

CAPÍTULO COMPARATIVO: EL AVANCE IMPARABLE DEL *STREAMING*

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.24.s.cc>

Autores: Charo Lacalle (<https://orcid.org/0000-0002-0024-6591>)

Beatriz Gómez (<http://orcid.org/0000-0002-0557-528X>)

Pablo Julio Pohlhammer (<https://orcid.org/0000-0003-1387-4463>)

Javier Mateos Pérez (<https://orcid.org/0000-0003-2056-8704>)

Como cada año, el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (Obitel) monitoriza el sistema televisivo de los países del ámbito iberoamericano para dar cuenta, principalmente, de dos cuestiones clave: la oferta televisiva y el nivel de consumo, por un lado, y la producción de ficción y sus principales tendencias, por el otro. Este primer capítulo del anuario 2024, sin intención ninguna de substituir la lectura de los 10 capítulos nacionales, tiene como objetivo ofrecer una síntesis integradora de todos ellos. Se presentan, por consiguiente, los principales puntos en común y las singularidades del fenómeno televisivo en los diferentes países analizados, así como otros aspectos que no resultan destacables al leer un capítulo individual.

Los datos de 2023 presentados en el presente anuario evidencian la consolidación de un nuevo modelo televisivo, en el que las plataformas de *streaming* han ido desplazando a la televisión en abierto y han alcanzado una posición privilegiada como principal tecnología de distribución de contenidos televisivos de ficción. A diferencia de la telenovela, cuyo anclaje principal sigue siendo la televisión abierta, la serie es el formato dominante en el VoD, donde ha crecido estimulado por las plataformas de *streaming*. Este hecho ha transformado las dinámicas de producción, incrementando tanto la producción como la coproducción, pero reduciendo significativamente el número de entregas.

1. Países Obitel y la televisión de señal abierta en 2023

La situación de la televisión abierta en los países iberoamericanos es muy diversa por múltiples factores: cantidad de señales, existencia de señales regionales, grado de relevancia y rol de la televisión pública en el conjunto del sistema, o presencia de otros actores, entre otros. La tabla 1 sintetiza dicha diversidad, aun cuando presenta exclusivamente las primeras señales de las cadenas de alcance nacional.

***Autores:** Charo Lacalle (Universitat Autònoma de Barcelona); Beatriz Gómez (Universitat de Lleida); Pablo Julio Pohlhammer (Pontificia Universidad Católica de Chile); Javier Mateos Pérez (Universidad Complutense de Madrid).

Tabla 1. Cadenas de televisión abierta de alcance nacional en los países Obitel en 2023

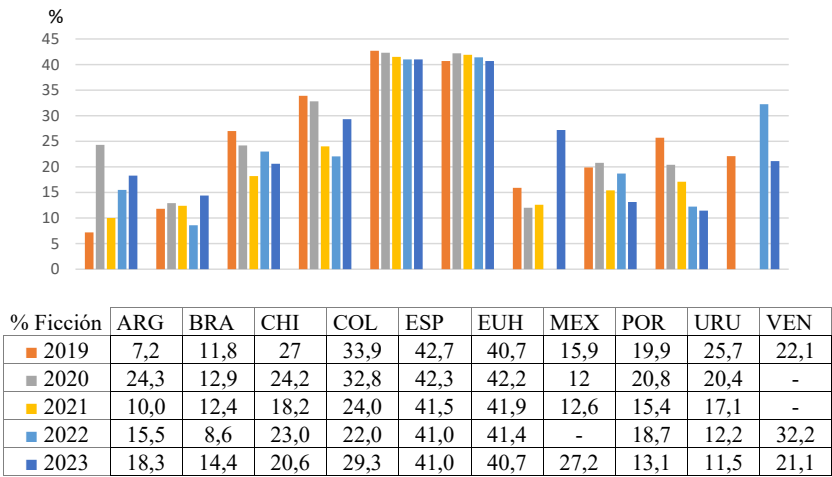
País	Cadenas de alcance nacional	
	Privadas	Públicas
Argentina	6	1
Brasil	5	2
Chile	6	1
Colombia	3	2
España	4	2
EE.UU. Hispanos	4	0
México	3	2
Portugal	2	5
Uruguay	3	2
Venezuela	9	11

Fuente: Obitel

El análisis comparativo de los datos entre países indica diferencias en relación con dos categorías: cantidad y relevancia de las cadenas. En primer lugar, el número de cadenas de alcance nacional es semejante en la mayoría de los países (entre cuatro y siete señales). La única excepción es Venezuela, que cuenta con 20. Sin embargo, es necesario llamar la atención acerca de la cantidad de información sobre el panorama televisivo nacional que proporciona esta tabla. En el caso de Estados Unidos, por ejemplo, los datos no dan cuenta del conjunto del territorio sino, exclusivamente, de las cadenas dirigidas a la audiencia de habla hispana. En España, la información contenida en la tabla 1 no incluye las televisiones autonómicas ni los canales temáticos.

En segundo lugar, la relevancia de cadenas públicas y privadas no es igual en todos los países. Aunque la televisión privada domina la audiencia entre las señales en abierto de los distintos territorios integrados en Obitel, se identifican diferencias importantes. En Estados Unidos hispanos la televisión pública es inexistente, mientras que en Argentina (3,6), Brasil (1,3), Colombia (9%), México (ni ha datos) y Uruguay (5%) tienen un peso muy limitado. En Chile y Portugal las cadenas públicas son secundarias, pero sus datos no distan excesivamente de los de otras privadas, manteniendo cierta presencia en el conjunto del sistema. Por último, en España, la primera señal pública de ámbito nacional, La1, es el tercer canal de mayor audiencia en un mercado altamente competitivo. Además, en algunas autonomías las cadenas públicas son líderes indiscutibles de audiencia, tal como sucede en Cataluña.

Gráfico 1. Participación del tiempo de ficción en la televisión abierta¹



Fuente: Obitel

El gráfico1 presenta el porcentaje de participación de la ficción en el conjunto de la programación de la televisión en abierto de los distintos países, así como la evolución del género durante los últimos cinco años. Por tanto, dicho gráfico proporciona información no solo sobre el peso de la ficción en 2023, sino también sobre su tendencia a medio plazo. Es preciso señalar, sin embargo, que en este caso se incluye toda la ficción emitida -de estreno y reposiciones- y no solo la de origen nacional y/o iberoamericano, en la que nos centraremos en los siguientes apartados.

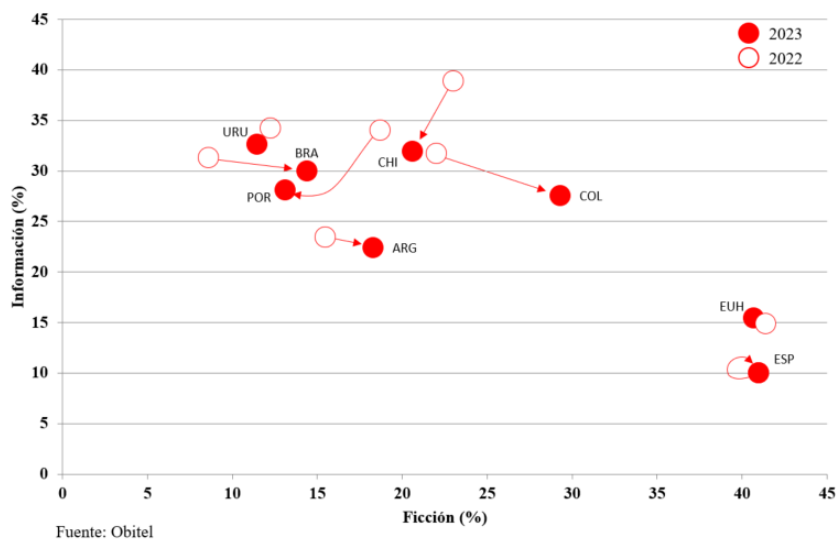
En 2023, se identifican tres grupos de países en relación con la presencia de la ficción en la programación. En el primer grupo se encuentran Colombia, España y Estados Unidos hispanos, con casi un 30% o más de presencia de la ficción y con dicho género como primera opción. En el segundo grupo están Argentina, Chile y Venezuela, con la ficción en segunda o tercera opción y un porcentaje que se mueven en torno al 20%. Finalmente, en Brasil, Portugal y Uruguay la ficción constituye un género minoritario en términos cuantitativos, con datos que no alcanzan ni un 15% de presencia.

A nivel de evolución, no se identifica una tendencia general, así como pocos cambios significativos. En Argentina, Brasil y Colombia aumenta la participación de la ficción respecto al año anterior. En el caso de Argentina, se identifica una continuación de la tendencia positiva iniciada en 2022, mientras que en Brasil y Colombia se evidencian dos incrementos importantes después de haber obtenido en 2022 sus resultados más bajos de los últimos cinco años. España y Estados Unidos hispanos, por su parte, mantienen unos datos casi idénticos a lo largo del último quinquenio.

¹ Los criterios de clasificación de contenidos son ligeramente distintos entre países. Para los gráficos 1 y 2 se hicieron reagrupamientos con el fin hacerlos más comparables. Eso explica algunas diferencias menores que pueden verse al comparar estas cifras con las mostradas en los respectivos capítulos nacionales.

Por el contrario, Chile, Portugal, Uruguay y Venezuela pierden presencia de la ficción en sus programaciones durante el último año. A diferencia de Chile y Portugal, en que los datos son relativamente estables, en Uruguay salta a la vista un constante descenso del tiempo dedicado al género ficción que, en 2023, se acentúa como consecuencia de la disminución de los títulos de origen turco. México, en cambio, presenta su dato más alto del periodo analizado, duplicando en 2023 el resultado de 2021.

Gráfico 2. Participación de la ficción vs participación de la información en la programación



El gráfico 2 presenta los datos comparativos, entre 2022 y 2023, de la presencia de los géneros ficción e información en la programación de la televisión abierta. En 2023, la concentración de los datos es menor que el año anterior, en el que se identificaban dos bloques de países perfectamente separados. En la esquina inferior derecha, con un alto porcentaje de ficción y baja presencia de la información, se encuentran España y Estados Unidos hispanos, con datos casi idénticos a los de 2021 y 2022. En el extremo opuesto, con una alta proporción de información y baja de ficción, se identifican Brasil, Portugal y Uruguay, cuyos datos se unifican más respecto al año anterior. En Portugal y Uruguay, el entretenimiento juega un rol fundamental como segunda opción después de la información, mientras que en Brasil ocupa la tercera posición, después de los programas religiosos. Hacia el centro del gráfico, con una presencia más equilibrada entre información y ficción figuran Argentina, Chile y Colombia, aunque los dos primeros con una desviación hacia la izquierda (más información que ficción) y Colombia, hacia la derecha (más ficción que información).

2. Ficción televisiva en los países Obitel

La sección dos de los capítulos nacionales recoge la ficción televisiva de estreno, de origen iberoamericano, exhibida en los distintos países de Obitel durante 2023. Por estreno se entiende aquella emitida por primera vez en el país, con independencia de que haya sido exhibida antes en otros países. Es una práctica habitual es que algunos contenidos estrenados en plataformas de VoD se estrenen con poco tiempo de diferencia por televisión en abierto.

Las tablas número 2 de los capítulos nacionales registran la cantidad de títulos y horas en distintos formatos de ficción televisiva exhibidas en cada país. En este caso se representa la cantidad de horas totales.

Tabla 2. Oferta de horas de ficción nacional de estreno en televisión abierta (2019-2023) ²

Año	ARG	BRA	CHI	COL	ESP	EUH	MEX	POR	URU	Total
2019	372	1.307	747	518	1.451	512	1.166	1.029	3	7.105
2020	62	416	274	271	1.217	366	906	794	47	4.353
2021	104	419	587	953	1.036	420	853	998	13	5.383
2022	144	1.297	477	315	912	216	1.333	912	0	5.606
2023	229	1.476	497	359	1.111	255	1.523	988	17	6.454

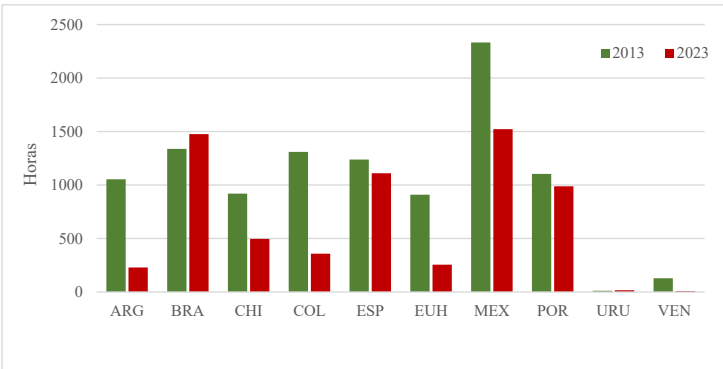
Fuente obitel

Los datos muestran la evolución del volumen de horas de exhibición de ficción televisiva de estreno en los últimos cinco años. La elección de las horas se debe a que, considerando que algunos formatos como la telenovela pueden tener 10 o incluso 20 veces más episodios que una miniserie, la cantidad de horas parece ser una mejor medida de la capacidad de producción de las industrias audiovisuales nacionales que el número de títulos. Se trata de un dato relevante considerando que la producción tiene como objetivo principal satisfacer la demanda del propio país, pero también son contenidos susceptibles de circular en otros países de la región.

La tabla 2 muestra que, tras la caída generalizada en 2020 por la pandemia de COVID19, a partir de 2021 ha habido una permanente recuperación a nivel agregado. En 2023, todos los países han aumentado sus estrenos respecto del año anterior. Sin embargo, esa recuperación sólo alcanza a un 91% del volumen de 2019, lo que implica un descenso medio del 9% con las excepciones de Brasil y México, que han crecido respecto de ese año.

² El capítulo de España distingue las producciones de cadenas de alcance nacional y las de cadenas autonómicas. En esta sección se considera la suma de todas ellas.

Gráfico 3. Ficción televisiva nacional de estreno en cada país: 2013 vs 2023



Fuente Obitel

El gráfico 3 compara el volumen de producción de 2023 con los 10 años anteriores, ampliando así el horizonte temporal. Si se considera el grupo de países en su conjunto, se observa que la caída en el número de horas de ficción televisiva de estreno nacional no es del 9%, sino del 55%. Individualmente, los países cuya producción ha retrocedido menos son Brasil (-3%) y Portugal (-17%), mientras Argentina registra el mayor descenso porcentual (-86%). En términos absolutos, la caída más significativa es la de Colombia, pues entre 2013 y 2023 redujo en 951 la cantidad de horas de ficción televisiva de estreno exhibida localmente.

La tabla 2 y el gráfico 3 representan el consumo interno de la producción nacional de los distintos países. Pero la explotación de esos contenidos no se agota ahí sino que, en muchos casos, continúan circulando a través de plataformas de VoD o siendo exportados a la televisión de otros países.

Las tablas número 3 de los capítulos nacionales reflejan la cantidad de títulos y horas de ficción televisiva de estreno de origen iberoamericano exhibida en cada país durante 2023, distinguiendo también las coproducciones en las que participa el propio país y las realizadas por otros países del ámbito Obitel. El propósito de la tabla 3 de este capítulo comparativo es realizar una síntesis, pues su lectura cruzada no es visible en los capítulos individuales.

La lectura vertical, en cambio, es similar a la de los capítulos individuales: bajo cada país se muestra la procedencia de la ficción televisiva de estreno exhibida en el mismo³. La comparación permite observar el distinto grado de diversidad de orígenes de contenidos disponibles en cada país. Aparte del completamente autárquico Portugal, usando un índice habitual de concentración de mercado como criterio de ordenamiento⁴, el país menos diverso en su consumo es México, seguido por los Estados Unidos hispanos, y los más diversos, Venezuela, Argentina y Uruguay.

³ En el caso de incluir coproducciones, las horas se distribuyen en partes iguales entre los países involucrados.

⁴ Se ha utilizado el índice Herfindahl-Hirschman (HHI).

Tabla 3. Ficción iberoamericana de estreno exhibida en cada país durante 2023

5

País de origen	País en que se exhibe											Total exportado ⁵		
	Horas	ARG	BRA	CHI ⁶	COL	ESP	EUH	MEX	POR	URU	VEN	2023	2022	2021
	ARG	229	-	-	-	-	-	-	-	130	10	140	13	68
	BRA	114	1.476	442	-	-	-	19	-	479	444	1.499	2.046	1.242
	CHI	-	-	492	-	-	-	-	-	222	125	347	102	195
	COL	282	-	-	359	43	-	-	-	-	305	629	726	1.719
	ESP	2	11	-	-	1.096	-	-	-	30	155	199	36	8
	EUH	-	-	31	-	55	255	6	-	-	-	92	373	715
	MEX	36	325	-	153	327	1.157	1.523	-	65	728	2.792	3.346	2.999
	POR	-	150	-	-	-	-	-	988	-	92	242	49	75
	URU	-	-	-	-	-	-	-	-	17	-	-	-	-
	VEN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	68
Total exhibido		663	1.963	965	512	1.520	1.412	1.548	988	944	1.869			

Fuente Obitel

La lectura horizontal de la tabla muestra el número de horas que han sido exhibidas en 2023 como ficción de estreno en los distintos países de Obitel, aunque esos contenidos no son necesariamente los mismos, porque podrían haberse exhibido en años anteriores en otro país. Pero, como en cada país se cuentan una sola vez, su suma constituye una medida de la capacidad de los países de vender su producción en otros lugares de la región.

En términos absolutos, México (2.792) y Brasil (1.499) presentan una mayor exposición de sus contenidos respecto del resto de los países. Sin embargo, considerando que lo habitual es que lo exportado sean contenidos creados en primera instancia para el mercado local, es importante determinar el tamaño del mercado externo respecto del interno. El resultado puede expresarse en un indicador simple, que representa el cociente entre lo exportado y lo exhibido en el propio país.

⁵ Lo informado sobre 2021 en versiones anteriores es diferente debido a que en esta tabla no se incluyen los datos relativos a Perú.

⁶ Al estar fuera de los sistemas de medición por falta de pago, en Chile se omiten dos canales de propiedad de Albavisión, irrelevantes en términos de audiencia, aunque que en años anteriores exhibieron algunos contenidos de origen mexicano

Tabla 4. Tamaño del mercado externo respecto del interno

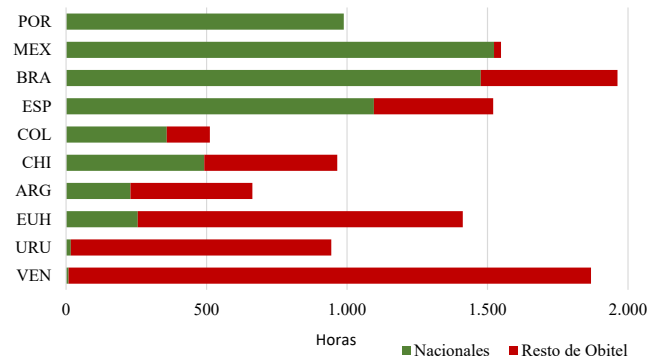
ARG	BRA	CHI	COL	ESP	EUH	MEX	POR	URU	VEN
61%	102%	71%	176%	18%	36%	183%	24%	0%	0%

Fuente: Obitel

Esta aproximación sigue mostrando a México y Brasil muy volcados al mercado exterior, pero sitúa a Colombia por delante de Brasil porque logra que su producción cuente con una proporción mayor de exhibición en otros países. En el otro extremo están España y Portugal. A pesar de mostrar altos volúmenes de producción y de un estándar de realización muy elevado, sus niveles de exportación, relativos a lo producido, están entre los más bajos de la región. Por supuesto, ampliando el rango de países observados o incluyendo también reposiciones de los mismos contenidos, estos indicadores pueden arrojar valores distintos.

En la lectura vertical de la tabla se plantea una lectura distinta sobre el grado en que las necesidades de ficción iberoamericana de estreno son satisfechas por la producción de propio país o por contenidos importados, como se puede observar en el gráfico siguiente.⁷

Gráfico 4. Ficción iberoamericana de estreno exhibida durante 2023



Fuente Obitel

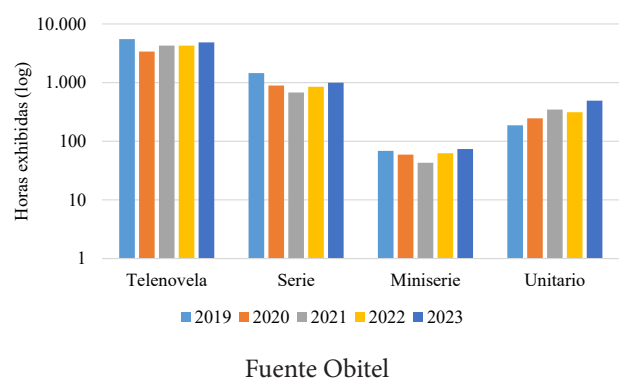
Con independencia de la cantidad de ficción iberoamericana exhibida en cada país, en relación con el equilibrio entre la producción propia y la importada, en el gráfico 4 se reconocen nítidamente tres grupos de países. Portugal y México figuran como países que se autoabastecen total o casi totalmente. En México, probablemente es más relevante la presencia de guiones y adaptaciones de títulos desarrollados en otros países que de producciones compradas a ellos. En el otro extremo están Uruguay y Venezuela, que dependen casi totalmente de la importación de contenidos

⁷ La relevancia que puede tener en la televisión abierta de cada país la ficción de otros orígenes, como Turquía, Estados Unidos de habla inglesa, Corea o el resto de Europa, constituye un punto ciego a tomar en consideración.

de ficción. Estos dos últimos, además de la ya mencionada alta diversidad de sus consumos que ofrecen, también cuentan con un mayor número de importaciones de países diferentes que el resto de los integrantes de Obitel.⁸

El anuario también aborda el tema de los formatos de ficción televisiva exhibidos. Las tablas 2 de los capítulos nacionales resumen los títulos nacionales de los últimos cinco años en los distintos formatos. Esto se muestra en el gráfico 5, que considera sólo los formatos con mayor presencia. Dado que hay dos órdenes de magnitud entre la cantidad de horas de telenovelas y la de miniseries, el eje del gráfico usa una escala logarítmica para que la telenovela no invisibilice la evolución de los otros formatos.

Gráfico 5. Horas de exhibición de ficción nacional de estreno en el ámbito Obitel según formato en 2023⁹



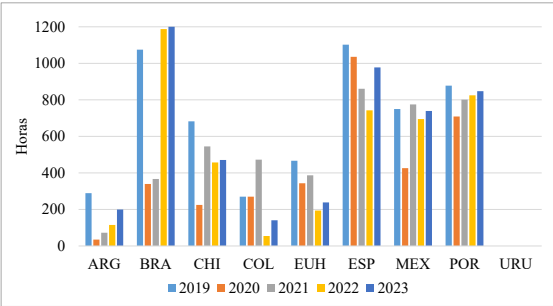
La telenovela es, con diferencia, el formato con mayor presencia. Las horas de estreno nacionales exhibidas en 2023 representan un 52% más que la suma de los otros formatos. Aunque no ha vuelto a los niveles de la prepandemia, tras dos años estables, en 2023 creció un 13%. Series y miniseries, los formatos que transitan con mayor facilidad hacia el VoD, muestran dos años seguidos de fuerte crecimiento: 25% y 132% en el caso de las series y 46% y 18% en el de las miniseries. Por su parte, aunque los formatos unitarios han retrocedido en 2023, su crecimiento promedio desde 2019 ha sido de un 30% anual.

La evolución gradual que muestra los datos agregados de los formatos en el gráfico 5 desaparece en el desglose por países, como muestran los gráficos 6 y 7 sobre telenovelas y series.

⁸ Se trata de medidas distintas. Argentina, por ejemplo, importa dos horas de España, por lo que cuenta como un país más aunque la aportación en términos absolutos de dos horas al índice de diversidad es insignificante.

⁹ Los países incluidos en el gráfico 5 son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Estados Unidos hispanos, México, Portugal y Uruguay.

Gráfico 6. Horas de exhibición de telenovelas nacionales de estreno en cada país¹⁰



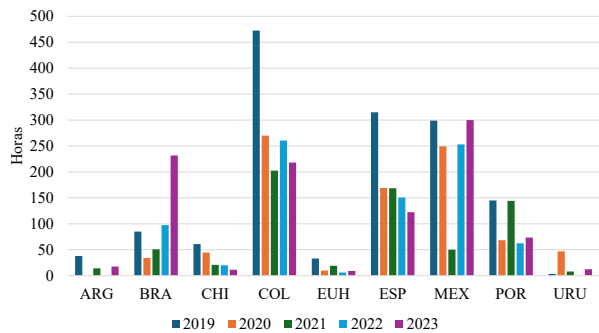
Fuente Obitel

El gráfico 6 muestra que la telenovela enfrenta realidades muy diferentes en los distintos países. Así, Argentina, donde prácticamente desapareció con la pandemia, ofrece tres años de crecimiento sostenido. Brasil, donde los efectos de la pandemia se extendieron hasta 2021, presenta dos años estables y en niveles superiores a los de 2019. Chile se recuperó tras la caída de 2020, pero en un nivel más bajo, explicado por la desaparición de la competencia y la hegemonía de un único canal dominante. Los Estados Unidos hispanos muestra un declive oscilante. España, que parecía haber emprendido una reducción acelerada y sostenida, presenta unos resultados en 2023 que contradicen la tendencia señalada. México y Portugal avanzan en la recuperación de su nivel prepandemia, mientras que Uruguay no participa en este formato.

A diferencia de la telenovela, cuyo anclaje principal sigue siendo la televisión abierta, la serie es un formato que habita con naturalidad en el VoD, donde ha crecido estimulado por las plataformas de *streaming*. El gráfico 7 muestra su presencia en la televisión abierta. En muchos casos, los títulos han sido estrenados, con poca diferencia de tiempo, también en VoD y hay series que nunca pasaron por la televisión abierta, por lo que se trata de una panorámica parcial del formato y los sesgos no son iguales en los distintos países. Brasil, que figura aquí con un crecimiento fuerte y sostenido, se verá más adelante que eso se refuerza en el VoD. La televisión lineal descende ligeramente en España en consonancia con el ascenso del VoD (69 títulos en 2023).

¹⁰ Aunque en España el formato usado es el serial, para efectos comparativos en este capítulo se ha homologado a la telenovela.

Gráfico 7. Horas de exhibición de series nacionales de estreno en cada país



Fuente Obitel

3. Monitoreo VoD

Tal como se indica en el apartado 1, el continuo crecimiento de las plataformas de *streaming* y la constante aparición de nuevos actores las ha convertido en las principales ventanas de distribución de contenidos de ficción en el panorama iberoamericano. Hace menos de una década, la ficción seriada iberoamericana se estrenaba en la televisión abierta y, puntualmente, en la televisión de pago. Hoy en día, esa tendencia se ha invertido, desplazando los estrenos de ficción nacional de la televisión en abierto hacia las plataformas de video bajo demanda. Como alternativa, también se identifica un aumento significativo de acuerdos entre la televisión en abierto, de carácter público o privado, y los servicios de VoD para que una misma ficción pueda ser vista en ambas ventanas, de forma simultánea o separadas por un breve periodo de tiempo. Este hecho apunta a una transformación en el sistema de distribución, pero no necesariamente a una reducción en la capacidad productiva de las cadenas en abierto, que continúan apostando por la ficción, pero aumentado su rentabilidad económica a través de plataformas propias (gratuitas o de pago) o ajenas de pago.

En este nuevo entorno televisivo, las producciones de ficción ya no son concebidas exclusivamente para ser destinadas a los mercados internos, sino que aspiran a una audiencia potencial que supere sus fronteras geográficas. El fenómeno, a su vez, transforma las dinámicas de producción facilitando la realización de coproducciones, que han aumentado en los últimos años, alterando las convenciones de los formatos con un mayor número de producciones por año, pero disminuyendo el número de entregas.

Las dimensiones de las plataformas de VoD operativas en el entorno iberoamericano siguen siendo parcialmente desconocidas como consecuencia de la falta de datos sobre el número de usuarios de cada plataforma, su volumen de negocio y su audiencia. Pero, aunque los datos de las plataformas no son públicos en ninguno de los países analizados, los estudios e informes de las consultoras especializadas indican que Netflix es la plataforma líder en Argentina, Chile, Colombia, España, Estados Unidos hispanos, México, Portugal, Uruguay y Venezuela. Dicha plataforma

sufrió un notable descenso de suscriptores en el primer semestre de 2023, que se ha interpretado como indicador del final de la etapa de expansión de las plataformas y el inicio de una fase de ajuste del mercado en Estados Unidos hispanos, México, Portugal y Uruguay.

Ahora bien, las plataformas de carácter local acostumbran a ser financiadas por los propios estados (habitualmente gratuitas, como en Colombia, España, Portugal y Venezuela) o derivadas de los propios canales de televisión abierta y los operadores de televisión de pago. Su relevancia en el conjunto del sistema televisivo suele ser secundaria en la mayoría de los países iberoamericanos, aunque se identifican algunas excepciones y singularidades. Por ejemplo, Globoplay (Brasil) tiene el mayor catálogo de contenido nacional, Caracol Play (Colombia) juega un papel importante en la exhibición de la producción nacional, y Movistar+ y Atresplayer (España) son dos de los principales productores de ficción de alto nivel del país y, en consecuencia, gozan de mucha popularidad.

Otra tendencia destacable entre las plataformas VoD este año es la introducción de publicidad. Siguiendo los pasos de Netflix, Disney+, Prime Video y Vix+ también han comenzado a ofertar planes con anuncios.

La tabla 5, que sintetiza las tablas número 7 de los diferentes capítulos nacionales, incluye las producciones de cada país, depurada en los cruces de las coproducciones entre unos y otros al objeto de eliminar las duplicaciones. El criterio de inclusión del número de ficciones reportadas en este caso consiste en eliminar las duplicaciones.

A excepción de España, en el resto de los países se consideran estrenos tanto las ficciones en *streaming* como las ofrecidas en abierto, a condición de que la distancia entre ambas exhibiciones sea inferior de un año. En el caso español, el elevado volumen de producciones respecto del resto de los países del ámbito latinoamericano y la exhibición de todas ellas en las propias plataformas de las televisiones o mediante acuerdos con las OTT internacionales, determina la aplicación del concepto de estreno en sentido restringido, independientemente del sistema de distribución. El cómputo de las coproducciones también implica otra excepción a los principios generales que rigen la elaboración de la tabla, desde el momento en que cada título coproducido implica la participación de, al menos, dos países, por lo que el total de coproducciones de cada plataforma no se deriva de los datos de la tabla. Tampoco se incluye como coproductor al país de origen de la OTT que ha participado en la producción; un dato relevante en el caso de Estados Unidos, cuyas plataformas participaron activamente en 65 títulos.

A partir de los criterios definidos, se constata que el total de la ficción de estreno asciende en 2023 a 238 títulos, 12 de los cuales han sido coproducidos entre países del ámbito iberoamericano. España es el país con mayor número de estrenos absolutos en *streaming*, así como el primer coproductor, junto con Argentina y México, con cinco títulos en cada uno de los tres países. En cuanto a la exhibición de los

estrenos en las diferentes plataformas, Netflix y Prime Video encabezan un *ranking* desigual con 48 y 37 títulos respectivamente, seguidos por ViX (27 títulos), Globoplay (25 títulos) y Star+ (24 títulos).

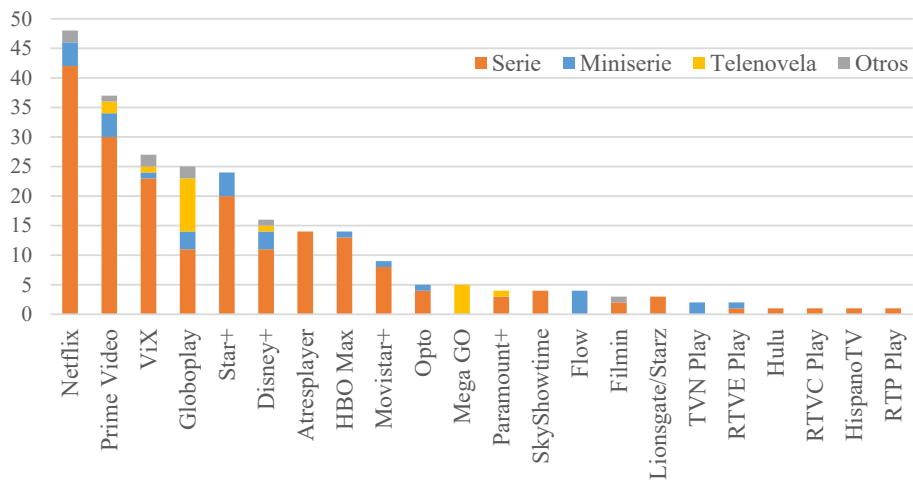
Tabla 5. Títulos de ficción seriada estrenados por cada país en plataformas durante 2023

Plataforma	ARG	BRA	CHI	COL	ESP	EUH*	MEX	POR	URU	VEN	Total	# Países
Netflix	3	9		5 (1)	17	2 (1)	10	1			47 (1)	7
Prime Video	3 (1)	7	1	4	11 (1)	3	5	1 (1)	(1)		35 (2)	9
ViX				1 (1)	(1)		24 (2)				25 (2)	3
Globoplay		24 (1)						(1)			24 (1)	2
Star+	7 (1)	9			(1)		7				23 (1)	4
Disney+	2 (2)	5		1	1 (1)	1 (1)	3 (2)				13 (3)	6
Atresplayer					14						14	1
HBO Max	3 (1)	3			2		5 (1)				13 (1)	4
Movistar+					9						9	1
Mega GO			5								5	1
Opto								5			5	1
Flow	4										4	1
Paramount+		1	1				2				4	3
SkyShowtime					4						4	1
Filmin					3						3	1
Lionsgate/Starz					2		1				3	2
RTVE Play			(1)		1 (1)						1 (1)	2
TVN Play			2								2	1
HispanoTV										1	1	1
Hulu						1					1	1
RTP Play								1			1	1
RTVC Play				1							1	1
Total	22 (5)	58 (1)	9 (1)	12 (2)	64 (5)	7 (2)	57 (5)	8 (2)	(1)	1	238 (12)	

Fuente Obitel

Como se puede apreciar en el gráfico 8, la serie reafirma su preminencia entre los formatos del *streaming*, a considerable distancia de la telenovela. Destaca asimismo en la mayor parte de las plataformas a excepción de Mega GO, donde por el contrario domina la telenovela, y en Flow y TVNPlay, inclinadas hacia la miniserie.

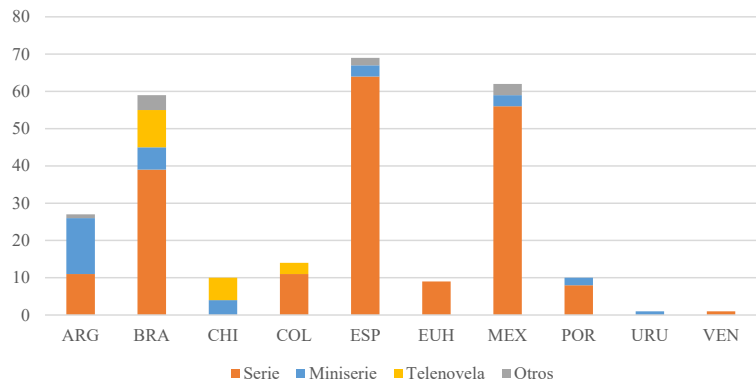
Gráfico 8. Formatos de la ficción seriada de estreno en plataformas de VoD durante 2023



Fuente Obitel

La distribución de los formatos por países, representada en el gráfico 9, reafirma la supremacía de la serie, excepto en Chile y Uruguay. También cabe destacar la ausencia de telenovelas de estreno en el *streaming* de Argentina, España, México y Uruguay.

Gráfico 9. Participación por país en formatos de la ficción seriada de estreno en plataformas de VoD durante 2023¹¹



Fuente Obitel

La experiencia acumulada en la producción de ficción se evidencia en la calidad de una gran parte de las aportaciones del VoD en 2023. A pesar de que estas ficciones no están obligadas a apuntar al *target* intergeneracional, como sí le ocurre a

¹¹ Los totales del gráfico son más elevados que los del 7 por la posible participación de diferentes países en un mismo título.

la ficción en abierto, diferentes países señalan que no hay grandes diferencias ni en las temáticas ni en las características narrativas entre las propuestas de un sistema de distribución y otro.

México, Portugal, Argentina, Colombia y España ofrecen distintas propuestas protagonizadas por personajes jóvenes, con el objetivo de captar a esta franja de espectadores tan imprevisible como volátil. Venezuela explora la incorporación de recursos y lenguajes propios de internet, otro modo de apuntar a los espectadores más jóvenes.

En cuanto al formato, aunque la telenovela mantiene su liderazgo en la televisión lineal, también cosecha éxitos notables en las plataformas, si bien en estas últimas se constata un ascenso generalizado de la serie y del serial. Los Estados Unidos hispanos exploran formulas híbridas, que puedan ser adoptadas tanto por la serie como por el serial.

Las temáticas relacionadas con la diversidad despliegan innumerables posibilidades tanto en relación con la identidad de origen (Brasil), de clase (Uruguay, Argentina) o sexual (España, México). Las protagonistas femeninas se prodigan en los diferentes géneros y formatos de las historias construidas por la ficción iberoamericana, aunque la mayor parte de los *biopics* están dedicados este año a los hombres.

La complejidad y la profundidad de los personajes es otra de las características compartidas por un gran número de ficciones, en consonancia con la modesta aportación de la comedia respecto al drama y al suspense.

4. Ficción, interactividad y participación del público

Este apartado sintetiza las principales acciones propuestas por las cadenas para promover la interacción y la participación de la audiencia en torno a sus ficciones. En un momento de sobreabundancia de oferta, la mayoría de las estrategias de la industria están centradas en llamar la atención de la audiencia antes, durante y después de la emisión. No obstante, en los últimos años, las estrategias de las cadenas se han limitado a apelar a la audiencia para que visualice materiales ya muy conocidos (galerías de fotos, detrás de cámara, fichas de personajes, etc.), obtener *likes* y compartirlos. Los contenidos originales son escasos, así como los que llaman a una verdadera implicación con la narración. En consecuencia, como dan cuenta la mayoría de los capítulos nacionales, la respuesta de la audiencia se limita a compartir y comentar la ficción, mientras que las prácticas creativas originales son excepcionales.

Los contextos de producción y recepción en los países de Obitel son muy diferentes, de manera que se identifican mercados más dispuestos que otros a invertir en la construcción de *engagement* con la audiencia. No obstante, dicha inversión no depende tanto del territorio como de la cadena y la ficción. Por ejemplo, en España se identifica una reducción notable de las propuestas transmedia que fomentan la interactividad y la participación de las audiencias a nivel general, pero

algunas ficciones, sobre todo las dirigidas al público juvenil, continúan apostando por este tipo de prácticas. Es el caso de *UPA Next*, la secuela de *Un Paso Adelante* en España, con una impresionante estrategia que inició con un casting para elegir a sus protagonistas con el objetivo de potenciar su lanzamiento. Además, se organizaron diferentes encuentros en el canal de Twitch de Atresplayer; se crearon perfiles de los protagonistas en Instagram para seguirlos en su día a día, y se desarrolló una página web de la “Escuela de artes escénicas Carmen Arranz”, así como la primera experiencia de Atresplayer en el metaverso, UPA LAND Dance Academy, una recreación de la academia de UPA Next en la plataforma Roblox.

En la misma línea, Portugal identifica un retroceso en la producción de estrategias de participación e interactividad de la audiencia. Sin mucho margen para la experimentación, las cadenas continuaron apostando por ofrecer contenidos relacionados con las tramas en las redes sociales, sin ser estos completamente interactivo o impulsores de una participación más creativa de los espectadores. Sin embargo, se indican dos excepciones. La primera fue la estrategia transmedia del canal SIC, que extendió la narrativa de la telenovela *O Papel Principal* con dos *spin-offs*: *Os Eleitos* y *A Casa de Aurora*. Sin embargo, la estrategia no acabó funcionando porque el público se sintió perdido y, contrariamente a lo esperado, poco implicado. La segunda fue la plataforma “Clube Morangos com Açúcar”, una experiencia digital donde, por una suscripción mensual, los seguidores de *Morangos com Açúcar* podían acceder a contenidos exclusivos, como cortometrajes basados en personajes de la serie principal y videos del detrás de escena de las grabaciones.

En el caso de Argentina se destaca la conversación social generada por *División Palermo*, una comedia protagonizada por una división especial de la policía local cuyos miembros representan diversas minorías sociales (personas con discapacidad motora, de talla baja, en edad de jubilación, etc.). La ficción alcanzó niveles de audiencia significativos, pero su repercusión en redes sociales en el momento de su estreno fue limitada. Sin embargo, la comedia ha acabado convirtiéndose en una referencia cultural obligada para comentar la realidad política del país, recientemente salpicada por diversos sucesos protagonizados por las fuerzas del orden que, debido a su peculiaridad, han sido calificados como propios de la ficción o, incluso, descartados de ella por inverosímiles. La creación de memes han sido la principal forma de participación de la audiencia, que ha producido humor sobre el humor en la red social X.

El capítulo de México analiza dos producciones diferentes, un *reality show* y una ficción cómica, con un elemento en común entre ellos y el caso de estudio de Argentina: la visibilización de minorías sociales. Mientras que la conversación social en torno a *La Casa de los Famosos* se centró en la figura de la *influencer* Wendy Guevara, la primera mujer trans en ganar un programa de este tipo en México y el resto de América Latina; la discusión en la esfera pública virtual en torno a *Ojito de*

Huevo estuvo asociada a los estereotipos sobre la discapacidad visual. La audiencia de *La Casa de los Famosos* se volcó a las redes sociales para compartir y comentar las historias de Wendy, lo que explica su éxito dentro y fuera del programa y el reciente interés de Televisa por integrar a la comunidad LGBTQ+ en su programación. En el caso de *Ojitos de Huevo* fue la discapacidad visual de su protagonista la que provocó la participación activa de la audiencia en las redes sociales. El público con diversidad funcional expresó su identificación con los personajes y, como el resto de los usuarios, manifestó su agradecimiento a la serie por abordar de forma respetuosa la discapacidad.

En Brasil, las telenovelas siguieron movilizand o emociones y vehiculando el discurso de la audiencia en las redes sociales. Por ejemplo, *Vai na Fé* conquistó a una audiencia que se convirtió en comentarista de la ficción, especialmente en relación con la formación de diferentes parejas. El entorno rural representado en *Terra e Paixão*, ficción líder de 2023, fomentó la conversación sobre conflictos agrarios, la sociabilidad que se vive en el campo contemporáneo, la violencia y, por supuesto, las relaciones afectivas entre los personajes. Especialmente la desarrollada entre Ramiro y Kelvin que, bajo el nombre de “Kelmiro”, se convirtió en *trending topic*. Los fans recaudaron dinero para, a través de un cartel cerca de los estudios de Globo, pedir un *spin-off* centrado en la pareja. El éxito de “Kelmiro” cambió el rumbo de la producción, que aumentó el tiempo de pantalla de los personajes, impulsó la redención de Ramiro y selló el final feliz de la pareja con un beso entre los dos.

En el caso de Chile, Mega continúa siendo el referente. Su estrategia interactiva responde a un objetivo claro: que la relación entre ficción y audiencia se extienda más allá de la pantalla y del horario de emisión. Por ello incluye contenido especialmente creado para Instagram, TikTok, YouTube, su propio sitio web y su plataforma de *streaming*, MegaGo. Dicho contenido se puede clasificar en tres tipos: llamadas a la acción de la audiencia mediante, por ejemplo, el uso de *hashtags* provocadores durante las emisiones; transmedia promocional, a través de la creación de piezas publicitarias independientes de la ficción cuyo relato aprovecha personajes, escenarios y/o tramas, y transmedia en redes sociales, por ejemplo, videos cortos de baile sincronizado o memes.

Rigo, una de las ficciones más vistas en Colombia en 2023, lanzó una campaña de promoción que circuló en medios escritos y redes sociales. Prueba del éxito de la campaña y de la emisión de la ficción fue el registro de una petición en change.org bajo el título: “¡Salvemos RIGO en diciembre! ¡No saquen la serie del aire!”. Una de las claves del éxito de la producción fue su ambientación musical. La canción principal de la ficción, una guasca titulada “El hijo de Urrao”, consiguió 1,8 millones de vistas en una cuenta no oficial de Youtube y 1,1 millones reproducciones en Spotify. La banda sonora completa de la telenovela, con canciones populares de la región y compartida por el mismo canal televisivo, ha contribuido a la construcción de la

identidad colectiva y la puesta en valor de las costumbres y el folclor de una región.

En Estados Unidos hispanos, la precuela de *El Señor de los Cielos*, titulada *El Señor de los Cielos: Sus Comienzos*, gozó de una elevada repercusión social: el post específico de *El Señor de los Cielos: Sus Comienzos*, dentro del sitio de Facebook del *El Señor de los Cielos*, cuenta con 708 mil seguidores. Además, el enlace a *Los Comienzos* en Instagram que publicó Telemundo dentro del post específico obtuvo 34 mil “me gusta”. No obstante, fue en Facebook y en Youtube donde la miniserie consiguió la participación social más intensa, dado que ambas redes ofrecen, en diferentes modalidades, acceso a las entregas.

Ali Sócrates ha sido la serie elegida para ilustrar la participación de la audiencia en el espacio digital en Uruguay, puesto que, según los autores del capítulo nacional, su trayectoria tiene las características más frecuentes de la ficción televisiva uruguaya. La ficción empezó a gestarse en 2015 y su presencia en redes sociales comenzó en 2016. Su estreno, sin embargo, no llegó hasta 2023, cuando se reactivó la estrategia de participación de la audiencia, que consistió en la circulación de contenidos en tres redes sociales: X, Instagram y Facebook. Esta última presentó el mayor número de publicaciones por parte de los emisores, así como respuestas del público. Aunque la participación de los espectadores fue escasa en todas las redes, este tipo de intervenciones fueron clave en la realización del proyecto, contribuyendo a su visibilización desde el inicio y a la recaudación de fondos.

Dramáticas, la única producción de ficción venezolana que se estrenó en 2023, no obtuvo la repuesta de la audiencia deseada por la cadena. Aunque las primeras publicaciones, principalmente en Instagram, obtuvieron un elevado número de comentarios y “me gusta”, el estreno de la ficción fue objeto de fuertes críticas. Los cuestionamientos se centraron en la calidad de las interpretaciones y la propia emisión de la ficción. Para su estreno se lanzaron la página www.mihispano.tv y la *app* HispanoTV, a través de las cuales el público podía disfrutar de *Dramáticas* desde cualquier parte del mundo. No obstante, la audiencia indicó que ninguna de las dos funcionaba durante el estreno.

5. Lo más destacado del año

La creciente popularidad de la telerrealidad en la oferta del *streaming* en los últimos años ha propiciado el resurgimiento de esta tipología de programas, que se han convertido en los rivales más serios de la ficción. Entre las razones que han impulsado el incremento de los *reality shows* destacan la resiliencia y la capacidad de difracción de los formatos más célebres (*Gran Hermano*, *Supervivientes*, *La Isla de Los Famosos*), dos características invaluable en el VoD, así como el éxito de los docudramas protagonizados por *celebrities* (*The Kardashians*, *Gaga: Five Foot Two*) en la era de los *influencers*.

En un contexto caracterizado por su extremada competitividad, que ha obligado a la televisión lineal a diversificarse a través de sus propias plataformas y de las alianzas con las OTT, la menor inversión económica exigida por los *reality shows* y la flexibilidad de sus procesos productivos han sido determinantes en la relevancia adquirida a lo largo de 2023 en la práctica totalidad de los países de Obitel. Estados Unidos y España son, en este sentido, los ejemplos más claros de una tendencia ascendente. En la televisión hispana de Estados Unidos, el *rating* del 4,7% obtenido por *La Casa de Los Famosos* igualó al de la octava temporada de la popular telenovela *El Señor de los Cielos*, en una clasificación anual donde otros formatos de telerralidad, como *Los 50*, *Exatlón* o *Top Chef* tuvieron un desempeño superior al de la ficción de estreno (con la única excepción de *La Reina del Sur*). En España, el *rating* de los *reality shows* más exitosos de 2023, *Tu Cara Me Suena* (3,9%) y *Supervivientes* (3,5%) se sitúa a considerable distancia de las ficciones que encabezan el *ranking* anual: *Cuéntame Como Pasó* (3%) y *Laura y Sus Misterios* (2,3%). En cuanto a *Operación Triunfo*, el lanzamiento de su duodécima temporada en Prime Video ha proporcionado a la OTT norteamericana el mayor número de suscriptores españoles desde su lanzamiento.¹²

El progresivo arraigo de los *reality shows* en los últimos años no es ajeno al auge del *true crime* (tanto en su versión documental como ficcional), del *biopic* y de la ficción basada en hechos reales. La producción de Netflix *Rabo de Peixe* ilustra esta última tendencia en Portugal con una historia sobre la llegada accidental de un velero naufragado al archipiélago de las Azores en 2001. La serie, que acumula más de 31,5 horas de visionado en *streaming*, narra el impacto del naufragio en la cotidianidad de los habitantes del pequeño pueblo que da título a la historia guionizada por Augusto Fraga, cuya euforia inicial ante la posibilidad de salir de la miseria se transforma finalmente en pesadilla.

Gloria Trevi: Ellas Soy Yo, sobre el calvario de la cantante acusada de abuso sexual y trata de personas a comienzos de 2000, y *Se Llamaba Pedro Infante*, que narra la vida de del actor convertido en icono de diferentes generaciones, representan las dos bioseries más destacadas de México en 2023. Vix y El Canal de Las Estrellas aprovecharon el *biopic* sobre Gloria Trevi para lanzar una campaña sobre el acoso y la violencia contra las mujeres, destinada a estimular a las víctimas a denunciar a los agresores. La historia sobre Pedro Infante (disponible en Vix+) robustece, en cambio, la reflexión sobre la mexicanidad y la cultura habitual en las producciones mexicanas.

¹² Entrevista a Ricardo Carbonero, director de Prime Video en España. Disponible en: <https://el-pais.com/television/2024-07-13/ricardo-carbonero-director-de-prime-video-espana-operacion-triunfo-es-mucho-mas-que-audiencia-atrae-a-jovenes-al-ecosistema-amazon-de-la-tienda-online-a-la-plataforma-de-musica.html>

La biografía del sociólogo y activista por los derechos humanos Herbert José de Sousa, *Betinho, No Fio da Navalha* es el *biopic* más destacado de la ficción brasileña en 2023. La serie, escrita por José Júnior y coproducida por Globo-play con AfroReggae Audiovisual y Formata Produções, se ha convertido en un éxito tanto de público como de crítica y ha sido seleccionada en seis categorías del Festival Internacional de series de Cannes.

En Chile, la revisión del pasado impulsa la mirada retrospectiva al golpe de Estado 50 años después, con dos series que potencian el aprendizaje, la reflexión y la comprensión de las construcciones sociales colectivas. La primera, *La Sangre del Camaleón: Doble Vida de Un Agente Comunista* (inspirada el libro de Javier Rebolledo *La Sangre del Camaleón*) recupera algunos episodios significativos del período de Pinochet a través de la historia de un exitoso empresario, comprometido con la resistencia armada contra la dictadura bajo el paraguas de una posición privilegiada por sus relaciones con altos mandos del régimen. La segunda, *Los Mil Días de Allende*, rememora la campaña de terror protagonizada por la extrema derecha, las avanzadas medidas económicas implementadas por el presidente socialista y algunos hechos históricos del período, trascendentales para la historia posterior, como el atentado fallido contra Pinochet o la visita del Papa Juan Pablo II.

La prolífica producción de ficción española en 2023 presenta un amplio abanico de géneros, subgéneros y formatos en el que sobresalen las historias basadas en hechos reales. *El Cuerpo en Llamas*, uno de los grandes éxitos de Netflix este año, reconstruye el asesinato de la pareja de la guardia urbana Rosa Peral, por la que esta y su amante fueron condenados a severas penas de prisión. *Camilo Superestar* es un *biopic* sobre las vicisitudes del musical *Jesucristo Superestar*, protagonizado en los años sesenta por el famoso cantante pop Camilo Sesto. La *TVmovie* Quico Sabater es otro *biopic* destacado del año, en este caso en la televisión catalana TV3, sobre un miembro del Maquis que siguió luchando tras la instauración de la dictadura franquista en 1939.

Los relatos ambientados en el pasado cuentan con algunas aportaciones interesantes, de fortuna desigual en cuanto a sus resultados de audiencia. En México destaca en esta ocasión *Las Pelotaris 1926*, sobre un grupo de mujeres mexicanas y españolas que practican este deporte en un entorno dominado por los hombres. En España, sobresale *Los Pacientes del Doctor García*, una serie ambientada en la homónima novela de la escritora Almudena Grandes, que rememora la Guerra Civil y la postguerra. La telenovela brasileña *Terra e Paixao* rememora el pasado remoto del Brasil profundo para narrar la historia de una mujer cuyo marido había sido asesinado por encargo de un latifundista de la región de Mato Grosso donde transcurre la acción. La segunda temporada de la telenovela Argentina *Tierra de Amor y Venganza* recurre al archivo televisivo de

los años ochenta para narrar una historia ambientada entre el final de la dictadura y el regreso de la democracia, sobre un grupo de personajes que, como en la primera entrega de 2019, están poseídos por el deseo de venganza.

El regreso de lo telenovelesco es seguramente la característica más destacable de las ficciones colombianas de 2023. *Ana de Nadie* se estructura en torno a una historia de infidelidades que, a pesar de su ambientación en el presente, rememora algunos aspectos explorados en la popular *Señora Isabel* (1993); una fórmula novedosa que le valió el primer lugar del *ranking* de la ficción de estreno.

Las cuestiones relacionadas con la identidad de género y sexual protagonizan diferentes producciones destacadas este año. *Vencer La Culpa*, la quinta entrega de la antología mexicana *Vencer*, narra la historia de un personaje trans. Esta temática se aborda también en la argentina *Buenos Chicos*, que explora el rechazo de la familia a la autopercepción del personaje.

Finalmente, cabe destacar el regreso a la producción de ficción propia en Uruguay, con las series *Temporario* y *Alí Sócrates*. *Temporario* presentaba la segunda temporada de una serie estrenada en 2001, centrada en esta ocasión en la historia de un cincuentón recién separado, que intenta recuperar su faceta de seductor. *Alí Sócrates* es una comedia sobre las peripecias de dos amigos que se proponen abrir un gimnasio.

6. Tema del año 2023: ¿Qué está pasando con las narrativas en la ficción televisiva iberoamericana?

En esta ocasión, el tema del año indaga acerca de las narrativas que emplea la ficción iberoamericana y se interroga por sus modos de narrar. Para responder a este propósito, cada uno de los países selecciona una muestra de obras relevantes -por la repercusión y por la diversidad que presentan sus relatos- y se señalan los rasgos destacados: temáticas, personajes, y recursos narrativos y estilísticos. Todos los países presentan convergencias y también particularidades, por lo que, en línea con los informes anteriores, se exponen por separado en aras de facilitar su lectura.

Argentina escoge cinco ficciones emitidas por plataformas VoD: *Iosi*, *El Espía Errepentido* (Prime Video), *El Reino*, *El Amor Después del Amor* (Netflix), *Nada* y *El Encargado* (Star+), de temáticas variadas, pero que mantienen tópicos de años anteriores. Por ejemplo, enfatizan la caracterización del porteño urbano avivado y el gobierno ciudadano corrupto en contraposición a la honestidad ciudadana del interior; narran *biopics* de los personajes estelares patrios -Fito Páez- y reconstruyen el pasado centrándose en temas no resueltos, como los atentados a las instituciones judías de los años noventa. El pasado trata de explicar los hechos de forma especulativa, poniendo en juego la correlación entre la narrativa ficcional y su correspondencia histórica. Los protagonistas de las producciones son intérpretes reconocidos -Robert De Niro, como paradigma- y constituyen un *star system* para las plataformas que buscan seducir a

mercados, extranjeros y nacionales, y garantizar así el retorno de la inversión a través de los públicos globales. Todas las producciones se distinguen por su calidad técnica y por su estética de alta producción, y construyen universos verosímiles y coherentes con las tramas.

Brasil selecciona la telenovela *Vai na Fé* (TV Globo) como epitome de forma y contenido. El serial compone una narrativa compleja que hibrida géneros -comedia con drama- y emplea temas sociales -violencia de género, racismo, discriminación social, homofobia, enfermedades terminales, religión evangélica o edadismo. El relato melodramático representa la identidad brasileña desde la institución familiar para expresar la complejidad de las relaciones sociales. También considera personajes que integran en el colectivo LGTBIQ+, pero la innovación estriba en la elección del elenco negro que interpreta papeles protagonistas de diferentes estratos sociales. Respecto de los recursos narrativos de *Vai na Fé*, se distingue el uso de la metanarrativa. La telenovela reúne en el mismo relato componentes narrativos -diálogos, actrices, escenas- que aluden a tres de los seriales históricos de mayor impacto en el país empleando acciones posmodernas, como cuando un personaje se dirige a los guionistas, cita textos de sus personajes icónicos o propone un brindis por las telenovelas. Su metalenguaje rinde homenaje a la historia y, al mismo tiempo, señala vías prospectivas para el formato.

Chile también escoge como significativas las telenovelas del canal Mega -*Como La Vida Misma*, *La Ley de Baltazar*, *Al Sur del Corazón*- para explicar una industria en constante evolución. El formato progresa desde la experimentación y el desarrollo de tramas que ya no usan antagonistas para mantener el interés del público. De hecho, los conflictos surgen de las circunstancias vitales de los protagonistas, lo que redundaría en la verosimilitud de las historias. Los protagonistas no son maniqueos -buenos o malos-, sino que poseen virtudes y defectos que reflejan la complejidad humana. Desaparece también el amor romántico de una sola pareja -la meta de “lograr estar juntos”- como hilo conductor del serial, y se consolida la inclusión de relaciones diversas -como las parejas gais- en los núcleos de la trama. También muestran temáticas novedosas que aluden a las historias sobre la tercera edad -relaciones de pareja-, o sobre los adolescentes -*bullying* en redes sociales, filtración de imágenes comprometedoras. Los recursos más notorios aluden al tratamiento del tiempo y al uso del paisaje geográfico. El primero se aborda de manera flexible, lo que permite desarrollar los eventos con mayor profundidad y matices, y explorar los temas de forma multidimensional. El segundo se utiliza de manera integrada al ambientar lugares específicos que forman una realidad representativa e idealizada, creando un vínculo más firme con el público.

En Colombia los relatos presentan una diversidad que dialoga directamente con la multiplicidad de condiciones sociales propias de un tiempo de contradicciones como el presente. Emergen protagonistas que sobrellevan el melodrama clásico

como parte de su existencia, en relatos de superación y sufrimiento, y de criminalidad y narcotráfico. También se generan otros personajes con nuevos roles nacidos con las tecnologías -*La Influencer*- y con los sujetos en deconstrucción masculina -*Manes*. Se percibe cierto estancamiento producido por la sobreexplotación de tópicos y recursos narrativos convertidos en formas centrales de los relatos, así como por la presencia de *remakes*, *biopics* y continuaciones. El *remake*, que vuelve a contar la historia actualizándola, puede resultar un éxito -*Ana de Nadie*- o un fracaso -*Café con Aroma de Mujer*. Las continuaciones, que cuentan el “qué ha pasado después”, combinan nostalgia y presente -*Pasión de Gavilanes*. *La Dinastía Indomable*-. Los *biopics* abarcan cantantes -*Diomedez*, *el Cacique de la Junta*; *Arelys Henao: Canto para no Llorar*-; deportistas -*La Selección*, *Rigo*-; y figuras históricas -*La Pola*-; aunque apuestan por una reinterpretación amparada en el melodrama -figura omnipresente de los relatos- más que por las intenciones documentales.

La ficción televisiva de estreno anual española es abundante y surtida. Aúna cantidad y convención en un numeroso contingente de títulos de estreno y entregas de obras anteriores destacadas como, por ejemplo, la segunda temporada de *Rapa*, *Cardo* y *Veneno*, la tercera de *La Unidad* y la vigésima tercera de *Cuéntame*. Pero, de todo este repertorio de ficciones televisivas, España selecciona cinco obras, singulares y heterogéneas, que aportan diversidad de géneros, temas y formatos: *La Mesías*, *El Hijo Zurdo*, *El Otro Dado* (Movistar+), *Selftape* (Filmin) y *Déjate Ver* (Atresplayer). Todas sobresalen por su calidad, por el interés de sus protagonistas y por la novedad de temáticas y propuestas. En estas series destaca un predominio de la mirada femenina, el marco realista y actual, y temas extraídos de problemas vigentes, con énfasis en la identidad y el progreso personal. Las estructuras expositivas se conforman con diferentes temporalidades -pasado y presente- que explican la evolución y las acciones de los personajes. Se aprecia el esmero por procurar innovaciones en los géneros, originalidad en las narrativas y estilos visuales renovados. El resultado ofrece un horizonte de prosperidad narrativa y de voces plurales, progresistas y personales, que asumen estilos donde se entrecruzan las influencias de la producción extranjera con rasgos nítidos de identidad española.

En Estados Unidos, TelevisaUnivision continúa la tradición del melodrama romántico, mientras Telemundo cambia de fórmula y opta por un modelo de *reglocalización*. La propuesta aboga por narrativas que viajan -gracias a tramas que suceden y se entrelazan en diferentes ciudades de manera simultánea- e interpretan elencos de diferentes nacionalidades que emplean diversos acentos de español claramente identificables. La intención es mostrar una idea regional, diseñada desde Miami, para su consumo global. Las narrativas que propician este patrón remiten a historias de narcotráfico y crimen organizado, contextualizadas en acontecimientos históricos o en personas reales y abordadas mediante los recursos del drama mezclado con *thriller*, el suspense o el policial. También asoman ficciones que trabajan el tema de

la inmigración como realidad social, y los retos para adaptarse y asimilarse a las dinámicas sociales, culturales y lingüísticas estadounidenses (*Bajo el Mismo Cielo*, *Al Otro Lado del Muro*, *Mi Familia Perfecta*). Al mismo tiempo, se incluyen de manera creciente personajes de la comunidad LGBTQ+. Esta dinámica supera el objetivo de visibilizar al colectivo y ahora se propone informar y enseñar sobre los derechos de los ciudadanos. En este sentido, destaca el caso trans, de la chica -*Sangre de Mi Tierra*- y del chico -*100 Días para Enamorarnos*-. Como ejemplos de variedad narrativa se señalan: *El Señor de Los Cielos*, *Juego de Mentiras* (Telemundo) y *La Fuerza de Creer* (Univisión).

En México, la selección incluye productos de la televisión abierta, de plataformas y de coproducciones internacionales: *Las Pelotaris 1926*, *El Amor Invencible*, *Vencer La Culpa* (TelevisaUnivision) y *El Niñero* (Netflix). El tema vinculado a la problemática de la violencia contra la mujer y a las distancias de género condiciona las narrativas de estas ficciones, y sitúa el empoderamiento femenino como nodo central. El debate se complementa con otros argumentos alternos, todos de interés femenino: cáncer de mama, menstruación o trata de blancas. También se incluyen personajes disruptivos en términos identitarios -lesbianas, transgénero-, lo que refuerza tramas ligadas a las desigualdades de género, o insertan personajes ligados a la inteligencia artificial que fortalecen el mensaje antimachista. Incluso se distinguen conflictos de clase que inciden en la distancia entre géneros y en el rejuego de obstáculos que las protagonistas deben enfrentar. La tendencia privilegia la ubicación de las historias en el tiempo pasado, dando una cierta idea de contexto a través de marcadores y vestuarios, y las ficciones incluyen asimismo marcas de transnacionalismo al colocar temas internacionales, tramas en múltiples espacios e incluir actores de diversa procedencia nacional y grupo etario. Las narrativas mexicanas evolucionan al representar problemáticas reales -sin abandonar el amor romántico- e incluir propuestas transnacionales como estrategia para llegar a audiencias globales.

Portugal reconoce un mercado de ficción televisiva estático. Esto dificulta encontrar nuevas tendencias que rompan el patrón establecido por un mercado globalizado y anglosajón, dominado por las tres grandes televisiones y por plataformas internacionales que se toman su tiempo para definir una estrategia activa sobre la industria nacional. La producción, por tanto, sigue concentrada en las telenovelas, que se mantienen como el producto ancla que alimenta la franja del *prime time* desde las emisoras privadas, contrastando con las estrategias del resto de países de su entorno. Mientras, la táctica de las plataformas pasa cada vez más por la adquisición de contenidos nacionales, ya emitidos por emisoras locales, que encuentran nuevas audiencias en el visionado no lineal -como, por ejemplo, la comedia *Pôr do Sol*-. El caso portugués, al ser un mercado periférico, no advierte la nueva edad de oro del audiovisual al padecer la falta de inversión, la desigualdad de derechos y al estar desprovisto de una estrategia nacional que permita desarrollar una industria fuerte y competitiva.

En Uruguay se presentan sendos estrenos: la segunda entrega de *Temporario* (Canal 10) y *Alí Sócrates* (TV Ciudad). La primera mantiene las mismas características: una serialidad autoconclusiva cohesionada entre los episodios mediante el espacio donde transcurre toda la acción -un apartamento de alquiler temporal-. Al ser una ficción antológica, cada capítulo presenta argumentos y personajes diferentes. Las temáticas suponen un abanico amplio: la tercera edad -encuentro amoroso, Alzheimer-, la identidad de género, el prejuicio o el abuso sexual, entre otras. El formato hace posible una temporalidad lineal y el uso de tonos diversos -dramáticos, cómicos, satíricos-. Sin embargo, *Alí Sócrates* es una comedia que organiza su narrativa en una serialidad continua y acumulativa que presenta obstáculos que los protagonistas -dos amigos que abren un gimnasio- deben superar. La serie mezcla temas clásicos -la persecución del sueño, la amistad, el amor- con otros recientes -las redes sociales, el *bullying*, el fenómeno de la cancelación-. Las situaciones se plantean de forma paródica, con personajes caricaturizados, y cierta mirada crítica. Los protagonistas se construyen con los rasgos propios del héroe canónico -aunque poseen rasgos precarios- y propician antagonistas para generarles obstáculos. En la narración se producen interrupciones temporales, como la elipsis o los *flashbacks* del pasado que se incrustan fragmentariamente en el presente. Como particularidades, agregan pequeños tramos humorísticos tras los créditos finales, y un recurso que enlaza los capítulos con una parodia a modo de concurso de preguntas y respuestas. Ambas ficciones proponen, por tanto, tópicos que se vinculan a preocupaciones actuales y personajes medios que propician una amplia identificación.

En Venezuela existe un contexto complejo que margina al país del mercado de ficción seriada. No hay diálogo que conjugue voluntad, talento y financiación, y no existen acuerdos empresariales y estatales que permitan sacar adelante a la industria. La escasa ficción seriada de los últimos años surge de la producción independiente. Las principales obras muestran universos vinculados a la televisión: *Eneamiga*, *Intrigas tras Cámaras* y *Dramáticas*. En ellas existe una mirada crítica alfabetizadora -usa argot, explica términos y procesos- y develan malas prácticas empresariales, como la competencia sin límites o el espionaje. En *Eneamiga* se producen las líneas argumentales tradicionales, como historias de amores imposibles, traiciones y reencuentros del pasado. Más allá de la joven de escasos recursos cuya vida cambia tras su encuentro con el joven protagonista, se observa el interés por presentar a personajes que se asemejan a las mujeres venezolanas: emprendedoras, solidarias y creativas. En *Dramáticas* el protagonismo recae en un grupo de actrices recuperadas por un equipo de productores para salvar un canal en quiebra. El atractivo de la propuesta reside en la constelación de intérpretes venezolanos que participan, residentes dentro y fuera del país, y que en su mayoría

superan los 60 años. La visualidad está bien construida, y la narración cronológica demuestra una estructura lineal, pero el hecho de que todos estos personajes protagonicen sus propias subtramas frena la historia central, saturada de *sketches* y *gags*. El elenco rememora la época dorada de la telenovela venezolana de los noventa. El hecho de situar la trama en un país que ya no existe brinda a la producción un toque nostálgico y, a la vez, envejecido.