contenidos, su estructura y su funcionamiento comunicativo. En el análisis de la programación, el flujo de las transmisiones o emisiones se encarga de organizar los programas de las parrillas. Por su parte, el estudio de la lógica global preside la realización de los programas y su coordinación dentro de una línea editorial específica y el análisis del mercado de los productos televisivos se encarga de relacionar el campo del espectáculo y de la comunicación, en general.

La programación, su proceso de construcción y emisión han permitido que un grupo de investigación dirigido por Emili Prado clasifique y realice un análisis de contenidos en la programación televisiva de Europa y los Estados Unidos. Las investigaciones del Observatorio Permanente de la Televisión en Europa (*Euromonitor*, 1988) y del Observatorio Permanente de la Televisión en Norteamérica (*USAMONITOR*, 1996) dieron cuenta de que algunas tipologías poseen una hibridación de varios géneros. Uno de

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

los que más atención e interés ha suscitado es el macro-género del *info-show* (para algunos conocidos como el *infotainment*). Según Emili Prado (2002), el *info-show*, “deriva su atractivo por bajo costo de producción para las cadenas ante los altos costos de otros macro-géneros como la ficción e información” (p. 374).

### **Características muestrales**

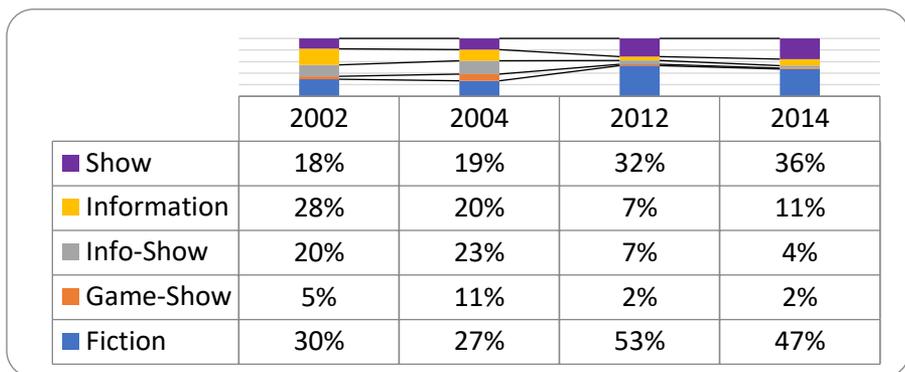
La muestra está compuesta por 21 días del mes de marzo y 21 días del mes de noviembre (las tres primeras semanas) de las cuatro cadenas de la muestra en los años 2002, 2004, 2012 y 2014, en el horario de las 20:00h a las 22:59h. Se presenta especial atención a la franja del *prime time* con 7.560 minutos de emisión por cadena televisiva en un periodo de cuatro años. Las cadenas en abierto seleccionadas son: *Telemundo (Puerto Rico)*, *Televisión*, *TuTV/PRTV* y *Univision (Puerto Rico)*. Esto significa un total de 30.240 minutos de emisión por año de estudio que a su vez son 120,960 durante los cuatro años del periodo del estudio.

### **Resultados**

Para responder a los objetivos del estudio, expondremos los primeros resultados del análisis de contenido en donde se hayan reportado diferencias significativas. En este primer cruce se pueden inferir hasta cinco claros resultados de la televisión puertorriqueña en horario *prime time* distinguiendo por años 2002-2004 y 2012-2014 separadamente. La estructura general de la oferta televisiva, producción de contenidos, origen

de los contenidos e idioma de emisión de los programas en la TV puertorriqueña antes y después del apagón analógico en la franja del *prime time*.

Gráfico 1: La estructura general de la oferta televisiva puertorriqueña antes y después del apagón analógico.



Fuente: Elaboración propia.

En este primer cruce se pueden inferir hasta dos claras agrupaciones:

- a1) Los años 2012 y 2014 con *fiction* y *show*.
- a2) Los años 2002 y 2004 con el resto de los macrogéneros.

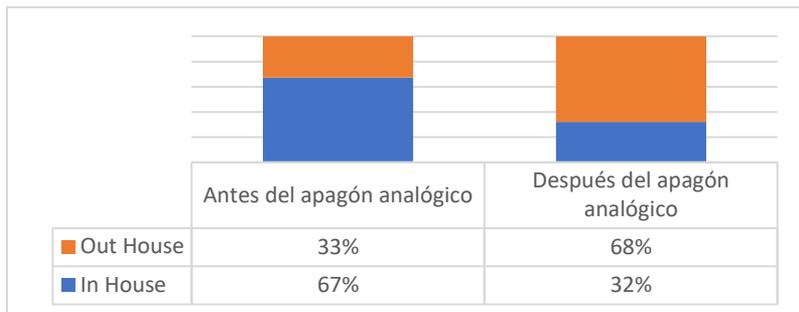
Con relación a la estructura y la oferta televisiva en el horario *prime time* ocurre durante el periodo post análogo con el renacer del macrogénero *show* con un 32% (2012) y un 36% (2014). Este resultado pone en manifiesto que los programadores optaron como segunda oferta macrogenérica el macro *show* con la llegada de la TDT. El macro *show* logra apoderarse de gran parte de los espacios ocupados por otros macrogéneros como el *information* e *info-show*. Por lo cual, le permite

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

aumentar su emisión como oferta macrogenérica el periodo de la televisión digital. Este aumento también se refleja en una pérdida de emisión del macro *fiction* durante el año 2014. La llegada de la televisión digital a Puerto Rico ocasionó que el macro *information* quedara muy rezagado con unos resultados de un 7% para el 2012 y un 11% en el año 2014. En el caso de *information* estos cambios ocurren por la culminación del periodo electoral para el año 2012 y su sustitución en las parrillas por los macros *show* y *fiction*.

Por otro lado, con incidencias porcentuales bastante menos importantes, el resto de macrogéneros contemplados, es decir, *info-show* y *game-show* se quedan con un 4% y 2% en el año 2014. El macrogénero *info-show* que antes del apagón analógico promedio entre 20% (2002) y 28% (2004), la llegada de la televisión digital significó en pérdidas, sustitución y cancelación como oferta televisiva. Finalmente, si observamos el gráfico anterior se establece una línea de agrupación comparativa entre los macros *information*, *info-show* y *game show*, con un resultado final que expresa una semejanza similar por la pérdida de presencia como oferta televisiva entre los años 2012 y 2014. En el caso de los macros *info* y *game show* obedece en primera instancia a problemas de presupuesto, cancelaciones y en sustitución por del macro *information* al finalizar el periodo electoral.

Gráfico 2: La producción de contenidos en la TV antes y después del apagón analógico



Fuente: Elaboración propia.

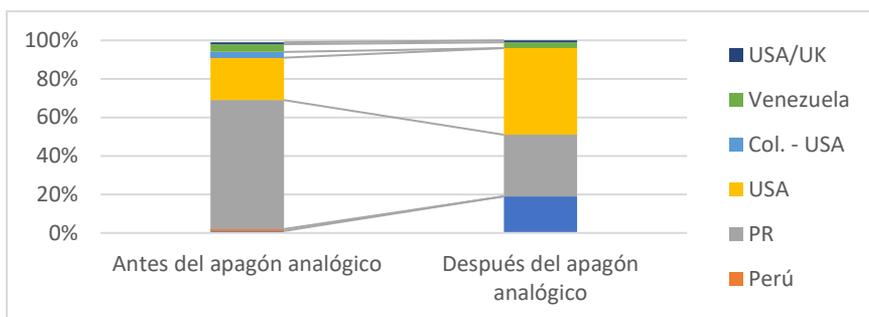
Abordamos el análisis de la producción de contenidos *in-house* (propia) y *out-house* (ajena) antes del apagón analógico 2002-2004 y después de la implementación de la TDT 2012-2014 en la televisión en abierto en Puerto Rico con una examinación aislada en la franja del *prime time*. Para el año 2002 la producción propia evidencia una presencia muy fuerte con un 67% antes del apagón analógico. Este resultado contrasta con la implementación de la televisión digital que refleja una pérdida sustancial que redujo la programación local a un 32%. Es la producción propia quien hasta ese entonces controlaba los contenidos de producción propia emitidos por las cadenas en abierto en Puerto Rico antes de la implementación de la televisión de alta definición.

De igual manera, los resultados obtenidos revelan que durante los años valorados la producción *out-house* (ajena) aumenta un 68% hasta reducir en un 32% los contenidos propios de la oferta televisiva en Puerto

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

Rico. En términos generales, se ha comprobado a través de la investigación que las tendencias reveladas sobre las características de la producción *in-house* (propia) y *out-house* (ajena) en abierto muestran diferencias fundamentales y significativas.

Gráfico 3: El origen de los contenidos emitidos en la TV antes y después del apagón analógico



Fuente: Elaboración propia.

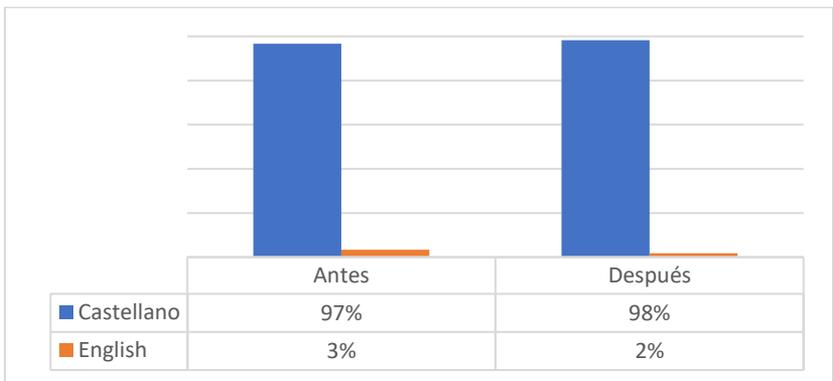
Como se puede observar, Puerto Rico se destaca como principal productor de contenidos televisivos antes del apagón analógico en los años 2002 y 2004. También, en este cuarto cruce se pueden inferir otras dos claras agrupaciones:

- c1) Los años 2012 y 2014 con USA y México.
- c2) Los años 2002 y 2004 con el resto de los países, es decir, USA-Colombia, Venezuela, Perú, Colombia, USA-UK y Puerto Rico.

En lo relacionado con la procedencia geográfica o el origen de la producción de contenidos emitidos en la franja del *prime time* los resultados indican que durante el periodo análogo (2002-2004) la

programación puertorriqueña domina con un 67% sobre un 23% de los productos procedentes de los Estados Unidos. Sin embargo, luego de la implementación de la TDT los hallazgos encontrados evidenciaron que las producciones estadounidenses-*out-house* (ajena) alcanzaron un 43% de la oferta televisiva en general. Obviamente, esta disminución en la producción de contenidos de origen nativo tendría el efecto de un aumento de producciones extranjeras, ejemplo de ello Estados Unidos. Por su parte las producciones procedentes de México aumentarían hasta un 13%, lo que reduciría la oferta de contenidos puertorriqueños drásticamente en la franja del *prime time* durante los años de la televisión digital. Esta reducción de la oferta de contenidos de origen nativo o sea *in-house* (propia) tiene el efecto de contradictorio y paradójico por lo que se establecieron las primeras estaciones de televisión en Puerto Rico.

Gráfico 5: Idioma de emisión de los contenidos en la TV antes y después del apagón analógico



Fuente: Elaboración propia.

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

Como podemos observar en el gráfico anterior en los años antes y después del apagón analógico el idioma castellano domina emisión de programas de la televisión en abierto en Puerto Rico. Con una presencia del 97%, antes y un 98% los años después de la llegada de la televisión digital terrestre. También se evidencia que la oferta televisiva emitida en el idioma inglés los años antes y después no alcanza más de un 3%. Sin embargo, en este resultado debemos comunicar que una parte de la producción de programas procedente de los Estados Unidos son doblados al castellano antes de ser emitidos en Puerto Rico.

### Conclusiones

La oferta televisiva puertorriqueña valorada en el horario de *prime time* distinguiendo por los periodos antes del apagón 2002-2004 y después de la llegada de la TDT 2012-2014. Los resultados establecen los macros; *fiction*, *information*, *info-show*, *show* y *game show* como estructura de la televisión en la franja del *prime time* en Puerto Rico. general. Una de las principales características principales de la estructura es el dominio en Puerto Rico macro *fiction* durante los años valorados antes y después del apagón analógico.

En la programación comercial los programas televisivos son organizados a partir de los beneficios económicos que persiga la cadena. Waisbord (2004) recalca que las preferencias de la audiencia dentro de la televisión comercial se explican con facilidad: “los costos para producir

explican los cambios y decisiones de géneros en los diversos horarios” (p. 368). Las decisiones relacionadas con los géneros en la programación se miran y miden como una inversión que debe rendir un beneficio a corto y largo plazo. Esa inversión, añade, depende del hecho de que no todas las cadenas poseen las condiciones económicas para desarrollar una producción local.

La popularidad de algunos programas de televisión ha sido el resultado de un ajuste dentro de la programación televisiva. Desde Hollywood, Europa y América Latina se mercadean diversos programas para que las cadenas y casas productoras independientes los produzcan a nivel local: “muchas cadenas prefieren producir sus propias series, ficción o documentales, aunque el costo de financiación sea más alto” (Waisbord, 2004, p. 369). Por el contrario, los programas de bajo presupuesto como los *talk shows*, las noticias y los juegos siempre son ventajosos para completar la parrilla de programación de la cadena. Sin embargo, las cadenas por lo general optan por “completar la programación con algunos programas extranjeros que al final son más económicos y rentable” (p. 369).

Para concluir, podría decirse que los tiempos de establecer nuevos contenidos parecen ir desapareciendo por los altos costos de producción, de financiación y a la baja en números de telespectadores, cada vez más disputados por las diversas pantallas (tv abierta, tv por cable, tv satelital, internet). Entonces podríamos asegurar que el significado y la clasificación que le otorgamos a cada programa se derivará del proceso de

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

la reconstrucción a nivel local que tiene en la actualidad, a su hibridación al unirse o fusionarse con otros programas existentes y/o su evolución como contenido emitido en la televisión.

### Referencias

- Amigo Latorre, Bernado. 2006, 2002. “Interpretación, Cognición y Teoría de Géneros Televisivos”. *Revista CEM*. Universidad de Chile. Instituto de la Comunicación e Imagen, Centro De Estudios De La Comunicación. 1-27.
- Bielby, William T. y Bielby, Denise D. 2003. “Controlling Prime-Time: Organizational Concentration and Network Programming Strategies”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 47 Issue 4: 573-596.
- Bustamante, Enrique. 2002. *Comunicación y Cultura en la Era Digital: Industrias, Mercados y Diversidad en España*. España: Gedisa.
- Bustamante, E. y J.M. Monzoncillo. 1999. *Presente y Futuro de la Televisión Digital*. Madrid: Edipo S.A.
- Bustamante, Enrique. 2004. *La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Cebrián Herreros, Mariano. 2007. “La televisión del futuro”. *Revista Mexicana de Comunicación* abril-mayo Vol. 19:104.

- Callejo Gallejo, Javier. 1995. *La audiencia activa: el consumo televisivo, discursos y estrategias*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas CIS.
- Cassetti, Francesco y Federico Di Chio. 1999. *Análisis de la Televisión, Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación*. Barcelona: Paídos.
- Cebrían Herreros, Mariano. 2004. *Modelos de Televisión: Generalista, Temática y Convergentes con Internet*. España: Gedisa.
- Cebrían Herreros, Mariano. 2004. *La Información en Televisión: Obsesión Mercantil y Política*. Barcelona: Gedisa.
- Cebrían Herreros, Mariano. 1998. *Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación*. España: Síntesis.
- Cebrían Herreros, Mariano. 1981. *Diccionario de Televisión y Radio, Bases de una Delimitación Terminológica*. España: Alambra.
- Cortés, José A. 1999. *La estrategia de la seducción. La programación en la Neotelevisión*. Navarra: EUNSA.
- Contreras, José Miguel y Miguel Palacio. 2003. *La Programación de Televisión*. España: Síntesis.
- Cortés Lahera, José Ángel. 2000. "Televisión de hoy, televisión de mañana". *Chasqui* 72: 28-33.
- Craft, John, Frederic Leigh y Donald G. Godfrey. 2001. *Electronic Media*. Wadsworth: Arizona State University.

## Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del *prime-time* antes y después de la TDT

- Delgado, Matilde y Fernández Quijada, David. 2007. "IPTV: estructura de mercado y tipología de la oferta en España". *Universidad Autónoma de Barcelona*. Zer 22: 413-428.
- Delgado, Matilde y Emili Prado. 2010. "La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación". *Telos*. julio-septiembre. 84: 52-64.
- Delgado, Matilde, Emili Prado, y Celina Navarro. 2017. "Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla." *El Profesional de la Información* 132-140.
- Dominick, Joseph R., Benny L. Sherman y Fritz Messere. 2000. *Broadcasting, Cable, the Internet and Beyond: An Introduction to Modern Electronic Media*. Fourth Edition. USA: Mc Graw Hill.
- Eastman, Susan Tyler y Douglas Ferguson. 2006. *Media Programming Strategies and Practices*. Seventh Edition. USA: Wadsworth Publishing Company.
- Eastman, Susan Tyler, Sydney W. Head y Lewis Klein. 1985. *Broadcast Cable Programming, Strategic and Practices*. USA: Wadsworth Publishing Company.
- Einstein, Mara. 2004. "Broadcast Network Television, 1955-2003: The Pursuit of Advertising and the Decline of Diversity". *Journal of Media Economics*. 17 (2): 145-155.
- Einstein, Mara. 2002. "Program diversity and the program selection process on broadcast network television". *FCC Media Ownership Working Group*. 2002-5: 1-54.

- Gómez-Escalonilla, Gloria. 2004. "Historia de la Programación Televisiva en España". *Revista Telos*. Julio- septiembre. 52.
- Gómez-Escalonilla, Gloria. 2003. *Programar Televisión: Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Le Diverdeier y N. Coste-Cerdán. 1990. *Romper las Cadenas, Introducción a la post-televisión*. Barcelona: Editorial Gustavo Pili.
- Matos, Daniel. 2001. "Transnacionalización de la Industria de la Telenovela, Referencias Territoriales, y Producción de Mercados y Representaciones de Identidades Transnacionales". *Revista Universidad Central de Venezuela*. 1-19.
- Piñuel Raigada, José L. 2002. "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido" *Estudios de Sociolingüística UCM*. 3(1).
- Piñuel Raigada, José L. y Juan A. Gaitán Moya. 1995. *Metodología General: Conocimiento Científico e Investigación en la Comunicación Social*. España: Editorial Síntesis.
- Prado, Emili y Nuria García. 2003. "La apuesta por los *Broadcasters* y por la alta definición. Panorama de la TDT en los Estados Unidos". *Telos*. Octubre-diciembre. (57).

Una radiografía de la oferta de contenidos televisivos en la franja del  
*prime-time* antes y después de la TDT

- Prado, Emili y Amparo Huertas. 1992. "Nuevas tendencias de la programación televisiva. España: nuevos modelos de programación". *Telos*. septiembre-noviembre. (31).
- Prado, Emili. 2002. *Les Televisions locals a Catalunya: de les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Prado, Emili. 1992. "Nuevas tendencias de la programación televisiva. Tendencias internacionales de programación televisiva". *Telos*. septiembre-noviembre. (31).
- Parado, Emili, y Matilde Delgado. 2007. "Televisión hispana en Estados Unidos. Tensiones económicas y cambios generacionales." *Telos*. enero a marzo. (70).
- Prado, Emili, Matilde Delgado, Nuria García, y Gemma Larrégola. 2005-2006. "Capítulo 3: La Televisión." En *Informe de la comunicación en Cataluña*, 63-85. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Rincón, Omar. 2006. *Narrativas Mediáticas, O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. España: Gedisa Editorial.
- Sterling, Christopher H. y Jon M. Kittross. 2002. *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates.
- Waisbord, Silvio. 2004. "MTV: Understanding the Global Popularity of Television Formats". *Television & New Media*. 5 (4).

José A Fonseca Delgado

Westphalen y Pyñuel, 1993. La dirección de comunicación Pie de  
Imprenta España: Sin Editorial,1993.

Williams, Raymond. 1974. *Technology and cultural form*. New York-  
London: Rutledge Classics.

Williams, Raymond. 1994. *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós.