

## Producción audiovisual en la era del streaming: transformaciones, narrativas y desafíos globales

Lorena Antezana | lantezana@uchile.cl

Universidad de Chile

<https://orcid.org/0000-0003-3195-3325>

Carlos Gutiérrez-González | carlos.gutierrez6@unisabana.edu.co

Universidad de La Sabana

<https://orcid.org/0000-0002-0646-4653>

### Resumen

En los últimos diez años las plataformas in streaming se han convertido en el soporte por excelencia tanto de la ficción audiovisual seriada como de contenidos audiovisuales de no ficción e incluso híbridos, transformando el rol de las audiencias y dando paso a otros formatos de expansión narrativa que siguen modificando el ecosistema mediático. No sólo eso, las producciones audiovisuales en estas plataformas buscan audiencias globales lo que implica para los productores desarrollar historias que, sin perder su carácter original y local, dialoguen con gustos y preferencias más amplios. Es aquí donde se inscribe la premisa “pensar local producir global” a la que debe responder la industria, lo que supone cambios en los modelos de negocios, en las políticas culturales, los fondos y la profesionalización del mundo creativo, así como, por supuesto, en las audiencias. Las plataformas de contenidos audiovisuales han llegado para quedarse y ya es posible observar que la rapidez, flexibilidad y capacidad de asociación de las productoras para adaptarse a estas transformaciones son aspectos clave para la supervivencia de las industrias hispanoamericanas.

### Palabras clave

Producción audiovisual, industria, streaming, modelos negocio, televisión

Durante las primeras décadas del presente siglo, el panorama cinematográfico y televisivo ha experimentado una profunda transformación estructural, marcada por la descentralización y la diversificación de las industrias audiovisuales, en especial, la televisión. En la última década, se ha consolidado una auténtica revolución en la producción mundial, impulsada por la irrupción de las plataformas de streaming que han

transformado el soporte del audiovisual por excelencia tanto de la ficción seriada como de los contenidos de no ficción e incluso los híbridos.

Este cambio de paradigma ha desplazado un modelo mayoritariamente basado en la competencia de productoras locales por obtener proyectos para financiar sus propuestas hacia la intersección entre la gobernanza, el diseño de nuevos incentivos y la capacidad de servicios e infraestructuras territoriales para la realización de producciones internacionales. En muchos países sobre todo latinoamericanos, los operadores de radiodifusión privados y de servicio público siguen dando la batalla explorando distintos modelos de negocios para posicionar sus producciones en otros mercados que permitan sostener la producción local frente a las grandes corporaciones globales. Esta situación ha propiciado alianzas entre productoras independientes y plataformas internacionales, así como el diseño de incentivos gubernamentales para estimular la creación de contenidos nacionales. En países como México, Argentina o Colombia, se observa un crecimiento de fondos de coproducción, así como legislaciones que promueven cuotas mínimas de contenido nacional en catálogos globales (Uribe-Jongbloed y Mora-Moreo, 2024), en otros existen incentivos que facilitan la producción y atraen la inversión extranjera por la diversidad de locaciones disponibles, la infraestructura de apoyo, precios atractivos y devolución de impuestos, por ejemplo.

Además, la expansión de los contenidos bajo demanda ha obligado a las televisiones públicas y privadas a replantear sus estrategias de distribución, adoptando plataformas OTT propias, o bien integrándose a servicios más amplios (Antezana, 2021). Estas plataformas locales en general, funcionan como mecanismo para acceder al contenido en vivo y como repositorio de programas históricos. Esto también ha implicado, al menos en algunos países, que esos contenidos dejen de estar disponibles en las plataformas globales lo que podría leerse como una estrategia de resistencia y de protección que, en industrias más desarrolladas, como la de Brasil, parecieran estar funcionando.

La tensión entre la protección local y la proyección internacional implica una reconfiguración de la competencia, donde ya no se trata solo de captar audiencias más amplias, sino de mantener su atención a lo largo del tiempo mediante algoritmos de personalización y analítica de datos (Lotz, 2017). La forma de entrega de producciones seriadas: toda una temporada o un capítulo por semana, da cuenta de las diferentes estrategias de fidelización puestas en marcha por las plataformas y canales de distribución. La fecha de lanzamiento diferida o al mismo tiempo en distintos países también es parte de estas estrategias, que están a su vez, reguladas por contratos o acuerdos entre productoras, entidades financieras y plataformas de distribución.

En este escenario y ya desde el ámbito de la producción, la televisión en línea en Latinoamérica y España ha logrado responder a los desafíos de las plataformas de streaming globales bajo el lema “pensar local, producir global”, superando crisis iniciales y ensayos iniciales fallidos mediante el aumento del interés de las audiencias por historias con sabores locales (de Almeida et al., 2025). Este fenómeno de internacionalización glocal ha permitido que los productos audiovisuales de éxito se transformen en fenómenos de masas globales, aunque ello implique a menudo una gestión de contenidos que puede derivar en la sobreexplotación de fórmulas narrativas. La necesidad de contenidos que combinen la identidad propia con estándares de distribución global define hoy las agendas de las principales productoras independientes y plataformas internacionales.

Si bien es posible percibir una cierta estandarización o fórmulas narrativas que tienden a repetirse y que caracterizan a cada plataforma unificando, en cierta medida, la oferta; también podemos observar que cada industria nacional empieza a consolidar un sello propio que la distingue de las demás: se produce así una sinergia positiva entre los saberes y experticias locales y los lineamientos y sensibilidades globales. Estos últimos, que también pueden entenderse como “climas de época”, se basan en valores universales como los derechos humanos, la equidad de género, el cuidado de la infancia, el respeto por la naturaleza y los animales, entre otros aspectos que suponen un cambio cultural necesario y que responde a las preferencias de las audiencias actuales.

Las producciones audiovisuales se adaptan rápidamente a la contingencia local y global, recogiendo en sus distintas propuestas temas, personajes y situaciones que presentan y cuestionan lo que está ocurriendo en nuestros países: los cambios demográficos, los problemas migratorios, las grandes crisis mundiales -guerras incluidas-, el cambio climático, la irrupción de la inteligencia artificial y su impacto en la vida cotidiana, la corrupción, entre otros que revisaremos en los artículos que componen este dossier.

Otro aspecto central de esta transformación de la industria audiovisual es la emergencia de la responsabilidad creativa como una alternativa válida para que operadores y productores realicen contenidos que relaten historias reales de sus contextos (Gutiérrez-González y Uribe-Jongbloed, 2025). Esta búsqueda de proximidad cultural en la ficción no solo permite representar identidades diversas, sino que reconfigura la geografía de la industria, permitiendo a los profesionales desarrollar su actividad en sus lugares de origen sin necesidad de desplazarse a los centros hegemónicos de producción (Antezana, 2024). Así, la creación audiovisual contemporánea se debate entre la autonomía artística y las demandas de flujos narrativos constantes de las industrias culturales.

Asimismo, la expansión de los contenidos bajo demanda ha transformado el rol de las audiencias, integrando el uso de la inteligencia artificial para personalizar servicios y ofrecer experiencias de usuario diferenciadas. Las plataformas ya no solo buscan captar suscriptores, sino mantener su atención a lo largo del tiempo mediante algoritmos de personalización y una minuciosa analítica de datos. Este desplazamiento hacia modelos de negocio basados en los datos y la economía de la atención ha provocado una transición desde el modelo puramente de suscripción (SVOD) hacia esquemas híbridos y publicitarios.

Este nuevo ecosistema exige también una transformación profunda en las competencias de los profesionales del sector. Ya no es suficiente con saber contar una historia; el entorno actual demanda perfiles capaces de manejar herramientas digitales, comprender el funcionamiento de los algoritmos y adaptar contenidos a múltiples pantallas y formatos (Lotz, 2017). La formación profesional y la innovación pendiente en educación deben incorporar estas habilidades para garantizar la sostenibilidad y la calidad en un mercado marcado por el ritmo de producción y consumo acelerado.

Por lo tanto, este monográfico incluye estudios sobre las narrativas emergentes, la representación social y la gobernanza y modelos de negocio. En cuanto a la primera línea, Miguel Martínez Navarro y Almudena Muñoz Gallego analizan un corpus de 5246 largometrajes de ficción en España (2000-2023), demostrando cómo la diversificación temática y territorial ha generado un escenario sin precedentes para la producción local contemporánea. Por su parte, Javier Mateos-Pérez, mediante un análisis de La Fortuna (Movistar+), sostiene que las adaptaciones actuales de novelas gráficas trascienden la

mera traslación para convertirse en obras autónomas compuestas por adiciones y transformaciones discursivas.

El estudio de Joana Doñate-Ventura, Esteban Galán-Cubillo y Javier Marzal Felici sobre La casa de papel revela cómo la adquisición por parte de Netflix transformó un producto local en un fenómeno de masas global, mejorando su calidad estilística y publicitaria. Mientras que la investigación de Bruna Silva sobre la industria chilena a través del caso Al sur del corazón identifica cómo la digitalización introduce nuevas herramientas y “tropos digitales” que redefinen la producción, distribución y consumo de este género tradicional.

En la segunda línea temática, se encuentra un estudio acerca de las representaciones del acoso político donde Bénédicte Brémard analiza producciones como Intimidación, Nevenka y Soy Nevenka, destacando el interés repentino por historias de políticas víctimas de acoso tras el movimiento #MeToo y analizando su capacidad para construir imágenes de sororidad. Por su parte, Patricia Palomares-Sánchez y Jorge Abad-Pérez examinan el auge sostenido del true crime en España (2016-2025), señalando una preferencia por el formato documental y una focalización narrativa en los culpables frente a las víctimas.

En la tercera y última línea, la competencia por captar y retener audiencias ya no se limita al contenido, sino que depende de la sofisticación de los modelos de negocio y del apoyo institucional mediante incentivos fiscales y capacidades operativas. Así, Pablo Jesús Huerta-Viso analiza el encaje institucional de la Comunitat Valenciana frente al modelo andaluz, identificando estrategias para atraer rodajes basadas en la coordinación de ventanas de fomento y la estandarización de procedimientos de gestión audiovisual. Y Fernando García-Chamizo, Jose Manuel López-Agulló y Belén Ávila estudian el impacto de la publicidad en gigantes como Netflix y Disney+, concluyendo que el modelo híbrido tiende a consolidarse como el estándar emergente para optimizar el ingreso promedio por usuario.

Las ocho investigaciones presentadas en este monográfico, con autores y autoras que escriben desde España, Francia y Chile confirman que la transformación del ecosistema audiovisual no es solo tecnológica, sino que implica una reconfiguración de las relaciones con todos los agentes que intervienen en la industria. La irrupción del streaming ha obligado a las televisiones públicas y privadas a replantear sus estrategias, adoptando plataformas OTT propias o integrándose en servicios globales para sostener la producción local (Antezana, 2021). En este sentido, el papel de los laboratorios de innovación y las film commissions emerge como una infraestructura vital para la sostenibilidad económica de la producción regional (Uribe-Jongbloed y Mora-Moreo, 2024).

El impacto de la inteligencia artificial y las tecnologías emergentes en la creación de contenidos plantea desafíos éticos y creativos que apenas comenzamos a vislumbrar, especialmente para los equipos de guionistas y creativos. La consolidación de modelos de negocio híbridos, que equilibran la carga publicitaria con la tolerancia del usuario, determinará la viabilidad a medio plazo de las plataformas actuales. Asimismo, es fundamental seguir investigando cómo se organizan y articulan las audiencias y los fandoms en este ecosistema mediático saturado y fragmentado y cómo se les brindan nuevas experiencias a los usuarios (Fieiras-Ceide et al., 2024).

En conclusión, este número especial aborda las transformaciones y desafíos de las industrias de producción audiovisual, especialmente las hispanoamericanas, desde una

perspectiva académica rigurosa. Los trabajos aquí compilados ofrecen una visión integral de las nuevas narrativas, los hábitos de visualización y los modelos de negocio que definen nuestra era.

## Referencias

Antezana, L. (2024). Las series chilenas en la era del streaming: Panorama y desafíos para la formación ciudadana. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM* [En línea], 48, 41-53. <https://doi.org/10.4000/12vho>

Antezana, L. (2021). Ecosistema de producción ficcional chilena en la era del streaming. En Javier Sierra Sánchez & José Gomes Pintos (Coord.). *Audiovisual e Industrias Creativas. Presente y Futuro. Volumen 2* (pp. 239-252). Madrid: McGraw-Hill.

De Almeida Ferreira, M., Rocha, S.M., & Gutiérrez-González, C. (2025). Estrategias narrativas de los dramas contemporáneos basados en hechos reales. *Revista Nómadas*, 58, 1-15. <https://dx.doi.org/10.30578/nomadas.n58a2>

Fieiras-Ceide, C., Ufarte-Ruiz, M.J. y Murcia-Verdú, F. J. (2024). Transformando la experiencia de usuario en televisión en streaming: prioridades de innovación y tecnología en plataformas OTT. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(4), 713-726. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.96367>

Gutiérrez-González, C. & Uribe-Jongbloed, E. (2025). La responsabilidad creativa y la proximidad cultural en la ficción de la televisión pública regional colombiana. *Comunicación y Sociedad*, 1–25. <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8891>

Lotz, A. D. (2017). *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Michigan Publishing.

Uribe-Jongbloed, E. y Mora-Moreo, C. (2024). El crecimiento del cine y el surgimiento de las Film Commissions en Colombia [The growth of film and the establishment of Film Commissions in Colombia]. En J. Nieto Malpica y M. Martínez Hermida (eds.), *Las Film Commissions en Europa y América* (pp. 223-242). Razón y Palabra.



Licencia Creative Commons

Miguel Hernández Communication Journal  
mhjournal.org