

COLOMBIA: EN BUSCA DE UNA NARRATIVA ENTRE MELODRAMA, BIOGRAFÍAS, *REPRISES* Y VIOLENCIA

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

Autores:

Borys Bustamante Bohórquez: <https://orcid.org/0000-0001-7986-1441>

Fernando Aranguren Díaz: <https://orcid.org/0000-0001-5565-4536>

Hernán Javier Riveros Solórzano: <https://orcid.org/0000-0002-1185-7603>

Equipo: *Diana María Lozano Prat, María Teresa Garzón Carreño, Diego Alejandro Rodríguez Wilches, Jean Paul Camilo Dávila Sierra, José David Cortés Triana, Ingrid Katerin Franco León, Jeraldin Peña, Jheraldin Murcia.*

Introducción

El año 2023 marcó para Colombia un año agitado en materia de orden público y en el que se profundizó la polarización política. La llegada al poder por primera vez de un gobierno progresista llevó a que se endurecieran las posiciones en favor y en contra del gobernante y, en paralelo a la primera aprobación de la reforma a la salud en la cámara de representantes, también se generó una gran expectativa en torno a las elecciones regionales (gobernadores y alcaldes) del año, en la que fueron partidos de oposición y de tendencias que marcaron distancia con el partido gubernamental quienes obtuvieron el triunfo en las ciudades principales entre ellas Bogotá, Medellín y Barranquilla, lo que se convirtió en un factor de análisis que protagonizó los debates de opinión pública. De esta manera, el 2023 fue un año en el que en materia televisiva fueron protagonistas los espacios informativos, tanto con las 3 horas diarias del noticiero del mediodía como con la presencia de constantes boletines informativos referidos a las elecciones así como a un seguimiento sin precedentes a cualquier posible escándalo que afectara al gobierno, de manera que los espacios noticiosos coparon la agenda de la pantalla chica junto con los *reality shows* que continuaron su tendencia de dominio en el *rating* en la nación.

En el caso de la ficción televisiva, el año se caracterizó por un proceso de búsqueda de una narrativa que lograra conectar con las audiencias y recuperar los grandes índices de *rating* en señal abierta de años anteriores. Sin embargo, ante la creciente presencia de las plataformas de *streaming* y las relaciones cada vez más profundas entre las productoras nacionales y estos sistemas, ocurrió un fenómeno interesante: las ficciones más vistas también se convertían en las que ocupaban los top 10 en Netflix, Amazon o Vix, que se convirtieron en los aliados estratégicos de los grandes canales privados de la televisión nacional. Así, la ficción se presentó de

forma heterogénea, mezclando los *reprises*, que continuaron marcando importantes índices de audiencia, las continuaciones de ficciones del pasado, como es el caso de *Pasión de Gavilanes*, *La Dinastía Indomable*, la proliferación de series biográficas como *Rigo*, *Leandro Díaz* y *Los Medallistas* y el regreso del melodrama y la telenovela, siendo *Ana de Nadie* la más vista del año junto con dos producciones mexicanas que protagonizaron el *rating* de la franja de la tarde antes conquistado por las producciones turcas. Por consiguiente, más que una narrativa uniforme, lo visto en pantalla ofrecía un alto grado de heterogeneidad que reflejaba esa condición de búsqueda de relato que parecía ser un signo de la condición propia de una nación en proceso de cambio y en tensión permanente a nivel social y político.

1. El contexto audiovisual de Colombia en 2023

1.1. La televisión abierta en Colombia

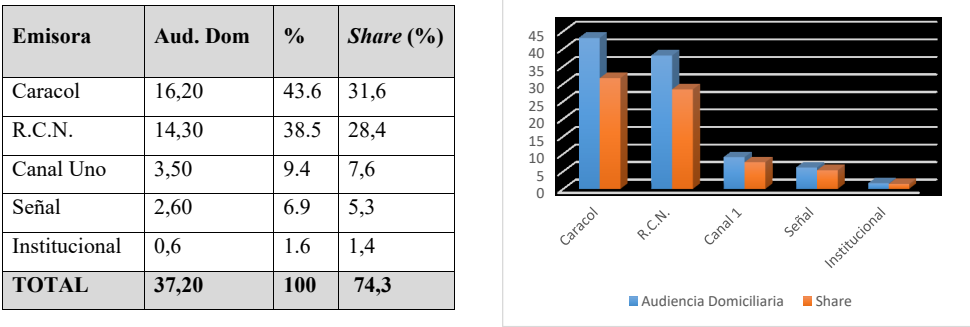
Cuadro 1. Cadenas/canales nacionales de televisión abierta en Colombia

Canales privados (3)	Canales públicos (2)
Caracol	Señal Colombia
RCN	Canal Institucional
Canal Uno	
TOTAL CANALES = 5	

Fuente: Obitel Colombia

En Colombia continúa manteniéndose la tendencia dominante de los canales privados sobre las señales públicas a nivel nacional. De esta manera, Caracol y RCN continúan siendo los dos canales principales entre las preferencias de las audiencias y si bien ha aumentado un poco la audiencia del canal privado Canal Uno y del canal público Señal Colombia, aún siguen mostrando un índice de consumo incipiente. No obstante, el 2023 marcó el resurgir del protagonismo de RCN, que repuntó en audiencia, y si bien no logró destronar a Caracol como el canal más sintonizado, si logró posicionar, al menos en términos de ficción a la telenovela más vista y logró que sus producciones tuvieran una mayor repercusión a nivel mediático en relación con años anteriores. Por último, dada la preponderancia de los acontecimientos nacionales, es preciso señalar que, si bien la ficción jugó un papel importante en el *rating* nacional, fueron los programas informativos, deportivos y sobre todo los *Reality Show* los que protagonizaron los mayores índices de audiencia.

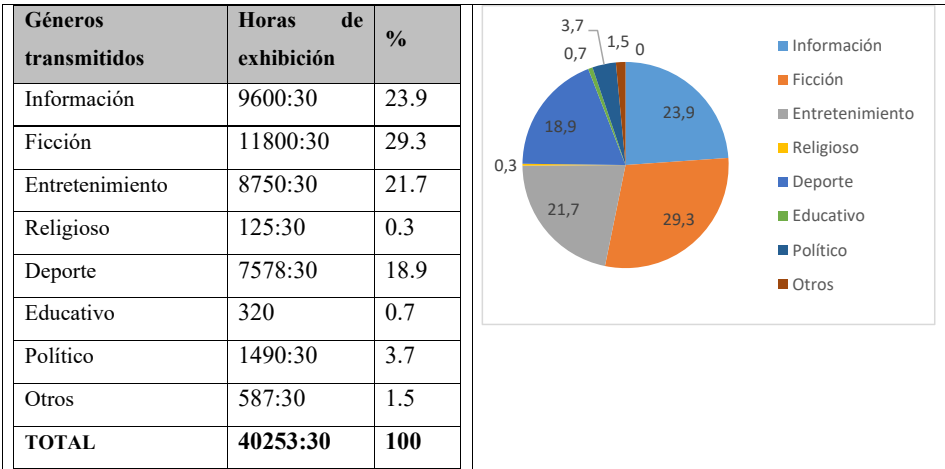
Gráfico 1. Audiencia y *share* de TV por emisora (*rating* por hogar)



Fuente: Kantar Ibope Colombia - Obitel Colombia

En términos de audiencia, nuevamente Caracol se sitúa como el canal dominante. Sin embargo, RCN ha logrado ganar terreno principalmente a partir de la ficción y el posicionamiento de sus producciones en este aspecto. Por otro lado, la fuerte presencia de los *Reality Show*, los noticieros (con énfasis en temas electorales) y los eventos deportivos (en ciclismo y fútbol principalmente) coadyuvaron en el papel preponderante de Caracol, cuyas transmisiones de deporte y espacios informativos se mantienen en primer lugar de audiencia. Finalmente, en el caso del Canal Uno y de los canales públicos, su *rating* continúa siendo bajo.

Gráfico 2: Géneros y horas transmitidos en la programación de TV



Fuente: Kantar Ibope Colombia - Obitel Colombia

A nivel de géneros y horas, la mayor cantidad de tiempo en pantalla correspondió a la ficción, tanto de estreno como en el caso de *reprises*, siendo protagonistas en las franjas de la tarde, *Prime Time* (espacio que comparten con los *Reality Show* y los noticieros) y noche. En segundo lugar, se encontraron los informativos, dado que los noticieros en Colombia cuentan con 4 emisiones diarias, de las cuales

dos corresponden a un espacio de aproximadamente 3 horas, así como también la emisión constante boletines durante el periodo electoral y en acontecimientos como el de los niños indígenas perdidos en el Amazonas. Posteriormente se ubica el entretenimiento, encabezado por los Reality Show y programas de humor como el tradicional *Sábados Felices* de Caracol Televisión. A renglón seguido se ubicó la programación deportiva, particularmente dedicada al ciclismo y al fútbol como los grandes protagonistas de estos espacios.

1.2. La TV de pago y plataformas VoD de Colombia en 2023

Según la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) en Colombia la televisión por suscripción alcanzó una presencia de 35,4 hogares por cada 100. Además, se señala que el número de suscriptores ha presentado una reducción del 0,5% con 6,3 millones a junio del 2023, en comparación con junio de 2022 por lo tanto, se evidencia una acogida decreciente en los hogares en el primer semestre del 2023, teniendo en cuenta el aumento de hogares nuevos. Acorde a Data Flash (CRC, 2024) para esta fecha los ingresos asociados al servicio de televisión por suscripción tuvieron un alcance de 443 millones de dólares, evidenciando un crecimiento económico de 0,3% con respecto al mismo semestre del año 2022.

Para el primer semestre del 2023, el 43,3% de los ingresos asociados al servicio de televisión por suscripción, concernieron a CLARO, el 24,1% a DIRECTV, el 17,2% a UNE–EPM, el 9,6% a MOVISTAR, el 2,0% a ETB, el 1,7% a HV TELEVISIÓN, y el 2,8% restante lo aportan los demás operadores. Es preciso señalar también que, en el caso de los cableoperadores, también incluyeron con los servicios de suscripción la posibilidad de afiliarse a plataformas como Netflix, Prime Video como parte del paquete que podría contratarse, dado el interés creciente de los usuarios en el país

Cuadro 2. Canales de televisión de pago en Colombia

10 canales de TV de pago más vistos en Colombia		
Canal	Género	Origen
ESPN	Deportes	Estados Unidos
WIN sports	Deportes	Colombia
Fox Sports 2	Deportes	Estados Unidos
TNT	Ficción	Estados Unidos
HBO	Ficción	Estados Unidos
Star Channel	Ficción	Estados Unidos
AXN	Ficción	Estados Unidos
Disney Channel	Infantil	Estados Unidos
Cartoon Network	Infantil	Estados Unidos
CNN en Español	Información	Estados Unidos

Fuente: Obitel Colombia

En relación con las plataformas VoD en Colombia en 2023 se evidencia la existencia de aproximadamente 28 servicios de *streaming*. Entre los más populares esta Netflix (22%), Prime Video (20%), Disney+ (17%), HBOMax, ahora Max (14%), Star+ (10%), Paramount+ (7%), Apple TV+ (3%), Claro Video (2%) y otros (5%). En cuanto a los consumos en general, se encuentra que el 36% de los hogares colombianos tienen una suscripción a alguna plataforma de *Streaming*. Netflix con un 22% sin lugar a duda está en el primer puesto de las plataformas más vistas, debido entre otras a que se presenta una mayor flexibilidad económica y publicidad para su adquisición, incluso permitiendo el uso de varias pantallas con un solo perfil. En términos de consumo de ficción, es preciso señalar que las producciones que fueron estrenadas en señal abierta, también se estrenaron rápidamente en plataformas, de manera que se dio una especie de redundancia en la que, curiosamente, en casos como el de *Rigo*, esta producción se encontraba tanto en los primeros lugares del *rating* como en los 10 más vistos en la plataforma en la que se estrenó, en ese caso, Amazon Prime.

Además, en Colombia hay plataformas pertenecientes a canales nacionales que juegan un papel importante y que también exhiben la producción nacional. Este es el caso de Caracol Play, que ofrece gran flexibilidad para acceder a su contenido y permite ver telenovelas antiguas, series web exclusivas y otros contenidos que no están en emisión por la señal abierta y que se conjugan con los programas que se emiten en la programación regular, siendo un sistema de pago. Por su parte, RCN no cuenta con una plataforma como tal, pero sube sus contenidos a la página del canal para poder ser vistos gratuitamente, aunque no cuenta con una oferta tan amplia como la de Caracol Play. Por último, RTVC Play, ligada al sistema de medios públicos, es una alternativa gratuita, proporcionando un espacio más amplio para la programación nacional y educativa, así como diferentes contenidos y propuestas innovadoras de tipo transmedia y a los que es posible acceder con los mismos mecanismos de una plataforma de pago.

1.3 Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Min Tic) que busca promover, fortalecer y ayudar a la industria audiovisual, genera varias convocatorias buscando este fin. Dichas convocatorias son ‘‘Historias de cambio’’ con una asignación de más de 1 millón de dólares que será distribuida en 300 contenidos audiovisuales, ‘‘Jóvenes que transforman’’ con un presupuesto de 670 mil dólares que beneficiará a jóvenes de zonas priorizadas, y la convocatoria ‘‘Relatos en Serie’’ con incentivos a 10 industrias creativas con 54 mil dólares.

Hay que destacar la convocatoria más ambiciosa del Min Tic para el 2023 ‘‘Abre cámara’’ que otorgó 6.4 millones de dólares entregado a 92 producciones audiovisuales colombianas entre las que se destacan diferentes series animadas, de ficción

y documentales con relatos originales e innovadores que se emitirán en Canal Capital, Canal Trece y demás canales regionales. La convocatoria estuvo organizada en 6 categorías, que incluyeron compañías productoras audiovisuales con recursos superiores a 3.8 millones de dólares, productoras audiovisuales micro, pequeña o mediana empresa de región con recursos de 1.5 millones de dólares, comunidades Indígenas con 275 mil dólares, comunidades Negras, Afrodescendientes, Raizales y Palenqueras y comunidades Rom con recursos de 275 mil dólares, operadores del servicio de televisión sin ánimo de lucro con recursos de 177 mil dólares, operadores del servicio de televisión comunitaria (temas de paz) con 172 mil dólares.

Por otro lado, la Ley 814 de 2003, Ley para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en Colombia, da origen a la cuenta Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) y sus recursos provienen de una contribución parafiscal Cuota para el Desarrollo Cinematográfico pagada por exhibidores, distribuidores y productores cinematográficos. Para el 2023 este FDC ofreció 5.2 millones de dólares en estímulos por concurso distribuidas en 10 categorías ficción, animación, documental, formación, regionales y étnicos, circulación, cortometraje infantil, preservación de la memoria, investigación y coproducciones minoritarias.

1.4 Políticas de comunicación

El Decreto 1633 del 2023, expedido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, reglamentó las condiciones que facilitarán la participación de grupos con enfoque diferencial tanto en la televisión pública como en radio comunitaria. Asimismo, este decreto reglamentó el proceso por el cual, dichos grupos podrán acceder a los equipos decomisados por la Agencia Nacional del Espectro (ANE).

En relación con los incentivos del año 2023, debe destacarse que, por medio de seis programadas diferentes se sumó un total de 40.000 millones de pesos colombianos, para promover propuestas desde los territorios que expongan al país como Potencia Mundial de la Vida. Entre los incentivos más sobresalientes resaltó el programa: “Abre Cámara”, el cual financió propuestas audiovisuales de interés público y cultural. En este mismo orden, se abrió una convocatoria para fortalecer la inclusión en la televisión pública, esta estuvo dirigida a operadores públicos regionales, los cuales recibieron un incentivo de 3.500 millones de pesos colombianos para la creación de 51 contenidos incluyentes.

Otro de los incentivos que sobresalió fue “Territorios al Aire”, una convocatoria dirigida a todas las emisoras comunitarias del país, cuyo propósito fue financiar hasta 100 contenidos sonoros, con un total de 2.942 millones de pesos colombianos, así como realizar capacitaciones a través del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. En suma, tanto en el Decreto 1633 como los incentivos propuestos por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia,

buscaron mayor participación de las regiones, ampliando la participación y democratizando el acceso a los recursos del Estado.

1.5. Infraestructura de conectividad digital y móvil

Durante el 2023, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, junto a los operadores de televisión radiodifundida, diseñó la Encuesta Nacional de Televisión Abierta en Tecnología Digital y Analógica (2023), la cual, tenía como propósito, determinar el grado de conocimiento, apropiación y uso de la señal de televisión abierta radiodifundida en la tecnología digital y analógica en los 32 departamentos del país. Esta encuesta incluyó todo el territorio nacional, de modo que, desde el 13 de octubre hasta el 13 de noviembre del 2023, se aplicó un cuestionario estructurado a 14.005 mayores de edad, sin distingo de género o condición socioeconómica. De acuerdo con los resultados de la encuesta, es posible concluir que, alrededor del 95% de los encuestados conoce la Televisión Digital Terrestre, asimismo, permitió determinar que, si el Cese de Emisiones Analógicas se ejecutara, el 84% de los hogares podría acceder televisión abierta.

En cuanto a infraestructura de conectividad digital y móvil, durante el 2023, luego de un proceso de subasta, entraron a Colombia las tecnologías 5G, las cuales serán operadas por las compañías: Claro, Wom, Movistar, Tigo y Telecall, esta última al estar radicada en Brasil, empezará a operar a finales del 2024; cabe decir que, dadas las Obligaciones de hacer, dichos operadores deberán suplir las necesidades de conectividad de 1.191 escuelas del país, e igualmente, deberán ampliar la cobertura 4G en 34 carreteras primarias y secundarias del país, lo que en términos exactos significa 700 kilómetros de conectividad. Así mismo, debe destacarse la alianza entre el MinTic e Internexa, un operador mayorista de fibra óptica que acercó la internet a 384.000 hogares de estratos, 1, 2 y 3 en 36 municipios del país con una inversión de 270.588 millones de pesos colombianos. De manera similar, el programa “Comunidades de Conectividad” capacitó a alrededor de 1.819 personas en 31 de los 32 departamentos de Colombia.

2. Análisis del año: la ficción de estreno nacional e iberoamericana en la TV abierta

Tabla 1. Ficciones exhibidas en 2023

TÍTULOS INÉDITOS NACIONALES – 7 Canal Caracol - 3 1. <i>Romina Poderosa</i> (Serie) 2. <i>Ventino: El Precio de la Gloria</i> (Serie) 3. <i>Los Medallistas</i> (Serie) Canal RCN – 4 4. <i>Leandro Díaz</i> (Serie) 5. <i>Ana de Nadie</i> (Telenovela) 6. <i>Rigo</i> (Serie) 7. <i>Tía Alison</i> (Telenovela)	COPRODUCCIONES – 1 1. <i>Pasión de Gavilanes. La Dinastía Indomable.</i> (Serie) TÍTULOS EXTRANJEROS INÉDITOS – 3 Canal Caracol – 3 1. <i>El Amor Invencible</i> (Telenovela-México) 2. <i>La Madrastra</i> (Serie – México) 3. <i>Cabo</i> (Telenovela – México) TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 11
--	---

Fuente: Obitel Colombia

TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2023

TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS – 7 Canal Caracol – 3 1. <i>Escobar, el Patrón del Mal</i> (Serie) 2. <i>La Gloria de Lucho</i> (Serie) 3. <i>Los Briceño</i> (Serie) Canal RCN – 4 4. <i>A Corazón Abierto</i> (Telenovela) 5. <i>Lady, la Vendedora de Rosas</i> (Telenovela) 6. <i>La Ley del Corazón</i> (Telenovela) 7. <i>Correo de Inocentes</i> (Serie)	TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS – 1 Canal RCN – 1 1. <i>La Rosa De Guadalupe</i> (Serie, México) TOTAL DE TÍTULOS OBITEL REPUESTOS: 8
--	---

Fuente: Obitel Colombia

En el 2024 se presentaron únicamente 7 producciones originales nacionales, siendo nuevamente mayor la cantidad de títulos repuestos, de manera que se mantuvo la tendencia a continuar con *reprises* como una presencia importante en la pantalla chica.

Tabla 2 Formatos de la ficción nacional de estreno en 2023 y su evolución en el quinquenio.

Formatos	Títulos						Horas					
	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
Telenovela	4	4	7	2	4	20	270:00	270:00	472:30	54:30	248:50	1067:50
Series	7	4	2	5	7	26	472:30	270:00	202:30	260:30	315:40	1521:10
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	0	0	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Otros	0	0	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
TOTAL	11	8	9	7	11	46	742:30	540:00	675:00	315:00	564:30	2589:00

Fuente: Kantar IBOPE Colombia - OBITEL Colombia

En términos de formatos, resulta interesante que si bien continua la preponderancia de las series, la telenovela nuevamente vuelve a contar con un posicionamiento importante, tanto en la ficción más vista, *Ana de Nadie*, como en las producciones que lograron mayor audiencia en la franja de la tarde.

Tabla 3. Ficción de estreno exhibida en 2023: países de origen

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	7	63,63	358:30	63,51
PAÍSES OBITEL (total)	3	27,27	153:20	27,22
Argentina	0	0,0	0:00	0,0
Brasil	0	0,0	0:00	0,0
Chile	0	0,0	0:00	0,0
Colombia	7	63,63	358:30	63,51
Ecuador	0	0,0	0:00	0,0
España	0	0,0	0:00	0,0
EE.UU. Hispano	0	0,0	0:00	0,0
México	3	27,27	153:20	27,22
Portugal	0	0,0	0:00	0,0
Uruguay	0	0,0	0:00	0,0
Venezuela	0	0,0	0:00	0,0
COPRODUCCIONES (Totales)	1	9,1	52:40	9,27
Coproducciones Nacionales	0	0,0	0:00	0,0
Coproducciones Países Obitel	1	0,0	52:40	9,27
TOTAL	11	100,0	564:30	100,0

Fuente: Kantar IBOPE Colombia - OBITEL Colombia

A nivel nacional el año presenta una mayor preponderancia como es acostumbrado de la producción nacional. Sin embargo, se destaca la entrada, incluso en términos

de ser las producciones más vistas, de telenovelas con origen en México, así como la importancia de la coproducción en términos de la oferta de estreno a nivel nacional.

TABLA 4. Formatos de ficción nacional e iberoamericana exhibida en 2023

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionales	%	Resto Obitel	%	Nacionales	%	Resto Obitel	%
Telenovela	2	28,58	2	50%	140:30	39,11	108:20	52,75
Serie	5	71,42	2	50%	218:00	60,89	97:40	47,25
Miniserie	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Telefilm	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Unitario	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Total	7	100,0	4	100,0	358:30	100,0	206:00	100,0

Fuente: Kantar IBOPE Colombia - OBITEL Colombia

En términos de formatos, nuevamente se evidencia la tendencia dominante de las series, aunque se destaca la manera en la que las telenovelas logran abarcar casi el 30% de los títulos. Por consiguiente, se puede hacer visible la condición de tensión entre formatos que caracteriza la producción nacional, en la que, aunque pareciese existir una inclinación hacia las series, es preciso señalar que existe una cierta ambigüedad narrativa entre la condición estructural del relato de la serie y la estrecha relación con las condiciones narrativas de la telenovela.

TABLA 5: 10 Títulos más vistos en 2023

Título		Canal	Productora	Formato/género	No. de cap/ep en 2023	Franja horaria	Rating	Share
1	Ana de Nadie *	RCN	RCN (COL)	Telenovela/Drama	93	Prime Time	9,41	22,33
2	Pasión de Gavilanes. La Dinastía Indomable	Caracol	Telemundo (USA) / CMO (COL)	Serie / Drama	72	Prime Time	9,18	21,34
3	Rigo *	RCN	RCN (COL)	Serie / Biográfico	50	Prime Time	8,55	18,45
4	Romina Poderosa *	Caracol	Caracol (COL)	Serie / Drama	65	Prime Time	7,87	15,43
5	Leandro Díaz *	RCN	RCN (COL)	Serie / Biográfico	19**	Prime Time	6,95	12,57
6	Tía Alison *	RCN	RCN (COL)	Telenovela / Drama	63	Prime Time	6,41	12,46
7	Ventino; El Precio de la Gloria *	Caracol	Caracol (COL)	Serie / Biográfico	60	Prime Time	4,92	8,62
8	Cabo	Caracol	Televisa (MX)	Telenovela / Drama	85	Tarde	4,35	8,49
9	Los Medallistas *	Caracol	Caracol (COL)	Serie / Biográfico	64	Prime Time	4,08	8,35
10	El Amor Invencible	Caracol	Televisa (MX)	Telenovela / Drama	60	Tarde	4,05	8,16
Total de producciones nacionales: 7				Guiones originales extranjeros: 3				
70%				30%				

Fuente: Kantar IBOPE Colombia – OBITEL Colombia

(*): Indica producción nacional, (**): Su emisión comenzó en 2022 y pasó a 2023.

En el caso de los títulos más vistos, se destaca el modo en el que la telenovela y RCN vuelven a tomar el primer lugar en el caso de la ficción más vista. *Ana de Nadie*, en este sentido, evidencia una interesante condición de las narrativas en la nación y que se refiere a una inclinación creciente al esquema del melodrama y las condiciones que llevaron a que la telenovela fuera protagonista durante décadas en la producción nacional. A esto se suma la presencia más alta de producciones de este canal rivalizando los primeros lugares de audiencia. Sin embargo, es necesario destacar que, aunque no se encuentran en el top, por no corresponder a estrenos, no se puede descartar la importancia de 3 *reprises* que superaron a los últimos lugares del ranking: *Los Briceño* 7,14; *A Corazón Abierto* 5,03 y *Escobar el Patrón del Mal* 4,98 y, del mismo modo, el caso de la ficción turca *Yusuf*, que marcó 5,07.

TABLA 5a: Los 10 títulos nacionales más vistos en 2023

Título		Canal	Productora	Formato/género	No. de cap/ep (en 2023)	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>Ana de Nadie</i>	RCN	RCN (COL)	Telenovela/Drama	93	Prime Time	9,41	22,33
2	<i>Pasión de Gavilanes. La Dinastía Indomable</i>	Caracol	Telemundo (USA) / CMO (COL)	Serie / Drama	72	Prime Time	9,18	21,34
3	<i>Rigo</i>	RCN	RCN (COL)	Serie / Biográfico	50	Prime Time	8,55	18,45
4	<i>Romina Poderosa</i>	Caracol	Caracol (COL)	Serie / Drama	65	Prime Time	7,87	15,43
5	<i>Leandro Díaz</i>	RCN	RCN (COL)	Serie / Biográfico	19*	Prime Time	6,95	12,57
6	<i>Tía Alison</i>	RCN	RCN (COL)	Serie / Drama	63	Prime Time	6,41	12,46
7	<i>Ventino: El Precio de la Gloria</i>	Caracol	Caracol (COL)	Serie / Biográfico	60	Prime Time	4,92	8,62
8	<i>Los Medallistas</i>	Caracol	Caracol (COL)	Serie / Biográfico	64	Prime Time	4,08	8,35
Total de producciones nacionales: 7				Guiones originales extranjeros: 1				

Fuente: Kantar IBOPE Colombia – OBITEL Colombia

(*): Su emisión comenzó en 2022 y pasó a 2023

En el caso de la producción nacional, incluyendo una coproducción, se destaca el modo en el que los dramas y lo biográfico se convierten en los géneros fundamentales en pantalla. Esto se relaciona directamente con las transformaciones de las narrativas en términos de una búsqueda constante de las nuevas matrices culturales que emergen a la luz de una sociedad cambiante y que se cuenta entre la pantalla chica y las múltiples pantallas de las plataformas digitales, toda vez que el 60% de estos títulos también circularon por los servicios de *streaming* siendo igualmente protagonistas a nivel de audiencia.

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

Títulos		Canal	Sexo %		Nivel socioeconómico %			
			Mujeres	Hombres	ABC1	C2	C3	D
1	Ana de Nadie	RCN	54	46	30	30	25	15
2	Pasión de Gavilanes. La Dinastía Indomable	Caracol	56	44	35	30	25	10
3	Rigo	RCN	50	50	30	30	20	20
4	Romina Poderosa	Caracol	56	44	52	28	11	9
5	Leandro Díaz	RCN	52	48	30	25	25	20
6	Tía Alison	RCN	80	20	50	25	15	10
7	Ventino: El Precio de la Gloria	Caracol	62	38	56	25	14	5
8	Cabo	Caracol	85	15	35	25	25	15
9	Los Medallistas	Caracol	70	30	55	28	13	4
10	El Amor Invencible	Caracol	85	15	35	30	25	10

Título		Canal	Franjas de edad (%)					
			04 - 12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64
1	Ana de Nadie	RCN	2	5	14	25	34	20
2	Pasión de Gavilanes. La Dinastía Indomable	Caracol	2	3	5	18	36	36
3	Rigo	RCN	10	10	20	20	20	20
4	Romina Poderosa	Caracol	2	4	18	31	28	17
5	Leandro Díaz	RCN	2	3	5	28	33	29
6	Tía Alison	RCN	1	2	3	26	37	32
7	Ventino: El Precio de la Gloria	Caracol	1	2	4	16	45	32
8	Cabo	Caracol	1	3	3	18	30	45
9	Los Medallistas	Caracol	1	4	6	21	32	36
10	El Amor Invencible	Caracol	1	3	4	18	28	46

Fuente: Kantar IBOPE Colombia - OBITEL Colombia

A nivel de condición socioeconómica resulta interesante encontrar una cuestión fundamental y que se liga a la clara diferenciación entre la franja *Prime Time* y la correspondiente a la tarde, en donde resulta fundamental que, ante la heterogeneidad del primer caso, destacando la audiencia casi uniforme de *Rigo*, contrasta con la homogeneidad del segundo correspondiente a las ficciones *Cabo* y *El Amor Invencible*,

en donde es mayoritaria la representación femenina en las edades ubicadas entre los 50 y 70 años, lo que se relaciona directamente con el posicionamiento del formato telenovela y la estructura melodramática cercana a los años 80 y 90, tal como ocurría en su momento con las ficciones turcas y la estructuración de sus narrativas.

3. Monitoreo VoD 2023

3.1. Mercado de plataformas de VoD en 2023

En el 2023 el mercado de plataformas de VoD presentó un panorama en expansión en el que se presentaron un total de aproximadamente 28 plataformas entre las que se encuentran ofertas ligadas a canales nacionales públicos o privados, siendo las más importantes Caracol Play y RTVC Play, que se complementan con sistemas de los cableoperadores, como es el caso de Claro Video, las grandes plataformas con mayor cuota de mercado, siendo Netflix, Prime Video y Disney + las principales, así como la presencia de otros actores como HBOMax, hoy día Max, Star+, Paramount+, Vix, Apple+ y ofertas centradas en públicos más específicos como Crunchyroll, dedicada al anime, Digitalia Film Library, especializada en películas independientes o Win+ dedicada al deporte. En este panorama se destaca también una lógica de producción en la que se evidencian los acuerdos existentes entre los canales privados y los servicios de *streaming*, lo que permite que una ficción pueda ser vista en varios servicios y que ha permitido la realización de producciones exclusivas para los servicios VoD y al mismo tiempo el poder contar con un espacio corto de tiempo con estreno en señal abierta y en plataformas, lo cual ha expandido el alcance de la producción nacional y facilitado la realización de coproducciones como fue el caso de *Pasión de Gavilanes*. *La Dinastía Indomable*.

3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2023

(nacionales, regionales dentro del país)

La oferta de plataformas de VoD en el país ha ido manteniéndose en un constante ascenso, en el que si bien se conserva el privilegio de mayor cantidad de suscriptores por parte principalmente de Netflix y Amazon Prime, han ido multiplicándose de forma exponencial la cantidad de plataformas, incluso de contenidos especializados y dedicados tanto a la ficción tradicional (cine y televisión) como al anime y con segmentaciones de público especializadas. Este papel preponderante del VoD en el país ha hecho que se generen diferentes acuerdos de distribución principalmente entre los canales privados y los servicios de *streaming*, de manera que las producciones que aparecen en pantalla chica también son transmitidas en Netflix, Prime Video y más recientemente Vix. A este panorama se suman los sistemas propios de VoD como es el caso de Caracol Play y la lucha constante de RTVC Play como sistema de

medios público que se ocupa de ofrecer contenidos gratuitos y con énfasis en temáticas culturales, así como dando cabida a experimentaciones narrativas y el uso de nuevas tecnologías en la producción. En términos de consumo, en Colombia, como se indicó anteriormente, Netflix es el servicio dominante con un 22% de cuota de mercado de *streaming*, frente a un 20% por parte de Prime Video.

3.3. Análisis del VoD en 2023: la ficción de estreno nacional y las coproducciones

En la producción nacional de contenido de ficción, se evidencia un crecimiento de la presencia de producciones en las plataformas tanto en el caso de *reprises* como en estrenos. En este sentido, se observa que hay un aumento en la publicación de contenidos audiovisuales en las plataformas de *streaming* luego de su estreno en señal abierta casi siempre con pocos días de diferencia. Esto ha permitido que, del mismo modo que ocurre en los canales nacionales, en el caso del *streaming* haya una presencia notoria de estrenos y reprises en los 10 más vistos semana a semana, siendo protagonistas ficciones como *Pasión de Gavilanes*, *Yo Soy Betty, la Fea*, en el caso de las reposiciones y *Pasión de Gavilanes. La Dinastía Indomable* (coproducción), *Ana de Nadie*, *Rigo* y *Romina Poderosa*, en el caso de los estrenos.

En este panorama también se estrenaron ficciones destinadas exclusivamente a servicios de *streaming*, como es el caso de *La Primera Vez*, *La Influencer*, *Pálpito II*, *Manes* y *El Club de los Graves*, lo que hace visible un marcado interés por la producción de contenidos para estos espacios digitales. En este espacio vuelve a destacarse RTVC Play, del sistema de medios públicos colombiano, que continúa con su experimentación narrativa y planteamiento de nuevos formatos, esta vez mezclando ficción con experiencias interactivas en la serie *Gestas del Tiempo III* constituyéndose así en un escenario pionero en términos de la búsqueda de nuevos modos de narrar y construir ficciones. Finalmente, la colaboración entre los canales nacionales y los sistemas de distribución de las plataformas ha permitido que varias ficciones puedan consumirse en distintas plataformas digitales, lo que genera la disposición de una cierta convergencia entre medios entorno a contenidos producidos a nivel ficcional.

TABLA 7. Ficciones nacionales y coproducciones exhibidas en 2023 en sistemas de VoD

TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO	COPRODUCCIONES
Netflix – N° títulos nacionales 5 1. <i>Romina Poderosa</i> (serie) 2. <i>Palpito II</i> (serie) 3. <i>La Primera Vez</i> (serie) 4. <i>La Influencer</i> (serie) 5. <i>Ventino. El Precio de la Gloria</i> (serie) Prime Video - N° títulos nacionales 4 1. <i>Rigo</i> (serie) 2. <i>Los Billis</i> (serie) 3. <i>Manes</i> (serie) 4. <i>Tia Alison</i> (telenovela) VIX - N° títulos nacionales 1 1. <i>Ana de Nadie</i> (telenovela) Disney + - N° títulos nacionales 1 1. <i>El club de los Graves</i> (telenovela) RTVC Play– N° títulos nacionales 1 1. <i>Las Gestas del Tiempo III</i> (serie/experiencia interactiva) Total: 12	Netflix– N° títulos 1 1. <i>Pasión de Gavilanes. La Dinastia Indomable</i> (serie – USA - Colombia) Total:1

Fuente: Obitel Colombia

3.4. Características narrativas del VoD en 2023

A nivel narrativo, es preciso señalar que las producciones que circularon a nivel de estreno en el VoD mantienen una estrecha relación con las propuestas narrativas que hicieron presencia en la señal abierta, no solo por ser las mismas producciones en un 50% de los casos, sino porque las propuestas estuvieron marcadas por una profunda relación con las cotidianidades de los colombianos, ya sea en la fuente ofrecida por el relato del héroe deportivo en el caso de *Rigo* o por la memoria de un grupo musical como en el caso de *Ventino. El Precio de la Gloria*. Así, los relatos biográficos, al igual que en televisión abierta, se convirtieron en protagonistas del VoD, sin dejar de lado la importancia de las estructuras melodramáticas que hicieron presencia en *Ana de Nadie* y en la segunda temporada de *Pasión de Gavilanes*. A esto se sumó, en el caso de las producciones creadas como contenido exclusivo para plataformas, la mirada por las condiciones actuales de los hombres en el caso de *Manes*, de las nuevas figuras mediáticas en *La Influencer* o esa acostumbrada mezcla entre el universo cotidiano y el mundo de la violencia en *Los Billis* que se inspira en un grupo de jóvenes que se convirtieron en una pandilla de clase alta en la Bogotá de los años 80. En este contexto, en el que las narrativas de las plataformas se ligan al submundo del crimen, aparece también el relato de *Romina Poderosa*, en el que nuevamente se tematiza la dificultad que se encuentra en la relación

con un ambiente convulsionado como el que caracteriza a la nación en algunos de sus territorios.

Sin embargo, en medio de este panorama que representa esa búsqueda de un relato que caracterizó también a las dinámicas de la narrativa en la ficción televisiva en Colombia, nuevamente se destacan los esfuerzos realizados en el caso de RTVC Play y el sistema de medios públicos por la innovación y la posibilidad de fusionar géneros y condiciones de estructuración de los modos de contar una historia. Es así como en el 2023, *Las Gestas del Tiempo*, en su tercera temporada, se ofrece como una producción híbrida que se basa en la combinación de la ficción con elementos de reality y de documental para generar una propuesta de serie interactiva en la que se entrecruzan formas narrativas en las que se rompe la cuarta pared y se establecen diálogos directos con el espectador siendo el marco de referencia el acontecimiento histórico conocido como el Bogotazo. De esta manera, como ha ocurrido con propuestas transmediáticas o de televisión interactiva realizadas en años anteriores, la televisión pública colombiana se ocupa de explorar las diversas condiciones que podrían trabajarse en los espacios digitales y, a contracorriente de los relatos de las plataformas que cada vez más estrechan la frontera entre la telenovela y la serie, se ocupan de buscar nuevos modos de construir las ficciones y las narrativas, ahora con un mayor énfasis en la interactividad y la hibridación.

4. Interactividad y participación de las audiencias en entornos digitales

Para el análisis de la interactividad se ha tomado como referente a una de las ficciones más vistas del año y con mayor homogeneidad en su audiencia, se trata de *Rigo*, serie que, en palabras de su director Juan Carlos Mazo, buscó nuevamente convertir una producción audiovisual en un plan familiar frente a la pantalla, para lo cual se lanzó una campaña que circuló en redes sociales y en periódicos. En TikTok se pudo ver al protagonista y a algunos de los actores invitando a las familias a verla. Así, bajo el título: “el elenco de *Rigo* ya empezó grabaciones...” se produjo un video subido a YouTube por el canal RCN que alcanzó 51k vistas y 2,1k me gusta. Estrategia que se reforzó en medios escritos como *Pulzo*, *El Tiempo* y *El Colombiano*, en donde se realizaron publicaciones previas al lanzamiento y durante las etapas de la serie, a modo de seguimiento de su impacto en las audiencias.

Esta noción de experiencia y la réplica mediática de la ficción fue tal que incluso alcanzó a medirse en otros espacios. De esta manera, por ejemplo, la plataforma mundial de peticiones change.ORG, registró una petición realizada por un televidente el 02 de diciembre de 2023 bajo el título: “¡Salvemos RIGO en diciembre! ¡No saquen la serie del aire!” realizada a Canal RCN y que argumentaba que: “RIGO no es simplemente una serie, es un fenómeno cultural que ha dejado una impresión imborrable en

los corazones de los espectadores” que, si bien no obtuvo la meta de los 100 participantes, sí logró dar cuenta de la importancia que para las audiencias tuvo la ficción. La petición surgió dado que RCN realiza cambios en la programación en época decembrina debido a las transmisiones y contenidos de la temporada, pero algunos televidentes deseaban continuar viendo la transmisión de la serie. Ahora bien, la petición no alcanzó el impacto también por la presencia en plataformas, concretamente en Amazon Prime y porque por la fecha en la que se presentó, aún se contaba con un buen porcentaje de personas que deseaban un receso para así continuar en el siguiente año con la cita fiel para ver la ficción en pantalla chica.

La idea de *Rigo* como experiencia se compuso también a partir de la ambientación musical de la serie. De esta manera, la canción oficial denominada “El hijo de Urrao” logró 1,8 millones de vistas en la plataforma Youtube, en un video que fue subido por una cuenta no oficial, mientras que la versión oficial en Spotify alcanzó 1,1 millones de vistas. Se trata de una guasca, género musical popular del departamento de Antioquia y el Eje Cafetero. Sus letras contienen humor simple, que se incorpora a un medio televisivo. Es importante mencionar también que incluso, hay una *playlist* completa de la telenovela subida por el canal televisivo con canciones populares de la región, lo que contribuye a la construcción de identidad y producción de sentido que exalta las costumbres y la esencia regional. Por otro lado, en la sección de reseñas de Google se ha hecho visible una notable reacción ante la ficción. De esta manera, a la fecha, se han registrado 248 calificaciones bajo la búsqueda “Rigo serie de televisión”, obteniéndose un ponderado de 4.8. Allí se encuentran comentarios como: “La verdad no soy de ver novelas ni nada por el estilo, pero después de escuchar tanto de esta, decidí verla y que sorpresa tan agradable me he llevado”. De igual modo, en la herramienta Google Trends, se muestra que el periodo de búsqueda más alto por parte de los usuarios fue en diciembre de 2023, incluyendo participaciones internacionales.

En cuanto a redes como Facebook, la *fan page* “Rigo la serie. Historia de un gran ciclista” cuenta con 48 mil seguidores y 17 mil me gusta. El hashtag #rigo cuenta en Facebook con 88 mil publicaciones y 9.4mil seguidores, en Instagram con 66,4 mil publicaciones entre post y reels, principalmente de encuestas y fragmentos de la telenovela; en Tiktok hay 2,1 mil publicaciones. También es habitual el uso de los audios de la *playlist* oficial incorporando la serie en la vida cotidiana. La página crítica TV blog, cuenta actualmente con 8 publicaciones dedicadas a *Rigo*, en las que el contenido varía entre predicciones previas al estreno, y críticas desde una perspectiva fílmica.

En la red social X se encuentran memes con el hashtag #rigo, así como opiniones directas de acuerdo o en desacuerdo con la manera de actuar de los personajes: “SOFIA ES MUY INSOPORTABLE ...” expresa una usuaria; detalles del audiovisual posteados por los seguidores, “Qué multiverso tan chimba... jajaja, Evaristo Rendón

y Hugo Lombardi xD” ; lapsos de vídeo con comentarios, “Y si #Rigo dura para siempre? Jajaja”; expresiones relativas acerca sucesos esperados: “LE LLEGO LA JUSTICIA DIVINA A EVARISTO RENDÓN”; momentos emotivos: “¿Qué escena más hermosa, ver a Rigo y su mamá disfrutando de los frutos del ciclismo? #Rigo”; la tristeza de los televidentes por el final: “Ya no volveremos a escuchar”, “que pena con usted, siempre tan pispá y dedi parada #rigo”, que son algunas de las numerosas participaciones de los usuarios. De esta manera es posible señalar que la noción de experiencia se construyó a partir de la interacción entre la serie en pantalla, su música y una relación directa con el sentir y el folclor de la región, sin dejar de lado la presencia y carisma de la persona en la cual se basa, de manera que el factor emocional jugó un papel definitivo en términos de la construcción de procesos de interactividad y apropiación de la serie por parte de las audiencias.

5. Lo más destacado del año

En el 2023 es necesario señalar que lo más destacado del año fue precisamente el regreso de un lugar relevante a las telenovelas y en particular la manera en la que se hizo más difusa la frontera entre sus condiciones narrativas y las de la serie. Esto se hizo visible, en primer lugar en el modo en el que el top 10 del año fue encabezado por *Ana de Nadie*, telenovela que reúne los elementos propios de una narración compuesta por diferentes actos y un énfasis central en aspectos melodramáticos asociados a la historia de Ana, quien, al descubrir la infidelidad de su esposo luego de 25 años de matrimonio, decide dejarlo y entregarse a experimentar, rememorando aspectos propios de la telenovela *Señora Isabel* de 1993, de forma tal que, en su accionar se haga visible la potencia del erotismo en una mujer mayor. Así, la narrativa no solamente retoma la senda de una producción de más 30 años atrás (asemejándose a un *remake*), sino que permite que la actualización del relato se convierta en una puerta de relación con las audiencias, las cuales encontraron en la oferta del año una heterogeneidad importante en términos de temáticas y posibilidades pero, en el fondo, un conjunto de relaciones con la cotidianidad y el día a día de los habitantes de la nación, tanto en el anonimato propio de una figura de telenovela como en el protagonismo de la vida pública de una figura deportiva.

Este fue el caso de Rigo, serie que copó la atención del público al finalizar el año y se convirtió en una de las más vistas en señal abierta y parte del top 10 en Prime Video. Sin embargo, más allá de su lugar top o del concepto de experiencia ligado a su producción, lo interesante radica en la fuente de su narrativa: Rigoberto Urán, uno de los ciclistas más importantes del país, medallista olímpico y protagonista en las grandes vueltas europeas. Su serie biográfica no solamente se conecta con el carisma que lo ha convertido en una figura muy querida en el país (lo que explicaría la

distribución pareja de audiencia entre condiciones socioeconómicas y edades) sino que también, en términos de estructura se ubica en una especie de zona gris entre la telenovela y la serie, tanto por su duración en capítulos como por la matriz melodramática que se superpone a la historia de vida del deportista nacido en Urrao. Algo semejante ocurre con *Leandro Díaz*, que también integra la fama del cantante representado con la de su actor principal, Silvestre Dangond pero que cuenta con esa estructura de relato que por momentos asume las lógicas de la serie con sus encadenamientos y ritmo acelerado, pero, por otros, se acerca a la telenovela y sus pausas, siempre en pos de una estructura abierta y de múltiples relatos en convergencia.

En este marco, en lo más destacado es preciso señalar la presencia entonces de tres telenovelas más en el top 10 del 2023 de ficciones de estreno, dos de ellas de la franja de la tarde: *El Amor Invencible* y *Cabo*, las cuales ocuparon el espacio tradicionalmente destinado a las producciones turcas pero que retomaron esa conexión con el melodrama clásico y la estructura entreverada que rememora los grandes relatos de los años 80. Se trata de un par de producciones que se conecta con esas historias tormentosas de amor e intriga, los dramas que dialogan con las audiencias que crecieron con las producciones en las que, a modo de cuento de hadas, se narraba la historia de un amor imposible con personajes ubicados en los opuestos y contrarios. Por su parte, en el caso de *Tía Alison*, la tercera telenovela de las cuatro que ocuparon espacios en el top 10, es necesario señalar que sucede el mismo caso de *Rigo*, puesto que la frontera entre su condición de telenovela con los esquemas narrativos de una serie no son del todo claros y si bien se trata de una producción auto conclusiva, bien podría dar para una nueva temporada como ocurre con la ficción dedicada al ciclista antioqueño. Así, en estas producciones se hace visible que la estructura tele novelesca empieza a posicionarse nuevamente y a explorar esas condiciones de hibridación con el formato serie, haciendo difícil una distinción más allá de las denominaciones, pues así como en *Rigo*, clasificada como serie y estructurada en temporadas, se encuentran elementos de telenovela, en *Tía Alison*, se hallan elementos de serialidad y condiciones propias de la realización de la telenovela, siendo incluso algo en común la duración de un promedio de 60 capítulos para cada producción.

En cuanto a las demás producciones más vistas, es necesario tener en consideración que *Romina Poderosa*, *Ventino*, *El Precio de la Gloria* y *Los Medallistas*, se ubican más claramente en la estructura de una serie, pero solamente la primera de ellas logró destacarse dentro del *rating*, toda vez que, si se toman en cuenta los *reprises* e incluso producciones turcas, tanto *Ventino: El Precio de la Gloria* como *Los Medallistas* no formarían parte de las ficciones más vistas del año. Esta condición paradójica tiene una explicación narrativa: *Romina Poderosa* mantuvo, fiel al formato de serie, un ritmo ágil, con una fuerte relación con la violencia y la música, algo que ha sido una constante de identificación con la audiencia, mientras que las otras

dos producciones se perdieron entre la biografía de una banda musical y un grupo de ganadores de medallas olímpicas en Colombia y el poco conocimiento del público sobre estas figuras, sin dejar de lado un relato menos dinámico que el desplegado en el caso de la historia de Romina y su búsqueda de justicia ante el homicidio de su hermana gemela.

6. El tema del año: ¿Qué está pasando con las narrativas en la ficción iberoamericana?

El panorama narrativo de las producciones de ficción televisiva ofrece una heterogeneidad inquietante. Más allá de la uniformidad que caracterizó un cierto dominio del melodrama y de la estructura episódica, múltiple y con un cierto vínculo a los cuentos de hadas en otras décadas en la ficción nacional y sus telenovelas centradas en las historias de amor entre la mujer humilde y el hombre bondadoso millonario, o de la experimentación hacia las cotidianidades de escenarios como los de las haciendas, los cafetales o las oficinas, que permitió la aparición de personajes como Gaviota, Betty o Soledad Ahumada, mujeres protagonistas que cambian el paradigma del personaje en las telenovelas colombianas como *Café, con Aroma de Mujer*, *Yo soy Betty la fea* y *La Potra Zaina* los relatos de los últimos años presentan una diversidad que dialoga directamente con la heterogeneidad de condiciones sociales propias de un tiempo de contradicciones y multiplicidades como el presente. De esta manera, las narrativas en la pantalla chica y también en el horizonte de las plataformas se ocupan de plantearse relatos en los que si bien sigue siendo claro que como señala Bruner (1986), “el objeto de la narrativa son las vicisitudes de las intenciones humanas” (p.27), esas contingencias han cambiado y, en paralelo aparecen un conjunto de recursos y de interacciones que superan el ámbito de lo local y construyen diferentes escenarios para la acción y su transposición en el relato. Es así como, en los últimos años han emergido desde protagonistas que sobrellevan el melodrama clásico como parte de su existencia en relatos de superación y sufrimiento hasta la sobreexplotación de las figuras centrales en el ámbito de la criminalidad y el narcotráfico tanto reales como ficticios, sin dejar de lado el repunte de las vidas narrativizadas de iconos musicales, deportivos o históricos de la vida nacional.

Este tránsito hacia una narrativa heterogénea es también un proceso que se combina con la presencia de unas formas de construir la narración que se entrecruzan con el panorama que se marca con el desarrollo de los procesos de digitalización y la aparición de nuevas tecnologías en las que no solamente es posible concebir narrativas distintas que pasan por cuestiones como lo transmediático o las hibridaciones de formatos y la exploración de la interactividad, sino también la relación directa con la construcción de nuevas visiones de mundo, en una perspectiva global, con

referentes en los que se combinan la universalidad y el color local de lo regional. De esta manera, si se entiende que, en las sociedades contemporáneas, precisamente “en las plataformas pasan cosas más allá de los algoritmos” (Scolari, 2022, p.96), lo que emerge es un panorama en el que la conectividad ha impulsado nuevas figuras y formas de lo social y, al lado del tránsito de lo heroico a lo irónico (Martín Barbero, 2005) lo que se hace visible es también un conjunto de condiciones en las que los sujetos se relacionan con pantallas, lenguajes y modos de organizar la realidad que superan los límites de los territorios cercados por el espacio físico. Si bien esta condición ha llevado, en el plano técnico de la narración a la aparición de procesos como los de la narrativa transmedia o la exploración interactiva, que en Colombia encuentra a su mayor representante en el sistema de medios públicos RTVC en casos como *Paciente*, *El Inquisidor* y, en 2023, *Las Gestas del Tiempo*, es claro que ha generado otras figuras en términos de personajes y la configuración de cronotopías en las estructuras de los relatos. Así, en ficciones como *La Influencer*, son protagonistas esos nuevos roles nacidos con las tecnologías y los sujetos que aparecen en producciones como *Manes*, en la que surgen condiciones de deconstrucción de lo que implica lo masculino en concordancia con una época distinta.

Ahora bien, es preciso tener en consideración que estas condiciones del narrar han llevado también a que se plantee si existe una especie de estancamiento en la fuente de las historias que se presentan en pantalla, debido en cierto modo a la sobre explotación de tópicos y recursos narrativos, así como a la presencia de *reprises*, *remakes* y *biopics* como formas centrales del relato que ocupa la programación tanto en pantalla chica como en plataformas. En el caso colombiano, a partir de la pandemia es claro que las reposiciones se han convertido en parte del panorama mediático y producciones como *Yo soy Betty la fea* se convierten en un actor recurrente en términos de la configuración de las parrillas, ya sea en señal abierta o en los servicios de *streaming*. De esta manera, en el último año, así como en el quinquenio, han ido apareciendo paulatinamente los personajes que fueron éxito décadas atrás y de nuevo vuelven a tener ese protagonismo que les permite posicionarse entre las ficciones más vistas por efecto de la nostalgia. Así, al lado de una exploración hacia la memoria, los relatos del pasado se convierten tanto en una salida ante la falta de producciones, como ocurrió en pandemia, como en una fórmula para conectar con audiencias que empiezan a recrearse en el ayer.

Algo semejante ocurre con los *remakes* y las continuaciones, aunque la garantía de ocupar puestos representativos en términos de *rating* no está del todo garantizada. En la estructura del *remake* como formato narrativo, se busca volver a contar la historia actualizándola, lo que puede representar un estrepitoso fracaso, como ocurrió con la nueva versión de *Café, con aroma de mujer* o un éxito garantizado, como sucede en 2023, con *Ana de Nadie*, que se concibe como una actualización de *Señora Isabel*. Y la cuestión no radica en las distancias temporales entre la ficción de

origen y su *remake*, sino mejor en la forma en la que se logra volver a contar las vicisitudes que se capturaron narrativamente y transmitirlos en un nuevo tiempo. Las continuaciones, por su parte, obvian esta actualización del relato y se sitúan mejor en contar qué ha pasado después, combinando el recurso nostálgico de la narración del ayer con las condiciones del presente, abordando la pregunta por ¿qué ha pasado con? y que, para el caso de Colombia se encuentra representado en *Pasión de Gavilanes*, *La Dinastía Indomable* y la proyección a futuro de una nueva entrega de *Yo Soy Betty la Fea* y *Pedro El Escamoso*. En estos casos, la apuesta es tan arriesgada como la del *remake*, pero se cuenta con la posibilidad de crear nuevos relatos y condiciones. Esta situación de adaptaciones, continuaciones y *reprises* se asemeja a lo que acontece en el panorama audiovisual en el ámbito cinematográfico global, lo que ha llevado a la especulación en relación con una posible falta de ideas o la prerrogativa de la rentabilidad por encima del riesgo que implica una experimentación narrativa en el ámbito de la ficción. Sin embargo, lo que se encuentra quizá es que los relatos están nuevamente diciendo algo sobre los sujetos y, en el caso de Colombia, esto se liga de forma dinámica a una condición histórico cultural en la que se hace visible una profunda exploración de las identidades en tensión lo que configura un conjunto de matrices culturales en las que habita una riqueza propia de la diversidad de nociones y anclajes propios de un mundo globalizado, hipercultural (Lipovetsky, 2011; Han, 2019), en el que la narración refleja quizá la condición inquietante de las cotidianidades y, en medio de los océanos de información de las redes y las plataformas, la posibilidad que aún tiene el relato para construir espacios de comunicación, pues, si “las historias, al fomentar la capacidad de empatía, crean vínculos entre las personas. Generan una comunidad” (Han, 2023, p. 16), lo que vemos en pantalla, por más simple o repetitivo que pudiera ser, termina por convertirse en lo que permite que los sujetos hablen, conversen, discutan y puedan construir en común.

Esto se hace más latente en las otras figuras narrativas que aparecen en la heterogeneidad de relatos en la ficción televisiva colombiana y que abarca a los protagonistas de las biografías y las siempre presentes narrativas de la violencia. Desde hace ya unos años, es usual ver en las pantallas a deportistas, cantantes y héroes de la historia nacional ser protagonistas de las conversaciones cotidianas. Los futbolistas recreados en *La Selección*, Diomedes Díaz, narrativizado en *Diomedez, el Cacique de la Junta*, Policarpa Salavarrieta, reimaginada en *La Pola* y más recientemente figuras como Arelys Henao, encarnada en *Arelys Henao: Canto para no Llorar*, se suman a lo que se materializa también en el 2023 con Rigoberto Uran y su relato hecho serie en *Rigo* y que se refiere a hacer del personaje público un sujeto cercano, cuya existencia se convierte en el foco central de lo que se cuenta en pantalla a través de un pacto narrativo de lo verosímil, pues ninguna de las narraciones tiene una intención documental, sino más bien una potencia reinterpretativa amparada en el melodrama como figura omnipresente en los relatos. Esta centralidad de los

personajes asociados a personas que protagonizan diferentes dimensiones de la vida pública nacional, al mismo tiempo que facilitar la posibilidad de los relatos de llevar al que, en la configuración de acciones y figuras, “al narrativizar el objetivo de la verdadera vida, le da los rasgos reconocibles de personajes amados o respetados” (Ricoeur, 2006, p. 169), dado que el amor y el respeto es algo que se tiene por parte del público, también presentan una posibilidad de conexión e identificación con los públicos que se basa en gran medida en el nivel de reconocimiento de la figura en pantalla, puesto que, así como *Rigo* logró primeros lugares de *rating*, no ocurrió lo mismo con producciones como *Los Medallistas* o *Ventino. El Precio de la Gloria*, que, si bien se ocuparon de reconstruir la vida de deportistas y cantantes, no lograron esa identificación por parte de la audiencia.

No obstante, no solo el carácter conocido de las figuras puestas en pantalla es un factor decisivo en la construcción de la relación entre las narrativas y los públicos. La manera en que se construyen los relatos resulta también un elemento fundamental y en ello, la siempre presente temática de la violencia juega un papel tan importante como el que se encuentra en el melodrama o el humor como recursos de los relatos para potenciar la relación con las audiencias. Así, mientras en *Rigo* el desparpajo y personalidad del protagonista refuerzan su puesta en pantalla, en producciones como *Romina Poderosa*, es el entorno del crimen sumado a una narración ágil y sobresaltada la que conlleva a un mayor consumo. Una cuestión en la que más allá del recurso de la acción lo que aparece es precisamente ese estrecho vínculo entre los modos en los que en la pantalla se re crea y cuenta la violencia que fue central en las producciones propias de la sobre explotación del narco tráfico y que también hicieron presencia en años recientes en los *reprises* que, para el año 2023 tienen su mayor representante en producciones como *Escobar, el Patrón del Mal*, cuya audiencia fue incluso superior a la de los últimos escaños en el top 10 de las ficciones de estreno. En esto, más allá de la mirada quizá moral en relación con la forma en la que en las pantallas se han representado las vidas de los narcos y del crimen organizado en producciones de antaño como *El Capo*, *El Cartel de los Sapos* o *Las Muñecas de la Mafia*, lo que resulta importante es ver que, como ocurre en el caso de *Romina Poderosa* y de alguna manera también se vio en años recientes en aspectos propios del relato de producciones como *La Reina del Flow*, la violencia se convierte en un componente más de las vicisitudes y cotidianidades del colombiano, las cuales hacen catarsis en la narración y al lado de ser un recurso más del relato también ofrece una mirada interesante sobre una matriz cultural polifónica y compuesta tanto del humor y la calidez del deportista que se representa en pantalla, como de la lucha melodramática de la persona que busca el porvenir como de la violencia acechante en cada rincón de un país de contrastes y tensiones como Colombia.

Para finalizar, es preciso también señalar el modo en el que el panorama de las narrativas ofreció dos condiciones interesantes para complementar esa heterogeneidad

propia de un panorama en el que la multiplicidad evidencia la búsqueda de formas de narrar entre diversos referentes y condiciones: la presencia del melodrama clásico en los consumos televisivos de las franjas de la tarde y la ya mencionada experimentación en televisión pública de otros modos de narrar. Así, si, como señala Jesús Martín Barbero (2005), “la comunicación cultural en la “era de la información” nombra ante todo la experimentación, es decir la experiencia de apropiación e intervención” (p. 34), en el caso colombiano, estas experiencias pasan tanto por esa búsqueda de narrarse entre melodramas, biografías, *reprises*, *remakes*, humor, continuaciones y violencia, como por la nostalgia encarnada en la presencia de los relatos clásicos, las tormentosas historias de amor entre buenos y malos y, al mismo tiempo, la aparición de propuestas en las que se narra de otro modo, con participación de las audiencias, hibridaciones en formatos y ruptura de la cuarta pared. Esto se hace visible en la presencia de las producciones de la franja de la tarde, en los últimos años de telenovelas turcas, con estructuras semejantes a los de las producciones de los años 80 y que, con la presencia de narrativas como *Cabo* y *El Amor Invencible* volvieron a poner en pantalla esos relatos con los cuales se dispara la atención de una porción de la audiencia que revive, como con los *reprises*, ese ritmo narrativo dispuesto al melodrama. En contraste, al otro lado, la intervención en propuestas como la ya citada *Las Gestas del Tiempo* que ya no solamente puede ser una ficción, sino usar múltiples recursos e integrar al espectador como parte del relato.

La narrativa en Colombia se encuentra, en esta medida, en un proceso de búsqueda entre la heterogeneidad de un panorama en el que aparecen múltiples modos de contar historias y diversos recursos que pasan por la convivencia entre el *reprise* y la novedad, la experimentación y la nostalgia, la historia de vida del personaje famoso y la narración cotidiana del sujeto del melodrama. Una condición diversa del narrar en las que se experimenta y se habla de una nación que también se encuentra en búsqueda de sí misma, de esas nuevas matrices culturales que ya no son monológicas ni unívocas, sino que evidencian el entrecruzamiento entre lo global y lo local, lo análogo y lo digital, el humor y la violencia, la angustia y la esperanza. En resumen, unas narrativas que hacen visible una nación que se cuenta con diversas voces y referencias, con nostalgia pero también con ilusión, con una conciencia de la relación con el conflicto pero también con la gloria deportiva y musical, sin dejar de lado esas cotidianidades y vicisitudes que hacen del personaje en pantalla una representación del colombiano que enfrenta la vida día a día con esas mezclas exquisitas entre desparpajo, entusiasmo, inquietud y sobre todo la mirada puesta en un porvenir que se construye día a día en un mar de incertidumbres, conflictos y polifonías como las que pueblan los ecosistemas multipantalla en los que se cuenta la diversidad compleja de su historia, que es a la vez el relato de un mundo en expansión, búsqueda y experimentación propias de la llamada era de información.

Referencias

- Bruner, J. (1986) *Realidad mental y mundos posibles*. Gedisa
- Han, B.C. (2023) *La crisis de la narración*. Herder.
- _____. (2019) *Hiperculturalidad*. Herder.
- Lipovetsky, G. (2011) *Los tiempos hipermodernos*. Anagrama.
- Martin Barbero, J. (2005) Deconstrucción de la crítica. En: Vasallo de Lopes, I. y Fuentes Navarro, R. (Coords.) (2005) *Comunicación: campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. ITESO
- Ricoeur, P. (2006) *Si mismo como otro*. Siglo XXI.
- Scolari, C. (2022) *La guerra de las plataformas*. Anagrama