

ESTADOS UNIDOS: NARRATIVAS DE LA TV HISPANA EN EE.UU.¹

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

Autor:

Juan Piñón (<https://orcid.org/0000-0002-5460-7735>)

Introducción

Este año se vuelve a confirmar que las producciones televisivas en vivo, como eventos especiales, los deportes, los programas de *RealityTV* y las noticias, siguen teniendo un lugar clave en el lugar que ocupa la televisión en la vida social. Junto a ellas la ficción en la televisión sigue siendo un conductor importante de los ratings, pero se va revelando muy claramente, una creciente división del trabajo de producción, del género y de las tramas, de acuerdo con la ventana de distribución y sus demografías objetivo. Es decir, ficción hispana por televisión abierta o por las plataformas de *streaming*. Univision dominó el rating con el regreso a una oferta de melodrama romántico en las telenovelas, y que muestran su más alta audiencia en la *demo* de mujeres de más de 50 años. Mientras que la oferta de contenidos para audiencias más jóvenes, y masculinas, se ha movido para la plataforma Vix de TelevisaUnivision. Es así que el melodrama romántico sigue siendo la fórmula de ficción de Univision más importante para la televisión abierta; mientras el drama de pasiones inconfesables, el thriller de suspenso, o el drama distópico o de ciencia ficción, son clave en la oferta de ficción de la plataforma Vix. El esfuerzo de visibilizar la oferta de contenido de Vix, se denota a través de los comunicados de prensa de la empresa, ya que la promoción de los estrenos de Vix, se volvieron centrales en el esfuerzo de promoción de la corporación. Mientras Telemundo, sigue la línea de producción de narrativas dirigidas a audiencias jóvenes y masculinas con las narco-narrativas, y con telenovelas de suspenso o thrillers. Pero al igual que Univision, Telemundo parece establecer un sistema también en que las telenovelas y el melodrama siguen siendo la ficción más importante para TV abierta, mientras que las series y el drama son producidas para plataformas, en donde se estrenan primero, en este caso para Netflix, para después encontrar una segunda vida en la televisión abierta. En el 2023 la casa de producción Argos ya no produce para Telemundo.

¹ En nombre de Obitel, queremos externar nuestro profundo agradecimiento a Emily Vanides Senior Vice President, Client Business Partner en Nielsen, y a Edward Stoesser Client Solutions Director en Nielsen Media Research, por su colaboración para la realización del presente estudio y por su invaluable contribución al campo de la investigación en la televisión Hispana.

1. El Contexto Audiovisual Hispano de EE.UU. en 2023

1.1. La televisión abierta Hispana en EE.UU.

Cuadro 1. Cadenas nacionales de televisión abierta hispana en los EE.UU.

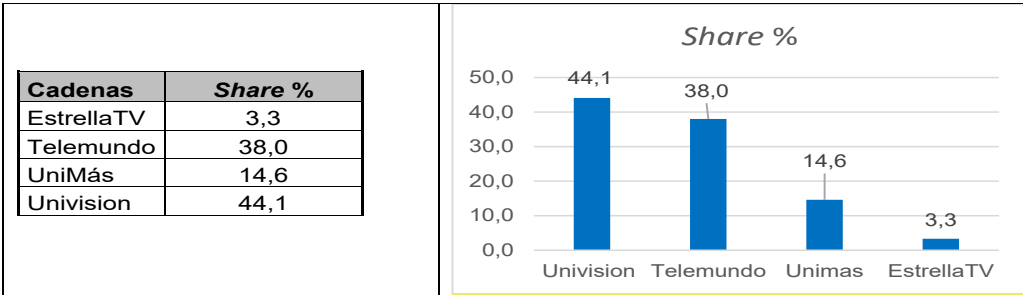
Cadenas Privadas
Estrella TV
Telemundo
Univision
UniMás
TOTAL CADENAS = 4

Fuente: Obitel EE.UU.

En los últimos años el escenario de las cadenas de televisión abierta se ha reducido. Con el cierre de MundoMax en el 2016, y de Azteca América a finales del 2022, el número de cadenas se establecido en cuatro. Importante señalar que las cadenas Univision y UniMás son subsidiarias del conglomerado de medios binacional Mexicooamericano TelevisaUnivision. Mientras, por otra parte, su cadena competidora Telemundo es una subsidiaria del gigante de telecomunicaciones y medios Comcast/NBC. Y EstrellaTV es una propiedad de la firma financiera HPS Investment Partners LLC.

En los últimos diez años, las oportunidades de la señal digital a través del sistema de *simulcasting* ha hecho posible el surgimiento de nuevas cadenas. Este es el caso de TeleXitos que se lanzó en el 2012, y que tiene como función complementar la programación ofrecida por su cadena hermana Telemundo. La cadena ofrece toda una barra de películas de los 1970s al 2000s, todas forman parte de videoteca del conglomerado NBC/Universal. La cadena ofrece toda su programación en español, así que en su oferta de películas todas están dobladas. TeleXitos se ha colocado no tan lejos de la cadena EstrellaTV, y si la consideráramos como una cadena de cable hispana, ocuparía el segundo lugar en ratings solo después de TUDN (Televisa Univision Deportes Networks).

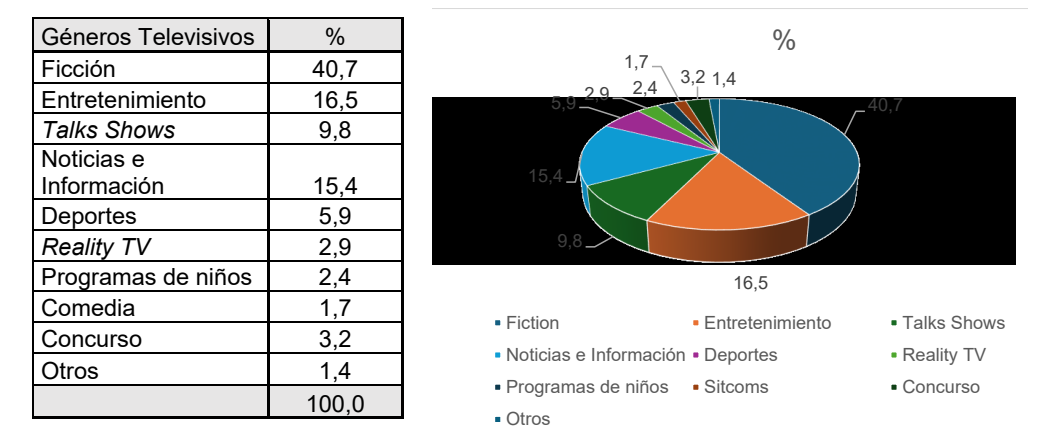
Gráfico 1. Rating y share de TV por emisora (rating por hogar).



Fuente: Nielsen - Obitel EE.UU.

La cadena Univision se coloca en primer lugar de *share* durante el 2023 con una diferencia de 6,1 puntos con relación a la segunda cadena Telemundo. Con 44,1 puntos de *share* Univision subió tres puntos con relación a los 41,1 del 2022. Con 38 puntos, Telemundo perdió un punto con diferencia de los 39,3 de *share* que consiguió en el 2022. Por su parte, UniMás tuvo un ligero repunte de *share* con un 14,6 con relación a los 14 del 2022. La salida de Azteca America no benefició a Estrella TV pues con 3,3 en 2023 de *share* abajo de los 3,6 del 2022. Este año Univision logró una diferencia de 6,1 puntos de *share* sobre Telemundo no lo había tenido desde el año 2015 en que la cadena Univision tenía una cómoda ventaja de 11 puntos sobre Telemundo.

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



Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

Con un 40,7% la ficción sigue siendo el género televisivo con más horas en la pantalla, seguido de entretenimiento y de las noticias e información en tercer lugar. La ficción estuvo arriba casi tres puntos porcentuales con respecto a los 37,9% que tuvo en el 2022, y muy por encima de los 37,1% del 2021, del 36,1% en el 2020, y del 35,2% del 2019. En contraste, con un 16,5% el género de entretenimiento bajo más de 4 puntos con relación al 20,7% del 2022. Mientras las noticias e información con un 15,4% subió ligeramente con relación al 14,9% del 2022. El cuarto rubro integrado por *Talk Shows* con 9,8% con relación al 7,5% en el 2022. Mientras deportes en quinto lugar con un 5,9% quedó casi igual con relación al 5,8% del 2022.

1.2. La TV de pago y plataformas VoD hispana de los EE.UU. en 2023

En la televisión de pago el panorama de las cadenas que dominan el mercado ha estado más o menos estable en la última década. En 2023 TUDN mantuvo el liderazgo que logró en el 2022, subiendo de un segundo lugar que había mantenido por un quinquenio. Es así como el cambio más significativo ha sido como Galavisión,

quien perdió el liderazgo por primera vez en más de 30 años al pasar al tercer lugar, solo para en el 2023 pase al cuarto escaño entre las diez cadenas de cable más vistas. Universo sube del tercer lugar en el 2022 al segundo lugar en el 2023.

Cuadro 2. Canales de televisión de pago hispanos en EE.UU.

10 canales de TV de pago hispano más vistos en EE.UU.				
Canal	Género	Origen	Unidad (000)	Rating
TUDN	Deportes	EE.UU./México	22.143	0,02
Universo	Ficción y Entretenimiento	EE.UU.	18.989	0,02
Discovery en Español	Información	EE.UU.	13.302	0,01
Galavisión	Ficción y Entretenimiento	EE.UU./México	11.525	0,01
ESPN Deportes	Deportes	EE.UU.	10.501	0,01
Fox Deportes	Deportes	EE.UU.	8.762	0,01
Discovery Familia	Información	EE.UU.	4.666	0,00
GalaNovelas	Ficción	EE.UU.	4.190	0,00
CNN en Español	Noticias e Información	EE.UU.	3.743	0,00
HBO Latino	Ficción	EE.UU.	1.644	0,00

Fuente: Nielsen - Obitel EE.UU.

Es importante subrayar la posición preponderante del género de deportes en la televisión de paga, no solo con el primer lugar, y con tres posiciones entre las seis cadenas con más rating. La ficción como género principal en cuatro de las diez cadenas, e información y/o noticias con tres de las cadenas dominantes de pago. Es importante señalar ninguna de las cuatro cadenas de ficción tuvo títulos de estreno pues estas solo con complementarias de cadenas de televisión abierta (Universo, Galavisión, GalaNovelas), o versiones en español complementarias de cadenas premium en inglés (HBO Latino).

Mientras en el 2023, Netflix, Amazon Prime, Max, Disney+, Star+, Starz, Paramount+, Peacock, Vix siguen dominando el panorama de los servicios de SVOD en los Estados Unidos. Es importante subrayar que el surgimiento y mantenimiento de estas plataformas está basado en el poder de las grandes corporaciones de tecnología y mediática. Con excepción de Netflix quien dominó tempranamente el mercado bajo la regla de *first move advantage* de la que sigue beneficiándose a nivel mundial, el gigante de infraestructura tecnológico Amazon sustenta la producción de Prime Video; Warner Media sustenta Max; Disney sustenta Disney+ y Star+; Paramount Global a Paramount+; Comcats/NBC a Peacock; y TelevisaUnivision a Vix+.

1.3. Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

El total de ingresos de la corporación Mexicoamericana TelevisaUnivision creció un 5% a \$4.9 mil millones de dólares en el 2023, del \$4.6 mil millones del 2022. En términos de publicidad, licencias de programación, suscripciones la empresa en los EE.UU. tuvo un ingreso de \$3.159.7 de dólares en el 2023, ligeramente abajo de los \$3,193.4 del 2022. Esto se vio compensado con los ingresos en los mismos rubros que TelevisaUnivision tuvo en México por \$1,768.3 de dólares en el 2023, arriba de los \$1,518.5 en el 2022. Esto significa que los ingresos totales de publicidad crecieron un 6%. Mientras que en los EE.UU. los ingresos de publicidad declinaron en un 1%, mientras que el ingreso por publicidad en México creció un 18% (TelevisaUnivision announces, 2024).

Comcast/NBC la corporación propietaria de Telemundo, es una empresa global con negocios en telecomunicaciones y plataformas, así como en los negocios de medios, estudios y parques recreativos. En términos generales Comcast reportó un ingreso por \$121.6 mil millones de dólares ligeramente arriba de los \$121.4 millones de dólares en 2022. El segmento de Medios de Comcast incluye los canales de TV abierta NBC y Telemundo, un portafolio de canales de cable, la SVOD Peacock, y cadenas de televisión internacionales como Sky Sports. Así, el ingreso en el segmento de medios en el 2023 fue de \$25.4 mil millones de dólares, debajo de los \$26.7 mil millones del 2022 (Comcast, 2024). La corporación no reporta los ingresos específicos de la cadena Telemundo. En el caso de EstrellaTV no hay un reporte público de ingresos.

1.4. Políticas de comunicación

Se inicio un esfuerzo por regular las redes sociales, particularmente a nivel de los estados en que, por un lado, debido al incremento de una crisis de cuestiones de salud mental de los jóvenes, y por otro una posible prohibición de la App TikTok basado en la percibida amenaza a la seguridad nacional por una plataforma que es propiedad del conglomerado chino ByteDance. Lo anterior llevaría al Congreso de los Estados Unidos a pasar una prohibición del uso de TikTok en instituciones estatales y gubernamentales.

El surgimiento decisivo del uso de la inteligencia artificial de manera innovativa en todos los sectores de desarrollo, que incluye los medios de comunicación, también creo una preocupación sostenida sobre un posible mal uso, o de lo que podrían ser sus consecuencias no intencionales en varios rubros, lo que generó llamados a regular esta tecnología. Esto originó que por lo menos en 25 estados de la Unión Americana se introdujeron proyectos de ley para su regulación (Artificial Intelligence 2024).

1.5. Infraestructura de conectividad digital y móvil

Para enero del 2024 en los EE.UU. había 331 millones de usuarios de la web, con una penetración de internet del 97,1%. De estos, alrededor de 239 millones eran usuario

de las redes sociales, que representan el 70,1% del total de la población. Hay un total de 396 millones de teléfonos móviles lo que es el equivalente al 116,2% de la población (Kemp, 2024). Con relación a los hispanos estos tiene un acceso a internet del 97%, equivalente al acceso de la población en general. Un 91% de los latinos en los EE.UU. poseen un teléfono inteligente, un punto arriba del 90% de la población en general. Sin embargo, solo el 75% de los hispanos cuentan con una conexión de banda ancha, abajo del 80% de la población en general. En este contexto un 20% de los Latinos adultos son “teléfono-dependientes” al no contar con una conexión de banda ancha en su casa, arriba del 15% de los adultos de la población en general (Gelles-Watnick, 2024).

2. Análisis del año: La ficción de estreno nacional e iberoamericana en 2023

En el 2023 la producción de títulos inéditos tuvo un declive con el estreno de 29 títulos debajo de los 35 títulos estrenados en el 2023, solo arriba de los 24 del 2021, y los 28 del 2020; sin embargo, la producción de ficción no ha podido remontar la cantidad de títulos del 2019, en tiempos de prepandemia, cuando hubo 45 títulos de estreno.

TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2023
(nacionales, extranjeras del ámbito Obitel y coproducciones)

TITULOS NACIONALES INÉDITOS - 8	
Telemundo	
1. <i>Doctor del Pueblo</i> (unitario)	14. <i>¿Es Neta Eva?</i> (comedia-México)
2. <i>Juego de Mentiras</i> (telenovela)	15. <i>Esta Historia me Suena</i> (unitario-México)
3. <i>La Reina del Sur 3</i> (telenovela)	16. <i>Eternamente Enamorándonos</i> (telenovela-México)
4. <i>Secreto Familia Greco</i> (serie-EEUU-Argentina)	17. <i>La Madrastra</i> (telenovela-México)
5. <i>El Señor de los Cielos 8</i> (telenovela)	18. <i>Mi Camino es Amarte</i> (telenovela-México)
6. <i>El Señor de los Cielos: Sus Comienzos</i> (miniserie)	19. <i>Minas de Pasión</i> (telenovela-México)
7. <i>Vuelve a Mi</i> (telenovela)	20. <i>Perdona Nuestros Pecados</i> (telenovela-México)
Univision	
8. <i>La Fuerza de Creer</i> (web-serie)	21. <i>Renta Congelada</i> (comedia-México)
TITULOS EXTRANJEROS INÉDITOS - 21	
Univision	
9. <i>Amor Dividido</i> (telenovela-México)	22. <i>Rosa de Guadalupe</i> (unitario-México)
10. <i>Amor Invencible</i> (telenovela-México)	23. <i>Tal para Cual</i> (comedia-México)
11. <i>Cabo</i> (telenovela-México)	24. <i>Tierra de Esperanza</i> (telenovela-México)
12. <i>Como Dice el Dicho</i> (unitario-México)	25. <i>¿Tú Crees?</i> (comedia-México)
13. <i>Corazón Guerrero</i> (telenovela-México)	26. <i>Una Familia de Diez</i> (comedia-México)
	27. <i>Vecinos</i> (comedia-México)
	28. <i>Vencer la Ausencia</i> (telenovela-México)
	29. <i>Vencer la Culpa</i> (telenovela-México)
TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 29	

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

Con siete títulos Telemundo sigue siendo el principal productor de ficción nacional de estreno, mientras que Univision con 21 títulos extranjeros sigue siendo el principal distribuidor de ficción Obitel en los EE.UU. Importante señalar que la producción nacional ha estado estable con ocho títulos en 2023, 2022, y 2021, pero debajo de los nueve títulos del 2020, y muy por debajo de tiempos prepandemia con 12 en el 2019, y los 20 del 2018. Mientras que la producción extranjera con 21 de títulos de estreno debajo de 27 del 2022, arriba de los 16 del 2021, y de los 19 del 2020, pero muy por debajo de los 33 del 2019 en tiempos prepandemia.

**TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2023
(nacionales, extranjeros del ámbito Obitel y coproducciones).**

TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS - 54	
EstrellaTV (1) 1. <i>Jennie Vida de una Diva</i> (serie)	UniMás (31) 25. <i>Abismo de Pasión</i> (telenovela-México)
Telemundo (5) 2. <i>Betty en Nueva York</i> (telenovela)	26. <i>Amorcito Corazón</i> (telenovela-México)
3. <i>Decisiones</i> (unitario)	27. <i>Apuesta por un Amor</i> (telenovela-México)
4. <i>Enemigo Intimo</i> (telenovela-EE.UU./México)	28. <i>Como Dice el Dicho</i> (unitario-México) *
5. <i>Historia de la Virgen Morena</i> (telenovela-EE.UU./México)	29. <i>Enamorándome de Ramón</i> (telenovela-México)
6. <i>La Querida del Centauro</i> (telenovela-EE.UU./México)	30. <i>Esta Historia me Suena</i> (unitario-México) *
Univision (2) 7. <i>La Fuerza de Creer 2</i> (serie)	31. <i>La Fea Mas Bella</i> (telenovela-México)
8. <i>Amor en Navidad</i> (miniserie)	32. <i>Lo Imperdonable</i> (telenovela-México)
UniMás (1) 9. <i>Dani Who?</i> (serie-EE.UU./México)	33. <i>Isla Brava</i> (serie-México) **
TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS - 45	34. <i>La Madrastra</i> (telenovela-México)
Univision (15) 10. <i>Como Dice el Dicho</i> (unitario-México) *	35. <i>Mañana es para Siempre</i> (telenovela-México)
11. <i>Esta Historia me Suena</i> (unitario-México) *	36. <i>María Félix</i> (miniserie-México) **
12. <i>Familia Peluche</i> (comedia-México)	37. <i>Montecristo</i> (miniserie-México) **
13. <i>Los González</i> (comedia-México)	38. <i>La Mujer del Diablo</i> (serie-México) **
14. <i>Heridas de Amor</i> (telenovela-México)	39. <i>María Mercedes</i> (telenovela-México)
15. <i>María de todos los Ángeles</i> (comedia-México)	40. <i>Niña Amada Mía</i> (telenovela-México)
16. <i>Marimar</i> (telenovela-México)	41. <i>Nosotros los Guapos</i> (comedia-México)
17. <i>Nosotros los Guapos</i> (comedia-México)	42. <i>Papá a Toda Madre</i> (comedia-México)
18. <i>Quiero Amarte</i> (telenovela-México)	43. <i>Por Ella Soy Eva</i> (telenovela-México)
19. <i>Renta Congelada</i> (comedia-México)	44. <i>El Privilegio de Amar</i> (telenovela-México)
20. <i>Ringo</i> (telenovela-México)	45. <i>Rebelde</i> (telenovela-México)
21. <i>La Rosa de Guadalupe</i> (unitario-México) *	46. <i>Rosalinda</i> (telenovela-México)
	47. <i>Simplemente María</i> (telenovela-México)
	48. <i>Soñadoras</i> (telenovela-México)
	49. <i>Soy tu Dueña</i> (telenovela-México)
	50. <i>Tres Veces Ana</i> (telenovela-México)
	51. <i>Triunfo del Amor</i> (telenovela-México)

22. <i>Una Familia de Diez</i> (comedia-México) *	52. <i>Un Sueño al Corazón</i> (telenovela-México)
23. <i>Vecinos</i> (comedia-México) *	53. <i>Una Familia de Diez</i> (comedia-México) *
24. <i>Vino el Amor</i> (telenovela-México)	54. <i>Vecinos</i> (comedia-México) *
* Repuestos de temporadas pasadas, pero que también tienen capítulos de estreno	
** Estrenos de un capítulo al aire solo como promoción para la plataforma Vix	
TOTAL DE TÍTULOS REPUESTOS: 54	

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

Las reposiciones siguen teniendo una parte central en la programación de ficción de las cadenas. Con 54 títulos de reposición en el 2023, solo tres títulos debajo de las 57 reposiciones del 2022. Sin embargo, arriba de los 35 títulos del 2021, 46 del 2020 y 37 del 2018, lo que muestra que el número de reposiciones se han establecidos arriba de las exhibidas en tiempos de pandemia.

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

Formato	Títulos						Horas					
	2019	2020	2021	2022	2023	Total	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	8	7	6	4	4	29	466:20	342:40	387:00	194:00	238:20	1628:20
Series	3	1	1	1	2	8	33:00	10:00	19:00	6:00	9:00	77:00
Miniseries	0	0	0	2	1	3	0:00	0:00	0:00	11:00	3:00	14:00
Sitcom	0	1	1	0	0	2	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Unitario	1	0	0	0	1	2	13:00	14:00	14:00	0:00	5:00	46:00
Docudrama	0	0	0	1	0	1	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Otros	0	0	0	1	0	1	0:00	0:00	0:00	5:00	0:00	5:00
Total	12	9	8	9	8	46	512:20	366:40	420:00	216:00	255:20	1770:20

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

La telenovela sigue siendo el formato más importante en la ficción nacional, sin embargo, en declive de ocho en el 2019 a cuatro en el 2023, esta tendencia está en conformidad con el declive en general de la producción nacional. En esta nueva división del trabajo en el que las cadenas hacen las telenovelas, y las series se hacen mayoritariamente por las plataformas, es importante subrayar la modalidad y condiciones de la inclusión de dos series y una miniserie de estreno en la producción nacional. Una de las series de Telemundo *El secreto de la familia Greco* se trata de una producción que se hizo para Netflix y que después se estrenó para televisión abierta en Telemundo. Mientras que la miniserie de tres episodios *El Señor de los Cielos: Sus Comienzos* de Telemundo, se estrenó primero en la plataforma de streaming Quibi en el 2021, para después ser estrenada en televisión abierta en el 2023. Y,

por último, *La Fuerza de Creer* con cinco episodios, es la cuarta temporada de una serie que nació como una *webserie* en su primera temporada y estrenada en el portal de Univision, y después pasaría a estrenarse en televisión abierta.

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

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	8	28,0	255.20	18,1
PAÍSES OBITEL (total)	21	72,0	1156.39	81,9
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	0	0,0	0.00	0,0
Ecuador	0	0,0	0.00	0,0
España	0	0,0	0.00	0,0
EE.UU. Hispano	8	28,0	255.20	18,1
México	21	72,0	1156.39	81,9
Perú	0	0,0	0.00	0,0
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)	0	0,0	0.00	0,0
Coproducciones Nacionales	0	0,0	0.00	0,0
Coproducciones Países Obitel	0	0,0	0.00	0,0
TOTAL	29	100,0	1412.0	100,0

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

En el 2023 se estrenaron 1.412 horas de ficción, debajo de las 1.637 del 2022, de las 1.628 del 2021, y de las 1.610 del 2020, y muy por debajo de las 2.548 horas del 2019 en tiempos prepandemia. México no solo se mantuvo como el más importante proveedor de ficción para el mercado hispano de los EE.UU. y dominando la pantalla con 1.156 horas que significaron el 82% del total de estrenos del 2022. Por primera vez en el conteo de la ficción de Obitel, ningún otro país tuvo títulos de ficción de estreno en las pantallas de las cadenas en español. La ausencia de ficción proveniente de Colombia y de Brasil son las más notable ausencias.

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

Formato	Títulos		Horas	
	Nacionales	Resto Obitel	Nacionales	Resto Obitel
Telenovela	4	12	238.2	793.2
Serie	2	0	9.0	0.0
Miniserie	1	0	3.0	0.0
Telefilm	0	0	0.0	0.0
Sitcom	0	6	0.0	36.0
Unitario	1	3	5.0	327.5
Docudrama	0	0	0.0	0.0
Otros	0	0	0.0	0.0
Total	8	21	255.20	1156.39

Fuente: Nielsen - Obitel EE.UU.

La telenovela es el formato dominante en ambas la producción nacional y Obitel. Pero a diferencia de la producción nacional, en la producción Obitel los unitarios juegan un papel muy importante dentro de la programación. Es así que, mientras que las telenovelas son el 69% del total de horas exhibidas, los unitarios de ficción representan son el 28% del total de horas exhibidas, con las comedias el 3% de horas Obitel.

TABLA 5. Los diez títulos más vistos en 2023

Título		Canal	Productora (País)	Formato/ género	No. de cap/ep en 2023	Franja horaria	Rating %	Share %
1	Tierra de Esperanza	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	61	Prime time	6,2	23,5
2	Mi Camino es Amarte **	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	66	Prime time	6,1	20,2
3	Amor Invencible	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	78	Prime time	5,8	20,8
4	Cabo	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	85	Prime time	5,6	21,3
5	Perdona Nuestros Pecados	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	89	Prime time	5,6	19,5
6	Vencer la Ausencia **	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	41	Prime time	5,5	18,3
7	La Madrastra **	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Drama	9	Prime time	5,3	20,6
8	Minas de Pasión	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	81	Prime time	5,2	22,3
9	Eternamente Amándonos	Univision	Televisa/ Univision México	Telenovela/ Melodrama	84	Prime time	4,8	18,9
10	El Señor de los Cielos 8 *	Telemundo	Telemundo/EE.UU.	Telenovela/ Narco-melodrama	88	Prime time	4,7	15,5
Guiones nacionales: 1				Guiones extranjeros: 9				
10%				90%				

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

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

Univision dominó la lista con nueve de las diez ficciones más vistas del 2023. El melodrama tradicional domina las tres primeras posiciones en la lista. Mientras que la franquicia de las telenovelas “Vencer” vuelve a estar en la lista de las diez más vistas con *Vencer la Ausencia* en el sexto lugar, habiendo ocupado el noveno en el 2022. La franquicia con *Vencer el Pasado* le ha dado el segundo lugar en el 2022, y el segundo

con *Vencer el Desamor* en el 2021. Por su parte, *La Madrastra* una producción de la franquicia “La Fábrica de Sueños” ocupó el séptimo lugar, habiendo ocupado el décimo lugar en el 2022. De esta franquicia títulos como *Los Ricos También Lloran* ocuparon el sexto lugar en el 2022, o *Rubí* que ocupó el segundo lugar en el 2020, e igual *La Usurpadora* el segundo lugar en el 2019.

Desde el 2020, y por tres años Univision ocupó todos los lugares de las ficciones más vistas, y fue hasta el 2023 que Telemundo logró entrar a la lista con *El Señor de los Cielos* 8 en el décimo lugar. Es bueno subrayar que la apuesta de la cadena Telemundo con *El Señor de los Cielos* y sus ocho temporadas sigue dando resultados de *rating*. Hay que recordar que solo con la excepción de la primera temporada, a partir de la segunda todas las temporadas del *El Señor de los Cielos* han entrado en la lista de las más vistas. El resultado de la telenovela aseguró la producción de la novena temporada de *El Señor de los Cielos* para el 2024.

TABLA 5a. Los diez títulos nacionales más vistos en 2023

Título		Canal	Productora (País)	Formato/género	No. de cap/ep en 2022	Franja horaria	Rating %	Share %
1	<i>El Señor de los Cielos</i> 8	Telemundo	Telemundo EE.UU.	Telenovela/ Narco-melodrama	88	Prime time	4,7	15,5
2	<i>La Reina del Sur</i> 3 *	Telemundo	Telemundo /Netflix EE.UU.	Telenovela/ Narco-melodrama	15	Prime time	3,5	12,1
3	<i>Juego de Mentiras</i>	Telemundo	Telemundo EE.UU.	Telenovela/ Melodrama suspenso	50	Prime time	3,2	11,8
4	<i>Vuelve a Mi</i>	Telemundo	Telemundo EE.UU.	Telenovela/ Drama	57	Prime time	3,1	11,9
5	<i>El Señor de los Cielos: Sus Comienzos</i>	Telemundo	Telemundo EE.UU.	Telenovela/ Narco-melodrama	3	Prime time	2,5	11,1
5	<i>Doctor Pueblo</i>	Telemundo	Telemundo EE.UU.	Unitario/Me lodrama	5	Prime time	2,1	8,8
6	<i>Fuerza de Creer</i> 4	Univision	Univision/ EE.UU.	Webserie/ Melodrama	5	Tarde	1,4	10,9
7	<i>Secreto de la Familia Greco</i> *	Telemundo	Telemundo /Underground EE.UU./Argentina	Serie/Drama	4	Prime time	0,8	5,9
Guiones extranjeros: 1				Guiones originales nacional: 6				
14%				86%				

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.
(*): Su emisión comenzó en 2022 y pasó a 2023

En el contexto de las producciones nacionales se sitúa en segundo lugar *La Reina del Sur 3*. Mientras su predecesora *La Reina del Sur 2*, logró el primer lugar en la tabla general de las más vistas, y la *La Reina del Sur 1* se metió al sexto lugar de las diez más vistas. En el 2013, *La Reina del Sur 3* no logró entrar a la lista general de las más vistas. Tampoco las producciones de Telemundo con sello Miami como *Juego de Mentiras* y *Vuelve a Mi* dieron resultados de audiencia. En particular *Vuelve a Mi* con el regreso de William Levy y su *star power* no pudieron tener un impacto en los *ratings*. Lo mismo con el unitario, serie y miniserie producidos por Telemundo ocupando los puestos más bajos de la lista con sus bajos *ratings*.

TABLA 6. Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos: sexo y edad

Título		Canal	Sexo %	
			Mujeres	Hombres
1	<i>Tierra de Esperanza</i>	Univision	65	35
2	<i>Mi Camino es Amarte</i>	Univision	63	37
3	<i>Amor Invencible</i>	Univision	66	34
4	<i>Cabo</i>	Univision	64	36
5	<i>Perdona Nuestros Pecados</i>	Univision	65	35
6	<i>Vencer la Ausencia</i>	Univision	61	39
7	<i>La Madrastra</i>	Univision	62	38
8	<i>Minas de Pasión</i>	Univision	66	34
9	<i>Eternamente Amándonos</i>	Univision	67	33
10	<i>El Señor de los Cielos 8</i>	Telemundo	54	46

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

Título		Edad %						
		2 a 11	12 a 17	18-24	25-34	35-49	50 a 54	55-+
1	<i>Tierra de Esperanza</i>	6	4	6	7	21	11	45
2	<i>Mi Camino es Amarte</i>	8	5	6	8	20	8	44
3	<i>Amor Invencible</i>	6	4	5	7	19	10	49
4	<i>Cabo</i>	7	5	6	8	23	9	43
5	<i>Perdona Nuestros Pecados</i>	5	5	6	7	18	8	50
6	<i>Vencer la Ausencia</i>	8	6	7	8	21	9	42
7	<i>La Madrastra</i>	7	5	6	9	22	10	41
8	<i>Minas de Pasión</i>	5	4	4	6	20	10	51
9	<i>Eternamente Amándonos</i>	5	4	5	8	20	10	48
10	<i>El Señor de los Cielos 8</i>	8	4	7	13	27	11	31

Fuente: Nielsen – Obitel EE.UU.

El perfil demográfico por género deja muy claro que el segmento femenino domina los números de ausencia. La lista y los primeros lugares de posición representan en promedio un 65% de la audiencia, con solo un 35% de audiencia masculina. Consistente con las audiencias del 2022 en el que el porcentaje de las diez más vistas fue del 63%, y 37%. Y con el 65% de mujeres y 35% de hombres en la audiencia de las más vistas del 2021. Ello contrasta con las tendencias de audiencia que han mostrado los

títulos de narconovelas como ejemplifica la séptima temporada de *El Señor de los Cielos* con 54% de audiencia femenina y 46% de audiencia masculina.

En el segmento de audiencias por edad hay una tendencia sostenida al incremento de audiencias de mayores de 50 años. Por primera vez, en el 2023, la audiencia de las diez ficciones más vistas rebasó la línea de los 50 años, con un 54% de audiencias de más de 50 años. Esta tendencia de envejecimiento del segmento de audiencias se ha mostrado claro en los últimos años con el 48% en el 2022, el 49% en el 2021, el 44% en el 2020 y el 41% en el 2019. Una diferencia más indicativa de esta tendencia es si vemos que en el 2015 solo el 31,5% de la audiencia era mayor de 50 años. De igual manera en el 2023 la única diferencia la marcó *El Señor de los Cielos* 8 quien tuvo solo el 42% de audiencias de más de 50 años. Al final las demografías de la ficción están constituidas mayormente por mujeres de más de 50 años.

3. Monitoreo VoD 2023

3.1. Mercado de plataformas de VoD en 2023

Según Forbes, a pesar de su crecimiento el 2023 fue un año en el que el ingreso de nuevos suscriptores disminuyó fuertemente (Folk, 2024). El mercado de SVOD ha dejado atrás la etapa de su expansión, dado que la burbuja que ocasionó la pandemia estalló, con una marcada desaceleración de las plataformas en el 2023 con solo un 10,1% de crecimiento muy por debajo del 21,6 del 2022. Uno de los factores importantes fue el número de cancelaciones de servicios de *streaming* durante el año. En una dinámica en la que el consumidor se suscribe a un *streaming* para ver un contenido en particular, solo para cancelarlo al final de su consumo, y contratar otro servicio que ofrece un contenido específico a consumir. Al mismo tiempo con el surgimiento de las nuevas plataformas se está dando un “rebalanceo del mercado” con la presencia de nuevos actores en el SVOD. Netflix que para el 2019 tenía el 48 por ciento del mercado de SVOD ahora solo representa el 29 por ciento, y Hulu que tuvo el 23 por ciento de las suscripciones ahora solo tiene el 14 (Folk, 2024).

Para finales de diciembre de 2023, el número de suscripciones de Netflix a nivel global era de 247 millones, seguido de Prime Video con 200 millones, Disney+ en tercer lugar con 150 millones, Max en cuarto con 95 millones, Paramount+ en quinto con 63 millones, Hulu (Star+ en Latinoamérica) sexto con 48 millones, Peacock séptimo con 28 millones, ESPN en octavo con 26 millones, Apple+ noveno 25 millones, Starz décimo con 16 millones (Bastarrica, 2023).

3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2023
(nacionales, regionales dentro del país)

Dentro del surgimiento de diferentes plataformas de SVOD, un caso importante es el surgimiento de la producción de Vix, plataforma de propiedad de TelevisaUnivision. La apuesta en la producción de plataforma se revela cuando en el 2023, los 18 títulos de estrenos de la plataforma casi empatan a los 22 títulos de estreno en televisión abierta de la corporación.

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

Mientras que la producción SVOD para los Latinos de los EE.UU. en inglés o en español siempre ha tenido números desalentadores, esta tendencia a la baja se ha reforzado con las estrategias de las diferentes plataformas de producir desde Iberoamérica tanto para el mercado regional en español y portugués como para el mercado doméstico Latino en los EE.UU. Con esta estrategia y el surgimiento de nuevas plataformas de SVOD con interés en la región, los EE.UU. lidera ampliamente la producción de ficción en la región.

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

TÍTULOS LATINO EE.UU. DE ESTRENO (6)	
Netflix (2)	30. <i>L-Pop</i> (Serie, México/EE.UU.)
1. <i>Freeridge</i> (Serie, Comedia)	31. <i>El Coro: Éxito Alla Voy</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)
2. <i>Neon</i> (Serie, Comedia Musical)	32. <i>Mila in the Multiverse</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)
Hulu (1)	33. <i>It's All Right</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)
3. <i>This Fool 2</i> (Serie, Comedia)	34. <i>C.H.U.E.C.O.</i> (Serie, Argentina/México, EE.UU.)
Amazon Prime (3)	Star+ (Hulu/Disney) (12)
4. <i>Primo</i> (Serie, Comedia)	35. <i>Horario Estelar</i> (Serie, México/EE.UU.)
5. <i>The Horrors of Dolores Roach</i> (Serie, Comedia)	36. <i>El Grito de las Mariposas</i> (Serie, España, Argentina, EE.UU.)
6. <i>With Love 2</i> (Serie, Comedia)	37. <i>Ringo, Gloria y Muerte</i> (Serie, Argentina/EE.UU.)
PRODUCCIONES DE EE.UU. EN IBEROAMERICA DE ESTRENO (66)	38. <i>Diciembre 2001</i> (Miniserie, Argentina/EE.UU.)
Netflix (8)	39. <i>Pancho Villa</i> (Serie, México/EE.UU.)
1. <i>Elite 7</i> (Series, EE.UU./España)	40. <i>El Mantequilla: Maestro de la Estafa</i> (Serie, México/EE.UU.)
2. <i>Valeria 3</i> (Serie, EE.UU./España)	41. <i>Máscara Contra Caballero</i> (Serie, México/EE.UU.)
3. <i>The Snow Girl</i> (Serie, EE.UU./España)	42. <i>Nada</i> (Serie, Argentina/EE.UU.)
4. <i>El Elegido</i> (Serie, EE.UU./México)	43. <i>Como ser un Carioca</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)
5. <i>Berlín</i> (Serie, EE.UU./España)	44. <i>Soy tu Fan 3</i> (Serie, México/EE.UU.)
6. <i>Sagrada Familia</i> (Serie, EE.UU./España)	45. <i>Planners</i> (Serie, Argentina/EE.UU.)
7. <i>Un Cuento Perfecto</i> (Serie, EE.UU./España)	46. <i>Dos Tiempos</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)
8. <i>Ojitos de Huevo</i> (Serie, EE.UU./México)	Lionsgate+ Starz (2)
Amazon PrimeVideo (10)	47. <i>Nacho</i> (Serie, España/EE.UU.)
9. <i>Novela</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)	48. <i>Yellow</i> (Serie, México/EE.U.)
10. <i>Dom 2</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)	Vix+ (18)
11. <i>Amar es para los Fuertes</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)	49. <i>La Mujer del Diablo 3</i> (Serie, EE.UU./México)

11. <i>Amar es para los Fuertes</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)	49. <i>La Mujer del Diablo 3</i> (Serie, EE.UU./México)
12. <i>Melody</i> (Serie, Argentina/EE.UU.)	50. <i>Volver a Caer</i> (Serie, EE.UU./México)
13. <i>Sin Huellas</i> (Serie, España/EE.UU.)	51. <i>El Colapso</i> (Miniserie, EE.UU./México)
14. <i>Barrabrava</i> (Serie, Argentina/Uruguay/EE.UU.)	52. <i>Las Pelotaris 1926</i> (Serie, EE.UU./México/España)
15. <i>Chavorrucu</i> (Serie, México/EE.UU.)	53. <i>Montecristo</i> (Serie, EE.UU./México)
16. <i>P#t@s Redes Sociales</i> (Serie, México/EE.UU.)	54. <i>Mas Alla de Ti</i> (Serie, EE.UU./México)
17. <i>Memento Mori</i> (Serie, España/EE.UU.)	55. <i>Senda Prohibida 1, 2, y 3</i> (Serie, EE.UU./México)
18. <i>Los Farad</i> (Serie, España/EE.UU.)	56. <i>Paraiso Blanco</i> (Serie, Colombia/EE.UU./México)
HBOMax (6)	57. <i>Gloria Trevi: Ellas Soy Yo</i> (Serie, EE.UU./México)
19. <i>Mariachis</i> (Serie, México/EE.UU.)	58. <i>El Gallo de Oro 1</i> (Serie, EE.UU./México)
20. <i>Candy Cruz</i> (Serie, México/EE.UU.)	59. <i>La Hora Marcada</i> (Antología, EE.UU./México)
21. <i>Pollos Sin Cabeza</i> (Serie, España/EE.UU.)	60. <i>Pacto de Sangre</i> (Antología, EE.UU./México)
22. <i>Vgly</i> (Serie, México/EE.UU.)	61. <i>Se Llamaba Pedro Infante</i> (Serie, EE.UU./México)
23. <i>Te Quiero y Me Duele</i> (Serie, México/EE.UU.)	62. <i>Viva la Comedy</i> (Serie, EE.UU./México)
24. <i>Días de Gallos</i> (Serie, Argentina/EE.UU.)	63. <i>Cualquier Parecido</i> (Serie, EE.UU./México)
Paramount+ (2)	64. <i>Pinches Momias</i> (Serie, EE.UU./México)
25. <i>Marcelo, Marmelo, Martelo</i> (Serie, Brasil/EE.UU.)	65. <i>Un Buen Divorcio</i> (Serie, EE.UU./México)
26. <i>Los Enviados 2</i> (Serie, México/EE.UU.)	66. <i>Ana</i> (Serie, EE.UU./México)
Disney+ (8)	
27. <i>Viaje al Centro de la Tierra</i> (Serie, México/EE.UU.)	
28. <i>Gina Yei</i> (Serie, Puerto Rico/EE.UU.)	
29. <i>El Club de los Graves</i> (Serie, Colombia/EE.UU.)	
	Total: 72

Fuente Obitel

3.4. Características narrativas del VoD en 2023

Es muy claro el dominio del formato series en la producción de las plataformas SVOD. Se ha producido una división del trabajo con relación al formato, en la que las plataformas le han apostado mayormente al formato corto de las series o las miniseries, dejando la producción de formatos de larga duración como las telenovelas a las cadenas de televisión abierta. Sin embargo, Vix está experimentando con una modalidad en que se exhibe el formato que puede funcionar de manera híbrida como serie de corto formato o como telenovela. Este es el caso de *La Mujer del Diablo* y de *Senda Prohibida* las dos series consistentes en tres temporadas. Lo importante es que el estreno de estas series es casi de una manera secuencial que lleva una lógica del formato largo de telenovela. Por ejemplo, *La Mujer del Diablo* se estrenó en julio y octubre del 2022, y enero del 2023, mientras que *Senda Prohibida* se estrenó la primera temporada en junio y las dos siguientes en septiembre del 2023. Importante subrayar que el equipo de producción de estas dos series, son equipos con una larga trayectoria de producción en telenovelas.

4. Interactividad y participación de las audiencias

4.1. Interactividad Social

En el terreno de la ficción, el 11 de septiembre la cadena Telemundo lanzó un comunicado de prensa en que anuncia el estreno de un *spin off* de su famosa serie *El Señor de los Cielos* (ESDLC) en este caso se trata de la precuela titulada *El Señor de los Cielos: Sus Comienzos*. Desde el 2019 se inició la grabación de la miniserie de 15 capítulos de diez minutos, titulada *Natural Born Narco* diseñada para su distribución en la nueva lanzada plataforma para contenidos cortos Quibi. Desafortunadamente la plataforma Quibi fue cerrada a menos de seis meses de su lanzamiento y así la miniserie no alcanzó mucha visibilidad. Pero gracias al acuerdo inicial de Quibi con Telemundo en la que la cadena conservaba los derechos de autor, esta pudo transmitirla un par de años después de su estreno en la plataforma.

En el comunicado de prensa de Telemundo se especifica que se tratan de tres episodios que se transmitirían el 13, 14 y 15 de septiembre en la cadena, y que después solo podrán ser vistos a través de la plataforma Peacock y de la aplicación de Telemundo. La cadena declara que “la audiencia podrá presenciar la transformación del legendario Aurelio Casillas” mientras pasa de ser un niño ordinario a una figura poderosa y enigmática cuya historia se ha convertido en un fenómeno cultural en la televisión hispana.” Este boletín fue reproducido por los diferentes sitios locales de Telemundo en el país y por varios medios de la prensa especialista hispanos y Latinoamericanos como *People en Español*, *TodoTVNews*, *Produ*, *TiempoLatino*, *El Comercio* entre otros.

El comunicado de prensa tiene una liga al sitio de oficial de Instagram de *El Señor de los Cielos*, en donde está el *trailer* de la miniserie, que cuenta con 1.7 millones de seguidores, con 4.972 publicaciones, en el que la mayoría de los posts en esta cuenta de Instagram oscilen entre los 15 a los 70 mil “me gusta” cada uno. Es un sitio que se mantiene activo a través de muchas temporadas incluida la octava temporada estrenada en el 2023. Mientras que en Facebook en el sitio del *El Señor de los Cielos* que cuenta con 11 millones de seguidores, el post específico de *El Señor de los Cielos: Sus Comienzos* cuenta con 708 mil seguidores. Por el contrario, Telemundo no posteo o subió la miniserie a su canal oficial de YouTube, pero otros lo harán como parte de lo que en esta sección llamamos Interacción Social.



4.2. Participación Social

El enlace a *Los Comienzos* que posteó la cadena al sitio de Instagram fue dentro de el grupo de *El Señor de los Cielos*, sobre la miniserie posteo el 12 de septiembre del 2023 tuvo 34 mil me gusta. Sin embargo, será en Facebook y en Youtube en donde se dará la participación social más intensa dado que estas dos redes ofrecen en diferentes modalidades acceso a los capítulos de esta miniserie *Los Comienzos*.

Facebook. En cuanto a Facebook hay un sitio oficial del *El Señor de los Cielos* con 11 millones de suscriptores en donde se posteo “ESTA NOCHE todos bien truchas para descubrir los orígenes de Aurelio Casillas y cómo se convirtió en el capo de capos 🌋🔥 EVENTO ESPECIAL a partir de ESTA NOCHE las 10PM/9C por Telemundo. ARRE!! #ESDLC” y con ello el *trailer* de la miniserie lo que provocó 10 mil me gusta y 326 comentarios. Atendiendo al post específico que anuncia la precuela *Los Comienzos*, esta tiene 721 mil miembros. Pero será en una *fanpage* de Facebook titulada “Aurelio Casillas Fans” en donde los capítulos completos se subieron con 210 mil seguidores, 17 mil me gusta. Sin embargo, un vacío de información, sobre la miniserie, causó un gran impacto en las interacciones en tres niveles: uno desconocimiento de donde se puede ver la miniserie; dos, una confusión sobre la cantidad de capítulos y lo que dura la miniserie; tres, al fracasar Quibi la miniserie queda inconclusa, y muchos piensan que hay más episodios u otra temporada, lo que no es así. En contraste, en lo que respecta a comentarios sobre la trama, estos son de manera casi unánime muy favorables: “Megafan de esta serie”, “Buenísimo”, “Me gusto mucho como toda esta serie”, “Buena arre”, “Muy buena” “Lo mejor de lo mejor 🍷❤️”. Y, de plano uno de los internautas admite “Me encanta para mí es como una droga lla no puedo vivir sin verlos”

YouTube. Haciendo una revisión de la distribución de la miniserie en YouTube se destacan los sitios Lucas Giménez con 181 mil suscriptores, Lerma Noticias con 105 mil, Mr. Cormac con 18 mil, Info Series con 5 mil, El Canal del Mero Mero con 1500, Mrbeaast con 1400. Por un lado, llama la atención el sitio de Mr. Cormac quien realiza un resumen y contextualización de la serie, y utiliza la miniserie para hacer una relatoría, y fungir como un reportero de la ficción. Y, por otro lado, el sitio con más alcance para su distribución y las reacciones es el canal de Lucas Giménez. En su cuenta con 174 mil seguidores, Lucas Giménez subió 21 videos cortos que varían entre 1 a 4 minutos, en el que el orden de los videos no corresponde con la línea de la narrativa, por lo que es la audiencia que tiene que hacer sentido de la historia que se está contando. El total acumulado de vistas de los videos es de 8 millones 539 mil, con un promedio de 407 mil vistas por capítulo. Las reacciones se reflejan en un total de 13.385 me gusta, promediando unos 700 me gusta por video. En YouTube, las preguntas de donde ver la miniserie continúan, de la misma manera que el reconocimiento de la calidad de la serie y de las actuaciones: “Buenicima 🍷”, “La interpretación de Don Cleto es genial” y “Ese niño es un Darth VADER”.

Pero de manera central aquí la audiencia discute para negociar lo que les presenta la miniserie con lo que saben a través de las temporadas de ESDLC: “Ahí es donde inició Aurelio y Chacorta el Narco”, “Entonces Aurelio mato al padre del letrudo?”. Algunos llaman la atención a ciertas contradicciones en relación a ESDLC la super serie. “Aquí se contradice mucho sobre el abuelo heriberto en tercera temporada”. Otros hacen hincapié en la trama y su relación con el desarrollo de las temporadas de ESDLC: “Quien diría que algún día el lo mataría a su creador el que lo hizo”

5. Lo más destacado del año 2023

Como ha sido consistente a través de los años, los eventos especiales en vivo fueron los programas televisivos con más audiencia en el año. Los eventos con más rating en el 2023 en la televisión hispana fueron *Premios lo Nuestro* en Univision con un rating de 8,3 puntos, seguido de *Premios Juventud* con un rating de 7,6 puntos, y en tercer lugar, transmitido por Telemundo fue Miss Universo con 7,4 puntos, y en cuarto y quinto lugar transmitidos por Univision *Latin American Grammys Awards* con 7,4 y *Latin American Music Awards* con 6,6 de rating. El otro rubro de eventos produciendo los ratings más altos en la televisión en español son los eventos deportivos en particular los partidos de futbol. El juego de la CONCACAF México contra Panamá tuvo 3 millones de espectadores en Univision; mientras el juego amistoso de México y EE.UU. en Telemundo generó grandes ratings para la cadena con 1.5 millones de espectadores en abril del 2023.

En la competencia por el rating los programas de *RealityTV* junto con la ficción son la oferta programática con más rating en la televisión particularmente para Telemundo. En el 2023 *La Casa de los Famosos* con un 4,69 en un empate técnico con *El Señor de los Cielos 8* con 4.66 tuvieron el rating más alto de cualquier programa de a cadena. *Los 50*, *Exatlón* y *Top Chef* tuvieron mejor desempeño en ratings que las otras producciones de ficción, solo con excepción de *La Reina del Sur 3*. Cabe señalar que probablemente el evento televisivo mas importante del año no sucedió en los EE.UU. sino en México, pero con un impacto binacional, con el triunfo de Wendy Guevara en *La Casa de los Famosos México*, un hito televisivo y de las redes sociales no visto en las últimas dos décadas.

6. El tema del año: Las narrativas de la ficción

Los títulos producidos por TelevisaUnivision en México, y estrenados en el 2023 continúan la tradición del melodrama romántico que por años le ha dado éxitos a la cadena. Narrativas con identidades secretas, regresos para vengar injusticias del pasado,

amores condenados por diferencias de clase, romances en escenarios rurales, entre otros dominaron la pantalla. Así, mientras esta fórmula le ha permitido a Univision conservar su liderazgo en ratings, pero ha sido grandemente a costa de el deslizamiento de la demografía de sus audiencias a un demo constituido en más del 60 por ciento por mujeres, y más de un 50 por ciento de personas de más 50 años de edad. Esta estrategia parece complementarse con la estrategia de estrenar en Vix, series con temática dramáticas, en subgéneros como el drama criminal, policiacas, o distópicas, con temas más arriesgados en términos de la sexualidad y más innovadores, parecen estar dirigidas a otro tipo de audiencias compuestas por hombres jóvenes.

Por su parte, la ficción nacional liderada por Telemundo, después del éxito de *La Reina del Sur* en el 2011, la cadena abandonó gradualmente el melodrama romántico elaborado bajo la formula neutra de Miami como principal motor de las historias. En este sentido, la cadena cambio la formula y optó por el modelo de reglocalización (Piñón, 2014), que son narrativas que viajan gracias a tramas que suceden en diferentes ciudades de manera simultánea, y que se entrelazan, contando con elencos de actores y personajes de diferentes nacionalidades (mexicanos, colombianos, venezolanos, cubanos, españoles, latinos de los EE.UU.), con acentos de español muy locales y claramente identificables culturalmente, que muestran una idea de la región, diseñada desde Miami para su consumo global (reglocal). Las narrativas que permitieron la implementación de esta fórmula han estado mayormente basadas en historias de narcotráfico, tráfico de personas, lavado de dinero, crimen organizado en general, teniendo como contexto eventos históricos reales o basadas en personajes reales, con un toque de documentos semi-histórico, y un tratamiento de thriller, suspenso, acción, drama policiaco, drama criminal internacional. El estreno y éxito de *El Señor de los Cielos* en el 2013, solidificará esta ruta, lo que llevará a la cadena a un ascenso en ratings que nunca había experimentado convirtiéndose en un real competidor de la anteriormente hegemónica cadena Univision. Narrativas centradas en el narco, con varias y exitosas temporadas como *La Reina del Sur*, *El Señor de los Cielos* y *Señora Acero*, entre las más sobresalientes, dominarán los ratings de la cadena. Otros thrillers policiacos, o carcelarios como *Enemigo Intimo*, *El Recluso*, o *Prisionero No. 1*, estarán en la dieta narrativa de la cadena.

Telemundo también ha realizado ficciones trabajando a la migración como una realidad social, y los retos de los migrantes para adaptarse y asimilarse a las dinámicas sociales, culturales y lingüísticas de este país. En particular se señalan ciertas dinámicas diferenciadas entre generaciones las nacidas en el extranjero y las de sus hijos como ciudadanos Latinos de los Estados Unidos. Algunas de los títulos que abordan estas dinámicas son *Bajo el Mismo Cielo*, *Al Otro Lado del Muro*, o *Mi Familia Perfecta*. También la cadena ha incluido de manera crecientes personajes de la comunidad LGTBQ, que en también ha tenido la función no solo de hacer visible estas minorías sino de informar y enseñar sobre los derechos ciudadanos de ellas,

como el caso de la chica trans Leonor en *Sangre de mi Tierra* y el chico trans Ale en *100 Días para Enamorarnos*.

El Telemundo la división de contenido para televisión abierta y plataformas de *streaming* parece mostrar un movimiento estratégico similar al de Televisa/Univision y Vix, pues Telemundo seguirá con su producción de telenovelas y trabajará en series dramáticas cortas, para estrenar en plataformas. Cabe señalar que Telemundo trató de integrar la oferta de series dramáticas para televisión abierta con *El Recluso* y *Jugar con Fuego* (Piñón, 2019). Después, Telemundo trabajó con la productora española Isla Audiovisual con *No te Puedes Esconder* en 2019, para Netflix, y en el 2023, produjo con Underground Studios *El Secreto de la Familia Greco* para Netflix. Así Telemundo produce series dramáticas que serán estrenadas primero en plataformas para después tener una segunda vida en la televisión abierta en español de los Estados Unidos.

En el 2023, se estrenaron ocho títulos nacionales, siete en Telemundo y uno en Univision. Para efectos de variedad en el tipo de narrativas en esta sección analizaré tres ficciones, dos producidas por Telemundo, una por Univision.

A. *El Señor de los Cielos 8* (Telemundo, telenovela)

B. *Juego de Mentiras* (Telemundo, telenovela)

C. *La Fuerza de Creer* (Univision, webserie)

A. *El Señor de los Cielos 8*

I. Formato/género y tema: telenovela, narco narrativas, crimen organizado y política

El Señor de los Cielos 8 que entra dentro de este conjunto de narrativas producidas por corporaciones de los Estados Unidos sobre el narcotráfico desde Latinoamérica, con una visión problemática inherente a las dinámicas económicas, políticas y culturales del sur global. Pero, sin embargo, al ser una realización hecha en México y en Colombia, se distancia un poco de la visión presentada en series estadounidenses como *Narcos* pues en ESDLC las propias agencias estadounidenses como la CIA, el FBI o la DEA como parte de la red de corrupción, y complicidad de esta red internacional de crimen.

II. Vectores de identidad: clase social, raza, orientación sexual e identidad de género

La narrativa está basada mayormente en la vida de las clases altas que obtienen su dinero o su poder de manera mayormente ilegal, por un lado, a través del crimen organizado como el tráfico de drogas, lavado de dinero, de armas; por otro lado, a partir de posiciones de poder en el gobierno, la diplomacia, la milicia, o los servicios secretos, por medio de la corrupción, el soborno o la extorsión. La naturaleza transnacional del tráfico de drogas en la región Iberoamericana y de los Estados Unidos

permite presentar un crisol tanto multinacional, multicultural a través del casting y sus personajes.

Al mosaico multinacional y multicultural se suma un espectro multirracial. La narrativa de *El Señor de los Cielos* en donde las altas esferas del poder económico y político han sido mostradas mayormente como personas blancas o mestizas de tez clara. El propio Aurelio Casillas y su familia que se convierten a través de las temporadas en los personajes básicos (Ximena, Chacorta, Rutila, Victor, Luz Ma, Dona Alba) son actores mexicanos blancos (algunos rubios), o en su caso mestizos de tez clara. Lo mismo con las esferas del poder tanto gubernamentales o empresariales mexicanas, en su mayor parte hombres blancos o de tez clara. El espectro racial se abre cuando entran en la ecuación los líderes e integrantes de las bandas criminales rivales, la guerrilla, la milicia, los presos en las cárceles. Es dentro de este universo marginal, es donde estalla la presencia de personajes mestizos de piel oscura, personajes con rasgos indígenas, mulatos, o afro-latinoamericanos.

Aunque la comunidad LGTBQ ha estado ausente de la narrativa en las temporadas de *El Señor de los Cielos*, la homosexualidad masculina de closet y la bisexualidad femenina han aparecido de manera estratégica bajo ciertas condiciones altamente problemáticas. Las mujeres bisexuales son sexualizadas, para crear escenas de atractivo para la audiencia masculina; en contraste la homosexualidad masculina se trata en una condición de closet, o en caso como rasgo de una conducta corrupta.

III. Personajes por analizar: Aurelio Casillas, Rutila Casillas, Eunice Lara “La Felina”

Aurelio Casillas “El Señor de los Cielos” (personaje inspirado en el narcotraficante mexicano Amado Carrillo líder del Cartel de Juárez) se convirtió en el motor de la trama de esta serie que ya cuenta con 9 temporadas. Aurelio Casillas es un líder criminal de tráfico de drogas, cuyo poder emana de su aguda inteligencia estratégica, su naturaleza sanguinaria y despiadada, su capacidad de camuflarse y de escapar. Por un lado, Aurelio Casillas, representa una masculinidad sin inhibiciones, de deseo sexual desenfrenado y disfrute de los placeres sensuales, mientras ejerce el control sobre todo y de todos, de vida de lujo, y mayormente de éxito. Por otro lado, Aurelio Casillas, es el personaje que en su condición de criminal confeso, desenmascara el cinismo del aparato gubernamental y su profunda corrupción.

Mientras que a lo largo de muchas temporadas la telenovela ha utilizado el recurso de sexualización y objetivación de las mujeres, particularmente como seres de los que se puede disponer. Es también importante señalar la aparición de mujeres fuertes en busca del control de sus vidas dentro de un medio altamente machista y patriarcal como lo es el mundo del narco y del crimen organizado.

El caso de Rutila Casillas, hija de Aurelio Casillas, es interesante pues el espectador ha visto crecer a este personaje desde que era una niña, y todos los esfuerzos que hizo de salirse del negocio de su padre. Este intento la lleva a confronta a su padre

varias veces, lo que siempre saldrá viva por ser su hija, pero al mismo tiempo vemos como ella misma se vuelve de una manera en una versión femenina de su propio padre. Rutila una mujer hermosa no solo encuentra el coraje y la agallas para enfrentar un mundo de hombres, sino también su poder sexual, al igual que su padre. En esta temporada vemos a una Rutila empecinada en poder afianzar una relación de pareja, en condiciones de iguales con el guerrillero colombiano conocido como el Super Javi.

El caso de Eunice Lara conocida como “La Felina,” es probablemente el único personaje femenino realmente empoderado en toda la telenovela. Desde su aparición ella se manejó con los hombres tanto aliados como adversarios como una igual. Eunice se nos presenta como una mujer madura, inteligente, asertiva, bella y sensual. Este personaje que se nos presentó en la temporada 4 de la super serie, va a ser asesinada, en temporada anterior, solo para ser revivida para compartir con Aurelio Casillas las correrías de la temporada 8.

Debo aclarar que una mención especial la merece el personaje de Mónica Robles, uno de los ejemplos mas importantes de lo que significa una mujer inteligente y empoderada a pesar de sus fallas. Pero dado que Mónica no participa ya como personaje en la temporada 8 decidí incluir a “La Felina,” por se un personaje que muy bien representa el poder, la agencia de la mujer.

B. Juego de Mentiras

I. Formato/género y tema: telenovela de thriller crimen policiaco

En una pareja que se casa enamorada, la esposa crece en su insatisfacción sobre su matrimonio, y sus obligaciones de madre, solo para desaparecer, y crear una circunstancia en la que a su marido lo acusan de su desaparición y posible muerte. Para evitar ser encarcelado injustamente Cesar se avoca a investigar la desaparición de su esposa, lo que en el camino lo llevara encontrar un interminable tejido de mentiras e intrigas. Esta telenovela representa una veta del subgénero de suspenso o thriller policiaco o criminal que Telemundo ha usado anteriormente bajo la fórmula del Modelo Miami (Acosta-Alzuru, 2009). Este modelo implica, se desarrolla en escenarios de clases altas y de opulencia, con una posición neutra en el terreno de lo cultural, no hay un reconocimiento de que los personajes forman parte de la comunidad latina de los EE.UU., no hay nada que defina una cultura o identidad Latina a pesar de desarrollarse en California. Esta fórmula ya ha sido utilizada con éxito en *¿Dónde Esta Elisa?*, en las que a medida que la trama avanza, las investigaciones van develando secretos oscuros, y vamos descubriendo que los personajes con lo que inicialmente creíamos.

II. Vectores de identidad: clase social, raza, orientación sexual e identidad de género

La telenovela se desarrolla mayormente en el ámbito de la mansión de los Del Rio. La mansión misma se vuelve un personaje con las tomas de dron, en cada ini-

cio de secuencia recordándonos el nivel de opulencia y poder social de esta familia. Pero contrasta con la casa modesta de clase media de Cesar Ferrer el marido de la desaparecida Adriana. En su mayoría los actores son hispanos o mexicanos blancos, y de tez clara. La única presencia con rasgos afrocaribeños, pero también de tez clara, es Linda Marques una oficial de la policía.

II. Personajes por analizar: Renata del Río, Cesar Ferrer y el Detective Barros

Renata del Río, es la matriarca de la familia y ejerce su rol de villana con singular verosimilitud. Renata es una mujer empoderada, ella se siente en control de las propiedades, las personas, y los destinos de todos los integrantes de su familia. Algo interesante, que el sexo es parte importante de las intrigas en la trama, desde su marido que le es infiel, como la mayoría de los personajes que la rodean, pero ella, en medio de su poder, es un personaje de-sexualizado y mayormente despojado de un espacio de intimidad sensual. Pareciera que, dentro de la estrategia de representación de este personaje, otorgarle vida sexual, sería otorgarle vulnerabilidad.

Cesar Ferrer, el esposo de la desaparecida Adriana, es el protagonista de la historia. Se le retrata como un hombre honesto, un hombre de familia enamorado de su mujer y su hija, y respetuoso de su madre. A lo largo de gran parte de la trama Cesar es presentado como el héroe trágico que pareciera que el destino, y la maldad de otros, le hacen pagar por delitos que no cometió; solo para que después de mucha resiliencia poder redimirse y al final encontrar el amor.

El Detective Barros. El primero encargado en hacer cumplir la ley será el primero en contravenirla. Desde un inicio de la trama, el detective Barros se convertirá en un enemigo que buscará meterlo a la cárcel de cualquier manera. Este personaje y su caracterización representa la corrupción del sistema, el poder de los ricos sobre las instituciones y la vulnerabilidad de la gente sin recursos para defenderse de acusaciones falsas. El personaje es presentado un hombre blanco machista, que insulta a sus subordinados si no siguen el *script* que él espera que sigan.

C. La Fuerza de Creer 4: Dulce Sazón

I. Formato/género y tema: webserie melodrama familiar de adaptación social

La adaptación social de familias Latinas a las realidades estadounidenses ha sido una temática raramente abordada las ficciones de Televisa en la ficción. Esta *webserie* producida por Univision en los Estados Unidos es la saga *La Fuerza de Creer* que, sin mencionar la migración, pero con ellas de fondo, en un relato melodramático impregnado de realismo mágico. Lo que está en juego son el orgullo de las tradiciones Latinas y Latinoamericanas, en el contexto de las diferencias intergeneracionales y de las realidades y modernidad de la sociedad estadounidense de Los Ángeles. La trama se desarrolla alrededor de los Carrasco, y la supervivencia del restaurant familiar en el contexto del cambio de los tiempos y las tradiciones.

II. Clase social, raza, orientación sexual e identidad de género

La trama se sitúa en una familia de clase media, multicultural y multirracial. Un matrimonio de inmigrantes Antonio de México y su esposa Dulce de la República Dominicana, que muestra un crisol racial de antecedentes mestizos, indígenas y afrocaribeños en las hijas y sus nietos. En este sentido esta ficción rompe con la invisibilidad de la Afro-latinidad tradicional de las telenovelas, particularmente las producidas por Televisa

III. Personajes analizar: Antonio Carrasco, sus hijas Santa, Altagracia, y Milagros. Antonio Carrasco, es el viudo patriarca de la familia, que ama a sus hijas y a sus nietos, y trata de balancear los valores de la familia y de la cocina que esta al centro del negocio familiar. El inmigrante de primera generación muestra la bondad del trabajo duro, de los valores familiares y de la preservación de las tradiciones. Antonio hombre adusto pero amoroso y generoso. Su relación con sus hijas estará definida por el amor y la tradición, al mismo tiempo que la necesidad del cambio y la adaptación.

Su hija Santa Carrasco es cocinera y se integra a la cocina del restaurante y empuja por hacer cambios en el menú en la presentación para ser competitivos. Después de renuencia Antonio acepta los cambios con resultados mixtos. Santa Carrasco se está separando de su marido y encuentra el amor en un cliente del restaurant que había sido despreciado por el padre. Altagracia Carrasco la química profesional es la que tiene el temperamento más impulsivo, y al mismo tiempo la que muestra el apego más tradicional a lo que son las dinámicas de género, con un esposo que la apoya. Milagros Carrasco, la más joven aun estudiante, con habilidades de cantante, quien encontrara el amor en el restaurante.

Cada una de ellas representa un valor. Santa es pragmática, Altagracia profesional, y Milagros soñadora. Mientras los nietos van a representar la curiosidad y el cambio, retando los esquemas tradicionales de género, y demostrando un interés por el conocimiento científico.

Referencias

- Acosta-Alzuru C (2009) Presentation on telenovelas at a Global Media Conference (videoweb material). MIT Communication Forum, 23 April. Available at: <http://techtv.mit.edu/videos/16542-media-in-transition-6-global-media-mit-communications-forum> (accessed 15 September 2012)
- Artificial Intelligence (2024, January 1) Artificial Intelligence 2023 Legislation *National Conference of State Legislatures*, accesado en <https://www.ncsl.org/technology-and-communication/artificial-intelligence-2023-legislation>
- Bastarrica, D. (2023, Diciembre 14) Los 10 servicios de streaming más populares, clasificados por número de suscriptores. *DigitalTrends*, <https://es.digitaltrends.com/entretenimiento/diez-servicios-streaming-mas-populares/>
- Comcast (2024). 2023 Comcast Annual Review *Comcast*, accesado <https://www.cmcsa.com/financials/annual-reports>
- Folk, Z. (2024). 2023, el peor año para suscripciones a *streaming* en EU desde el Covid, Forbes, accesado de <https://www.forbes.com.mx/2023-el-peor-ano-para-suscripciones-a-streaming-en-eu-desde-el-covid/>
- Gelles-Watnick, R. (2024, January 31). Americans' Use of Mobile Technology and Home Broadband. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-use-of-mobile-technology-and-home-broadband/>
- Kemp, S. (2024, February 22). Digital 2024: The United state of America. *Data-reportal.*, accesado en <https://datareportal.com/reports/digital-2024-united-states-of-america>
- Piñón, J. (2014). "Reglobalization and the rise of the network cities media system in telenovela production for hemispheric consumption" *International Journal of Cultural Studies*, 17(6): 655-671
- Piñón, J. (2019). Disruption and continuity on telenovela with the surge of a new hybrid primetime fictional serial: the super series. In S. Shahaf, and C. Ferrari (Eds). Special issue on television disruption and continuity In. *Critical Studies on Television*, 14(2): 204-221
- TelevisaUnivision announces (2024) TelevisaUnivision announces Q4 and Full Year 2023 Results. *TelevisaUnivision*, accesado de <https://investors.televisau-nivision.com/financial-reports/quarterly-reports/default.aspx>

