

# MÉXICO: TELEVISAUNIVISION Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN TELEVISIVA; ENTRE GIGANTES Y AGENCIAS INDEPENDIENTES

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.23.s.mex>

## Autores:

Gabriela Gómez Rodríguez

<http://orcid.org/0000-0002-2078-1671>

David González Hernández

<https://orcid.org/0000-0003-3041-8750>

## Introducción

Luego de tres años de vivir a nivel global cambios y restricciones en nuestras vidas, debido a la pandemia por COVID-19, parece que la vida vuelve a la normalidad, sin embargo, las prácticas de consumo audiovisual no son ni serán las mismas previas a la contingencia. Las clases a través de la televisión abierta en México no fueron de gran éxito, pero la pandemia obligó a miles o millones de personas de escasos recursos a contratar algún servicio de Internet e incluso de *streaming* para las clases virtuales, lo que también podemos decir aceleró el aprendizaje y uso de plataformas y dispositivos móviles.

Por otra parte, en 2022 se realizó el Mundial de Fútbol, realizado en Qatar. Las audiencias se volcaron a ver los partidos de televisión, no sólo a través de televisión abierta, sino por medio de plataformas de *streaming* que transmitieron los partidos en vivo. En el caso de Televisa, la empresa obtuvo la exclusividad para la transmisión de partidos del mundial en Internet y su recién creada plataforma Vix transmitió en exclusiva 30 partidos, mientras que por Vix+ se transmitieron 8 partidos y los que restaron fue a través de tv abierta y satelital (SKY). Pero algunas semanas después del mundial, los inversores como *Palm Tran Inc Amalgamated Transit Union Local 1577 Pension Plan of Atlanta* (entre otros) demandaron a Televisa, por actos de corrupción, pues la empresa televisiva más poderosa de México sobornó a la FIFA para poder obtener los derechos exclusivos de cuatro mundiales (2018, 2022, 2026, 2030). Para resolver la demanda, Televisa pagó 95 millones de dólares.

La nueva corporación de viejos conocidos como TelevisaUnivision, en esta recién plataforma Vix+, se consolida como un gigante transnacional importante tanto en la televisión abierta como la competencia de la oferta del SVOD (*Subscription Video on Demand*) en México, al poner el contenido de las dos corporaciones dominantes de

la televisión en América, tanto para el mercado de Latinoamérica como el mercado hispano en Estados Unidos.

Mientras tanto, el escenario político en México se está polarizando cada vez más. En 2024 se celebrarán elecciones federales y estatales, por lo que se espera una agenda mediática concentrada en el proceso electoral, pero también en los ataques de unos candidatos con otros, principalmente los partidos opositores a Morena, el partido oficial de Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Él continúa atacando a algunos medios y periodistas que no son afines a su gobierno, revelando incluso información de carácter privada de los periodistas, como es el caso de la información dada a conocer en una de las “mañaneras” donde AMLO reveló los ingresos de Carlos Loret de Mola, con quien enfrenta una guerra mediática desde hace años, donde ambos se atacan y descalifican.

Uno de los grandes problemas en México son las desapariciones forzadas (más de 109 mil casos) y la violencia de género y feminicidios. Cada día en México se asesinan a diez mujeres, y movimientos diversos feministas son descalificados por el gobierno federal y los actos de violencia y feminicidios no son reconocidos como tales y mucho menos resueltos. Además de todo lo anterior, la violencia contra periodistas sigue a la alza. Tan solo en 2022 fueron asesinados 17 periodistas en México, lo que coloca a este país como uno de los más peligrosos para ejercer la profesión en el mundo.

## **1. El Contexto Audiovisual de México en 2022**

### **1.1. La televisión abierta en México<sup>1</sup>**

Sigue sin lanzarse una nueva licitación para contar con una cuarta cadena de televisión abierta. Cadena Tres, concesionaria de Imagen TV, se convirtió en la tercera cadena con proyección nacional de carácter privado, en 2015; sin embargo, según información del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), la cadena solo tiene un alcance en territorio nacional de 71.67%. A finales de 2022 Imagen TV obtuvo una prórroga de 24 meses más para alcanzar la cobertura nacional, pues la concesión que se le otorgó a eso la obliga.

---

<sup>1</sup> Los gráficos 1 *Rating y Share por emisora* y 2 *Géneros y horas transmitidos en la programación de TV* no se presentan este año en este capítulo por no haber obtenido la información necesaria para su elaboración.

Cuadro 1. Cadenas/canales nacionales de televisión abierta en México

| Cadenas/canales privados (3)          | Cadenas/canales públicos (2) |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Televisa (Canales 2, 5, 9 y Foro TV)  | Once TV (Canal 11 y 11.1)    |
| TV Azteca (Canales 1, 7, Adn 40 y A+) | Conaculta (Canal 22)         |
| Imagen Televisión (Canal 3)           | Canal 14                     |
| TOTAL CADENAS NACIONALES= 12          |                              |

Fuente: Obitel México.

1.2. La TV de pago y plataformas VoD de México en 2022

En el anuario pasado mencionamos que la tv de pago va decreciendo en cuanto a número de suscriptores. La fuerte presencia de plataformas de *streaming* está afectando mucho a las empresas que ofrecen servicios de tv de pago y algunos datos señalan que esta ha reducido su participación en el mercado mexicano en un diez por ciento, al pasar de un 45 a un 35%.<sup>2</sup>

Información brindada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) indica que el consumo de los canales de televisión de pago se mantiene en un 23% y los canales más vistos son Disney Channel, Discovery Channel, De Película y TNT. Esta información se obtuvo de acuerdo a una Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales realizada en 2022, y los encuestados señalan entre los motivos para contratar televisión de pago los siguientes: “tener más opciones de contenido y canales” (28%); “por las clases a distancia” (26%); y “poder contratar con el mismo proveedor otros servicios como telefonía o internet” (20%). Entre las razones para no contratar este servicio, 49% de las personas encuestadas mencionaron que es por el precio, y un 31% que ven poco la televisión. En el reporte sobresale también el canal “De Película” que es uno donde se transmiten películas mexicanas de la época de oro.

Los datos disponibles al redactar este capítulo sobre el *rating* de canales de tv de pago, son los proporcionados por Statista, en 2021, presentados en el anuario 2022, por lo que los reproducimos en el Cuadro 2. En conjunto, con las dos fuentes mencionadas, observamos que los canales preferidos de los mexicanos que acceden a tv de pago son los que transmiten películas, deportes y programación infantil.

<sup>2</sup> <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/El-streaming-le-quita-mercado-a-la-television-de-paga-en-Mexico-20220909-0040.html>

Cuadro 2. Canales de televisión de pago en México

| 10 canales de TV de pago más vistos en México |             |                |               |
|-----------------------------------------------|-------------|----------------|---------------|
| Canal                                         | Género      | Origen         | Ranking hogar |
| Star                                          | Ficción     | Estados Unidos | 35%           |
| Discovery Channel                             | Información | Estados Unidos | 33%           |
| Fox Sports México                             | Deportes    | México         | 16%           |
| History Channel                               | Información | Estados Unidos | 13%           |
| TNT                                           | Ficción     | Estados Unidos | 12%           |
| National Geographic                           | Información | Estados Unidos | 10%           |
| Golden                                        | Ficción     | México         | 10%           |
| Disney Channel México                         | Infantil    | México         | 9%            |
| ESPN                                          | Deportes    | Estados Unidos | 9%            |
| Cartoon Network                               | Infantil    | Estados Unidos | 9%            |

Fuente: Statista (2022)<sup>3</sup>.

Al cierre del segundo trimestre de 2022, en el país, conforme al reporte de mercado de *streaming* de la consultora *The Competitive Intelligence Unit* (CIU), Netflix continúa dominando el mercado con un 61,1 % de cuota; le sigue Disney +, con un 12,8%, muy distante todavía pero arriba de las otras dos competidoras como HBO Max, con 10,3% y Amazon Prime con 7,6% del mercado. De tal forma que Netflix todavía domina el mercado con más de cuatro veces el porcentaje de participación de Disney, su competidor más cercano.

Las principales plataformas de SVoD en México son Blim (hoy Vix y Vix+, mexicana); Casa Caníbal (Cine Caníbal, mexicana); Movistar+ (Telefónica); Star+ (Walt Disney Company); HBO Max (Warner Bros Discovery); Apple TV (Apple Inc.); Netflix; Cinépolis Klic (Organización Ramírez, mexicana); Disney+; Claro-Video (América Móvil, mexicana); DAZN (Perform Group); Pluto TV (Paramount Global); Prime Video; Paramount+; Acorn-TV (AMC Networks); Curiosity Stream (Amazon Prime); Crunchyroll (Sony Group Corporation); Filminlatino (IMCINE, mexicana); Fox Premium; Tubi (Fox Corporation); Mubi; Plataformacine; Fox Play; YouTube.

La gran mayoría provienen de capitales de empresas de EE.UU., sin embargo destacan también algunas nacionales como Claro-Video; mientras que ofreciendo catálogos con contenidos de películas independientes, destacan Casa Caníbal

<sup>3</sup> Ver en <https://es.statista.com/estadisticas/1188311/canales-television-paga-mexico/>

y Filminlatino, esta última dedicada principalmente a ofrecer contenidos del cine mexicano, administrada por la Secretaría de Cultura y el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE). Asimismo, Plataformacine también presenta películas mexicanas a la “carta” pues no exige suscripción, sino que el usuario paga el contenido que ve y además, la plataforma ofrece películas para consumo gratuito.

### 1.3. Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

2022 fue un año de recuperación financiera para Televisa luego de tres años de sufrir los efectos de la pandemia por COVID-19. Reportes señalan un incremento de un 493% en sus beneficios netos, con una ganancia de 43.628.8 millones de pesos (unos 2.181.44 millones de dólares), esto tras la fusión con Univision y su presencia en otros negocios. Las ganancias provienen de sus diversos negocios entre los que están la distribución de películas<sup>4</sup>.

En el cuarto trimestre de 2022, en lo que respecta a TelevisaUnivision tuvieron un incremento por concepto de la publicidad en 10% y 47% por concepto de suscripciones y licencias. Mientras que para la segunda televisora privada más importante, TV Azteca, el año 2022 no fue nada bueno: hubo un desplome pues debido a la caída de publicidad, la utilidad neta de la televisora en el tercer trimestre, bajó en un 96% ya que solo ganó 4 millones a diferencia de los 102 millones que había obtenido en el año 2021. Por lo que las televisoras enfrentan grandes retos en cuestión de anunciantes, ante la diversidad de formas en que ahora se pueden publicitar productos.

Por otra parte, observamos cada vez más la estrategia de *product placement* en la ficción televisiva. Mientras que en *streaming*, Vix ofrece contenidos gratuitos, pero con anuncios. Netflix también ofrece un paquete básico más económico pero con anuncios comerciales, por lo que la industria audiovisual busca modelos para obtener ganancias, aunque cada vez la manera de llegar al consumidor se diversifica en otros canales y plataformas más económicas también de gran alcance.

No podemos dejar de mencionar que una fuente de ingresos muy importante para las televisoras es lo que reciben por concepto de publicidad oficial. Las dos televisoras que más han obtenido dinero por ese concepto de parte del gobierno de Andrés Manuel López Obrador, son Televisa (933 millones de pesos /51.8 millones de dólares) y Televisión Azteca (848 millones/47 millones de dólares).

### 1.4. Políticas de comunicación

Con su entrada en el mercado móvil, la Comisión Federal de Electricidad (CFE) incursiona al mundo de las telecomunicaciones e internet, ofreciendo planes de prepago que van desde los 30 pesos (1.5 USD), con 40 GB y 250 minutos de llamadas. Con esto, podrá haber acceso a internet en todo el territorio nacional, sobre todo

---

<sup>4</sup><https://www.forbes.com.mx/ganancias-de-televisa-se-disparan-493-en-2022/>

a aquellos sitios que estaban desconectados. El gobierno de AMLO instalará 5 mil antenas para ampliar la cobertura de la Red para Todos ALTÁN, por lo que la alianza Altán+ CFE busca garantizar internet en todo el territorio nacional, sobre todo a los poblados más alejados, usualmente rurales; con esta iniciativa se busca reducir la brecha digital. El país experimentó un aumento en el uso de internet en el contexto de la pandemia, de 69,6 % en 2017 a 75,6% en 2021 (INEGI, 2022). Sin embargo, la brecha digital se percibe entre los hogares urbanos (74,2%) y los hogares rurales (40,3%) un porcentaje muy considerable en términos de acceso<sup>5</sup>.

### 1.5. Infraestructura de conectividad digital y móvil

En México, para 2022, hubo un notable incremento de 16 millones de usuarios de internet, pues de 82,8 millones en 2021 se pasó a 98,6 millones (Statista, 2023)<sup>6</sup>. Esto es un aumento considerable, sin embargo aún quedan casi 30 millones de personas sin tener acceso. Con la llegada de CFE en el ramo de las telecomunicaciones, se espera que se reduzca esa brecha. Los hombres son quienes más se conectan (51,8%) mientras que las mujeres un poco menos (48,23%). Los usuarios se conectan a través de smartphones (95%) y computadoras (42%) mientras que la televisión digital cada día va ganando más espacio (23%) para la conexión. Los horarios en que más se conectan es en la tarde- noche. Un 83% por ciento de los usuarios mantienen una cuenta activa en Facebook, pero Tik Tok va ganando cada día más usuarios, sobre todo en el sector juvenil (Infobae, 2023)<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Ver en <https://www.evaluare.mx/2023/01/28/brecha-digital-politicas-publicas-y-acceso-a-internet-en-mexico-como-vamos/>

<sup>6</sup> <https://es.statista.com/estadisticas/1171866/usuarios-de-internet-mexico/#:~:text=En%202022%2C%20se%20estim%C3%B3%20que,de%20usuarios%20registrados%20en%202021>

<sup>7</sup> <https://www.infobae.com/educacion/2023/03/29/como-son-los-habitos-de-los-mexicanos-en-internet/>

2. Análisis del Año: la Ficción de Estreno Nacional e Iberoamericana en la TV abierta

Tabla 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2022 (nacionales, extranjeras del ámbito Obitel, y coproducciones)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Títulos Nacionales Inéditos: 30</b></p> <p><b>Televisa: 25 títulos nacionales</b></p> <p>1. <i>Amor Dividido</i> (telenovela)</p> <p>2. <i>Los Ricos también Lloran</i> (telenovela)</p> <p>3. <i>El Último Rey. El Hijo del Pueblo</i> (serie)</p> <p>4. <i>Corazón Guerrero</i> (telenovela)</p> <p>5. <i>La Herencia</i> (telenovela)</p> <p>6. <i>Mujer de Nadie</i> (telenovela)</p> <p>7. <i>Vencer la Ausencia</i> (telenovela)</p> <p>8. <i>La Mujer del Diablo 1 y 2</i> (serie)</p> <p>9. <i>La Madrastra</i> (telenovela)</p> <p>10. <i>Mi Secreto</i> (telenovela)</p> <p>11. <i>Cabo</i> (Telenovela)</p> <p>12. <i>Mi Camino es Amarte</i> (Telenovela)</p> <p>13. <i>15. Como Dice el Dicho 12</i> (Unitario)</p> <p>14. <i>Esta Historia me Suena 5</i> (Unitario)</p> <p>15. <i>La Rosa de Guadalupe 17</i> (Unitario)</p> <p>16. <i>Corona de Lágrimas 2</i> (Telenovela)</p> <p>17. <i>Una Familia de Diez (8a y 9a)</i>. (Sitcom)</p> <p>18. <i>Vecinos (12 y 13)</i>. (sitcom)</p> <p>19. <i>40 y 20 (8a. y 9a)</i> (sitcom)</p> <p>20. <i>Tal Para Cual</i> (sitcom)</p> <p>21. <i>Relatos Mascabrothers (4a y5a)</i> (sitcom)</p> <p>22. <i>Renta Congelada (4a)</i> (sitcom)</p> <p>23. <i>Perdiendo el Juicio</i> (sitcom)</p> <p>24. <i>¿Tú Crees?</i> (sitcom)</p> <p>25. <i>Albertano Contra los Mostros</i> (sitcom)</p> <p><b>TV Azteca: 5 títulos nacionales</b></p> <p>26. <i>Un Día para Vivir 2</i> (serie)</p> <p>27. <i>Lotería del Crimen</i> (serie)</p> <p>28. <i>Rutas de la vida</i> (serie).</p> <p>29. <i>Lo que la Gente Cuenta 8</i> (serie)</p> <p>30. <i>Supertitián</i> (sitcom)</p> <p><b>Imagen TV: 0 títulos nacionales</b></p> <p><b>Canal Once: 0 títulos nacionales</b></p> <p><b>Canal 22: 0 títulos nacionales</b></p> <p><b>COPRODUCCIONES – 0</b></p> <p><b>TOTAL TÍTULOS NACIONALES INÉDITOS: 30</b></p> | <p><b>Títulos Extranjeros Inéditos OBITEL: 4</b></p> <p><b>Televisa: títulos importados</b></p> <p>31. <i>La Biblia</i> (miniserie) (EE.UU.).</p> <p><b>TV Azteca: 1 Título importado</b></p> <p>32. <i>Enfermeras</i> (telenovela/Colombia)</p> <p><b>Imagen TV: 2 títulos importados</b></p> <p>33. <i>Verdades Secretas</i> (Telenovela/Brasil)</p> <p>34. <i>Génesis. El origen de todo</i> (serie Brasil).</p> <p><b>Títulos Extranjeros No OBITEL: 5</b></p> <p><b>Imagen TV: 4 títulos importados</b></p> <p>35 <i>Kuzgun</i> (Telenovela /Turquía)</p> <p>36. <i>Esposa Joven</i> (Telenovela/Turquía)</p> <p>37. <i>Pecado original 5ª</i>. (Turquía)</p> <p>38. <i>Madre</i> (Telenovela-Turquía)</p> <p><b>Canal 22: 1 título importado</b></p> <p>39. <i>Iván el Terrible</i> (Rusia).</p> <p><b>Reposiciones Títulos Nacionales: 10</b></p> <p><b>Televisa</b></p> <p>40. <i>Marimar</i> (Telenovela)</p> <p>41. <i>María la del Barrio</i> (Telenovela)</p> <p>42. <i>Lo que la vida me Robó</i> (Telenovela)</p> <p>43. <i>Alborada</i> (Telenovela)</p> <p>44. <i>Silvia Pinal frente a ti</i> (serie)</p> <p>45. <i>Mujer casos de la vida real</i> (unitario).</p> <p>46. <i>Abismo de Pasión</i> (telenovela)</p> <p><b>TV Azteca: 1 título</b></p> <p>47. <i>Mirada de Mujer, el Regreso</i> (Telenovela)</p> <p><b>Canal Once: 2 títulos</b></p> <p>48. <i>Soy tu Fan</i> (Serie)</p> <p>49. <i>Anne with and E</i> (Serie)</p> <p><b>TOTAL TÍTULOS INÉDITOS OBITEL: 4</b></p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Obitel México.

En 2022, se estrenaron 30 títulos nacionales inéditos, lo que significa un incremento en las producciones en relación al 2021 donde se realizaron 16. Este incremento se debe además porque incluimos en esta tabla los *sitcoms*. De cualquier manera hubo un aumento en ficción, sin contabilizar los *sitcoms*, ya que se produjeron entre series y telenovelas 20 ficciones. Destaca la producción en el formato de *sitcoms* por parte de Televisa. Cabe mencionar el retorno del proyecto *La Fábrica de Sueños*, con producciones como *Los Ricos También Lloran*.

Por parte de Televisión Azteca sobresale la realización de series, que es un formato al que le están invirtiendo más, mientras que la producción de las telenovelas está en pausa desde 2016.

Tabla 2. Ficción nacional de estreno en 2022 y su evolución en el quinquenio

| Formato    | Títulos |      |      |      |      | TOTAL | Horas  |        |        |        |        | TOTAL              |
|------------|---------|------|------|------|------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------|
|            | 2018    | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |       | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   |                    |
| Telenovela | 10      | 14   | 5    | 12   | 11   | 52    | 985:00 | 750:00 | 426:00 | 775:00 | 695:00 | 3631:00            |
| Series     | 14      | 9    | 5    | 1    | 6    | 35    | 455:00 | 298:50 | 249:20 | 50:00  | 253:00 | 1305:70            |
| Miniseries | 0       | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00               |
| Telefilm   | 0       | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00               |
| Unitario   | 4       | 2    | 3    | 3    | 3    | 15    | 367:00 | 167:00 | 231:00 | 324:00 | 313:00 | 1402:00            |
| Docudrama  | 0       | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00               |
| Otros      | 0       | 0    | 0    | 0    | 10   | 0     | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 0:00   | 71:50  | 71:50 <sup>8</sup> |

Fuente: Obitel México.

<sup>8</sup> En años anteriores no se contabilizó *sitcoms* por lo que esta cifra solo corresponde al año 2022.

TABLA 3. Ficción de estreno exhibida en 2022: países de origen

| País                         | Títulos | %   | Horas   | %   |
|------------------------------|---------|-----|---------|-----|
| NACIONAL (total)             | 30      | 88  | 1332:50 | 83  |
| PAÍSES OBITEL (total)        | 4       | 12  | 281:50  | 17  |
| Argentina                    | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| Brasil                       | 2       | 6   | 202:00  | 72  |
| Chile                        | 0       | 0   | 00:00   | 0   |
| Colombia                     | 1       | 3   | 72:50   | 26  |
| Ecuador                      | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| España                       | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| EE.UU. Hispano               | 1       | 3   | 7:00    | 2   |
| México                       | 30      | 0   | 1332:50 | 83  |
| Perú                         | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| Portugal                     | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| Uruguay                      | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| Venezuela                    | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| COPRODUCCIONES (Totales)     | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| Coproducciones Nacionales    | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| Coproducciones Países Obitel | 0       | 0   | 0:00    | 0   |
| TOTAL                        | 34      | 100 | 1614:00 | 100 |

Fuente: Obitel México.

En 2022 sobresale la producción nacional con 30 títulos, mientras que la de países pertenecientes a Obitel solo se estrenaron solo 5 productos (dos de Colombia, uno de Estados Unidos (hispano) y otro de Brasil). Sigue Imagen TV importando productos, el año pasado de países pertenecientes a Obitel fueron dos de Brasil, *Verdades Secretas* y *Génesis*, *el origen de todo*.

Tabla 4. Formatos de ficción nacional e iberoamericana exhibida en 2022

| Formato    | Títulos    |      |              |     | Horas      |      |              |     |
|------------|------------|------|--------------|-----|------------|------|--------------|-----|
|            | Nacionales | %    | Resto Obitel | %   | Nacionales | %    | Resto Obitel | %   |
| Telenovela | 10         | 33,3 | 2            | 50  | 695:00     | 52,1 | 117:50       | 42  |
| Serie      | 6          | 20   | 1            | 25  | 253:00     | 19   | 156:50       | 55  |
| Miniserie  | 0          | 0    | 1            | 25  | 0:00       | 0    | 7:50         | 3   |
| Sitcom     | 10         | 33,3 | 0            | 0   | 71:50      | 5,4  | 0:00         | 0   |
| Unitario   | 4          | 13,4 | 0            | 0   | 313:00     | 23,5 | 0:00         | 0   |
| Docudrama  | 0          | 0    | 0            | 0   | 0:00       | 0    | 0:00         | 0   |
| Otros      | 0          | 0    | 0            | 0   | 0:00       | 0    | 0:00         | 0   |
| Total      | 30         | 100  | 4            | 100 | 1332:50    | 100  | 281:50       | 100 |

Elaboración de OBITEL con datos nacionales proporcionados por Nielsen Ibope México, S.A. de C.V. Software MSS TV, Base “Rating regular 5 dominios +Dish.” Total de Programación televisiva durante 2022.

La telenovela y los *sitcoms* son las producciones nacionales que destacan en cuanto a número de producciones. Mientras que en cuanto a las horas de producción, son los programas unitarios (como *La Rosa de Guadalupe*, y *Como Dice el Dicho*), así como las telenovelas, los formatos con mayor número de episodios y horas realizadas. Siendo las telenovelas el formato que sigue siendo el rey en cuanto a la preferencia de Televisa para su producción y distribución internacional. Como veremos en la Tabla 5, es el formato que ocupó el primer lugar en cuanto a preferencia por la audiencia.

Tabla 5: 10 Títulos más vistos en 2022

| Título                                       | Canal                      | Productora | Formato/<br>género                | No. de<br>cap/ep<br>en 2022 | Franja<br>horaria | Rating | Share |
|----------------------------------------------|----------------------------|------------|-----------------------------------|-----------------------------|-------------------|--------|-------|
| <i>Los Ricos También Lloran</i>              | Canal 2<br>(Las Estrellas) | Televisa   | Telenovela/<br>Drama              | 60                          | Prime<br>Time     | 16,67  | 25,16 |
| <i>La Rosa de Guadalupe</i>                  | Las Estrellas              | Televisa   | Unitario/<br>Drama                | 156                         | Tarde             | 16,27  | 24,71 |
| <i>El último rey. El Hijo del Pueblo (I)</i> | Las Estrellas              | Televisa   | Bioserie/<br>Drama                | 10                          | Prime<br>Time     | 15,27  | 23,35 |
| <i>La Madrastra T2</i>                       | Las Estrellas              | Televisa   | Telenovela/<br>Drama              | 50                          | Prime<br>Time     | 14,76  | 23,53 |
| <i>La Herencia</i>                           | Las Estrellas              | Televisa   | Telenovela/<br>Drama              | 80                          | Prime<br>Time     | 14,18  | 21,90 |
| <i>Mi Camino es Amarte</i>                   | Las Estrellas              | Televisa   | Telenovela<br>/ Drama             | 83                          | Prime<br>Time     | 13,8   | 21    |
| <i>Vencer la Ausencia</i>                    | Las Estrellas              | Televisa   | Telenovela/<br>Drama              | 80                          | Prime<br>Time     | 13,75  | 21,64 |
| <i>Cabo</i>                                  | Las Estrellas              | Televisa   | Telenovela/<br>Drama              | 85                          | Prime<br>Time     | 12,82  | 20,63 |
| <i>Amor Dividido</i>                         | Las Estrellas              | Televisa   | Telenovela/<br>Drama              | 107                         | Tarde             | 12,76  | 20,76 |
| <i>Mujer de Nadie</i>                        | Las Estrellas              | Televisa   | Telenovela/<br>Drama              | 45                          | Prime<br>Time     | 12,53  | 19,82 |
| Total de producciones nacionales: 6          |                            |            | Guiones originales extranjeros: 4 |                             |                   |        |       |
| 60%                                          |                            |            | 40%                               |                             |                   |        |       |

Elaboración de OBITEL con datos nacionales proporcionados por Nielsen Ibope México, S.A. de C.V. Software MSS TV, Base “Rating regular 5 dominios +Dish. Total de Programación televisiva durante 2022. (\*): En el caso de *Mi Camino es Amarte* y *Cabo*, sus emisiones comenzaron en 2022 y terminaron en 2023.

Las producciones de ficción de Televisa continúan dominando el *Top Ten*. Destaca que *Los Ricos también Lloran*, encabeza la lista y forma parte del proyecto La Fábrica de Sueños. También es importante señalar que *La Rosa de Guadalupe* sigue manteniéndose en las preferencias de la audiencia, recuperando los primeros puestos. Ocho de los diez *top ten* se transmitieron en horario estelar. El tercer puesto lo ocupa la bioserie no autorizada del cantante Vicente Fernández. Para 2022 destaca una mayoría de guiones mexicanos, a diferencia de otros años donde han prevalecido los extranjeros.

Tabla 6: Perfil de audiencia de los 10 títulos más vistos:  
sexo, edad, nivel socioeconómico

| Títulos |                                       | Canal           | Sexo %  |         | Nivel socioeconómico % |       |       |       |
|---------|---------------------------------------|-----------------|---------|---------|------------------------|-------|-------|-------|
|         |                                       |                 | Mujeres | Hombres | ABC+                   | C     | D+    | DE    |
| 1       | Los Ricos También Lloran              | Las Estrellas   | 9,82    | 5,75    | 10,98                  | 14,82 | 17,68 | 26,52 |
| 2       | La Rosa de Guadalupe                  | Las Estrellas   | 9,38    | 5,49    | 8,49                   | 14,45 | 17,63 | 26,99 |
| 3       | El Último Rey: el Hijo del Pueblo (1) | Las Estrellas   | 7,6     | 5,74    | 9,25                   | 12,48 | 17,04 | 22,18 |
| 4       | La Madrastra (T2)                     | Canal 2         | 8,54    | 4,47    | 8,77                   | 11,33 | 16,81 | 22,83 |
| 5       | La Herencia                           | Canal 2         | 8,34    | 4,59    | 7,98                   | 12,8  | 15,78 | 23,23 |
| 6       | Mi Camino es Amarte                   | Canal 2         | 8,25    | 4,6     | 7,81                   | 11,25 | 16,08 | 23,34 |
| 7       | Vencer la Ausencia                    | Canal 2         | 8,54    | 4,29    | 7,64                   | 12,43 | 15,3  | 24,07 |
| 8       | Cabo                                  | Canal 2         | 7,94    | 4,79    | 8,78                   | 10,01 | 14,58 | 22,13 |
| 9       | Amor Dividido                         | Canal 2         | 7,36    | 4,2     | 7,11                   | 11,67 | 13,6  | 22,79 |
| 10      | Mujer de Nadie                        | Canal 2         | 7,32    | 4,23    | 8,11                   | 11,64 | 13,57 | 20,53 |
| Títulos |                                       | Rango de edad % |         |         |                        |       |       |       |
|         |                                       | 04-12           | 13-18   | 19-29   | 30-44                  | 45+   | -     | -     |
| 1       | Los Ricos también Lloran              | 8,04            | 7,46    | 5,64    | 7,42                   | 10,82 | -     | -     |
| 2       | La Rosa de Guadalupe                  | 7,11            | 6,9     | 5,92    | 6,76                   | 10,3  | -     | -     |
| 3       | El Último Rey: el Hijo del Pueblo     | 5,89            | 6,11    | 3,77    | 6,7                    | 9,76  | -     | -     |
| 4       | La Madrastra (T2)                     | 5,3             | 5,53    | 4,74    | 6,54                   | 9,8   | -     | -     |
| 5       | La Herencia                           | 5,95            | 5,78    | 5,14    | 6,26                   | 9,21  | -     | -     |
| 6       | Mi Camino es Amarte                   | 6,57            | 5,56    | 5,74    | 5,99                   | 9,2   | -     | -     |
| 7       | Vencer la Ausencia                    | 5,61            | 5,61    | 5,79    | 5,95                   | 9,24  | -     | -     |
| 8       | Cabo                                  | 5,58            | 5,33    | 5,11    | 6,06                   | 9,11  | -     | -     |
| 9       | Amor Dividido                         | 5,58            | 5,66    | 4,28    | 6,04                   | 8,08  | -     | -     |
| 10      | Mujer de Nadie                        | 4,88            | 4,87    | 4,95    | 5,99                   | 8,61  | -     | -     |

Elaboración de OBITEL con datos nacionales proporcionados por Nielsen Ibope México,  
S.A. de C.V. Software MSS TV, Base “Rating regular 5 dominios +Dish.  
Total de Programación televisiva durante 2022”.

Se ha establecido como patrón que quienes consumen ficción en México son principalmente mujeres mayores a los 45 años pertenecientes a niveles socio-económicos D+ y DE, es decir, los NSE más bajos, mientras que el grupo socioeconómico que menos consume telenovelas es el ABC. Entre el grupo más joven, destacan los niños y adolescentes, y quienes menos ven telenovelas son los jóvenes en el rango de los 19 a 29 años, quienes están consumiendo otros contenidos en otras plataformas.

### 3. Monitoreo VoD 2022

#### 3.1 Mercado de plataformas de VoD en 2022

En 2022 continúa el crecimiento de los servicios de Video on Demand, sobre todo el modelo de suscripción, aunque con altibajos. En México y durante la pandemia, la suscripción a las plataformas de contenidos audiovisuales experimentó una aceleración de contratación hasta alcanzar un incremento anual de 18,2% durante el 2020. En el primer semestre de 2022 este nivel se redujo a menos de la mitad para llegar a 8,4%. Sin embargo, para finales de 2022, la contabilidad de suscripciones a VoD tuvo un crecimiento de 12.6 millones, lo que implica que 6 de cada 10 internautas o 56,2 millones de mexicanos tienen acceso a los servicios y contenidos audiovisuales de las plataformas.<sup>9</sup> El mercado de *streaming* en México se diversificó y experimentó una mayor competencia entre plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, HBO Max Latinoamérica, Apple+, Paramount+, Vix+, Claro-Video, Starz+, como los más significativos, misma competencia que ha propiciado un cambio de estrategia tarifaria y modelo de oferta: una reconfiguración considerable (Piedras, 2022).

Por ejemplo, la compañía Netflix, ante la continua pérdida de suscripciones, y la preferencia por otros competidores como Disney+ y HBO Max Latinoamérica, ha lanzado un nuevo plan “básico con anuncios” a un precio reducido de \$99 pesos al mes (\$5 USD) y un catálogo limitado. De acuerdo con la consultora *The Competitive Intelligence Unit*, Netflix todavía mantiene su prevalencia con el 61,1% del total de las suscripciones -una pérdida de 2,4 puntos porcentuales (pp) respecto al cierre de 2021. El incremento lo tuvieron Disney+ (12,8% de las suscripciones a SVOD), HBO Max (10,3%) y Amazon Prime Video (7,6%) que registraron un incremento de suscripciones de 0,2, 1 y 0,5 puntos porcentuales (pp), respectivamente. Estas plataformas se han valido de precios accesibles que van entre \$70 y \$159 pesos mensuales (\$5 y 7 USD) que pueden reducirse con tarifas promocionales y suscripciones a compañías de cable y compras electrónicas como Izzi o Mercado Libre; así también, estas plataformas han invertido en producciones originales de series y telenovelas mexicanas como el caso de Disney+, HBO Max, Apple+ y Paramount+. Otras plataformas se definen por su baja participación como Claro-Video (2,8% del total de las suscripciones a SVOD) y Blim TV(1,6 %).

En lo que respecta a las ganancias de compañías que ofertan contenidos audiovisuales vía suscripción, en promedio, el internauta mexicano gastó alrededor de \$48.58 USD anuales por este servicio,<sup>10</sup> lo que estima ingresos anuales de 1.900 millones de dólares en 2022 y una prospectiva de 2.320 millones de dólares anuales para el 2026, según la consultora Statista.

<sup>9</sup> Ver en <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/10/17/mercado-de-contenidos-por-suscripcion-al-2t-2022-crecimiento-y-preferencia-de-plataformas>

<sup>10</sup> Ver en <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2022/05/18/streaming-deja-en-el-suelo-al-cine-tiene-ingresos-4-veces-mas-grandes/>

### 3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2022 (nacionales, regionales dentro del país)

La oferta de plataformas de VoD en México experimentó varios cambios en 2022. El principal cambio fue la creación de Vix+ (lanzada el 31 de marzo de 2022), una plataforma que reúne a Blim TV, con Vix y Prende TV como parte de la fusión de Grupo Televisa con Univision Communications: conglomerado transnacional denominada como Televisa-Univision, con sede en Nueva York y Ciudad de México. La plataforma Vix+ ofrece dos planes de servicio de VoD, el primero es gratuito con anuncios publicitarios; su catálogo consiste en 40 mil horas con más de 100 canales temáticos. Hay otro plan premium con SVOD pagada (\$6.99 USD al mes) y sin publicidad, en este servicio se añaden 10 mil horas de contenido adicionales al contenido original y que consiste en telenovelas, series de televisión, películas, noticieros y deportes (transmisiones en directo de partidos de la Liga Mexicana de Fútbol varonil y femenino). Así también, Vix+ transmitió de manera exclusiva, en vivo y en directo, la Copa del Mundo, mediante la sublicencia de los derechos lo que representó un aumento de 20% en los ingresos por suscripción y licencias. La oferta de títulos originales a manera de lanzamiento como "Vix+ Originals" del plan de paga fueron las series de *María Félix: La Doña* y *La Mujer del Diablo*. Sin embargo, en 2022 Blim TV continuó ofertando 40 canales de televisión en vivo de distintos géneros, sólo disponibles en México, debido al cumplimiento de contratos, licencias y suscripciones anuales concertados previo a la fusión entre *Grupo Televisa* y *Univision Communications*.

Claro-Video continúa su oferta de manera gratuita a los suscriptores que contratan algunos paquetes de servicio de telefonía, cable e internet de su compañía. Además de algunas producciones de series originales, Claro-Video ha sumado el catálogo de Paramount+ a su plataforma sin costo adicional, así como establecer acuerdos con Google Play para que su App o aplicación esté disponible en Android TV.

La entrada de plataformas como Vix, HBO Max y Disney Plus propiciaron una intensa competencia en el mercado de *streaming*, una consolidación y exclusividad de contenidos y mayor entretenimiento en casa. Una de las consecuencias del mundo del contenido bajo demanda fue el desplazamiento de Cinépolis Klic durante el 2022 y el anuncio de su salida del mercado mexicano y latinoamericano en mayo de 2023, después de diez años de su lanzamiento de *streaming* y de ofertar películas, obras de teatro, eventos deportivos y conciertos nacionales e internacionales. Los cambios de estrategia y modelo de negocio de Netflix, Prime Video y Disney Plus con versiones gratuitas y con anuncios publicitarios imposibilitaron la competencia de parte de la empresa Organización Ramírez, dueña de la principal cadena de exhibición de películas, Cinépolis. La plataforma Cinépolis Klic ofrecía filmes que se adquirirían por \$300 pesos en promedio (\$15 USD), un precio alto en comparación con el promedio de las otras plataformas (Alfaro, 2023).

La oferta de Dish México, TV satelital cuya empresa es propiedad de MVS Comunicaciones, se modificó durante 2022. Esta continúa con una programación bajo demanda de series, películas y eventos especiales en vivo. Sin embargo, desde el 13 de abril retiró de su parrilla de programación los canales de Fox Sports por falta de un acuerdo con Grupo Multimedia Lauman, compañía que compró acciones de Fox Sports México,<sup>11</sup> para continuar con su emisión. En su lugar, la oferta de Dish México agregó los canales deportivos de NBA, NFL Network, TVC Deportes, entre otros.

Así también, FilminLatino, creada en alianza con Filmin España, continúa con su oferta de cine mexicano e internacional. En 2022 la compañía Filmin España cumplió 15 años y tuvo su primera película documental original como estreno en su plataforma. FilminLatino continúa con una oferta de películas que se han lanzado en festivales de cine nacional con un costo de \$4 USD mensual. Otras plataformas que continúan con servicios de renta de películas, sin suscripción son plataformacine y Casa Caníbal que ofertan un cine independiente, de festival y de culto. Otra plataforma que hizo su incursión en México es Mubi (anteriormente *The Auteurs*, una red social para cinéfilos), compañía distribuidora, productora y de servicio *de streaming* que ofrece una selección de curaduría de películas por una suscripción mensual de \$7.50 USD mensual.

### 3.3. Análisis del VoD en 2022: la ficción de estreno nacional y las coproducciones

Para 2022 observamos un incremento de estrenos nacionales en plataformas de *streaming* respecto al año anterior. En 2021 señalamos que Netflix produjo ocho series, pero en 2022 hay otras plataformas con producción de series mexicanas. El aumento de producciones de 2021 a 2022 ha sido considerable: de 12 a 25 producciones originales, 15 de ellas de estreno y el 10 restante son series de segunda o tercera temporada. Es decir, el doble de producciones o un aumento del cien por ciento respecto al año anterior. Prime Video ha incrementado su producción en México, en 2021 produjo tres series, una cifra a la baja respecto a 2020, pero incrementó con cuatro en 2022. Por su parte, Vix+ se estrenó como otra plataforma de opción con cuatro producciones.

---

<sup>11</sup> Ver en <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2021/06/08/ift-aprueba-a-grupo-lauman-la-compra-de-fox-sports>

**Tabla 7. Ficciones nacionales y coproducciones exhibidas en 2022 en sistemas de VoD**

| TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | COPRODUCCIONES                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Netflix – 12 títulos nacionales</b><br>1. <i>El Rey</i> , Vicente Fernández (Serie)<br>2. <i>Donde Hubo Fuego</i> (Telenovela)<br>3. <i>La Flor más Bella</i> (Serie)<br>4. <i>Control Z</i> (Serie)<br>5. <i>Madre Solo Hay Dos</i> (3a temporada) (Serie)<br>6. <i>¿Quién mató a Sara?</i> (Serie)<br>7. <i>Rebelde</i> (1a y 2a Temporada) (Serie)<br>8. <i>Oscuro Deseo</i> (2a Temporada) (Serie)<br>9. <i>Belascoarán</i> (Serie)<br>10. <i>Dale Gas</i> (Serie)<br>11. <i>Guerra de Vecinos</i> (Serie)<br>12. <i>Club América vs Club América</i> (Mini Serie) | <b>Netflix – 2 títulos</b><br>1. <i>Élite</i> (5ta. Temporada, serie) – España.<br>2. <i>‘Érase una vez... pero ya no’</i> (Serie) – España |
| <b>Amazon Prime – 4 títulos nacionales</b><br>13. <i>Un Extraño Enemigo</i> (Serie)<br>14. <i>Harina</i> (Serie)<br>15. <i>Mi Tío</i> (Serie)<br>16. <i>Cómo Sobrevivir Soltero</i> (Serie)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                             |
| <b>Disney Plus –2 títulos nacionales</b><br>17. <i>Los Hermanos Salvador</i> (Serie)<br>18. <i>Papás por Encargo</i> (Serie)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Total: 2</b>                                                                                                                             |
| <b>HBO Max –3 títulos nacionales</b><br>19. <i>Las Bravas</i> (Serie)<br>20. <i>Amsterdam</i> (Serie)<br>21. <i>Los Espookys</i> (Serie)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                             |
| <b>Claro Video – 2 títulos nacionales</b><br>22. <i>Código Implacable</i> (Serie)<br>23. <i>Reputación Dudosa</i> (Serie)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                             |
| <b>Vix + – 4 títulos nacionales</b><br>24. <i>Mujeres Asesinas</i> (serie)<br>25. <i>Travesuras de la Niña Mala</i> (serie)<br>26. <i>40 y 20</i><br>27. <i>María Felix, la Doña</i> (serie)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                             |
| <b>Total: 27 títulos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                             |

Fuente: Obitel México.

### 3.4. Características narrativas del VoD en 2022

En 2022 varias compañías de SVOD instalaron sus oficinas de producción y mercadeo en México, con el objetivo, al igual que en Netflix, de incrementar la producción original dirigida tanto al mercado mexicano como el latinoamericano. El aumento de producciones de 2021 a 2022 ha sido considerable: de 12 a 25 producciones originales, 15 de ellas de estreno y el 10 restante son series de segunda o tercera temporada.

Las series que renovaron segunda o tercera temporada destacan por el drama, el suspenso y la comedia. Por ejemplo, *¿Quién Mató a Sara?* u *Oscuro Deseo*, que centran su narrativa en el crimen o la investigación policiaca de asesinatos; o la comedia como *Los Espookys* o *Madre Solo Hay Dos*, series que basan su fórmula cómica en los malentendidos y las situaciones que éstos desencadenan.

La producción de estreno más vista en plataformas fue *Donde Hubo Fuego*, una telenovela de 39 episodios producida por Argos Televisión para Netflix. Esta telenovela, de género del suspenso y del crimen, narra la historia de un personaje que decide viajar la Ciudad de México e infiltrarse en un cuerpo de bomberos para investigar la muerte de su hermano periodista, quien buscaba descifrar la identidad de un asesino serial.

Otras series de estreno que sobresalen tienen que ver con las bioseries, un formato serializado o fragmentado en minificciones sobre la vida de un personaje o artista famoso. Es el caso de *El Rey*, *Vicente Fernández*, que aborda la vida y carrera artística de Vicente Fernández con una trama relacionada con una historia de éxito por consolidarse como ícono de la música mexicana. Esta producción de Netflix tuvo menor éxito que *El Último Rey*, *El Hijo Del Pueblo*, otra bioserie sobre la vida del cantante, producida por TelevisaUnivision, y transmitida por televisión abierta de marzo a junio de 2022. La producción de TelevisaUnivision fue basada en un libro biográfico no autorizado, que abordó temas de escándalo como los romances extramaritales y el secuestro de su hijo.

La otra bioserie fue *María Félix, la Doña*, considerada una de las mejores actrices del cine Mexicano e ícono de la cultura de masas. Una producción de TelevisaUnivision y transmitida en Vix+ en el marco del vigésimo aniversario luctuoso de la actriz. La serie aborda la vida de María Félix, desde la infancia hasta su vida adulta, retratando su figura a manera de empoderamiento femenino, adelantada a su época, desafiante de los estereotipos de género y el mundo de los hombres.

Por último, y sobre las producciones de Disney Plus y HBO Max en México, sobresalen narrativas de comedia como *Papás por Encargo* y *Las Bravas FC*, lo cual representa la incursión y apuesta de estas compañías para competir por el mercado con temas novedosos para las audiencias mexicanas. La primera es una serie que aborda la historia de una adolescente que vive con sus tres padres adoptivos (una familia compuesta de manera diferente) y un día decide buscar a su madre,

quien misteriosamente desapareció hace muchos años. Por su parte, *Las Bravas FC* narra la historia de un futbolista retirado que, obligado por su precaria situación económica, entrena al equipo de fútbol femenino de un pueblo de México. Además de retratar lo que sucede en los deportes desde el ámbito femenino, la serie aborda temas como la inseguridad, el sobrepeso y la relación con los padres desde una mirada juvenil.

#### 4. Ficción, interactividad y participación de las audiencias

Para esta sección elegimos dos casos ejemplares que dan cuenta de distintas estrategias de difusión de las plataformas y participación temática de las audiencias: la serie *Papás por Encargo* (Disney+) y *María Félix: La Doña* (Vix+), de las cuales mencionamos un poco en el apartado anterior.

##### 4.1 *Papás por encargo*

*Papás por Encargo* es la segunda producción original de Disney+ en México, se estrenó el 13 de julio de 2022 con diez episodios. Fue realizada por BTF Media para Disney, una productora fundada en México en 2010 pero que hoy tiene su sede en Miami; esta mantiene un convenio de producción y distribución con *Disney Media Distribution Latin America*, y colaboró en la producción de *Hasta que te conocí* (2016), una bioserie sobre el artista Juan Gabriel, y *El César* (2018) una bioserie sobre el boxeador mexicano Julio César Chávez. *Papás por Encargo* narra la historia de California, una adolescente que fue acogida desde niña por tres jóvenes que se convierten en sus padres adoptivos, ya que su madre se las encargó por un tiempo indefinido. La historia se desarrolla cuando la madre contacta a la hija por medio de un regalo para que la busque en un pueblo fuera de la Ciudad de México. Entonces los tres padres adoptivos (quienes conforman una banda musical de pop) y California emprenden el viaje en carretera en busca de la madre desaparecida misteriosamente. Con un elenco que previamente había participado en producciones de Disney Channel Latinoamérica como Jorge Blanco (telenovela infantil-juvenil argentina *Violetta*, 2012-2015), Michael Ronda (telenovela infantil-juvenil argentina *Soy Luna*, 2016-2018), y el actor y cantante Lalo Brito, quien formó parte de La Nueva Banda Timbiriche.

La difusión y promoción de *Papás por Encargo* tuvo una doble estrategia. La primera fue promocionar la serie como innovadora de contenido en redes sociales y medios de comunicación, en particular como una serie que aborda el tema de las familias integradas de manera diversa. Una visión actualizada de la familia donde las nuevas generaciones observan de lo más natural los hogares homoparentales y niños creciendo en hogares diversos en comparación con otras generaciones. En una entrevista con el periódico *Milenio*, la actriz Fátima Molina, quien interpreta a

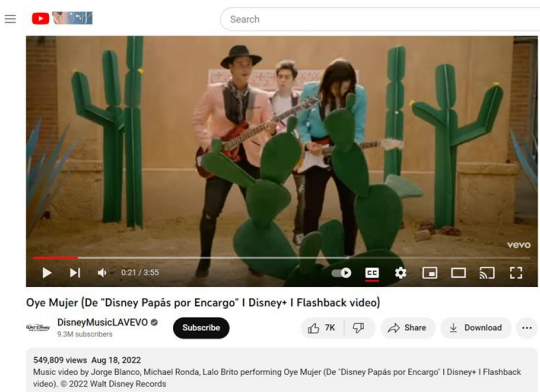
la madre de California, comentó “Esto nos enseña que hay familias distintas y que debemos dejar de juzgar, de señalar, simplemente somos personas distintas; es momento de cambiar de óptica” (Moreno, 2022).

La segunda estrategia de promoción fueron las canciones que incluían en cada episodio de la serie. Una estrategia similar a *Luis Miguel La Serie* donde la banda sonora estuvo integrada en la narrativa. Las canciones son puntos de referencia que no solo se incluyen en la narrativa como un soporte financiero-mercadológico, sino que también transforman el formato (González, et. al, 2020).



Fuente: <https://twitter.com/disneyplusla/status/1547974271820898310>

Disney+ colocó los videos musicales en plataformas como YouTube y Facebook, con miles de vistas y comentarios de los usuarios. Así también, las canciones se promocionaron por Spotify el día del estreno, a la fecha (abril de 2023), la canción Oye Mujer es la más popular del álbum en la plataforma Spotify con 652.803 reproducciones. En YouTube cuenta con 549.809 vistas.



Fuente: [https://www.youtube.com/watch?v=1sClT-hwYpY&ab\\_channel=DisneyMusicLAVEVO](https://www.youtube.com/watch?v=1sClT-hwYpY&ab_channel=DisneyMusicLAVEVO)

La audiencia de *Papás por Encargo* demostró su gusto por las canciones en la sección de comentarios de Twitter, Facebook y YouTube.



Fuente: YouTube México.

Sin embargo, el tema de la menstruación de la adolescente California provocó las participaciones en las redes sociales.



Fuente: <https://twitter.com/PxEUpdates/status/1547776518230720517>

En los comentarios, los usuarios de estas redes sociales señalan la relevancia de “romper el tabú de la menstruación” y abordarlo de manera “abierta” en la serie. También enfatizaron el sentido histórico de abordar este tema en el contexto de la producción de contenido audiovisual en México y que sirva a la conversación con la familia en casa.

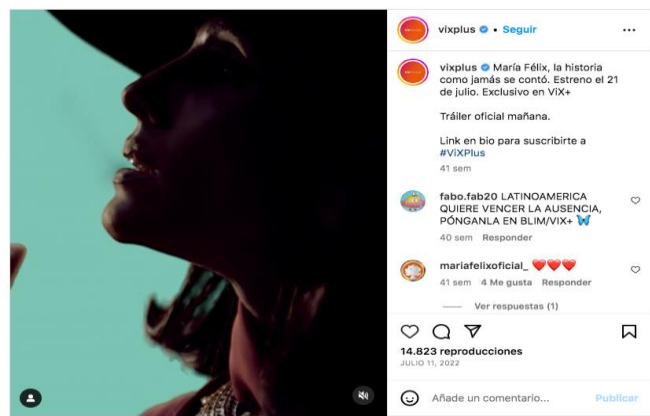


Fuente: YouTube México.

## 4.2. *María Félix, La Doña*

Esta miniserie se lanzó como uno de los productos originales en que la plataforma de *streaming* Vix+ se dio a conocer, en julio de 2022 como parte de la fusión TelevisaUnivision. La serie, de ocho episodios, narra aspectos de la vida de la actriz María Félix, desde su infancia hasta su edad madura. La historia se basó en testimonios de personas cercanas a la actriz, así como en otros informes, a diferencia de otras bioseries que se han basado en biografías no autorizadas (o autorizadas), que han sido grandes éxitos, como la del cantante Luis Miguel. *María Félix, La Doña*, es protagonizada por Sandra Echeverría (María Félix madura); Ximena Romo (de joven) y Abril Vergara (niña); así como los actores Guillermo García Cantú, que personifica a su padre, entre otros actores más. La estrategia en Vix+ para este programa no fue lanzar todos sus capítulos en una emisión, sino dos episodios cada semana, hasta completar los ocho.

La productora es Carmen Armendáriz, reconocida por su labor no solo en televisión, sino en el cine; ella es hija de Pedro Armendáriz, actor de la época de oro del cine mexicano. La directora de la miniserie es Máfer Suárez, quien ha dirigido varios episodios de la serie *Mujeres Asesinas*; un detalle interesante es que la producción estuvo conformada principalmente por mujeres. María Félix es considerada una mujer adelantada a su época, que nunca se mostró débil ante los hombres y coincide con la estrategia de Televisa de los últimos años, de emitir contenidos basados en empoderar a las mujeres. María Félix es referencia para muchas mujeres mexicanas, como un ícono por su gran belleza física, pero también por no ser una mujer sumisa y hablar siempre sin tapujos y comportarse de alguna forma como hombre. Incluso uno de los episodios lo titulan “una mujer con corazón de hombre”.



Fuente: [https://www.instagram.com/tv/Cf430SSJlAG/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/Cf430SSJlAG/?utm_source=ig_web_copy_link)

A días de su estreno, Vix+ dio a conocer a través de su canal de YouTube un tráiler con una duración de un minuto, con algunos datos sobre lo que contaría la serie, como los romances que tuvo María Félix, cómo incursionó en la actuación, la mala relación que tenía con su padre, el enamoramiento con su hermano que murió prematuramente, entre otros detalles de su vida.

TelevisaUnivision promocionó el lanzamiento de la serie a través de medios de comunicación, pero también haciendo uso de las redes sociales de Vix+ como Twitter.



Fuente: [https://www.instagram.com/tv/Cf7LRjVr\\_LY/](https://www.instagram.com/tv/Cf7LRjVr_LY/)

Al consultar los comentarios de seguidores en Vix + en su cuenta en Twitter, encontramos quejas por los anuncios publicitarios que contiene la serie en la plataforma, a pesar de ser una suscripción que requiere pago. Y es que Televisa siempre ha manejado muchos anuncios en su programación y como audiencia, se espera que al pagar una cuota, se pueda evitar su consumo. Al momento de escribir este capítulo revisamos si había publicidad en los contenidos, al estar suscritos y no los hay.

Por otra parte, una estrategia de TelevisaUnivision es que a inicios de 2023 decidió transmitir la serie en televisión abierta (Canal de las Estrellas), dos capítulos por

semana. Esto quizá también para promover el producto y llegar a mayor audiencia. Refiriéndonos a ésta, reportes de Parrot Analytics señalan que *María Félix, La Doña* tiene 1.6x la demanda de las series de televisión en México, y un 64% de todos los programas de este mercado tienen este nivel de demanda en el país, es decir, está en el promedio. No ha sobresalido la serie, en pocas palabras. Otro dato que presenta esta empresa es que el mercado de origen de la serie es cien por ciento mexicano, un dos por ciento de Estados Unidos, dos por ciento de España, uno por ciento colombiano, chileno y argentino. Por lo que habría que analizar otros mercados para ver la penetración de la serie con la que se lanzó al mundo la plataforma Vix+<sup>12</sup>.

Es interesante observar la manera de operar de TelevisaUnivision, al lanzar la serie en la plataforma Vix y Vix+ y posteriormente en el Canal de las Estrellas. Esto revela que se aprovechan todas las plataformas posibles para sacar frutos del producto, lo que distingue a Televisa-Univision de otras plataformas como Netflix, Claro-Video, que no cuentan con canales de televisión abierta.

## 5. Lo más destacado del año 2022

Entre lo que destaca en este 2022, como mencionamos, fue el lanzamiento de la plataforma de *streaming* Vix+ propiedad de TelevisaUnivision. En abril 2021 se inició un largo proceso de fusión entre dos grandes compañías, Televisa (dueña del servicio de *video on demand*, Blim TV) y Univision (propietaria de la plataforma Univision Now, Prende TV y Vix Latinoamérica), que juntas alcanzarán a más de 100 millones de audiencia de habla hispana cada día. La fusión tuvo la aprobación de la autoridad regulatoria en Estados Unidos, la FCC, así como el apoyo financiero de Sotfbank y Google. Con el lanzamiento de Vix+ se cubre el 60% de espectadores tanto en México como Estados Unidos (aunque se planea tener el acceso a 19 países, incluyendo la región de América Latina) con un amplio catálogo unificado que incluye contenido de otras empresas de entretenimiento y de deportes como Lionsgate, Metro-Goldwyn-Mayer, TV Globo, The Walt Disney Company, NBC-Universal, entre otros. Como parte de este lanzamiento, uno de los primeros títulos originales o Vix+ Original en el plan premium con éxito fueron las series *María Félix: La Doña* y *La Mujer del Diablo*<sup>13</sup>.

Por otra parte, destaca cómo tanto Televisa como TV Azteca están invirtiendo aprovechando la tecnología para posicionarse mejor y producir contenidos para otras plataformas. Hemos observado que las dos televisoras han apostado por invertir en tecnología de punta, para producir sus contenidos diversos, con mayor calidad de imagen y sonido, y creando productos que se puedan comercializar en otras plataformas, por lo que las dos televisoras se colocan como las dos principales productoras de contenidos de televisión en México.

<sup>12</sup> <https://tv.parrotanalytics.com/MX/maria-felix-la-dona-vix-plus?hl=es>

<sup>13</sup> <https://www.forbes.com.mx/negocios-vix-plataforma-que-televisa-univision-competir-netflix/>

Uno de los cambios importantes en TV Azteca en 2022 es que se nombró a un nuevo director de contenidos de la televisora, Adrián Ortega, quien dio a conocer que para 2023 la televisora volverá a producir telenovelas como una de sus estrategias para repuntar el *rating*. Este anuncio es importante, dado que desde 2016, TV Azteca dejó de producirlas. Esto deja entrever que las audiencias e ingresos por la producción de *realities* no han sido tan buenos como se esperaban. Como hemos reportado en años anteriores, TV Azteca puso todas sus energías en la producción de *reality shows* como *Exatlón*, *Master Chef*, *Survivor*, entre otros. Datos de Nielsen Ibope de 2022 muestran que no han sido los productos de la televisora del Ajusto los que han obtenido la mayor audiencia, sino los *realities* producidos por Televisa (*Quién es la máscara*, entre otros más).

Así también, la ficción por tanto es un producto importante para las televisoras pero también para las empresas de *streaming*. Destaca la apuesta de Netflix México por el melodrama y el formato de la telenovela. *Donde Hubo Fuego* se convirtió en la primera novela de *streaming* de las más vistas no sólo en Netflix México sino a nivel mundial, pese a que no tuvo una campaña de publicidad. La casa productora de esta telenovela fue Argos Comunicación, productora que reunió a actores consumados de la telenovela que se transmite por la televisión abierta como Eduardo Capetillo e Itatí Cantoral, para contar una historia de corte melodramático que reúne los aspectos del romance, la pasión, pero también el crimen y la acción. Sin embargo, el polo de atracción según Álvaro Cueva, crítico de televisión, tuvo que ver con que se narra una historia del cuerpo de bomberos de la Ciudad de México:

Cuando usted vea esos casos, esas emergencias, esos incendios, se quedará con la boca abierta, pero cuando los vea en las avenidas más grandes, concurridas y emblemáticas de México, frente a muchos edificios y monumentos que forman parte de nuestro imaginario colectivo, experimentará una emoción nunca antes sentida. No lo va a creer porque jamás se había hecho algo así, porque jamás se había hecho algo así de bueno y porque jamás se había hecho con el respaldo y la asesoría de nuestros superhéroes del mundo real: los bomberos de la Ciudad de México (Cueva, 2022).

### 5.1 Producción turca en México

Otro aspecto a destacar, es la penetración y aceptación de productos turcos en el país. La televisora Imagen Televisión ha apostado desde sus inicios, en comprar telenovelas turcas de éxito para transmitir las en México. Si bien los *ratings* no alcanzan a los de Televisa con sus telenovelas, observamos que cada vez más gente mira productos de Turquía. Puede ser, consideramos, que las historias que se presentan se parecen más a las telenovelas tradicionales mexicanas de los años ochenta, con una historia de amor central, el núcleo familiar, etc. Las historias mexicanas hoy en día cada vez más contienen mayor violencia no solo implícita sino explícita. Además de los productos turcos, también empresas de ese país se han instalado en México

para producir *realities*, como es el caso de *Survivor*, *La Voz Kids*, *La Voz Senior*, entre otros, producidos por Acun Medya Global para TV Azteca.

## **6. Tema del año 2022: Las productoras independientes en México y la internacionalización de la producción de ficción televisiva en Iberoamérica**

Las compañías como Netflix, Disney Plus, HBO Max, Vix+, se constituyen como plataformas de transmisión global que modifican y alteran de manera estructural las lógicas de producción, distribución, exhibición y consumo de cada país (Gómez & Muñoz, 2022; Carboni & Rivero, 2022). En el caso de México, el país se ha conformado en años recientes como un centro o *hub* de producción mexicana y latinoamericana (Piñón, 2014) gracias a la presencia de estas empresas transnacionales de origen estadounidense pero también de compañías y agencias productoras -y trabajadores del sector audiovisual- de otros países de América Latina.

Así, en este apartado se busca dar cuenta de cómo han incrementado las agencias productoras independientes en México debido en parte a sus alianzas con compañías globales de plataforma cuya estrategia de inserción y acceso a las audiencias de cada país implica la operación y colaboración con productoras de rango medio; una estrategia de internacionalización que desarrolla Netflix en varios países (Lobato & Lotz, 2020). Ello no implica que las compañías de plataforma continúen coproduciendo en alianza con los canales de televisión nacional en México como Televisa y TV Azteca, u otras empresas o productoras que han consolidado su trabajo como Argos Comunicación y Alazraki Entertainment.

El paisaje de la producción audiovisual en México estuvo dominado buen tiempo por la televisión abierta o dos empresas privadas, Televisa y TV Azteca que concentraron el mercado y la participación de la audiencia. Los canales televisivos públicos locales y nacionales han sido marginales en este contexto, con un nivel de producción bajo y una audiencia pequeña. Desde antes del lanzamiento de Netflix en México, la producción audiovisual nacional realizaba coproducciones (principalmente series) con canales de televisión de pago concentrados en Estados Unidos (como TNT o la japonesa Sony) con la finalidad de competir con los canales de televisión abierta (Gómez, 2016).

Actualmente hay una serie de alianzas de estas compañías con canales de televisión abierta, proveedores de televisión de pago, y productoras audiovisuales independientes. Según el reporte de la Comisión de Filmaciones de Ciudad de México realizado en alianza con la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE) y la Asociación Mexicana de Filmadoras AC (ANFI), en 2020 se registraron 2.422 casas productoras, de las que 199 permanecen activas. El reporte estadístico resalta que el 57% (1.805) de los permisos otorgados fueron para la realización de series; el 13% (401) para TV; 8% (246) para Cine y el 22% (702) para comerciales.

Para la industria, esto representa un ingreso económico cercano a los 4.600 millones de pesos mexicanos<sup>14</sup>.

Netflix fue la compañía foránea que inició las coproducciones con empresas mexicanas en 2015 con el lanzamiento de la serie *Club de Cuervos*, comisionada para realizarse en idioma español con Alazraki Entertainment, productora del publicista Carlos Alazraki y su familia. En 2018, Netflix realizó un acuerdo con el productor independiente y creador Manolo Caro para transmitir *La Casa de las Flores*. De acuerdo con Gómez y Rivero (2022), estas coproducciones y colaboraciones incrementaron gradualmente, en 2020 Netflix inició una estrategia agresiva en el mercado mexicano al invertir 200 millones de dólares en producción local, y anunciando otros 300 millones para 2021. Un año antes, Netflix había establecido su oficina local en la Ciudad de México, con más de 100 empleados, convirtiéndose en un centro de producción para operar en el mercado latinoamericano.

Otras compañías de SVOD como Disney, Amazon, HBO y Paramount también han establecido oficinas locales en la Ciudad de México. De acuerdo con Gómez y Rivero (2022) hay cuatro modelos de producción exhibidos por Netflix en México, aspecto que bien podría extrapolarse a las otras compañías de plataforma. El *primer modelo* de producción corresponde al contenido producido por la agencia productora independiente (como el caso de Manolo Caro, creador de *La Casa de las Flores*). El *segundo modelo* de producción refiere a las comisiones o encargos de las compañías a productoras independientes o terceros, donde las mismas corporaciones financian los proyectos desde el principio y mantienen los derechos exclusivos de transmisión en sus plataformas (el caso de Alazraki Entertainment). El *tercer modelo* corresponde a coproducciones con una gran emisora o cadena televisiva cuyo contenido se transmite por televisión, en transmisión nacional, regional y/o global (el caso de *Luis Miguel: La Serie*, una coproducción de Netflix y Telemundo). Y finalmente, el *cuarto modelo* relacionado con la adquisición de títulos exitosos, ya estrenados en el país y recogidos en exclusiva para la transmisión por la plataforma (el caso de *El Chapo*, realizado por Gaumont International, Univision y Urgencias, y transmitido por Netflix, o el caso de *Hasta que te Conocí*, *Juan Gabriel*, serie producida por Somos, distribuida por Disney para TNT y Claro-Video en México).

De tal forma, con la inversión de las grandes compañías y la cantidad de contenido audiovisual en años recientes realizadas por estos centros de producción, los proyectos y modelos de producción también se han ampliado e hibridado debido a la incorporación significativa de una variedad de productoras independientes, incorporación que implica una especie de subcontratación de agencias. Por un lado, se pueden identificar todavía a los “grandes jugadores” en la producción audiovisual. Por ejemplo, en una revisión descriptiva sobre la cantidad de producción y las

<sup>14</sup> Ver en <https://senalnews.com/es/contenidos/como-fue-la-produccion-de-cine-en-mexico-durante-2020>

alianzas o *partnerships* (de 2015 a 2021) se puede identificar a Televisa, W Studios y Blim con 14 producciones originales en alianza con Studios Morena Films, Univision, Sony Pictures, Lemon Studios, y Resonant TV; y, en segundo lugar, a Sony Pictures con ocho producciones en colaboración con Claro Video–Imagen Television, TV Azteca, Amazon, y Dopamine.

Las productoras independientes que se han vuelto relevantes son Argos Comunicación, Alazraki Entertainment y Dynamo (una agencia conformada por productores mexicanos y colombianos). Hay otras productoras independientes que participan y colaboran con estas agencias y las grandes compañías de plataformas como Anima Studios, BTF Media, 1:11 Films & TV México, Corazón Films, Traziende Film, Resonant TV, Adicta Films, Jaibol Films, Morena Films, Perro Azul, y Dopamine, entre las que más participan en el mercado.

En el caso de Argos Comunicación, es una empresa productora de contenidos independiente con años de producción para medios televisivos como TV Azteca, cine y SVOD. Fundada en 1992, cuenta con tres propietarios. El más conocido es Epigmenio Ibarra, quien es un empresario cercano al actual gobierno mexicano, y que recientemente confirmó el préstamo por 150 millones de pesos (\$7,5 millones USD) por parte del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) para invertir en la contratación de más empleados, compra de equipo y remodelación de los estudios de cine Churubusco. Argos Comunicación cuenta con 52 producciones de telenovelas para TV Azteca, Telemundo, Cadena Tres, Imagen Televisión y Netflix, así como 12 producciones de series para dos plataformas como HBO, Netflix, y dos canales de televisión como Telemundo y Cadena Tres.

Por su parte, la productora Alazraki Entertainment pertenece a la familia Alazraki. Carlos Alazraki es un productor televisivo conocido por fundar la agencia Alazraki y Asociados Publicidad. Su hijo, Gary Alazraki es cineasta, cocreador y productor de la serie *Club de Cuervos* (2015), la primera serie original de Netflix realizada por comisión. Alazraki Entertainment, además de contar con tres producciones cinematográficas, donde se incluye el éxito comercial de *Nosotros Los Nobles* (2013), ha producido la saga de *Club de Cuervos* y su *spin off* *La Balada de Hugo Sánchez* (2018), y el especial *Yo, Potro* (2018), ambas transmitidas en Netflix. En 2020, Gary Alazraki produjo la serie cómica *Acapulco*, protagonizada por Eugenio Derbez, para Apple TV+. Y en 2022, lanzó por la plataforma HBO Max una película, *El Padre de la Novia*, protagonizada por Andy García y Diego Boneta. Entre los servicios que promueve como productora independiente se enumeran de producción, *casting*, locaciones, equipo, postproducción y creatividad.

Otra productora independiente, pero importante por su presencia en la industria audiovisual es Dynamo Producciones, una casa productora colombiana con oficinas locales en la Cdmx, Nueva York y Madrid. Dynamo cuenta con más de 50 producciones audiovisuales. Sin embargo, en México destaca por dos series producidas

para Netflix, *Historia de un Crimen: Colosio* (2020), sobre el asesinato del candidato a la presidencia de México, Luis Donald Colosio; e *Historia de un Crimen: La Búsqueda* (2020), el caso de la desaparición de la niña Paulette Gebara. Las dos producciones son parte de la franquicia de Netflix, *Historia de un Crimen*, que se asemeja a las historias que se realizan en Estados Unidos y son transmitidas por el canal FX (propiedad de Walt Disney Company) como *American Crime Story*, creadora de la serie *The People vs. OJ Simpson* (2016), y *The Assassination of Gianni Versace* (2018).

Esta breve descripción de las productoras independientes nos lleva a concluir, por un lado, cómo la Ciudad de México se ha consolidado como uno de los centros de producción más importantes a nivel global; y por otro, la continua inversión de capital de millones de dólares por parte de las compañías de SVOD que integran a estas productoras independientes a sus modelos de negocio y encargos de series o ficciones con cierto grado de diversidad en lo que refiere a los formatos televisivos.

## Referencias

- Alfaro, Y. (2023, febrero 24). *Cinépolis Klic dejará de funcionar ante la “intensa” competencia en streaming*. <https://www.bloomberglinea.com/2023/02/24/cinopolis-klic-dejara-de-funcionar-ante-la-intensa-competencia-en-streaming/>
- Artículo 19 (2022). *Negación*. <https://articulo19.org/negacion/>
- Carboni, O., & Rivero, E. (2022). Una perspectiva dialógica entre la estructura productiva y las tramas narrativas de las ficciones seriadas televisivas argentinas (2011-2020). *Comunicación y Sociedad*, 1-24. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8330>
- Cueva, A. (2022, agosto 17) ‘Donde hubo fuego’, de Netflix. <https://www.milenio.com/opinion/alvaro-cueva/el-pozo-de-los-deseos-reprimidos/donde-hubo-fuego-de-netflix>
- Digital Tv Research (2022). *Crecimiento del VOD en América Latina*. <https://digital-tvresearch.com>
- Gómez, R. (2016). LatinoTelevision in the United States and Latin America: Addressing Networks, Dynamics, and Alliances. *Journal of International Communication* 10, 20, 2811-2830.
- Gómez, R., & Muñoz Larroa, A. (2023). Netflix in Mexico: An Example of the Tech Giant’s Transnational Business Strategies. *Television & New Media*, 24(1), 88–105. <https://doi.org/10.1177/15274764221082107>
- Lobato, R. & Lotz, A. D. (2020). Imagining Global Video: The Challenge of Netflix. *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 132-136. <https://doi.org/10.1353/cj.2020.0034>
- Moreno, V. (2022, julio 7). Papás por encargo aborda la diversidad familiar. <https://www.milenio.com/espectaculos/papas-por-encargo-aborda-la-diversidad-familiar>
- ONU-Mujeres (2021). *La pandemia en la sombra: violencia contra las mujeres durante el confinamiento*. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/in-focus-gender-equality-in-covid-19-response/violence-against-women-during-covid-19>
- Piedras, E. (2022, mayo 5). *Mercado de video por suscripción: reconfiguración en ciernes*. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Mercado-de-video-por-suscripcion-reconfiguracion-en-ciernes-20220505-0014.html>
- Piñón Juan. 2014. “Reglobalization and the Rise of the Network Cities Media System in Producing Telenovelas for Hemispheric Audiences”. *International Journal of Cultural Studies* 17 (6): 655–71.
- Piñón, J. & Lacalle, R. (2022). *Transformaciones en la serialidad de la televisión y su impacto en los formatos de ficción televisiva iberoamericana en tiempos de streaming*. Propuesta teórico-metodológica. (Documento de trabajo Obitel).

Revilla, M. (2021). 'Somos': *hay que deconstruir la narrativa de las narcoseries*. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2021/06/29/somos-serie-netflix-allende-narcoseries/>

Sánchez, M. (2022). *Pedagogías de la cultura popular en las audiencias de las plataformas de televisión en streaming, a partir del consumo de ficciones audiovisuales seriadas. El caso de Narcos México*. Tesis de doctorado. Universidad de Guadalajara.