



**HAL**  
open science

## Vers un renouveau des productions sérielles en Amérique latine ? le cas de la Colombie et du Chili

Frédéric Marty, Amanda Rueda

► **To cite this version:**

Frédéric Marty, Amanda Rueda. Vers un renouveau des productions sérielles en Amérique latine ? le cas de la Colombie et du Chili. CNC; Université Paul-Valéry Montpellier 3; Université Toulouse Jean Jaurès. 2023. hal-04671463

**HAL Id: hal-04671463**

**<https://hal.science/hal-04671463v1>**

Submitted on 14 Aug 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Vers un renouveau des productions sérielles en Amérique latine ? le cas de la Colombie et du Chili

Frédéric Marty & Amanda Rueda  
Rapport – CNC lab - 2023

**Frédéric Marty** – Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication – Université Paul-Valéry Montpellier 3 ; Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS ; EA827) ; [frederic.marty@univ-montp3.fr](mailto:frederic.marty@univ-montp3.fr)

**Amanda Rueda** – Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication – Université Toulouse – Jean Jaurès ; Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS ; EA827) ; [amanda.rueda@univ-tlse2.fr](mailto:amanda.rueda@univ-tlse2.fr)

> Citation : F. Marty, A. Rueda, (2024), « Vers un renouveau des productions sérielles en Amérique latine ? le cas de la Colombie et du Chili », *Rapport pour le CNC lab*

## Sommaire

Introduction	3
Méthodologie	3
<b>1. Contextes de production audiovisuelle au Chili et en Colombie</b>	<b>5</b>
<b>2. Dynamiques d'industrialisation et d'internationalisation</b>	<b>13</b>
<b>3. Vers des dynamiques régionales en « circuits » ?</b>	<b>29</b>
Conclusion	33
Références	36
Table des matières	37
Table des figures	38
Annexes	39

## Introduction

En septembre 2022 le magazine *Forbes* dédiait sa une et un numéro spécial de son édition colombienne aux industries culturelles et créatives « Made in Colombia »<sup>1</sup> et au « boom » des productions sérielles et cinématographiques du pays. À côté du Mexique, de l'Argentine ou du Brésil – connus de longue date dans l'aire latino-américaine pour leurs industries audiovisuelles et notamment télévisuelles – plusieurs pays font figure d'émergents. Ce développement est associé à celui de plateformes nord-américaines telles que *Netflix*, *Amazon Prime*, ou bien *Disney+* qui favoriseraient la structuration de nouveaux écosystèmes de production. D'ailleurs, pour justifier ses implantations locales, Netflix met en avant deux éléments : « d'une part, une volonté affichée de proposer, dans les pays où la plateforme est disponible, des contenus avec lesquels les consommateurs peuvent entretenir une plus grande proximité culturelle et qui entrent en résonance avec leurs propres valeurs ; d'autre part, un intérêt porté pour les professionnels et les industries culturelles des zones d'implantation sur lesquelles la firme entend s'appuyer pour diversifier son catalogue » (Thuillas & Wiat, 2023).

Le présent rapport vise à étudier cet éventuel renouveau des productions sérielles en Amérique latine à travers l'étude de cas de la Colombie et du Chili. Ces deux pays ont des traditions de production de fiction télévisuelle différentes, alors comment ces singularités modèlent le secteur de la production sérielle contemporaine ? Ces deux pays nous semblent intéressants à étudier étant donné le développement des productions sérielles qu'on y observe, plus particulièrement à travers les dynamiques d'industrialisation et d'internationalisation qu'elles accompagnent et les dynamiques régionales qui s'y dessinent au travers de circuits créatifs ou professionnels. Nous reviendrons sur ces deux éléments après une présentation de la méthodologie employée pour ce rapport et une rapide contextualisation du secteur audiovisuel en Colombie et au Chili. Enfin, conformément à l'appel du CNC lab, ce rapport cherche à nourrir une vision stratégique pour les acteurs du secteur audiovisuel ou impulser de nouvelles idées et approches dans un environnement en constante mutation. Il s'inscrit dans le deuxième axe de recherche proposé par le CNC<sup>2</sup> portant sur l'accès et la circulation des productions locales. Ce rapport intervient dans un moment charnière de la production audiovisuelle au Chili et en Colombie, avec le récent ralentissement des investissements par les plateformes audiovisuelles dans ces pays-là.

## Méthodologie

Pour établir ce rapport, nous avons choisi de coupler deux types de méthodes de recueil d'informations — à la fois quantitatives et qualitatives — et de mobiliser une série de publications académiques et professionnelles permettant de mieux contextualiser la production sérielle en Amérique latine.

---

<sup>1</sup> Lina Vargas Vega, « Made in Colombia: el sello del boom audiovisual », *Forbes*, septembre/octobre 2022, disponible en ligne sur : <https://forbes.co/2022/09/06/editors-picks/made-in-colombia-el-sello-del-boom-audiovisual>. Consulté le 19/12/23.

<sup>2</sup> Voir l'Appel 2023 du CNC lab : [https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/premier-appel-a-contributions-du-cnc-lab\\_1940872](https://www.cnc.fr/professionnels/actualites/premier-appel-a-contributions-du-cnc-lab_1940872). Consulté le 19/12/23.

Afin de nous départir de discours parfois trop promotionnels des plateformes cherchant à asseoir leur utilité et des états soucieux d'attirer un vivier économique, nous avons tout d'abord choisi de mener une série d'entretiens avec des acteurs de terrains chiliens, colombiens et européens, directement impliqués dans les différentes facettes de cet écosystème de la production sérielle. Ces entretiens semi-directifs (n=13) ont été menés entre octobre et décembre 2023, pour une durée de 45 minutes à 1h30 chacun. Ainsi, au fil du rapport nous convoquerons les propos de plusieurs réalisateurs (Nicolas Acuña ; Carlos Moreno ; Oscar Ruiz Navia), de producteurs et productrices (de BTF Média ; Dynamo ; Fabula ; Mar.Franco Prod ; Parox), de collaborateurs d'institutions, d'organismes ou d'événements spécialisés (UniFrance ; CNTV ; ProImágenes ; Conecta Fiction) et d'une plateforme régionale de vidéo à la demande (ViX)<sup>3</sup>. L'ensemble des entretiens a ensuite été retranscrit et a fait l'objet d'une analyse thématique (Paillé & Mucchielli, 2021 : 269).

Par ailleurs, nous avons également analysé les catalogues de séries des principales plateformes de services de vidéos à la demande en Colombie et au Chili (Amazon Prime, Disney+, HBO max, Movistar, Netflix, Star+, ViX). Au total, c'est plus d'une dizaine de milliers de titres dont nous avons comparé les pays de production ou co-production, les années de création, le nombre de saison, la durée des épisodes et le(s) genre(s) attribué(s) par la plateforme (n= 11 079). Cette collecte automatisée<sup>4</sup> a été réalisée courant novembre 2023 et les données collectées<sup>5</sup> ont fait l'objet d'un traitement statistique puis d'une mise en forme graphique des éléments saillants. Enfin, nous avons complété ces données avec l'analyse des catalogues des sociétés de productions interrogées.

---

<sup>3</sup> Voir *Annexe 1 – Liste des personnes interrogées*.

<sup>4</sup> Nous avons procédé par « scrapping » via le logiciel [Octoparse](https://www.octoparse.com/) et à partir des sites : <https://www.justwatch.com/co> pour la Colombie et <https://www.justwatch.com/cl> pour le Chili.

<sup>5</sup> Voir *Annexe 2 – Catalogues analysés*.

# 1. Contextes de production audiovisuelle au Chili et en Colombie

Pour mieux saisir les éléments relatifs à la production sérielle contemporaine, il s'avère important de bien situer le contexte de production audiovisuelle dans ces deux pays et, plus largement, les dynamiques propres à l'Amérique latine. De ce point de vue-là, il faut prendre en compte les différents cadres juridiques, technologiques, matériels/immatériels et institutionnels qui ont façonné les trois secteurs industriels impliqués : médias, télécommunications et informatique. Après avoir présenté succinctement ces éléments nous reviendrons sur deux évolutions connexes à ces nouvelles productions sérielles : le changement des pratiques de consommation par les publics et le développement des dynamiques transnationales dans l'industrie cinématographique latino-américaine.

## 1.1. Le poids de l'industrie télévisuelle linéaire latino-américaine :

Comme le soulignent J. Piñón et R. Rivero (2021), le marché de la vidéo à la demande met en concurrence trois secteurs industriels (médias, télécommunication, informatique) où les « sociétés américaines telles que Netflix et Amazon ne rencontrent qu'une résistance limitée de la part des grandes chaînes de télévision nationales, qui dominent depuis longtemps leurs marchés nationaux respectifs » (p.242). Néanmoins, les industries audiovisuelles demeurent marquées par la domination de plusieurs groupes télévisuels à dimension régionale comme Rede Globo au Brésil ou TelevisaUnivision au Mexique, qui demeurent des producteurs et distributeurs importants de la diffusion linéaire ou bien à la demande. Aussi, au delà de la solide implantation de ces entreprises télévisuelles, la structuration du marché audiovisuel latino-américain est liée au succès de la diffusion de certains types de contenus comme les *télenovelas* ou *reality show* en *prime-time* (Straubhaar, 2012). Dans ces contextes monopolistiques ou duopolistiques des marchés télévisuels, appuyé par des politiques gouvernementales, les opérateurs de télécommunication se cantonnent davantage à l'heure actuelle à des offres de niche. Face aux pays leader en Amérique latine (Brésil, Mexique et Argentine), le Chili et la Colombie illustrent les logiques de coopération et interdépendance des différents acteurs audiovisuels :

- au Chili, l'entreprise MEGA<sup>6</sup>, leader de la télévision privée, utilise ses sites et la plateforme Youtube pour diffuser gratuitement ses contenus linéaires ainsi que les plateformes de VOD pour produire ou co-produire avec elles du contenu original afin de concurrencer les opérateurs argentins, mexicains et brésiliens ; par ailleurs le Consejo Nacional de Televisión (CNTV)<sup>7</sup> a lancé CNTV play, une plateforme publique gratuite de contenus accessibles en *streaming* notamment pour les publics jeunes.
- en Colombie, les évolutions du groupe Caracol Televisión<sup>8</sup> illustrent la crise des chaînes de télévision qui se lancent dans des coproductions internationales et la vente de séries, d'abord avec Fox Channel (2007/2009), puis plus massivement avec Netflix ; cette dynamique s'est accentuée avec la crise du COVID-19 et le changement des modes de consommation audiovisuel puisque la consommation de séries a gagné plus encore le grand public et les catalogues des anciennes *télenovelas* se trouvent aussi sur les plateformes comme Netflix.

<sup>6</sup> Voir sur <https://www.mega.cl/> Consulté le 19/12/23.

<sup>7</sup> Voir Glossaire - CNTV.

<sup>8</sup> Voir sur <https://www.caracoltv.com/> Consulté le 19/12/23.

## **1.2. Des contextes technologiques et juridiques déterminants :**

Pour comprendre les dynamiques de la production sérielle contemporaine latino-américaine il faut rappeler le contexte technologique et juridique qui accompagne plus largement le développement du secteur audiovisuel. Son marché est tout d'abord caractérisé par une faible pénétration de la *pay-TV*, étant donné l'implantation des offres linéaires et satellitaires, ainsi qu'un taux de pénétration de l'internet filaire faible (en dessous de la moyenne de l'OCDE) en regard de l'internet mobile qui demeure, quant à lui, peu adapté à la consommation de données générée par le format audiovisuel. C'est particulièrement le cas dans les zones rurales au Chili ou en Colombie par exemple. Dès lors, comme l'ont analysé J. Piñón et R. Rivero (2021), des formes hybrides cohabitent dans les modes de consommation<sup>9</sup> : les offres de contenus gratuits avec publicité (AVOD), où Youtube devance largement les audiences des chaînes de télévision dont elle héberge nombre de contenus ; les offres par abonnement sans publicité (SVOD) ; les offres par achat unitaires de contenus (TVOD) ; l'accès par internet aux diffusions linéaires et en rattrapage des contenus télévisuels. Si la télévision reste la première fenêtre de diffusion pour la majorité des contenus produits nationalement, la concurrence est particulièrement inégale concernant le marché de SVOD. Si J. Piñón et R. Rivero (2021, p. 249) identifient 274 acteurs latino-américains dans ce secteur, ils relèvent que : 114 sont issus des médias audiovisuels, 91 d'entreprises de l'économie numérique, 69 d'entreprises des télécommunications. En outre, ils relèvent que sur les 27,2 millions d'abonnés latino-américains à des services de SVOD, Netflix en détient 65% à lui tout seul.

Ce poids pré-pondérant de l'entreprise américaine est une forme de rupture vis-à-vis du contexte télévisuel que nous avons présenté précédemment. Celui-ci tenait, pour part non négligeable, à un environnement juridique plus contraint. En effet, au moment de la télévision hertzienne, plusieurs lois constituaient une forme de « barrière d'entrée » et assurait aux opérateurs nationaux une sorte de protection : il était par exemple interdit aux organisations ou personnalités étrangères de détenir une licence de diffusion ou bien de posséder un groupe médiatique. Avec le développement d'Internet et une certaine dérégulation des marchés économiques, les plateformes ne trouvent plus aujourd'hui de tels freins juridiques ; nous verrons que les politiques publiques, notamment via le subventionnement des entreprises nationales, cherchent à protéger les acteurs locaux par d'autres moyens. Si la pénétration des plateformes est manifeste sur les marchés nationaux, toujours est-il qu'elles ne touchent qu'un public limité et peu comparable à celui de la télévision. Dans le marché audiovisuel latino-américain de plus de 650 millions d'individus, leurs audiences sont plutôt cantonnées aux milieux urbains et aux catégories sociales supérieures. La recherche d'audience plus populaire se traduit pour les plateformes par la volonté de spécialiser davantage leurs catalogues en fonction des attentes et des évolutions locales. Les propos recueillis au fil de nos entretiens nous donnent de premières indications sur les enjeux contemporains de ce marché.

## **1.3. Enjeux contemporains du marché sériel en Colombie et au Chili**

Les différents interlocuteurs que nous avons sollicités se rejoignent sur trois éléments saillants du contexte actuel au Chili et en Colombie : l'évolution des écosystèmes de production ; le changement des pratiques de consommation des publics ; la matérialisation de dynamiques transnationales. Pour reprendre les propos de Nicolas Acuña, réalisateur et producteur chilien : « si dans les années 2002, les organismes publics se positionnent comme les premiers financeurs des productions sérielles locales et nationales pour la télévision par câble et ne

---

<sup>9</sup> Voir Glossaire : AVOD, SVOD, TVOD.

diffusant pas à l'étranger, deux décennies plus tard la scène devient compétitive dans un marché à échelle internationale où circulent des séries aux histoires locales et aux traits identitaires forts ancrées parfois dans des codes de genre »<sup>10</sup>. Ces propos mettent en opposition le contexte que nous avons décrit précédemment et l'ambition des différents acteurs impliqués aujourd'hui dans la production sérielle contemporaine.

D'un point de vue quantitatif, le panorama du secteur audiovisuel au Chili et en Colombie est tout relatif en comparaison aux industries latino-américaines davantage consolidées (cf. Annexe 3). La place des télévisions « ouvertes » et « par abonnement » demeure centrale, mais le nombre d'acteurs nationaux/internationaux et les contenus consommés attestent des limites de la production sérielles des deux pays. Alors que les telenovelas figurent toujours comme le genre de fiction le plus consommé au Chili, la place des séries est prépondérante en Colombie (cf. tableau ci-dessous). En outre, les audiences de la télévision ouverte et de la télévision par abonnement sont vieillissantes : par exemple en 2012 les moins de 25 ans représentaient 25% des audiences chiliennes contre 12% en 2022 ( les plus de 50 ans passant de 36% à 54% sur la même période) ; l'audience des contenus de fiction de la télévision ouverte ou par abonnement est par ailleurs majoritairement féminine.

CHILI		COLOMBIE	
<b>Chaînes de télévision « ouvertes » nationales</b>			
<b>Privées (6)</b> [CHV 29% PdA ; Mega 29% PdA]	<b>Publiques (1)</b> [TVN 17% PdA]	<b>Privées (3)</b> [Caracol TV 53% PdA ; RCN 29,5% PdA]	<b>Publiques (2)</b> [Señal 7% PdA]
<b>Contenus</b> : Information 38,9% ; Fiction 23% ; Divertissement 15,3% ; Sport 2,7%		<b>Contenus</b> : Information 30,9% ; Fiction 22,4% ; Sport 20,5% ; Divertissement 19,3%	
<b>Télévision par abonnement (câble)</b>			
> sur les 10 chaînes les plus vues : <b>4 sont chiliennes</b> et 6 étrangères		> sur les 10 chaînes les plus vues : <b>1 est colombienne</b> et 9 étrangères (USA)	
<b>Contenus</b> : en 2022, les telenovelas demeurent le genre le plus consommé (60%) ; 65,4% des contenus de fiction sont importés : du Brésil (26,9%), du Mexique (11,5%) et d'Argentine (11,5%).		<b>Contenus</b> : en 2022, les séries (84%) sont le genre de fiction le plus consommé (telenovela 16%) ; seuls 28% des contenus de fiction sont importés (Mexique) et le reste est issu de (co-)productions nationales.	

Sources: OBITEL Chile, Colombia 2022 ; Kantar IBOPE Media Chile ; Colombie

Si l'on regarde de plus près les acteurs impliqués dans la production sérielle pour les plateformes on remarque tout d'abord la présence dominante de sociétés nord-américaines. Au Chili, par exemple, elles accaparent la très grande majorité des abonnements : Netflix 23%, Prime Video 21%, Disney+ 15% et HBO Max 14%. Aussi, sur les 18 producteurs indépendants identifiés par Juan Piñón dans la production sérielle ibéro-américaine, il n'y a qu'un seul producteur chilien et trois colombiens (dont les productions sont principalement diffusées par Netflix, Prime Vidéo, HBO, Star+ et Vix)<sup>11</sup>. Par ailleurs, 59% des producteurs « indépendants » n'ont produit qu'un seul titre, ce qui atteste une forme de dépendance de ces derniers vis-à-vis des plateformes<sup>12</sup>. Ces éléments contrastent en partie avec la place occupée par les acteurs nationaux dans les productions pour la télévision ouverte ou par câble (cf. Annexe 3).

<sup>10</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec N. Acuña le 14/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>11</sup> Piñón J., (2023), « New television flows, content hierarchies and new players in the Ibero American SVOD services landscape », *Colloque IAMCR Lyon*, 9-13 juillet 2023.

<sup>12</sup> *Idem*.



### 1.3.1. Production sérielle contemporaine des plateformes

L'activité des plateformes en Colombie et au Chili peut d'abord se comprendre à travers l'analyse des catalogues de séries que ces dernières proposent dans les deux pays que nous avons analysé<sup>13</sup>. On peut noter en premier lieu que les différentes plateformes ont des catalogues relativement hétérogènes : Netflix se détache en proposant quasiment 2000 titres ; Amazon, ViX, Movistar et HBO environ un millier de titres ; Disney+ et Star+ ont disposent de moins de 500 titres (voir *Figure 1 – Catalogues de séries par plateformes*). Seule les plateformes de Movistar se distinguent entre leur offre chilienne (plus importante) et colombienne, les autres ont visiblement une stratégie de contenu relativement régionale.

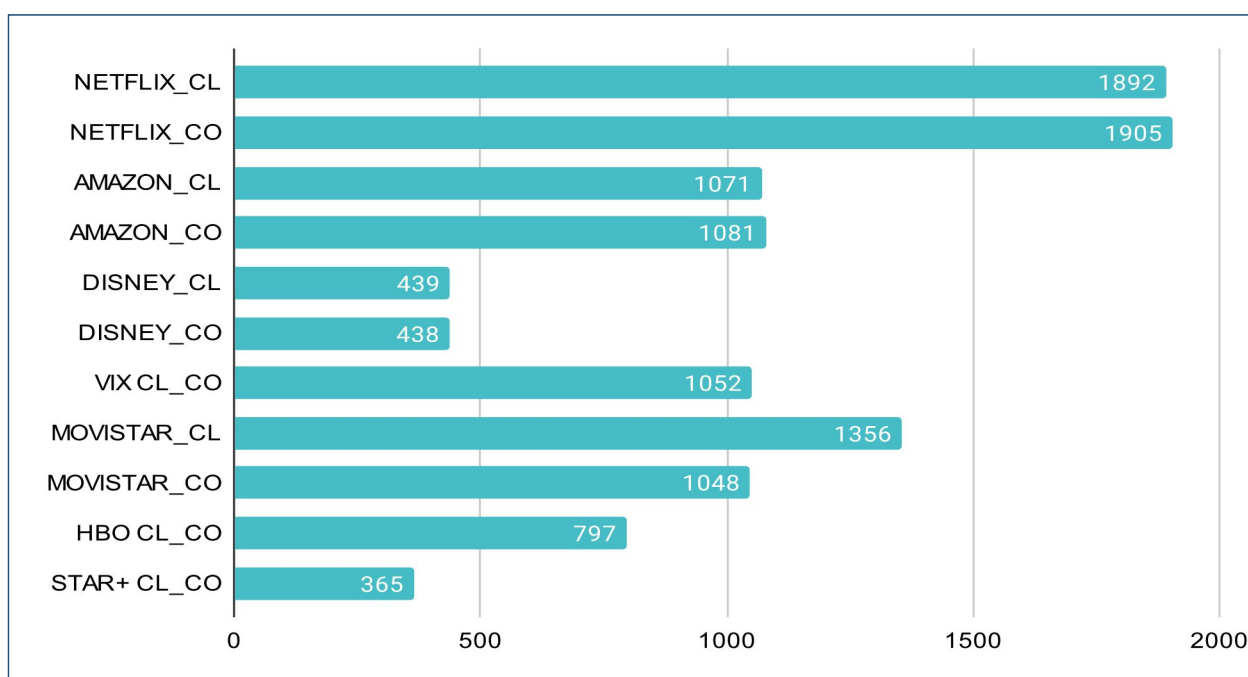


Figure 1 - Catalogues de séries par plateformes

L'offre sérielle des plateformes étudiées est en constante hausse, jusqu'au pic de 2021. Les effets de la pandémie du COVID-19 et la crise mondiale des plateformes se traduisent dès 2022<sup>14</sup>. Au delà du volume de leurs catalogues respectif, il est intéressant de noter que les plateformes ont des stratégies différentes quant à l'origine des productions qu'elles proposent. En effet, la société américaine Netflix propose des contenus largement issus des États-unis (voir *Figure 2 – Géographie du catalogue Netflix\_CL*), alors que la société ViX du groupe TelevisaUnivision privilégie les contenus mexicains (voir *Figure 3 – Géographie du catalogue ViX\_CL\_CO*).

<sup>13</sup> Voir *Annexe 2 – Catalogues analysés*.

<sup>14</sup> Cette crise ne se limite pas à l'aire latino-américaine et s'explique par le caractère exponentiel des offres à partir de 2015, marquée par une concurrence très forte entre les différentes plateformes et une croissance très forte de leurs catalogues. Voir : [https://www.challenges.fr/media/pourquoi-les-plateformes-ont-acte-la-fin-du-streaming-bon-marche\\_871154](https://www.challenges.fr/media/pourquoi-les-plateformes-ont-acte-la-fin-du-streaming-bon-marche_871154). Consulté le 19/12/23.

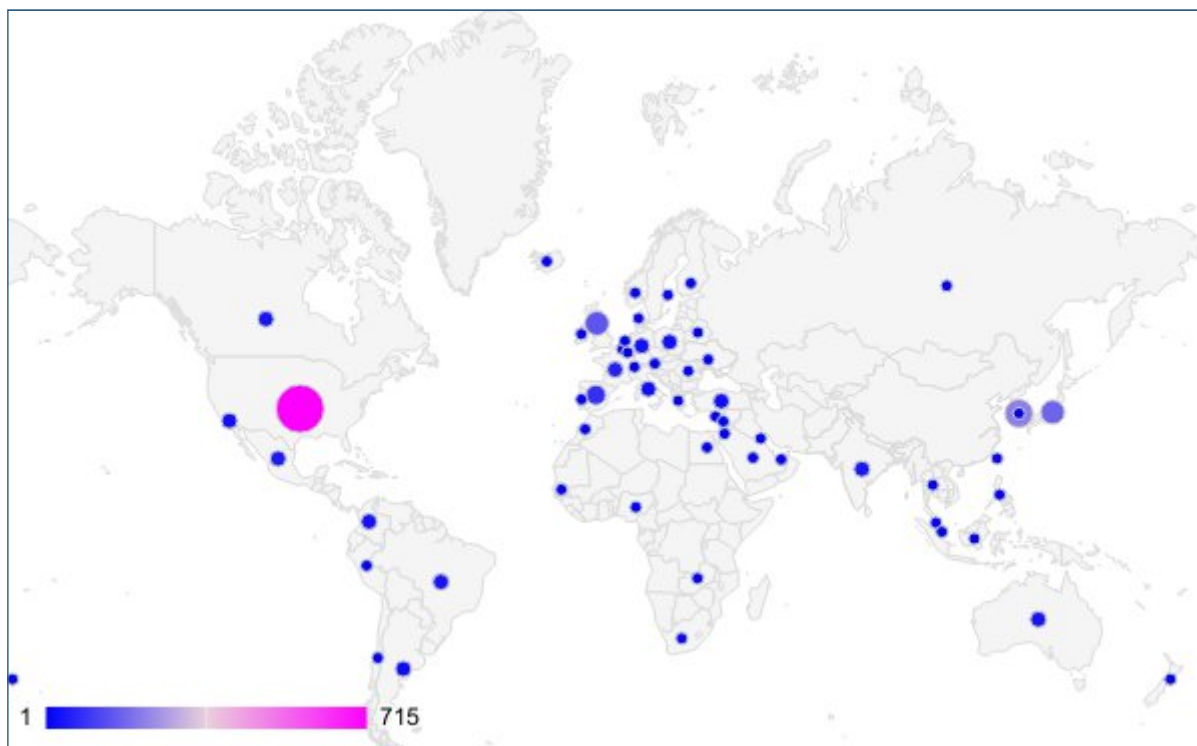


Figure 2 - Géographie du catalogue *NetfliX\_CL*

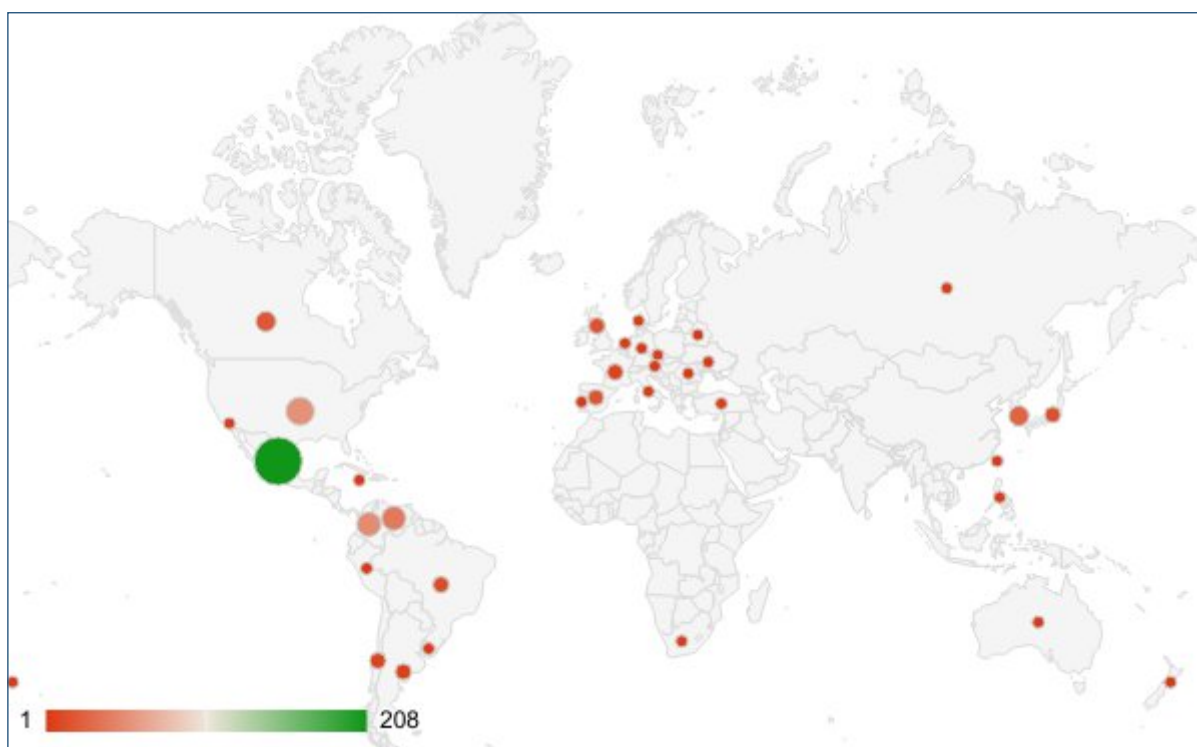


Figure 3 – Géographie du catalogue *ViX\_CL\_CO*

En outre, on observe des disparités entre les catalogues selon les années de production des séries proposées (cf. *Figure 4 – Répartition par année catalogues CL*). Alors que pour le catalogue de Netflix on remarque un nombre important de séries produites après 2015, chez ViX c'est plutôt les séries des années 1995 à 2005 puis autour des années 2015 qui constituent le coeur du catalogue. Cela s'explique notamment par le fait que cette plateforme diffuse de nombreuses séries déjà diffusée sur la télévision linéaire (voir *Figure 4 – Répartition par année des catalogues Netflix et ViX Colombie*), notamment des « *drama* » et « *télénovela* ».

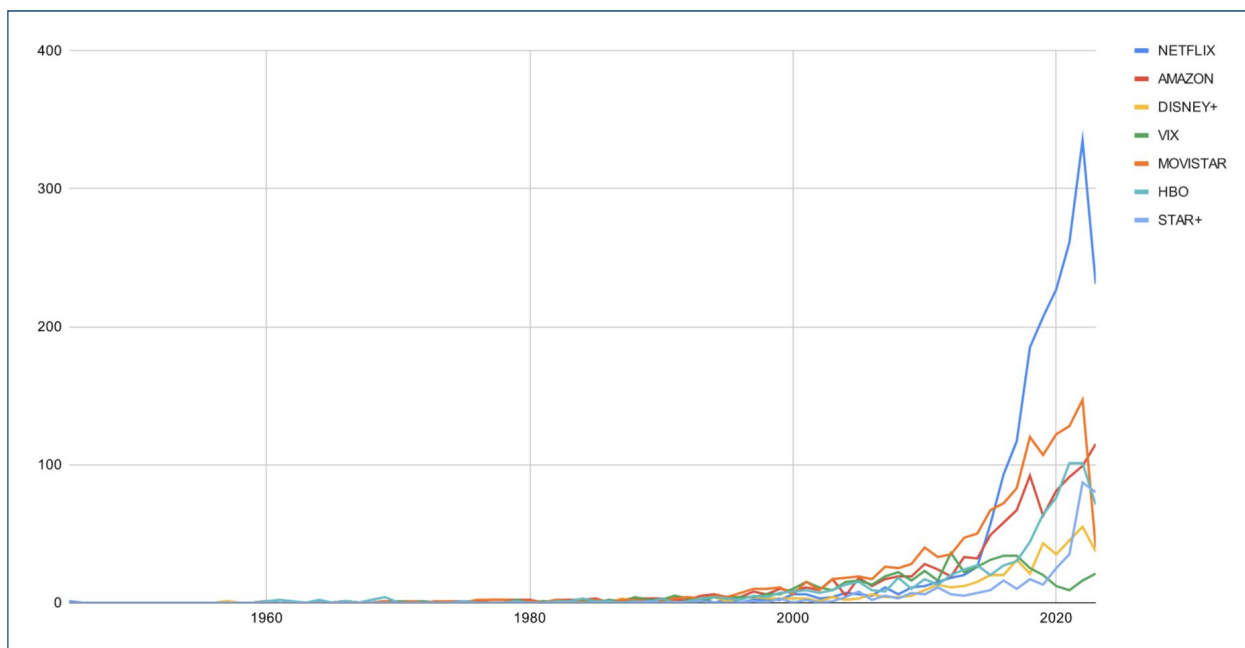


Figure 4 – Répartition par année catalogues CL

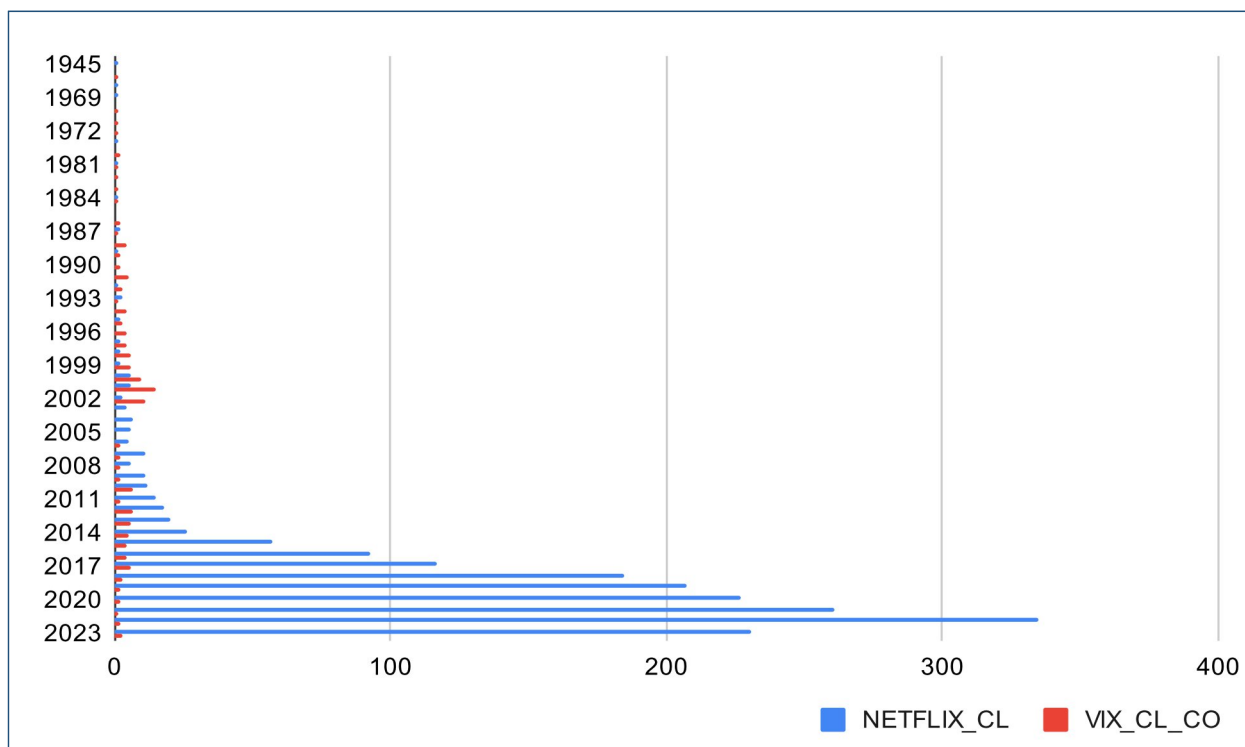


Figure 5 – Répartition par année des titres des catalogues Netflix et ViX Colombie

Le catalogue de ViX se distingue du fait que qu'il propose des titres déjà présents sur les autres plateformes. Ces doublons s'expliquent également par le positionnement éditorial de la plateforme qui est largement focalisé sur le genre « drama » (voir *Figure 6 – Genres attribués aux titres des catalogues chiliens*). Tous catalogues confondus, on remarque que certains genres constituent le cœur des différentes offres : les « dramas », les « comédies » et les « documentaires » (sauf pour ViX et Movistar où ils sont peu présents) ; on retrouve ensuite, dans une moindre mesure des titres labellisés comme « reality TV », « action et aventure » ou bien « science fiction ».

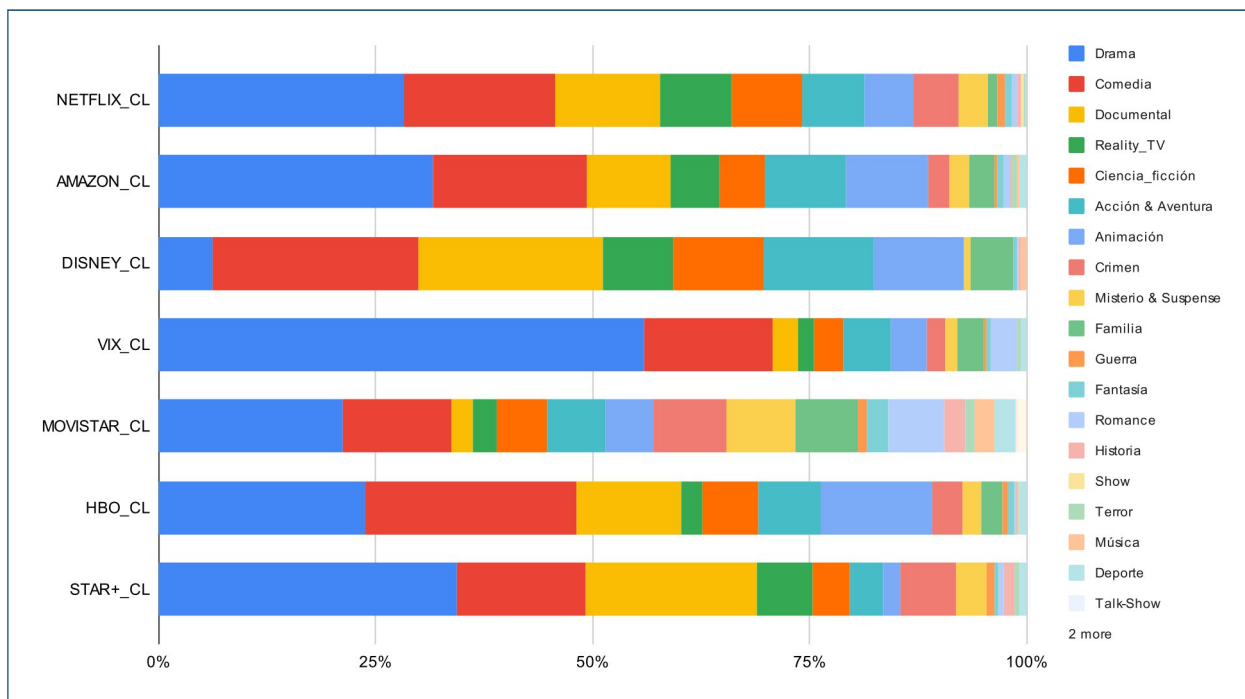


Figure 6 – Genres attribués aux titres des catalogues chiliens

Par ailleurs, les catalogues révèlent un certaine spécialisation dans les contenus produit par certains pays. C’est le cas notamment de la Colombie et du Mexique, par exemple, qui sont davantage pourvoyeurs de « *dramas* », ici reconnus pour leur expérience issue de la production télévisuelle.

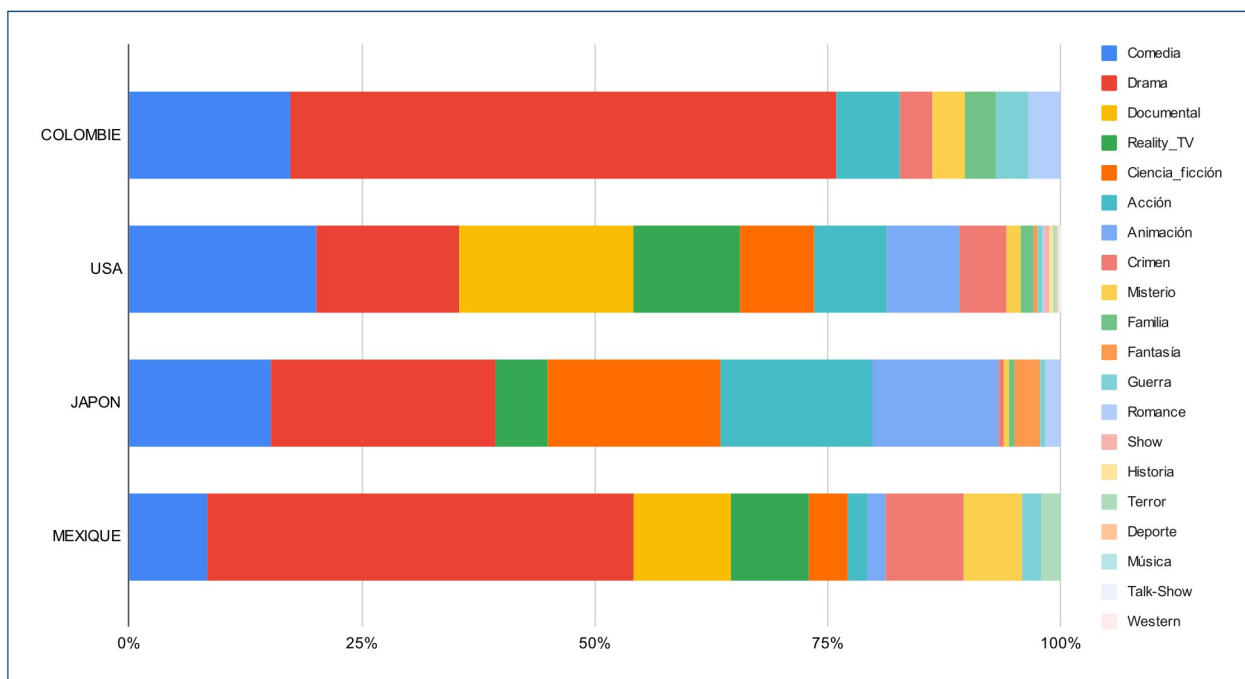


Figure 7 – Genre des séries par pays de Netflix\_CL

### 1.3.2. Évolution des pratiques de consommation

Pour les personnes interrogés, le facteur économique reste déterminant dans la compréhension des habitudes de consommation des publics chiliens et colombiens. Comme le souligne Adriana Aparicio, productrice chez Dynamo, « en Colombie, il y a un gros problème d'accessibilité à la technologie (...). Nous l'avons vu lorsque la pandémie s'est déclarée, nous avons réalisé que la grande majorité des colombiens n'ont même pas accès à un ordinateur »<sup>15</sup>. D'ailleurs, si la Colombie a suscité beaucoup d'intérêt pour les plateformes, la réalité économique du pays a douché ces ambitions : « De nombreuses plateformes ne peuvent être payées qu'avec une carte de crédit et les gens ici n'en ont pas (...), [ils] ont du mal à acheter les choses de base et avoir ces plateformes, oui, c'est un luxe que ces gens ne peuvent pas se permettre ». Un constat partagé par Daniela Gutiérrez, directrice du département des fonds du CNTV chilien, pour qui le coût des plateformes « est toujours un frein pour certains publics », mais elle considère celle-ci comme un élément important du « bouche à oreille »<sup>16</sup> autour des productions. Par ailleurs, les histoires et contextes nationaux ont été mentionnés pour le Chili comme la Colombie pour comprendre les habitudes du « grand public », encore largement consommateur de télévision.

Pour Hernán Caffiero, producteur et réalisateur chilien chez BTF, c'est le contexte de la dictature de Pinochet qui a amené les publics à considérer les productions culturelles locales comme « alternatives » ou « pirates » et à ne pas tant regarder leur pays à travers ses productions nationales, au contraire du Mexique par exemple où les publics sont « très attachés à leur pays, à leur culture, à leurs racines, à leur tradition<sup>17</sup> ». Pour Juan Franco, scénariste et producteur, l'exemple colombien montre combien, malgré les évolutions technologiques, « les audiences des chaînes nationales, tant publiques que privées, sont des audiences qui ont été construites sur une base très traditionnelle<sup>18</sup> ». La particularité des audiences des plateformes réside donc davantage dans leur capacité à construire des audience régionales ou « plus globale<sup>19</sup> », pour reprendre les termes de Juliette Lecuyer, analyste internationale auprès d'UniFrance. Pour Nicolas Acuña, le cas de la série chilienne *El Reemplazante*<sup>20</sup> est révélateur : « c'est sur Netflix qu'elle est devenue la plus populaire, plus que sur les chaînes de télévision, et c'est bien les plateformes qui attirent aujourd'hui les gens, surtout au niveau régional ». Les différents acteurs nationaux impliqués visent en règle générale une forme d'internationalisation. De ce point de vue là, l'expérience des circuits de production et de diffusion cinématographiques de ces deux pays et, plus largement, de l'Amérique latine sont révélatrices.

### 1.3.3. Dynamiques transnationales : le cas du cinéma d'auteur

L'essor de la production sérielle dans ces pays doit en effet être mis en perspective avec les dynamiques cinématographiques transnationales des pays latino-américains (Rueda, 2019). À l'étonnante prolifération des festivals de cinéma partout dans le monde mettant en avant ces cinémas (des métropoles des pays industrialisés aux territoires les plus reculés de la planète),

---

<sup>15</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec A. Aparicio le 08/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>16</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec D. Gutiérrez le 20/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien. DG

<sup>17</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec H. Caffiero le 15/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>18</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec J. Franco le 22/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>19</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec J. Lecuyer le 13/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>20</sup> *El Reemplazante* (2012-2014), voir sur [https://www.imdb.com/title/tt2488050/?ref\\_=nm\\_knf\\_t\\_4](https://www.imdb.com/title/tt2488050/?ref_=nm_knf_t_4). Consulté le 19/12/23.

s'ajoutent les transformations du rôle des manifestations festivières au sein du champ et du marché cinématographiques internationaux à travers la création d'ateliers ou de résidences d'écriture, de marchés de projets, de *work in progress*, de *networks*, etc. Ces transformations ont représenté un tournant pour les jeunes cinématographies du continent latino-américain au long des deux dernières décennies qui se trouvent imbriquées dans des logiques d'internationalisation inédites. Un réseau de professionnel·les et de cinéastes propre au circuit festivalier se configure peu à peu, et de nouveaux enjeux aussi bien socio-économiques que géopolitiques et interculturels en découlent. La situation contemporaine élargit la carte des échanges aux États-Unis, voire à l'Asie, au gré de la multiplication des festivals consacrés à ces cinématographies, mais aussi de l'essor de plateformes numériques qui amplifient encore ces dynamiques à travers le soutien à la réalisation de films et de séries au profit des cinéastes latino-américains. Les passerelles entre les filières du cinéma et de la télévision se font parfois poreuses, plusieurs professionnel·les du monde du cinéma des deux pays se consacrent en parallèle à écrire, produire et réaliser des séries. Nous y reviendrons au sujet des dynamiques régionales de « circuits » qui s'observent dans la production sérielle à proprement parler. En amont, il nous semble important de revenir sur les dynamiques d'industrialisation et d'internationalisation des productions sérielles colombiennes et chiliennes.

## 2. Dynamiques d'industrialisation et d'internationalisation

La situation actuelle de la production sérielle en Amérique latine se caractérise par un double processus d'industrialisation et d'internationalisation, fondé sur deux types de mutation, l'une technologique et l'autre socio-économique : la première concerne celle qui va des télécommunications au numérique et du numérique au *streaming* ; la deuxième, qui concerne les contenus et qui est corollaire à la première, va de la série produite par les chaînes de télévision nationales (la télévision dite « ouverte » en Amérique latine) à la production des chaînes par câble régionales comme Fox (dont le marché couvre tout le continent) et ensuite à celle des plateformes numériques.

L'écosystème de la production sérielle s'est vu transformé grâce à l'émergence de nouveaux acteurs sur le marché et à la coexistence de plusieurs modèles de production. Les séries latino-américaines commencent à s'exporter, à circuler sur les marchés internationaux et à être diffusées sur la télévision espagnole et sur les chaînes régionales. Les contenus sont désormais pensés pour être consommés à l'étranger. Si la coproduction entre les pays de la région et avec l'Espagne est déjà le modèle de production associé à la télévision par câble depuis le début des années 2000, la production industrialisée à l'ère des plateformes a renforcé et transformé les processus d'internationalisation<sup>21</sup>, aussi bien au niveau de la production, qu'au niveau de la circulation, avec l'achat de contenus des chaînes nationales d'autres pays<sup>22</sup> ou alors le préachat et la commande de contenus originaux. D'après le réalisateur de cinéma et de télévision Nicolas Acuña, « le monde de la série est de plus en plus compétitif et requiert d'être davantage régional, notamment si l'on vise à avoir une plateforme. Les plateformes ont toujours un standard de production ». Si l'internationalisation était auparavant tributaire d'une gestion propre au

---

<sup>21</sup> Au Chili les séries pour le jeune public (séries pour enfants) financées par le CNTV sont pionnières de ce circuit de circulation des télévisions publiques de ces pays (*Señal Colombia* - Colombie, *Pakapaka* - Argentine, etc.).

<sup>22</sup> La production sérielle attachée aux chaînes publiques régionales et nationale continue de se développer dans les pays de la région. En Colombie, *Señal Colombia*, chaîne publique nationale attachée à RTVC (système des médias publics en Colombie) produit des contenus sériels visant une diffusion nationale qui peut aussi atteindre des circuits internationaux par le biais du réseau Télévisions d'Amérique latine (TAL) notamment.

producteur<sup>23</sup>, elle est aujourd'hui associée à une chaîne d'acteurs (producteurs, marchés, plateformes, chaînes de télévision, etc.).

Du point de vue des contenus, on passe de la réalisation de projets pour l'audience chilienne ou colombienne suivant les contraintes des systèmes institutionnels et télévisuels nationaux, à la production de contenus exportables pour les écrans des plateformes internationales. Ces nouvelles dynamiques audiovisuelles s'inscrivent dans des contextes économiques, sociaux et culturels distincts, relevant de leur caractère historiquement et géographiquement situé. Les politiques publiques spécifiques à chaque pays, par exemple, constituent un aspect clé de la manière dont ces dynamiques se façonnent, de leur vitalité et du positionnement du pays en question dans la cartographie régionale de la production et la diffusion sérielle.

## 2.1. L'arrivée des plateformes

En Amérique latine, certaines chaînes de télévision nationales se sont associées à des chaînes par câble « globales ». En Colombie, par exemple, la chaîne de télévision publique colombienne Telecolombia, fondée en 1997 et pionnière dans l'utilisation de la haute définition et de systèmes de production innovantes, devient en 2006 Fox Telecolombia, associé stratégique de Fox International Channels pour la création de contenus originaux et en espagnol destinés aux chaînes de la région<sup>24</sup>. Ces expériences de production ont nourri le « *know how* » local et ont positionné la chaîne parmi les productrices les plus reconnues des contenus de standard international<sup>25</sup>. C'est dans ce contexte qu'a lieu l'arrivée des plateformes. « Ils sont arrivés ici et c'était comme des machines. Au lieu de produire des contenus dans les studios de Miami ou de Los Angeles, ils ont dit, en Colombie c'est possible. On y trouve une main d'œuvre moins chère et techniquement c'est déjà possible »<sup>26</sup>, témoigne le réalisateur Carlos Moreno.

C'est également en Colombie que les deux grandes chaînes privées nationales (RCN et Caracol) ont créé des départements de production pour développer le format sériel à destination de plateformes globales, tout en gardant la production de *télénovelas* pour la dite « *televisión abierta* ». Caracol, par exemple, produit *Escobar, El patron del mal*<sup>27</sup> en 2012. La production est assurée par Diego Ramirez, cofondateur de la plus grande société de production du pays (Dynamo) et la série est co-réalisée par les cinéastes Carlos Moreno et Laura Mora. La série obtient un succès international après son achat par Netflix.

Dans un premier temps (entre 2015 et 2018, selon le pays) les plateformes globales, Netflix en tête, arrivent sur les territoires latino-américains avec leur catalogue de contenus. Elles développent par la suite des contenus spécifiques pour le territoire latino-américain et plus largement hispano-américain (comprenant l'Espagne). L'achat de contenus est très rapidement suivi du développement et de la production de projets « originaux » pour l'Amérique latine avec

---

<sup>23</sup> D'après Daniela Gutierrez, l'exemple le plus iconique d'internationalisation d'un contenu chilien qui a bénéficié du financement CNTV est la série pour enfants *31 minutos*. Suite à sa diffusion sur la chaîne nationale TVN en 2003, elle est diffusée sur des chaînes des pays latino-américains (Once TV au Mexique, parmi d'autres), sur des chaînes du câble comme Nickelodeon et Cartoon Network et, enfin, sur Prime Vidéo. Voir sur : <https://aplalpac.cl/work/31-minutos/>. Consulté le 06/01/24.

<sup>24</sup> Depuis 2019, Fox TeleColombia devient propriété de Disney. En 2021 la chaîne devient Telecolombia, puis Paramount Global acquiert une participation majoritaire en TeleColombia et la fusionne avec Estudios Teleméxico sous la marque TIS (The Independent Studios). Voir sur : <https://www.eltiempo.com/cultura/cine-y-tv/viacom-cbs-completa-la-adquisicion-mayoritaria-de-fox-telecolombia-634095>., Consulté le 08/01/23.

<sup>25</sup> Voir sur : [https://www.facebook.com/foxtelecolombiaTV/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/foxtelecolombiaTV/?locale=es_LA) Consulté le 5 janvier 2024.

<sup>26</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec C. Moreno le 15/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>27</sup> Voir sur : <https://www.imdb.com/title/tt2187850/> Consulté le 19/12/23.

les acteurs locaux (sociétés de production et équipes créatives). Avec des moyens de production plus importants, ces plateformes commencent alors à définir les standards de la production au niveau du budget, des contenus, des comédiens et des équipes créatives. D’après Nicolas Acuña, ces « *majors* » imposent des « chiffres démentiels, difficiles à imaginer pour un producteur indépendant ». « Elles finissent par imposer un mode de production à la nord-américaine », confirme pour sa part la productrice colombienne Adriana Aparicio.

Bien que les productions « originales » restent limitées pour les plateformes (voir *Figure 8 – Productions colombiennes et chiliennes du catalogue Netflix*), tout comme les acquisitions nationales, une ou deux par an au Chili, elles constituent les grands référents au sein de l’écosystème sériel. L’objectif des producteurs et créateurs étant de trouver une plateforme, ils tentent généralement de se soumettre aux standards que ces dernières imposent. Carlos Moreno témoigne combien certaines productions locales cherchent à copier les formats et les factures sans pour autant réunir le même budget.

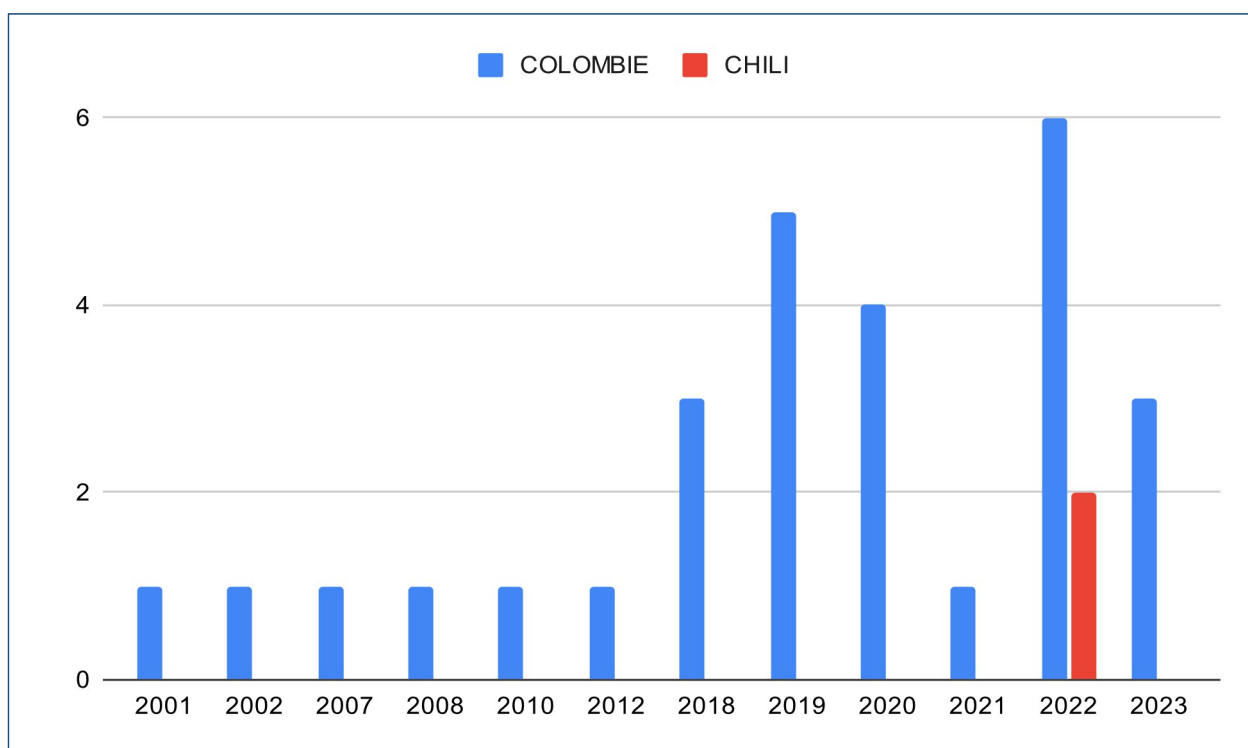


Figure 8 – Productions colombiennes et chiliennes du catalogue Netflix

En termes des contenus, les standards de production montrent cependant une certaine évolution. En effet, l’adaptation aux publics locaux amènent les plateformes à « absorber » des formats historiquement ancrés. C’est le cas de *Palpito*<sup>28</sup>, une « novela sérialisée » produite par Netflix. La plateforme est désormais à la recherche de ce type de projets et d’après le réalisateur chilien Nicolas Acuña : « la télévision ouverte avait un pouvoir économique qu’elle n’a plus ici en Amérique latine. Les chaînes de télévision doivent vivre du *live*, des JT et dans une certaine mesure des *télénovelas*, mais Netflix et Amazon sont entrées dans ce territoire pour disputer ce terrain qui pendant longtemps appartenait aux chaînes de télévision ouverte ». Alvaro Cabello, producteur chez Fabula, s’interroge en ce sens également: « Que s’est-il passé dans les plateformes, notamment chez ViX et maintenant Netflix et Amazon ? Elles sont en train de réaliser

<sup>28</sup> Série de deux saisons de 24 épisodes sortie en avril 2022. La série a obtenu la première place dans le Top 10 de Netflix de séries les plus regardées dans le monde de langue non anglaise.



qu'en Amérique latine on aime les *telenovelas*, le public consomme des *telenovelas*, et ils sont en train de réaliser par exemple *El Pacto de silencio*, qui vient de sortir sur Netflix »<sup>29</sup>.

Enfin, l'apparition de contenus locaux sur les chaînes latino-américaines et les plateformes devient une promesse d'internationalisation pour les créateurs et les producteurs, du moins sur le territoire hispanique ou hispanophone. Cette promesse se traduit paradoxalement par l'envie de créer un contenu détaché des récits et esthétiques fictionnelles traditionnelles : quitter les *telenovelas* pour aller vers « *los seriados* ». Du point de vue de la mise en scène, ces derniers s'attacheraient davantage à l'esthétique cinématographique, d'après Carlos Moreno : « [Les séries] changeaient la technique de la production de télévision à trois caméras pour travailler à une ou deux caméras avec une optique cinéma qu'on retrouvait habituellement dans la série télé réalisée par les *gringos* ou les Européens. Donc on avait besoin de réalisateurs qui connaissent la technique du cinéma ». Par ailleurs, si, en Amérique latine, l'émergence de la production sérielle est issue en partie du monde du cinéma, elle l'est aussi, notamment en Colombie, de la publicité. Carlos Moreno, par exemple, témoigne combien son expérience de réalisation et de mise en scène de spots publicitaires constitue un apprentissage de la technique cinématographique qui sera ensuite investie dans la réalisation sérielle. Il soulève une question technico-esthétique : l'apparition de caméras vidéo imitant l'optique cinématographique, utilisée dans la publicité.

## 2.2. L'importance du soutien public à la production audiovisuelle

Ces dynamiques de production sont tributaires du contexte institutionnel, du statut et du positionnement des chaînes de télévision dans chaque pays. Ainsi, il faut se plonger sur les singularités des deux pays du point de vue des politiques de soutien à la production audiovisuelle en rapport avec les stratégies de développement du secteur.

### 2.2.1. Le cas chilien

Dans le cas du Chili, depuis 1993 et le retour du régime démocratique, naît le Fond du département de soutien / Fondo del departamento de fomento du CNTV<sup>30</sup> avec pour objectif de produire une programmation de qualité avec un « sens public ». Cette idée de « programmation de qualité » a rendu possible le développement depuis 30 ans au Chili d'une création télévisuelle qui ne soit pas dépendante des chaînes de télévision, « avec davantage un regard d'auteur », selon les mots de Daniela Gutiérrez, directrice du département de soutien.

Le fond, à caractère compétitif, couvre plusieurs catégories (jeune public, documentaire, éducatif, séries historiques, fiction). Il représente un soutien aussi bien pour les sociétés de production indépendantes que pour les chaînes de télévision, encouragées à diffuser un contenu « différent » à leur production habituelle. Il contrôle tout le processus de production des œuvres à travers l'accompagnement au long cours du processus de réalisation, d'une unité technique audiovisuelle et d'une unité de contenu. Depuis 2019, le CNTV considère la coproduction sur toutes les lignes compétitives, en cohérence avec une dynamique d'internationalisation de la production sérielle.

---

<sup>29</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec A. Cabello le 5/12/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>30</sup> Le CNTV est un organisme autonome qui régule les politiques publiques autour de la télévision « ouverte ».

Jusqu'à 2020, il a été couplé au Fond Corfo de la Corporation de soutien à la production / *Corporación de Fomento de la Producción*, un service public décentralisé dont l'objectif est de soutenir l'entrepreneuriat, l'innovation et la compétitivité de plusieurs secteurs, afin de participer au développement économique du pays<sup>31</sup>. Ce fond était orienté vers le soutien à l'écriture et à la réalisation d'épisodes « pilote » de séries. Le Fond CNTV, qui finance jusqu'au 80% du budget de la série, exigeait d'avoir obtenu préalablement le fond de développement, ainsi qu'une association avec une chaîne de télévision.

Avec l'arrivée des plateformes et suite à la demande de l'Association nationale de producteurs, le fond a dû assouplir cette dernière restriction qui empêchait les coproductions avec les nouveaux arrivants. Les projets peuvent désormais postuler au fond CNTV s'ils ont l'engagement d'une plateforme et sans qu'une chaîne de télévision nationale soit impliquée au départ. « Le CNTV soutient les productions qui ne seront pas diffusés sur les écrans de la télévision (« *pantalla abierta* ») car les audiences ont déjà abandonné ces derniers. Il est important que nos contenus puissent exister aussi sur les plateformes et qu'ils s'adaptent aux publics. Je participe aux marchés internationaux afin de raconter aux producteurs et aux plateformes que le CNTV est déjà sur cette voie », souligne d'ailleurs Daniela Gutiérrez, directrice du Département de soutien du CNTV, qui a récemment participé à Iberseries & Platino Industria<sup>32</sup>.

En revanche, l'obtention du fond requiert une diffusion au Chili, ce qui a entraîné des négociations et de nouveaux accords entre les porteurs des projets et les plateformes, afin que les contenus soient diffusés sur les chaînes chiliennes avant ou après une diffusion sur les plateformes. « Aujourd'hui les plateformes sont en train de s'ouvrir aux licences et de partager les territoires et les contenus : une chose qu'elles n'auraient jamais envisagé auparavant », témoigne Alvaro Cabello, producteur de Fabula. Désormais il n'est plus possible au Chili de réaliser une série de fiction uniquement chilienne ou financée exclusivement avec le fond du CNTV. La coproduction régionale devient le modèle de production à suivre.

Par ailleurs, l'internationalisation provient non seulement des acteurs privés (les plateformes) et des coproductions internationales, mais aussi des politiques publiques et du soutien institutionnel. Lors des dernières années le CNTV a, par exemple, participé aux marchés régionaux comme Ventana Sur<sup>33</sup>, afin de promouvoir et diffuser les contenus soutenus par le fond et créer des liens avec des professionnels (distributeurs et coproducteurs notamment). « L'objectif est de faciliter l'augmentation des productions chiliennes [...], partager notre identité et nos réflexions avec des contenus très locaux mais aussi universels. Lorsqu'un contenu chilien de qualité trouve une coproduction, cela signifie qu'il touchera d'autres publics. Nous sommes très contents au CNTV de cette nouvelle étape de participations aux marchés internationaux », souligne Daniela Gutiérrez<sup>34</sup>.

---

<sup>31</sup> Voir sur : <https://www.corfo.cl/sites/cpp/sobrecorfo>

<sup>32</sup> Voir sur : <https://www.produ.com/noticias/daniela-gutierrez-de-cntv-queremos-que-los-contenidos-chilenos-tambien-estén-en-plataformas-y-se-adaptan-a-los-publicos>. Consulté le 6 janvier 2024.

<sup>33</sup> *Ventana Sur* est un marché organisé par l'Institut national de cinéma et des arts audiovisuels d'Argentine (INCAA) et le Marché du Film du Festival de Cannes, qui a lieu chaque année à Buenos Aires au mois de novembre.

<sup>34</sup> "Daniela Gutiérrez de CNTV: Queremos que los contenidos chilenos también estén en plataformas y se adapten a los públicos", publié le 30 octobre 2023. Voir sur : <https://www.produ.com/noticias/daniela-gutierrez-de-cntv-queremos-que-los-contenidos-chilenos-tambien-estén-en-plataformas-y-se-adaptan-a-los-publicos>, consulté le 6 janvier 2024.

Certains producteurs comme Sergio Gándara<sup>35</sup> se plaignent du fait que le budget consacré au fond soit identique depuis le premier gouvernement de Michelle Bachelet en 2009, alors que le coût et les budgets de production ont augmenté. Si le pourcentage du soutien du fond public correspondait à 30% ou 40% du budget total, il correspond aujourd'hui à 15% ou 20%. Alors que le fond continue de soutenir entre 15 et 20 projets par an, les professionnels chiliens avec qui nous sommes entretenus, témoignent d'une crise actuelle des institutions audiovisuelles au Chili et du Ministère de la culture avec des budgets qui stagnent et une difficulté à adapter les politiques publiques aux évolutions des marchés. Ils partagent tous le souhait d'une loi qui positionne le Chili comme un territoire prometteur de la production audiovisuelle internationale.

Bien que les dynamiques contemporaines d'internationalisation ont transformé le paysage<sup>36</sup>, la relation avec les plateformes n'a jamais été régulière au Chili, en raison de l'absence de politiques publiques spécifiques à la production internationale. Selon les mots du producteur et réalisateur Hernán Caffiero : « Ce qui nous manque c'est de pouvoir établir des liens avec l'État à partir de bénéfices pour l'investissement étranger. Il y a beaucoup de talent, mais il n'y a pas de motivation pour qu'un producteur étranger vienne injecter de l'argent. Il n'existe pas d'incitations financières comme en Colombie ».

### 2.2.2. Le cas colombien

La Colombie est en effet le pays pionnier en Amérique latine pour la mise en place de politiques de soutien au secteur audiovisuel via les incitations à la production économiques pour les productions étrangères. Ces incitations représentent un aspect clé du développement de cette industrie audiovisuelle et positionne le pays comme l'un des producteurs les plus importants du continent. Nous pouvons distinguer deux types d'incitations :

- le Fond Filmique Colombie (FFC), créé par le gouvernement national tout d'abord pour le cinéma, en 2012, et ensuite pour les séries en 2019, et qui représente une dotation en espèces de 40% des dépenses en services audiovisuels et de 20% des dépenses en services logistiques pour des projets nationaux et internationaux produits dans le pays avec un investissement minimum 525.000 dollars.
- le Certificat d'investissement audiovisuel (CINA), créé en 2020 comme un instrument d'incitation fiscale et qui équivaut à une réduction du 35% des dépenses en services audiovisuels et logistiques réalisés par un producteur étranger en Colombie. Ces dépenses doivent être engagées avec des entreprises ou des individus colombiens et sont négociables sur le marché boursier national. Ce sont des « titres à valeur négociable » pour les colombiens qui paient des impôts en Colombie. Ces incitations assurent à la Colombie sa qualité de destination privilégiée pour la réalisation de films, séries, clips musicaux, jeu vidéo ou les productions audiovisuelles publicitaires<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec S. Gándara le 15/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>36</sup> Entre 2017 et 2022 a été mise en place la « Politique nationale pour l'audiovisuel », avec comme objectif le développement de la production, la professionnalisation, la spécialisation dans la création en réseau et l'internationalisation.

<sup>37</sup> « A ce jour, 151 productions de 15 pays ont bénéficié du FFC et des CINA (les États-Unis, la France, l'Espagne, l'Argentine, la Pologne, la Hongrie, la Corée du Sud et la Norvège) attirant 80 entreprises productrices et plus de 590 million de dollars d'investissement pour le pays. Depuis 2013, 53 projets nationaux et étrangers ont bénéficié du FFC. Dans le cas des CINA, 99 projets étrangers en ont bénéficié ». Parmi les séries qui ont bénéficié de ces soutiens et qui ont été cités dans cet étude : *Narcos*, *Pálpito* et *Echo 3*. Source : Claudia Triana, directrice de ProImágenes Colombia.

Dans les deux cas, la nécessité que l'équipe de production soit colombienne se traduit par une incitation à la coproduction. Aussi, lorsque le projet naît en Colombie il y a une nécessité à trouver un ou des partenaires étrangers. « Il y a beaucoup de séries internationales réalisées complètement en Colombie qui ont été réalisées grâce à ces incitations. Nous nous sommes engagés sur 99 projets qui ont permis un chiffre d'investissement que nous n'avions jamais vu. Ce sont des séries qui se font avec du talent colombien, des dépenses de services en Colombie, qui nous ont permis d'apprendre beaucoup et qui en plus ont de la facture et un IP international. En ce moment nous avons la première saison de la série *Cent ans de solitude* dont le tournage est en train de se terminer et on commence la deuxième saison qui va dépenser environ 83 millions de dollars en Colombie. Une quantité énorme de colombiens (scénaristes, comédiens et techniciens dans plusieurs départements) sont en train d'apprendre à travailler dans ces grosses séries »<sup>38</sup>, déclare Claudia Triana, directrice du Fond mixte de promotion cinématographique Proimagenes, qui gère les deux incitations à la production sérielle en Colombie.

Si dans les pays de la région, les incitations constituent un modèle à suivre, elles sont néanmoins l'objet de critiques à l'intérieur du pays de la part de professionnels indépendants du secteur audiovisuel, notamment cinématographique. D'après Adriana Aparicio, de Dynamo, « beaucoup de gens critiquent les incitations financières que nous avons en Colombie, mais ce qu'elles représentent pour l'industrie, est impressionnant. La Colombie s'est positionnée comme l'un des meilleurs pays producteurs en Amérique latine. Je pense que ça a fait que la Colombie est devenu un territoire très important pour les plateformes dans la région ».

### 2.2.3. Les productions locales et régionales

Il existe un autre fond de soutien à la production sérielle nationale et régionale géré cette fois-ci par le Ministère des TIC (Technologies de l'Information et les Communications) colombien. Son appel public national couvre plusieurs genres et formats (documentaire, jeune public, éducatif, fiction). Pour Adelfa Martinez, productrice et ancienne directrice de la Direction de cinématographie du Ministère de la culture en Colombie entre 2010 et 2020, « ce sont des ressources beaucoup plus petites, la qualité et la facture de cette production ne sont pas les meilleures. Dans ce sens, la vente internationale de ces contenus reste très difficile »<sup>39</sup>. Ces séries s'attachent souvent à des thématiques définies par les appels à projet du fond et visent à soutenir un levier de jeunes créateurs. En 2023, par exemple, l'appel « Récits en Série Rural » visait les créateurs de contenu audiovisuel nés ou habitant des régions colombiennes<sup>40</sup>. Destinées à une diffusion sur les chaînes de télévision régionales, ces séries peuvent prétendre à une internationalisation via le réseau de Télévisions d'Amérique latine (TAL), qui réunit des chaînes de télévision publique et culturelle de la région.

On pourrait toutefois soulever une exception : la série *Turbia*. Cette production commandée par Télépacífico, chaîne régionale, a réuni une équipe de réalisateurs issus du monde du cinéma et/ou de la publicité, pilotés par la société de production indépendante de films Contravia. Le producteur et coréalisateur Oscar Ruiz Navia, ayant des connaissances du circuit international de circulation de projets et d'œuvres de fiction (notamment cinématographiques), visait son

<sup>38</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec C. Triana le 22/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>39</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec A. Martinez le 22/11/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>40</sup> Voir sur : <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/277154:MinTIC-reabre-la-convocatoria-audiovisual-Relatos-en-Serie-Rural>. Consulté le 6 janvier 2024.

exportation depuis le développement du projet. Il a ainsi envoyé la série à plusieurs festivals dont le Festival international Séries Mania (Lille – France), où elle est sélectionnée en 2022. Par la suite, la série a été vendue pour une diffusion sur ViX, plateforme de *streaming* exploitée par TélévisaUnivision dédiée à la diffusion de contenus exclusivement en espagnol et destinés aux audiences hispanophones.

Dans le cas du Chili, le Fond de soutien du CNTV comprend aussi une catégorie « régionale », réservée à une création locale et régionale et à des jeunes créateurs. Les œuvres, attachées également à divers genres sériels (éducatif, jeune public, fiction historique) sont destinées à une diffusion nationale. Leur exportation, lorsqu'elle a lieu, concerne aussi les télévisions des pays de la région. Daniela Gutiérrez, directrice du Fond du soutien du CNTV, rappelle qu'il y a « environ 20 lauréats tous les ans, dont 15 ne sont pas les grandes sociétés de production. Des gens nouveaux y postulent et gagnent tout le temps, bien que des grandes sociétés gagnent aussi étant donné que leurs projets sont très bons ». Ces productions s'attachant à des dynamiques internes aux pays, constituent un circuit autonome et restreint vis-à-vis du circuit de la production sérielle internationalisée.

### 2.3. Les sociétés de production : entre concurrence et concentration

Aux côtés des plateformes et des institutions publiques, les sociétés de production constituent le troisième acteur participant à la structuration d'un marché de production sérielle. Leur positionnement au sein de ce marché est marqué par une hiérarchie définie selon leur taille et leur capacité d'interaction, de mise en réseau et de négociation avec les acteurs puissants que sont les plateformes de *streaming*. Au Chili et en Colombie, deux sociétés de productions dominent le marché grâce à leur positionnement économique et aux relations privilégiées qu'elles entretiennent avec ces dernières : Fabula au Chili et Dynamo en Colombie. Toutes les deux répondent aux demandes des plateformes tout en cherchant à se distinguer : elles jonglent entre l'exigence de qualité et la réponse au marché. En effet, leur place vis-à-vis des plateformes ne se mesure pas en termes de quantité d'œuvres produites mais de qualité<sup>41</sup>. Cette dernière se définit en opposition aux *télenovelas*, genre historique très ancré dans la fiction latino-américaine. S'il est reconnu par les professionnels producteurs des séries, il est toutefois considéré comme un genre populaire mineur, comme l'exprime Adriana Aparicio, productrice exécutive de Dynamo : « Nous avons toujours dit que nous ne voulons pas faire des *télenovelas* et les plateformes savent que nous ne sommes pas le lieu où elles peuvent chercher ce genre de contenu. Nous consacrons notre production à réaliser des choses de bonne qualité. Nous cherchons des contenus qui peuvent être vendus et que les plateformes nous demandent car c'est aussi une affaire. Nous nous concentrons sur des contenus commerciaux, mais nous ne voulons pas réaliser des *télenovelas* ou des séries mal faites ».

C'est bien leur vision stratégique commerciale qui a positionné les deux sociétés comme les plus puissantes de chaque pays. Elle est basée sur plusieurs aspects : une connaissance fine du marché du cinéma et de la télévision, la veille et la compréhension de ce qui est recherché par les plateformes (qui par ailleurs change sans cesse) et la conformité avec le goût et le régime de valeurs des professionnels qui y travaillent.

La capacité de concentration de ces deux « grandes » organisations est telle qu'elles ne trouvent pas véritablement de concurrence à l'intérieur de leurs frontières. Pour Adriana Aparicio de Dynamo, « certes, il y a de la concurrence et c'est bien car cela signifie qu'il y a plus de choses

---

<sup>41</sup> 22 séries produites entre 2011 et 2023 par Fabula, et de 24 séries entre 2010 et 2023 par Dynamo.

qui sont en train de se faire, mais c'est vrai que Dynamo a le dessus sur les autres sociétés de production ». D'une certaine manière Fabula est dans la même situation au Chili. Par ailleurs, le positionnement des acteurs se conforme aux logiques de détermination des classes sociales – les « héritiers » sont au sommet de cette structuration du marché. Dynamo, par exemple, a été fondé par des banquiers amis de cinéastes qui ont décidé d'investir et de développer commercialement le secteur de la production audiovisuelle. Sergio Gándara, de la société de production chilienne à taille moyenne Parox, dénonce ce système exclusif. Par leur position exclusive au sein du marché, par leurs capacités à décider de la viabilité d'un projet et par le réseau de filiations entre les cadres qui y travaillent (« le *networking* hérité », selon Sergio Gándara) ces deux sociétés incarnent, pour les petites et moyennes sociétés, un système de production hégémonique.

Par ailleurs, il existe un autre type de société de production d'une taille similaire et avec le même positionnement géographique, mais dont l'origine, l'organisation et le contenu se distinguent des deux sociétés chilienne et colombienne. BTF Média, créé en 2010 à Miami et dont la présence s'est rapidement élargie au Mexique, en Argentine, au Chili et en Espagne, en est un exemple. Acteur sur le marché de la fiction et du divertissement, BTF vise la production de séries et de films à but commercial et ancrés dans les imaginaires populaires des pays latino-américains<sup>42</sup>. « BTF fait plusieurs types d'affaires. Elle a des contrats avec les plateformes géantes, mais elle est aussi localisée dans plusieurs pays. C'est très variée et très large. Les propriétaires de BTF sont à Miami car la commercialisation est plus facile de là-bas, et nous allons en Amérique latine pour leur donner forme », souligne Hernán Caffiero, responsable du bureau de BTF au Chili.

- **Focus Fabula**

Reconnue comme l'une de plus prestigieuses sociétés de production du cône Sud, Fabula a été créée en 2004 par Juan de Dios Larraín et Pablo Larraín avec un groupe d'associés avec l'objectif de produire tout d'abord les films de Pablo Larraín et plus tard d'autres cinéastes attachés au cinéma d'auteur internationalisé. Par la suite, Fabula a décidé de créer des contenus « de qualité » pour la télévision nationale<sup>43</sup>, telle que TN ou ChileVisión.

Très ancrée dans le territoire chilien, Fabula a eu comme objectif majeur, depuis sa création, de développer l'internationalisation de sa production. Elle a notamment réussi grâce aux films de Pablo Larraín qui ont institué une sorte de marque de fabrique. Au moment de l'apparition du *streaming*, la société avait déjà parcouru un bon chemin et avait acquis une notoriété grâce à la qualité de ses œuvres, dans le secteur de la télévision également. La société a très vite identifié que la réponse au besoin de contenus des plateformes représentait un potentiel de développement. Désormais, elle s'est orientée entièrement vers la télévision à dimension latino-américaine, notamment vers le Mexique, l'Argentine et la Colombie qui sont devenus les principaux marchés sériels du continent, aux côtés du Brésil. La chargée de télévision s'est d'ailleurs installée au Mexique qui est aujourd'hui son pôle de production le plus solide.

Le siège central se trouvant à Santiago du Chili, Fabula a ouvert un bureau à Mexico et à Los Angeles, villes où il existe des partenaires avec des services de production, afin de développer

---

<sup>42</sup> BTF Média a produit les séries *Maradona: Sueño Bendito*, *Papás por Encargo* & *La Muchacha que Limpia* et les films *Soy Tu Fan* et *Sintiéndolo Mucho*, Prix Goya 2024. Voir sur : <https://btffmedia.com/about-us/> Consulté le 5 janvier 2024.

<sup>43</sup> Autre que les séries de fiction, la production télévisuelle de Fabula comprend des programmes de divertissement, *docu reality* et des séries documentaires comme *La Vega* et *Historias de Chile*.

de projets sur tout le territoire latino-américain voire européen<sup>44</sup>. Quant à la Colombie, la société développe à l'heure actuelle un projet tourné dans ce pays et produit par une société colombienne. L'objectif de cet élargissement est de bénéficier des fonds des pays européens et des incitations publiques à la production telles les FFC et les certificats CINA colombiens, évoqués plus haut.

Au Chili il n'existe pas d'autre société véritablement comparable. Comme le souligne Alvaro Cabello : « Fabula n'est pas uniquement au Chili. Le Chili est le pivot, mais nous travaillons pour toute la région voire pour le monde : Pablo [Larraín] a filmé en Europe, nous produisons du contenu en anglais, nous réalisons actuellement plusieurs types de contenus en Colombie, donc il est très difficile de comparer une société de caractère global avec les autres, qui sont davantage locales ». L'objectif de la société est aujourd'hui de continuer le développement de ses contenus, de renforcer les productions au Mexique. Elle cherche à « ouvrir des nouveaux territoires » en Colombie et en Espagne ce qui permet de cofinancer des projets et de toucher les portes des télévisions espagnoles et du reste de l'Europe. « Nous sommes davantage concentrés les années qui viennent à franchir des frontières qu'à développer du contenu proprement local », témoigne encore Alvaro Cabello.

#### • Focus Dynamo

L'histoire de Dynamo est celle d'un groupe d'amis qui s'est associé à de grands capitaux (des anciens amis banquiers). Suite au soutien financier des films *Perro come perro* (Carlos Moreno, 2008) et *Satanas* (Andy Baiz, 2007), ils décident de créer une entreprise de production audiovisuelle en 2006, avec des associés installés à New York et à Madrid, où elle a très vite ouvert des bureaux. Dynamo a aussi pour ambition d'ouvrir un nouveau territoire en Amérique latine, ce qui l'amène à trouver un partenaire au Mexique. Ainsi, elle s'est consolidée au long de ces années en tant que leader en « Ibéroamérique » avec, désormais, une présence physique et opérationnelle à Bogotá, México, Madrid et New-York<sup>45</sup>.

Les services de production effectués pour la série *Narcos* ont représenté un tournant pour la société. « Si nous pouvons produire une série comme *Narcos*, pourquoi ne pas réaliser nos propres séries du même style, avec la même qualité et facture de production ?! », témoigne Adriana Aparicio, productrice exécutive de Dynamo. Grâce aux compétences acquises dans l'écriture et la mise en scène, dans la gestion du budget et la relation avec les plateformes, Dynamo a décidé d'avoir une double démarche : répondre aux demandes des plateformes et produire leurs propres séries. La société s'est spécialisée dans la production de « séries indépendantes » et de films attachés à un cinéma « commercial de qualité », c'est-à-dire, un cinéma qui se distingue aussi bien du cinéma dit « indépendant » ou d'auteur (qui au Chili serait produit par Fabula) que du cinéma commercial populaire.

Par ailleurs, la société a privilégié les collaborations avec des cinéastes, créatifs et techniciens renommés ou de jeunes talents ayant fait leurs preuves dans la réalisation cinématographique de la région reconnus pour développer des contenus « originaux » destinés aux plateformes (qui sont les dernières à valider les équipes<sup>46</sup>). « Nous travaillons avec des talents de chaque pays

---

<sup>44</sup> Il existe essentiellement deux formules pour développer des coproductions : l'une, à travers un partenaire depuis le tout début d'un projet avec qui l'un des deux jalonne le processus de production ; l'autre consiste à vendre un contenu filmé dans un autre pays, le présenter à la plateforme, lui trouver un chemin de financement et embaucher une société externe au pays en question chargée du tournage.

<sup>45</sup> Voir sur : <https://dynamo.net/es/nosotros/>. Consulté le 7 novembre 2024.

<sup>46</sup> Les séries *Distrito Salvaje*, premier projet réalisé pour Netflix en Colombie, a été réalisé par le cinéaste Carlos

et essayons que les projets en Colombie soient réalisés par le talent colombien », selon les mots d'Adriana Aparicio.

À l'aune des politiques publiques colombiennes d'incitation à la production étrangère, les plateformes se sont davantage intéressées à la Colombie comme territoire où investir et Dynamo est devenu leur partenaire privilégié. L'objectif de la société était de développer la production de « contenu premium » pour les « joueurs leaders de l'industrie » telles que les plateformes globales comme Netflix, Amazon, Apple, Movistar, Viacom, HBO et AMC<sup>47</sup>. Toutes ces productions bénéficient d'ailleurs d'une aide publique au financement et, aujourd'hui, Dynamo cherche à s'étendre encore vers le Mexique, les États-Unis ou l'Espagne.

## 2.4. Sociétés moyennes et petites

Aux côtés de ces grandes sociétés, d'autres d'envergures plus petites ou moyennes ont été créées au fil des deux dernières décennies. Certaines visent la prestation de service de production pour des projets développés par des chaînes de télévision ou des plateformes, d'autres produisent et réalisent du contenu ou bien accompagnent le développement des projets de jeunes réalisateurs.

### 2.4.1. Prestataires

Plusieurs sociétés de production intègrent les services de production à leurs missions (Parox, Dynamo, Fabula) ou se consacrent exclusivement à ces services. Ces derniers contribuent à la configuration d'une dynamique régionale qui lie plusieurs territoires. En Colombie, plusieurs sociétés ont été créées pour répondre aux besoins des productions étrangères internationales qui viennent tourner dans le pays afin de bénéficier de la loi 15 56 (CINA et FFC). Outre la gérance de la production, ces sociétés opèrent en tant qu'interlocutrices du client — qui peut être une plateforme (comme Disney, Netflix, Amazon) ou une société de production étrangère — auprès de la Commission Filmique qui gère les incitations financières afin d'assurer que le projet remplisse ses critères.

Elles accompagnent et exécutent ensuite la production dans le cadre des contraintes pour obtenir les remboursements correspondants. Un nombre important de sociétés jouent ce rôle, avec des trajectoires plus ou moins longues et des tailles plus ou moins importantes. On peut citer par exemple AG Estudios Colombia, Vista Producciones, 64 films, Rayuela (VP international productions), Drama Ex (qui a des collaborateurs-trices au Mexique) et CMO productions, qui vient de prendre un élan notable suite au succès de *Palpito*<sup>48</sup>, qui l'a positionné sur la scène internationale.

### 2.4.2. Multiplication des sociétés de production : les « indépendants »

« On ne dit plus que ce sont juste deux ou trois acteurs. La chose est en train de grandir, elle se consolide et il y en a beaucoup plus. Il y a beaucoup qui sont des sociétés unipersonnelles où le réalisateur lui-même crée sa propre entreprise de production pour pouvoir participer aux appels, mais qui ne produit que son propre contenu », souligne Adelfa Martinez. C'est après une longue trajectoire dans le ministère de la culture et l'institut du cinéma colombien qu'elle décide de créer

---

Moreno. *Frontera Verde*, également pour Netflix, a été réalisé par les cinéastes Ciro Guerra, Laura Mora et Jacques Toulemonde.

<sup>47</sup> Voir sur : <https://dynamo.net/es/nosotros/>. Consulté le 7 novembre 2024.

<sup>48</sup> Voir sur : <https://www.cmoproducciones.com/es/servicios/>. Consulté le 19/12/23.



avec Juan Franco la société MarFranco productions. « Nous sommes en train de faire du *coaching* pour accompagner l'écriture de projets et les phases préliminaires pour les conduire vers la participation aux marchés et la demande de fonds », précise Juan Franco.

En effet, la structuration du marché et l'industrialisation de la production implique une organisation du travail créatif à partir de métiers différenciés, ce qui reste encore à l'état de gestation dans les pays comme la Colombie : « Les gens ne sont pas habitués aux rôles différenciés de l'écriture, la réalisation, la production. On avance, mais on travaille encore avec ce mélange de métiers », toujours d'après Juan Franco. Les plus petites sociétés comme Promocine au Chili (créée par le réalisateur Nicolas Acuña), s'associent parfois à des sociétés moyennes comme Parox pour réaliser des séries de plus grande ampleur. On peut également citer Marfranco en Colombie avec Vista producciones pour la prestation de services de production de la série *El grito de las mariposas* de Star +. « Nous souhaitons définitivement parier sur les plateformes, mais pour une société si petite que la nôtre, il est très important de se faire accompagner par des sociétés plus grandes avec une trajectoire plus importante que la nôtre et qui ont déjà obtenu l'attention des plateformes », témoigne Adelfa Martinez.

La multiplication de sociétés se traduit par une variété de « tailles » des projets et une diversification des écrans. Une société peut avoir à la fois : des projets pour les chaînes de télévision nationales ; des coproductions avec d'autres pays à destination des chaînes internationales commerciales ou publiques de la région ; des projets plus ambitieux à destination des plateformes ; des projets de films pour le circuit de festivals ; des projets commerciaux et des projets plus ou moins indépendants. Sergio Gándara, de la société Parox, l'exprime ainsi : « Dans le Sud du monde, on ne peut pas être spécialiste d'une seule chose, mais une entreprise en nécessite plusieurs ».

La plupart de ces sociétés sont ancrées dans des territoires nationaux et ont uniquement un bureau, souvent localisé dans les capitales telles que Santiago et Bogotá. Ces professionnels revendiquent l'indépendance aussi bien économique qu'en termes de contenus. Celle-ci s'appuie sur un discours critique dénonçant l'hégémonie des plateformes et celles des grandes sociétés de production. Être « indépendant » incite également à une stratégie de distinction par rapport aux tendances, comme le souligne Adelfa Martinez : « se différencier ou tout simplement prétendre suivre le rythme des tendances peut s'avérer suicidaire pour une société comme la nôtre. Nous sommes par exemple en train de développer plusieurs contenus d'époque alors qu'on nous dit que cela n'intéresse plus aujourd'hui. Mais après-demain, ils auront à nouveau de l'intérêt. Il ne faut pas croire qu'ils ont complètement disparu. Je pense donc qu'il faut pointer les contenus que nous aimons et dont nous sommes persuadés qu'ils pourront être vendus et qu'ils représentent des histoires importantes et profondes, indépendamment des genres ».

Le positionnement de ces sociétés s'avère cependant ambigu : si leur visée reste les plateformes, elles revendiquent à la fois leur indépendance tout en entretenant un discours critique sur l'hégémonie et la standardisation des contenus. « Ce qui est vrai, c'est qu'il est très difficile d'arriver chez elles de manière indépendante en tant que petite entreprise récente », souligne encore Adelfa Martinez.

Plusieurs tentatives de projets indépendants comme la série chilienne *Los mil dias de Allende* (Parox) et la série colombienne *Turbia* (Contravia Productions) ont trouvé de grosses difficultés pour être diffusées par une plateforme. Dans tous les cas, l'indépendance ou la liberté créative de réalisateurs/réalisatrices et producteurs/productrices nécessite de réelles compétences de

négociation avec les plateformes, que ce soit à l'étape du développement, celle de la production ou à celle de la vente.

Le processus de production est de plus en plus difficile, notamment au Chili où le fond public du CNTV s'est estompé et le Fond Corfo a été clôturé. D'après Sergio Gándara, « réaliser des séries aujourd'hui, malheureusement, et cela me hante, est devenu un acte de résistance, de résistance politique [...]. C'est comme le slogan du MIR [Mouvement de la gauche révolutionnaire] : « D'échec en échec jusqu'à la victoire finale » ».

#### • Focus Parox

La trajectoire de Parox, créée en 2001, a longtemps été liée aussi bien à la télévision nationale qu'au Conseil national de télévision (CNTV) : depuis la série *Boris y Dimitri*, produite en 2005<sup>49</sup>, toutes les séries de la société ont bénéficié des aides publiques et de celle des chaînes de télévision dans des proportions variées. Très actifs dans les demandes et négociations que les professionnels de l'industrie ont menées auprès de l'État (création de CinémaChili, par exemple), les membres de Parox revendiquent un attachement aux missions de la télévision publique à travers la production de séries qui n'avaient pas uniquement l'objectif de divertir, mais aussi celui d'éduquer.

La société a produit plusieurs séries importantes dans l'histoire du genre au Chili, telles *Los Archivos del cardenal* (2010), *El reemplazante* (première saison en 2012, seconde saison en 2013), *Héroes invisibles* (2019), *Los Prisioneros* (2021)<sup>50</sup>. La première, *Los Archivos del Cardenal*<sup>51</sup>, est un hommage aux avocats et assistants sociaux dédiés à la recherche des détenus disparus pendant la dictature de Pinochet. Elle a été réalisée pour la Télévision Nationale du Chili (TVN). La deuxième, *El reemplazante*, devenue « emblématique pour les adolescents chiliens », d'après l'un de ses réalisateurs Nicolas Acuña a également été réalisée pour la Télévision Nationale du Chili. Elle a ensuite été vendue à Fox et à Canal+, tout d'abord par le réalisateur lui-même, puis à Netflix par TVN pour un prix dérisoire, selon son producteur Sergio Gandara.

*Héroes invisibles* est la première coproduction de la société (Chili/Finlande) vendue à Fox. La série a bénéficié, à l'état de projet, d'un passage sur le marché Conecta Fiction, où elle rencontrera ses associés internationaux. Quant à *Los Prisioneros*, elle s'avère un bon exemple de la façon dont les sociétés moyennes peuvent constituer un levier d'idées et de créativité pour les chaînes de télévision et les plateformes. L'idée et la production de la série — qui raconte l'histoire du groupe de rock chilien éponyme et iconique dans tout le continent latino-américain — ont été vendues à Movistar au moment où Johanna Lombardi était sa directrice fiction pour l'Amérique latine. Parox repère à ce moment-là l'intérêt de Johanna Lombardi pour des contenus réunissant musique et conscience sociale et politique. « Notre plus grande douleur a été de vendre la production. Par conséquent, elle ne nous appartient plus, malgré le fait qu'elle est née de nous et que c'est nous qui avons réalisé presque toute la première étape de l'investigation et la *Bible* », témoigne Sergio Gándara. Après sa sortie sur Movistar, la série a été vendue à la plateforme régionale hispanophone ViX et ensuite à Amazon Prime. Enfin, la chaîne nationale TVN l'a achetée pour une diffusion pendant l'été 2024 après trois ans de circulation internationale.

---

<sup>49</sup> Série de 12 épisodes de 25' pour la chaîne privé Chilevisión (CHV, Chile).

<sup>50</sup> Plusieurs séries ont été réalisées par des cinéastes aux trajectoires plus ou moins solides dans le champ du cinéma d'auteur internationalisé. Parmi eux Nicolás Acuña, Cristián Jiménez, Rodrigo Sepulveda, Alicia Scherson et le Colombien Carlos Moreno.

<sup>51</sup> Série de 12 épisodes de 60'

En 2023, année du 50<sup>ème</sup> anniversaire du coup d'État au Chili, Parox prend le risque de produire la série *Los mil días de Allende*, qui a obtenu le fonds du CNTV dans la catégorie "mini série historique". Le fonds étant insuffisant, c'est la coproduction avec la télévision publique chilienne (TVN), la chaîne publique Radio y Televisión Española (RTVE) et une chaîne publique argentine qui a rendu possible sa production<sup>52</sup>. Cependant, Sergio Gándara regrette le fait de ne pas avoir trouvé une plateforme de *streaming* ni au moment du pré-achat ni après sa production.

La dernière série produite par Parox, *Vencer o morir*, sera le « premier original » de la société destiné à Amazon Studio. Elle sortira en 2024 et raconte l'histoire d'un groupe de jeunes rebelles qui s'organise pour défendre le peuple et commettre un attentat contre Pinochet. Ainsi, la trajectoire de production de cette société rend compte de la transformation de l'écosystème de production sérielle au Chili, du processus d'internationalisation à travers la coproduction, de la circulation des séries sur des chaînes internationales et de la production pour les plateformes.

## 2.5. Les marchés : nouveaux intermédiaires du circuit

La mise en réseau des différents acteurs (des sociétés de production moyennes, petites ou plus grande, des distributeurs, des chaînes de télévision, des plateformes et des institutions publiques) compte depuis quelques années avec un nouvel intermédiaire qui contribue au processus d'internationalisation et d'industrialisation : les marchés de projets de séries. Ces intermédiaires deviennent essentiels pour les acteurs qui cherchent à se positionner dans la pyramide de l'industrie sérielle, comme l'exprime Adelfa Martínez de Marfranco Producciones : « Il faut bien sûr participer à ces circuits puisque c'est là où tu commences à exister. On doit y aller pour comprendre comment cela fonctionne et améliorer son *networking* ». Le chilien Hernán Caffiero témoigne pour sa part combien sa participation à Conecta Fiction 2019 a représenté un élan dans sa carrière. En effet, après avoir obtenu un prix au festival des Emmy Awards pour sa série indépendante *Une histoire nécessaire* et avoir eu une expérience de *showrunner*, Caffiero se rend à ce marché avec comme seul objectif de « se vendre » en tant que réalisateur. Cet Emmy lui permet de rencontrer des professionnels de l'industrie, parmi lesquels Ricardo Cueto, propriétaire de la société BTF Média. Quelque temps après, en 2020, BTF ouvrira un bureau à Santiago afin de développer des projets en Amérique du Sud et Caffiero deviendra son responsable.

Si au départ des grandes sociétés comme *Fabula* ne nécessitaient pas d'intermédiaires pour entrer et se positionner dans l'industrie, la transformation de l'écosystème et le ralentissement de la production pendant les deux dernières années amène la société à envisager ces marchés comme des lieux où il est possible de mettre en route de nouveaux projets. Ces espaces agissent effectivement comme des accélérateurs de la production (Laurichesse, 2023) : « c'est beaucoup plus lent de réussir à travers des réunions et des appels. C'est toujours bien de se rencontrer. Si nous n'utilisons pas les marchés pour vendre des projets, ils nous sont des outils pour rester connectés, comprendre les nouvelles dynamiques du secteur et redéfinir des nouvelles stratégies », souligne Alvaro Cabello de *Fabula*.

La plupart des marchés agissent également en tant qu'espaces de formation et d'information à travers des conférences d'experts de différentes régions autour des sujets comme les audiences et les pratiques de consommation, la monétarisation des projets et les tendances narratives. Ces marchés s'apparentent aux dispositifs professionnels innovants à destination des cinéastes et

---

<sup>52</sup> Le montant du fonds public correspond à environ 300.000 dollars par épisode. La coproduction a donc permis d'atteindre les 700 - 800.000 dollars du prix de l'épisode.

des professionnel·les attaché·es à l'industrie internationale du cinéma d'auteur, créés au cours des années 2000 (Rueda, 2023). Par ailleurs, plusieurs espaces consacrés originellement au secteur cinématographique ouvrent des espaces au marché sériel. C'est le cas de l'European Film Market de Berlin (EFM), de la section professionnelle du Festival de Guadalajara au Mexique ou encore de Ventana Sur, à Buenos Aires. À leurs côtés, plusieurs événements de ce genre dédiés exclusivement aux séries sont nés lors des cinq dernières années<sup>53</sup>. Les incertitudes au sein du secteur et la logique d'innovation propre aux industries culturelles et créatives amène à la création et multiplication de ces espaces qui contribuent à leur tour au développement et à la dynamisation des marchés de la région (López, 2006, cité par Gonzáles Itier, 2020, p. 110), mais aussi à la configuration d'un circuit latino-américain-européen de projets et de séries. Ils fonctionnent, comme le montre le travail d'Euvrard, Kitsopanidou et Thevenin sur le Forum de coproduction de Séries Mania, comme des « *rendez-vous réguliers entre producteurs et acheteurs d'origines très variées, favorisant les échanges informels et la circulation d'informations sur les tendances de l'industrie* » (2019, p. 2).

Ce circuit de marchés s'est constitué au fil des dernières années au point de devenir incontournable pour les professionnels de l'industrie. Il agit dans la promotion et l'auto promotion des professionnels eux-mêmes, y compris les organisateurs d'autres événements similaires. Il rend possible la circulation de projets et de talents, ainsi que l'échange de projets d'un marché à l'autre. « C'est hyper important que les séries se promènent », souligne Géraldine Gonard de Conecta Fiction. Le rôle de ces marchés dépasse ainsi l'événement lui-même puisqu'il s'agit, pour ses organisateurs et organisatrices, d'accompagner le projet à toutes les étapes de sa production. Ces événements, en tant qu'espaces d'échange et de négociation, sont source de transformation des projets au grès des suggestions des personnes rencontrées. Ils prennent de nouvelles voies au niveau de la narration, du contenu voire du format. Ils contribuent ainsi à la construction collective de normes professionnelles, de critères de qualité et de formes esthétiques singulières (Rueda, 2019). À l'usage exclusif des professionnels, ils garantissent à ses promoteurs un gain de reconnaissance institutionnelle et professionnelle.

Mais au-delà de leur rôle d'intermédiaires de la chaîne de fabrication des séries, ils participent d'un processus d'« artification » (Heinich & Shapiro, 2014) devenant une sorte de label de légitimation, un signe de qualité et plus globalement, une marque de fabrique des œuvres : « Je vois que mes auteurs mettent le logo de Conecta Fiction sur leur dossier. Pour eux, c'est un gage de qualité, une garantie, un bonus hyper important, comme avoir un prix », souligne Géraldine Gonard. Les festivals, et le régime de récompense auquel ils s'attachent (Delaporte, 2022), opèrent également en tant qu'instances de légitimation et d'artification de l'objet sériel, comme l'a montré l'exemple évoqué plus haut sur l'expérience du producteur et réalisateur chilien Hernán Caffero. Pour lui, les Emmy sont « l'un des prix plus importants du monde des séries », le sien représente en tout cas le décollage de l'internationalisation de sa carrière. Par ailleurs, dans le monde des séries, l'artification et l'internationalisation vont de pair. Ce processus n'est pas sans rapport avec le régime de valeurs qui sous-tend la production sérielle en Amérique latine, et qui transparaît dans le discours sur la « qualité », partagé par les professionnels. Ce discours se fonde particulièrement sur la distinction vis-à-vis des *télenovelas*, évoquée plus haut.

---

<sup>53</sup> Les marchés les plus évoqués par les professionnels interviewés sont : le BAM (Bogotá audiovisual market), SANFIC Industria (du Santiago Festival international de cine), MipCancun, en Amérique latine ainsi que Iberseries & Platino industria et Conecta Fiction en Espagne.

- **Focus Conecta Fiction**

Après une expérience chez *Canal+* et au sein du groupe Médiapro, où elle était responsable des ventes internationales et de la coproduction internationale, la française Géraldine Gonard décide de se lancer en 2016 dans l'aventure de la création d'un événement de télévision qui a lieu en Espagne et qui connecte des professionnels de l'Europe et de l'Amérique latine. Il s'agit d'un espace de rencontres des fabricants de fictions sérielles (scénaristes, créateurs, producteurs, investisseurs financiers, institutions publiques, banques, diffuseurs). La première édition de Conecta Fiction a lieu en 2017 à Saint-Jacques de Compostelle. Depuis, l'événement se poursuit chaque année dans d'autres villes espagnoles (Pampelune et Tolède), y compris pendant la pandémie, se positionnant comme l'un des marchés professionnels internationaux les plus importants pour la production sérielle hispanophone notamment (« Top 10 des marchés internationaux de télévision de l'industrie audiovisuelle »<sup>54</sup>). 40 pays et 1000 professionnels-les y paient leur accréditation pour y participer chaque année. L'événement opère aussi comme une promotion de la région espagnole où il est organisé, en l'occurrence la Castille-La Manche pour les deux dernières années : « Castille-La Manche offre un lieu unique de tournage avec un potentiel qui comprend de nombreux sites naturels et patrimoniaux dans tous les coins des cinq provinces »<sup>55</sup>. L'événement est financé par des institutions publiques, des sponsors et la vente des accréditations.

Vers 2015, Conecta Fiction naît dans le contexte de création des plateformes multi-pays et de l'arrivée des plateformes mondiales en Espagne et dans les pays latino-américains, ce qui se traduit par une augmentation des budgets de production, un changement des pratiques de consommation et un intérêt de ces plateformes pour des contenus « universellement très vendables », selon les mots de Géraldine Gonard. Le marché répond ainsi à une « vraie demande » de différents acteurs de trouver des partenaires pour acheter, vendre ou tout simplement faire avancer leurs projets (accompagnement à l'écriture, mise en place de coproductions, achat, etc.). Le but était de « créer un événement très *friendly*, très simple, où il n'y ait pas de niveau social, que le grand producteur et le grand patron de chaîne puissent s'asseoir avec un jeune scénariste, jeune dans l'âge et jeune dans la création<sup>56</sup> », toujours d'après Géraldine Gonard. Un processus de sélection et d'accompagnement de projets tout au long de l'année est assuré par un comité éditorial composé de professionnel-les reconnu-es de l'industrie. Une dizaine de projets est sélectionnée et présentée auprès de participant-es accrédité-es. L'accompagnement se prolonge aux phases de développement et de production. Depuis sa création, seize séries soutenues par Conecta ont vu le jour (les « Born in Conecta Fiction »). Des conférences et des ateliers sur l'actualité de la production, de la circulation, des publics et des récits sont organisées lors de chaque édition.

La Colombie et le Chili ont été sensiblement présents dès la première édition en 2017, à travers la sélection d'une série colombienne produite par Dynamo (*Pénumbra*) et de deux séries chiliennes : la première « Born in Conecta », *Héroes invisibles* (coproduction de Parox avec Yle de Finlande), et la deuxième, *Inés del Alma mia*, produite par la petite société de production de son réalisateur (Promocine de Nicolas Acuña) et la chaîne du câble Chilevisión. Depuis sa deuxième édition (2018), l'événement propose un focus sur un pays latino-américain et un pays européen. Le premier, sur la Colombie, a été l'occasion de réunir un nombre important d'acteurs de l'industrie qui ont participé à des conférences, *workshops* et tables-rondes : les chaînes de

<sup>54</sup> Voir sur : <https://www.eventconecta.com/que-es-conecta-fiction/> Consulté le 16/12/23.

<sup>55</sup> Voir sur : <https://www.eventconecta.com/que-es-conecta-fiction/> Consulté le 16/12/23.

<sup>56</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec G. Gonard le 04/12/23 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

télévision RCN et Caracol ; des sociétés comme Dynamo, Fox Telecolombia, Médiapro (Televideo), Helena Films ; le réalisateur Sergio Cabrera, le scénariste Juan Ortiz et le *showrunner* Diego Ramirez Schrempp, producteur cofondateur de *Dynamo*, qui, à partir de cette édition devient l'invité membre du comité éditorial de Conecta Fiction le plus assidu (2018 – 2023). L'année d'après, en 2019, c'est le Chili qui fera l'objet du focus avec une participation notable des institutions publiques qui soutiennent la production audiovisuelle (CinémaChile et le Departamento de Fomento du Consejo Nacional de Televisión CNTV) et de l'Asociación de Productores de Cine y Televisión (APCT), aux côtés bien sûr des sociétés de production (Rizoma Productions, Invercine, Wood, Promocine, Parox, Mega, AGTV, Tridi 3D Films) et de la chaîne ChileVision. La directrice de CinémaChile à ce moment-là, Constanza Arena, intègre le Comité assesseur pour cette édition.

La veille assurée par Conecta Fiction sur la production des pays latino-américains et européens qui a garanti la participation des acteurs important-es lors des focus, ainsi que l'effort pour accompagner les projets sélectionnés jusqu'à l'étape de sa diffusion. Les échanges autour des thématiques clés à travers l'organisation des espaces dédiés et tous les éléments cités ont positionné l'événement comme l'un des marchés les plus ciblés par les professionnel-les de l'industrie.

### 3. Vers des dynamiques régionales en « circuits » ?

À l'issue de ce rapport de recherche, il est important de souligner qu'au lieu d'un renouveau de la production sérielle en Colombie et au Chili – dont nous avons pointé les difficultés et le caractère instable – c'est peut-être la mise au jour de dynamiques régionales qui apparaît comme une spécificité à relever en guise d'ouverture. Bien que les dynamiques d'industrialisation et d'internationalisation de la production et de la circulation sérielle en Amérique latine, notamment au Chili et en Colombie, relèvent des dynamiques propres à l'écosystème global des séries, elles se situent dans des contextes locaux-nationaux qui configurent un certain nombre de caractéristiques propres au continent.

#### 3.1. Un circuit multipolaire et hiérarchisé

L'internationalisation de la production sérielle dans la région s'avère avant tout régionale : on ne produit pas uniquement « chilien » ou « colombien » pour des chaînes et à destination des audiences nationale. On recourt notamment à la coproduction avec des pays de la région pour des séries à destination de chaînes publiques et privées d'autres pays, y compris l'Espagne, ou des chaînes câblées régionales hispanophones. L'Espagne constitue de ce fait le pays privilégié hors continent américain. Quelques titres font toutefois exception, tels *Héroes invisibles*, la série « Born in Connecta », coproduite par le Chili et la Finlande et dont la thématique<sup>57</sup> explique l'association l'association de deux pays à travers les sociétés de production Parox et Yle. D'ailleurs, l'arrivée de plateformes dans ce contexte de consolidation du modèle de coproduction régionale induit la configuration de nouvelles dynamiques engageant d'autres territoires. En effet, les coproductions représentent entre 4% et 7% des différents catalogues (la très grande majorité

---

<sup>57</sup> La série raconte l'histoire d'un groupe d'hommes diplomates finlandais au Chili qui, après le coup d'État de 1973, en s'opposant aux instructions de leur pays, abritent et sauvent plus de 2000 Chiliens. Ces derniers se font passer pour des employés de l'ambassade et sont envoyés sur le vieux continent.

implique les USA)<sup>58</sup> ; soit une proportion assez marginale, mais pourtant déterminante dans les stratégies de financement pour les acteurs chiliens et colombiens.

Ces nouveaux arrivants mettent en place des pratiques inédites de régionalisation, notamment en ce qui concerne le travail créatif : les équipes artistiques, scénaristes, réalisateurs et réalisatrices, comédien·nes commencent à circuler... D'après Nicolas Acuña, « Il s'est passé quelque chose d'intéressant dans le monde de la plateforme : tous les échanges des Colombiens qui viennent ici, comme ceux de réalisateurs chiliens qui vont en Colombie, ont entraîné un mouvement super intéressant. J'ai dû voyager en Colombie, la Colombie est venue au Chili. Vers le Mexique s'est généré tout un mouvement très intéressant aussi ». Pour sa part, Adriana Aparicio de Dynamo souligne : « Nous travaillons avec beaucoup de talents qui sont dans plusieurs pays latino-américains. Par exemple l'écrivain chilien Enrique Videla s'associe à nos projets et nous en apporte d'autres, comme l'écrivaine uruguayenne Leticia Jorge ».

Cependant, ces dynamiques se sont très vite heurtées aux logiques de concentration : la consolidation de quelques sociétés de production veut aussi dire un choix restreint de réalisateurs validé par les plateformes (« toujours les mêmes », selon les mots de Nicolas Acuña) et, comme dit précédemment, la fragilisation de plusieurs sociétés de production et créatifs. Par ailleurs, la circulation des professionnel·les est aussi encouragée par les dispositifs de soutien à la production étrangère mis en place par les institutions : en Colombie, avec l'accueil de nombreux tournages grâce aux incitations financières, les relations et les échanges professionnels entre Colombiens et Mexicains, Chiliens, Péruviens se sont accentués. Par exemple, la série mexicaine *El Chapo*, tournée en grande partie en Colombie, compte le réalisateur colombien Carlos Moreno dans l'équipe de réalisateurs.

Nous avons rappelé au début de ce rapport, la domination qu'opéraient les trois pays d'Amérique latine qui avaient structuré une solide industrie télévisuelle (Mexique, Argentine et Brésil). Avec les productions sérielles, de nouveaux pays sont mieux identifiés dans ce circuit « multipolaire » : en raison d'avantages comparatifs géographiques (proximité ou variété des paysages), économiques ou sociaux (coûts de production plus faibles, inflation en Argentine, problème d'insécurité au Mexique, instabilité politique au Brésil), ainsi que par la stabilisation de circuits de production nationaux (développement des compétences professionnelles, politiques publiques incitatives). Les sociétés colombiennes ou chiliennes qui s'épanouissent dans ce circuit multipolaire latino-américains ont toutes développé des relations avec le Mexique, les États-Unis (particulièrement à Miami) ou bien l'Europe (particulièrement l'Espagne) à travers l'installation de bureaux ou la fréquentation de marchés internationaux. De ce point de vue, c'est une certaine hiérarchie qui se dessine tout de même dans ce circuit. Pour Nicolas Acuña : « aujourd'hui, [c'est] le Mexique qui est le principal producteur de la région, a des normes de production très élevées, pas uniquement en termes de contenu, mais aussi au niveau de la production. Il détermine le niveau de production de l'ensemble de la région ». Adriana Aparicio, quant à elle, considère que la Colombie, plus encore que le Chili, arrive à se hisser dans ce circuit et à sortir – mieux que d'autres - du « trou noir » où étaient les petits « pays télévisuels ». Pour autant, ils ne concurrencent pas encore les trois pays leaders en Amérique latine. Pour Hernán Caffiero, « nous [au Chili] sommes meilleurs que le Pérou, l'Équateur, le Paraguay et le Venezuela. Mais c'est comme le rendement de n'importe quelle œuvre, qui a probablement un coût de production similaire dans chacun des pays. Le rendement est lié au nombre de spectateurs qui vous voient, et ici les plus importants sont évidemment l'Argentine, la Colombie et le Mexique, ainsi que le Brésil ».

---

<sup>58</sup> Voir Annexe 2 – Catalogues analysés.

- **Focus ViX**

Les diasporas colombiennes et chiliennes n'ont pas seulement été évoquées du point de vue des professionnel·les de la production sérielle. Plusieurs interlocuteurs ont mentionné le rôle stratégique des audiences « hispanophones », hors Amérique latine, dans la structuration du marché. La communauté linguistique partagée avec l'Espagne, tout autant que la présence de nombreux locuteurs hispanophones à travers le monde (particulièrement aux États-Unis) permet d'envisager l'internationalisation à nouveaux frais. C'est le cas pour la plateforme ViX, initiée par le groupe médiatique américano-mexicain TelevisaUnivision. Vanessa Rosas, responsable des partenariats et des opérations commerciales chez ViX, précise cette façon de penser l'offre de cette plateforme : « Nous avons eu l'idée de prendre en compte toutes les chaînes en Europe qui nous achètent du contenu, mais aussi toutes les personnes susceptibles de regarder notre contenu dans d'autres pays, parce qu'il y avait beaucoup de migration latino-américaine en Europe et qu'il y avait, par exemple, les pays arabes qui nous regardaient beaucoup. Je veux dire qu'ils nous achetaient beaucoup de contenus. Nous avons donc dressé une sorte de carte de l'Europe et du Moyen-Orient, pour savoir qui seraient nos principales cibles, comment ils se comportaient, quelles plateformes ils connaissaient, etc. »<sup>59</sup>.

Par ailleurs, le modèle économique de ViX tient compte des particularités des audiences locales. Pour faire face à leurs difficultés d'accès au système de carte bancaire et les fidéliser, ViX propose une offre à la fois payante et gratuite. Pour Vanessa Rosas, c'est ce qui singularise l'offre de ViX par rapport aux autres grandes plateformes : « par exemple, si vous pensez à Disney, c'est une plateforme mondiale, c'est énorme, mais c'est plus « de niche ». Nous, nous travaillons au niveau local, Televisa n'est pas seulement une plateforme, elle a 75 000 heures de contenu, ce qu'aucun d'entre eux n'a. Nous sommes une expérience très intéressante parce que, comme je l'ai déjà dit, nous sommes gratuits, mais nous avons aussi la partie premium ou par abonnement ». La plateforme se démarque aussi par l'étendue de son offre de contenu nativement en langue espagnole, via plus de 100 chaînes qui diffusent en flux à travers le monde. À titre d'exemple, les productions sérielle colombiennes représentent près de 10% du catalogue des vidéos à la demande de ViX en Colombie contre seulement 1,5% du catalogue de Netflix dans ce même pays<sup>60</sup>.

### **3.2. Circuits créatifs et échanges régionaux**

Nous pourrions évoquer ici quelques-unes des spécificités concernant les réalisateurs et les producteurs. Tout d'abord, leur position marquée par de « multiples fonctions », évoqué plus haut par Sergio Gándara de Parox, lorsqu'il parlait de l'impossibilité de se spécialiser dans une seule chose. Le Chilien Nicolas Acuña est par exemple à la fois : développeur de contenus et réalisateur de cinéma et de télévision ; producteur avec sa propre société de production Promocine, il réalise également de séries pour d'autres producteurs et plateformes (*Los mil días d'Allende*, avec Parox, par exemple) ; enseignant et directeur du programme de Cinéma et télévision de l'Institut de la communication et de l'image de l'université du Chili qui s'est ouvert à l'écriture et réalisation de fictions sérielles.

Aussi, l'investissement dans le secteur des séries peut représenter pour certains réalisateurs et réalisatrices-cinéastes une « dé-précarisation » du travail créatif du fait que ce dernier y est payé plus longtemps que dans le secteur du film d'auteur. Cela peut expliquer en partie la bifurcation

---

<sup>59</sup> Propos issus de l'entretien réalisé avec V. Rosas le 02/01/24 par visioconférence ; l'ensemble des propos cités dans ce rapport sont issues de ce même entretien.

<sup>60</sup> Voir *Annexe 2 - Catalogues analysés*.



d'un nombre important de cinéastes, aussi bien au Chili qu'en Colombie, vers la réalisation sériele. Par ailleurs, leurs films ont souvent été achetés par les mêmes plateformes auxquelles sont destinées les séries qu'ils et elles réalisent. Cette affirmation doit toutefois être nuancée, le processus de création est devenu très incertain du fait de l'attente de validation des projets par les plateformes : « Les projets de séries sont très longs et très difficiles à produire. J'avais un projet en développement avec Amazon et l'autre avec Paramount<sup>61</sup>. Des 10 projets qu'elles développent, les plateformes en produisent un, le fameux « *green light* ». Et aucun des deux projets que je suis en train de développer n'a obtenu le « *green light* ». Elles ont amorcé le développement et elles ont déjà dit qu'elles ne les réaliseraient pas », témoigne Nicolas Acuña.

Par ailleurs, l'euphorie suscitée dans ces pays par l'essor du secteur de la production sériele, associée à l'émergence de nouveaux acteurs (sociétés de production, *networks*, marchés, etc.) et à la multiplication de sociétés de production, des écrans et de projets, a entraîné un sentiment de perte de contrôle chez certains. Comme en témoigne Carlos Moreno, coréalisateur de la série *Pablo Escobar, El Patrón del mal*<sup>62</sup>, « il était impossible pour nous de tout suivre et de tout contrôler. C'était l'usine ».

Les échanges internationaux se situent également au sein et en dehors de l'espace latino-américain par le biais des trajectoires de migration des divers professionnel·les impliqué·es. Nous avons déjà évoqué l'internationalisation des parcours de certains réalisateurs ou producteurs, mais cela dépasse ces métiers-là. Comme le précise Hernán Caffiero, à l'image « des stars du Rock ou du football », de nombreux professionnels de la production sériele ont émigré et se sont installés au Mexique : « Beaucoup, beaucoup de techniciens sont partis du Chili au Mexique. Nous, les Chiliens y sommes très appréciés et, en fait, il y a beaucoup de gens qui vivent déjà ici, qui ont travaillé dans des séries ici pendant des années et qui ont décidé d'émigrer et qui se débrouillent très bien au Mexique. Le Chili a une très bonne relation avec le Mexique ». C'est aussi le cas au sein des plateformes, comme le souligne pour sa part Adriana Aparicio : « je pense que le fait que de nombreux cadres travaillant sur les plateformes soient colombiens aide beaucoup (...) chez Netflix par exemple ce sont deux colombiennes, (...) Javiera Balmaceda, qui dirige Amazon Studios [Latin America], est également chilienne ». Le rôle de ces intermédiaires paraît également stratégique aux yeux de Juliette Lecuyer, analyste internationale auprès d'UniFrance, pour qui ses échanges avec les interlocuteurs français permettent « d'avoir des connaissances, des connexions qui sont plus importantes [mais pas comparables] avec les latino américains, qui sont très nombreux aux États-Unis et très nombreux en Espagne, dans les deux pôles de production et d'acquisition, à la télévision et au sein des plateformes ».

Pour Géraldine Gonard, de Conecta Fiction, ces diverses collaborations participent à l'émergence d'un sentiment identitaire latino-américain : « Maintenant, il y a un énorme mélange de nationalités et dans ce sens là, c'est bien. Il y a ainsi un sentiment d'identité d'Amérique latine qui s'est créé. Même les Brésiliens, qui étaient quasiment dans leur monde, commencent à rentrer dans ce sentiment. Et ça, c'est bien. Il y a une union en Amérique latine qui, justement, n'existait pas avant l'ouverture de ces marchés, de ces relations internationales ». Au delà des cas colombiens et chiliens, il y a donc un enjeu pour les différents acteurs nationaux à proposer une alternative à l'hégémonie des plateformes américaines.

---

<sup>61</sup> Les plateformes investissent dans l'étape de développement des projets (écriture de tous les épisodes et réalisation d'un épisode pilote), et décident ensuite lesquels vont être réalisés.

<sup>62</sup> Série de 74 épisodes, produite par la chaîne privée colombienne Caracol Internationale, la série est diffusé sur plus de 20 chaînes internationales, « Le lancement de la série *Pablo Escobar, el patrón del mal* en Colombie connaît un pic d'audience de plus de 70 %, soit environ 11 millions de téléspectateur ». Voir sur [https://www.wikiwand.com/fr/Pablo\\_Escobar,\\_le\\_patron\\_du\\_mal](https://www.wikiwand.com/fr/Pablo_Escobar,_le_patron_du_mal), Consulté le 14/01/24.

## Conclusion

Pour conclure ce rapport nous souhaitons revenir sur les limites rencontrées dans ce travail de recherche, compte-tenu du caractère mouvant du terrain étudié via les entretiens avec les professionnels et des biais que nous avons pu observer dans les données issues des catalogues, ainsi que les perspectives que cette étude de cas ouvre.

- Dans l'œil de la crise

En premier lieu, il faut insister sur la perplexité qu'ont exprimé nos différents interlocuteurs face à leur projection dans l'avenir de la production sérielle en Amérique latine. Les nouvelles dynamiques sont aujourd'hui sous-tendues par une incertitude que certains des professionnels appellent ouvertement une « crise » et d'autres une « impasse ». Dans tous les cas, quelque soit la taille des sociétés de production, toutes les personnes interrogées s'accordent pour dire qu'après l'essor, les choses se sont ralenties, qu'il n'y a rien de stabilisé ou tout simplement que l'année dernière a été une année de désenchantement pour l'industrie audiovisuelle. Si 2022 a été une grande année, en 2023 tout semble bouleversé. L'incertitude vient du changement de stratégies des plateformes. Si, comme dit plus haut, à leur arrivée dans les pays latino-américains (2015 – 2017 selon le pays), elles ont décidé d'acheter des droits de diffusion des œuvres audiovisuelles déjà existantes, elles ont par la suite mis en place une autre stratégie qui a consisté à créer du stock, c'est-à-dire à fabriquer des contenus dits « originaux » avec les producteurs locaux qui prêtent leurs services de production et sur lesquels elles conservent les droits d'exploitation des œuvres.

Si la stratégie a fonctionné quelques années avec un *boom* de diffusion des productions originales en 2022, malgré la pandémie du Covid 19 et l'*estallido social* - l'explosion sociale - de 2019 au Chili, on constate très vite une importante contraction de la production : passant d'environ 35 séries par an à seulement trois en moyenne. « Bien sûr, la bulle a explosé l'année dernière [2022]. C'était logique, c'était absolument de la folie pure de continuer de produire du contenu national avec uniquement la rentabilité des souscriptions », souligne Géraldine Gonard, directrice de Connecta Fictions. En effet, la concurrence des plateformes pour gagner des souscripteurs demeure risquée dans le contexte socio-économique latino-américain.

Alvaro Cabello de Fabula, souligne pour sa part que : « Les plateformes ont arrêté de prendre presque tout ce que nous leur présentions. La bulle n'existe plus. Le modèle d'affaire a explosé et nous devons regarder de plus près les contenus que nous produisons et comment nous les produisons. Le marché s'est en quelque sorte compressé. De 3 à 4 productions par an, on n'en a plus qu'une au Chili et une au Mexique. Nous devons trouver d'autres voies et d'autres modes de financement ». Ce ralentissement n'est pas sans conséquences, notamment chez les plus fragiles, et oblige les pilotes du navire – soit les plateformes elles-mêmes – à envisager de nouvelles pratiques et de nouvelles stratégies, avec pour objectif de toujours développer les audiences. D'après les professionnel·les interviewé·es, ces stratégies seraient : la collaboration internationale par le biais de la coproduction, qu'elles avaient refusée auparavant, le renfort de contenus autres que les séries comme les films (« unitarios ») ou alors plusieurs genres documentaires et, enfin, l'assouplissement des règles d'exclusivité. Malgré les incertitudes, les acteurs continuent de s'engager dans la production sérielle, convaincus que « le monde de la série est là pour rester, non seulement en termes d'audiences, mais aussi en termes de formes, de marché, de contenus », comme le dit Juan Franco.

- Les faux-semblants des données

Une partie des données que nous avons mobilisées proviennent des catalogues proposés par les plateformes. Ces données doivent être prise avec mesure pour des résultats plus précis. En effet, la labellisation des œuvres effectuée par les plateformes semble avant tout pensée pour les algorithmes plutôt que pour des considérations esthétiques. Les « genres » attribués montrent une certaine hétérogénéité dans les définitions et parfois une forme de volatilité : il n'est pas rare de trouver certains titres avec une dizaine de genres associés ; les « animés » sont par exemple indistinctement classés en « drama » ou bien en « animation ». Concernant les pays d'origine des séries, là aussi certaines labellisations posent question. Si cette limite n'est pas exclusive aux plateformes, elle ne rend pas fidèlement compte des pays impliqués dans les productions et invisibilise grandement l'implication de certains dans le processus créatif que nous avons mis en évidence. Pour mieux expliciter la géographie des plateformes, ces données, nécessitent davantage de consolidation. En outre, la difficulté d'accès aux données d'audience est un frein réel pour qualifier la circulation des œuvres colombiennes ou chiliennes. L'évolution des politiques des plateformes en matière d'audiences permettra sans doute d'investiguer prochainement cette question<sup>63</sup>. Somme toute, ces limites relatives au matériau quantitatif sur lequel nous nous sommes appuyés nous conforte dans l'idée que les méthodologies qualitatives et l'intérêt porté aux acteurs de terrain sont indispensables à la bonne compréhension d'un écosystème si mouvant, soumis à des rapports de force et à des intérêts parfois divergents.

- Perspectives

L'analyse des contenus reste un chantier que nous aimerions développer à la suite de ce travail, même si quelques aspects peuvent être rapidement décryptés ici. La promesse du départ était celle du renouvellement, de la diversité de contenus en conformité avec la diversité d'écrans et de la distinction vis-à-vis de la télévision linéaire, dont l'offre était perçue comme standardisée. En Colombie, l'objectif a été de s'adapter aux attentes des plateformes tout en s'appropriant les genres et les codes « étrangers », et de les adapter au contexte local. Le premier moment a donc été celui de l'apprentissage et l'acculturation à un format importé. La production a comporté des *remakes* aussi bien de séries *gringas* que de *télnovelas* – « *télnovelas gourmet* » –, selon les mots de Carlos Moreno.

Il est possible à l'issue de ce travail de repérer très brièvement deux types de fictions : l'une fondée sur des histoires sociétales locales qui traitent quelques thématiques récurrentes (la jeunesse, les femmes et la question indigène, notamment mapuche au Chili<sup>64</sup>, le trafic de drogues en Colombie, par exemple). Cette fiction s'attache à des genres ancrés dans le territoire comme le drame ou encore à des genres récemment importés tel le policier, qui semble avoir gagné un certain engouement ; L'autre type de fiction, notamment au Chili, s'attache à la thématique de la

---

<sup>63</sup> En lien avec les suites données par les plateformes à la grève des scénaristes à Hollywood, Voir sur : <https://www.courrierinternational.com/article/greve-a-hollywood-netflix-amazon-et-disney-devront-ils-livrer-leurs-donnees-de-streaming> Consulté le 19/12/23. Par ailleurs, il serait intéressant d'évaluer les audiences des contenus colombiens et chiliens auprès du public français via les données que produira Médiamétrie avec l'évolution de l'outil Média Mat, Voir sur : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/julien-rosanvallon-mediаметrie-laudience-de-la-television-entre-dans-lere-des-plateformes-2043798> Consulté le 05/01/23

<sup>64</sup> La série chilienne *La Frontera*, par exemple, traite de manière policière la question Mapuche. Voir sur : <https://www.latercera.com/culto/2020/06/24/un-truc-detective-en-la-araucania-asi-es-la-serie-chilena-ambientada-en-el-conflicto-mapuche/> Consulté le 19/12/23.

mémoire de la dictature, par ailleurs très récurrente dans la production cinématographique et plus largement artistique de ce pays<sup>65</sup>.

Après l'enthousiasme généré par l'essor de contenus « renouvelés », vient un sentiment d'incertitude vis-à-vis des attentes des plateformes qui ont par ailleurs compressé la production. Elles se sont même investies dans le terrain des *télenovelas*, notamment en Colombie, où le genre s'avère très ancré dans la tradition et les pratiques de consommation des audiences. Selon Nicolas Acuna, « C'est un peu triste car on standardise à nouveau et le contenu qui a tendance à se différencier est marginalisé ». Pour d'autres, comme Carlos Moreno, les évolutions actuelles sont obscures : « Tout le monde pense connaître la recette du succès au milieu de la concurrence. On invente des choses, des formats, et celui qui fonctionne voit derrière lui une queue de gens en train de l'imiter, or certains échouent. Celui qui a réussi réutilise la formule et échoue. C'est un moment très convulsif autour des contenus. Je pense que c'est une période très embrouillée. Je n'y comprends plus grand chose, alors que j'y suis depuis longtemps ». Dans ce contexte, nous aurons constaté à l'écriture de ce rapport, que les plateformes restent discrètes sur leurs stratégies à court ou moyen terme et que les pouvoirs publics demeurent déterminants pour garantir une stabilité et une pluralité dans les formes de créativité qui s'expriment aujourd'hui à travers le format sériel.

---

<sup>65</sup> L'hommage aux personnes qui consacrent leur vie à chercher les disparus de la dictature apparaît dans l'une des premières séries devenues iconique, *Los Archivos del Cardenal* (2011). Le fonds du CNTV au Chili a même créé la ligne thématique « Séries historiques ».

## Références

- Delaporte, C. (2022), *La Culture de la récompense. Compétitions, festivals et prix cinématographiques*. Presses universitaires Vincennes. 380 p.
- Euvrant, T., Kitsopanidou, K. & Thevenin, O. (2019), « Plateformes de coproduction et mondialisation de l'audiovisuel : espaces stratégiques de médiation au carrefour d'enjeux industriels et créatifs », *Entrelacs*, n° 14. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/entrelacs/4180> .
- Gonzalez Itier, S. (2018), « Festivales de cine como ventanas de difusión y exhibición del cine chileno », Villarroel, M. (éd.), *Imaginario del cine chileno y latinoamericano*, LOM, pp. 85-93.
- Heinich N. & Shapiro R. (dir.) (2012), *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, EHESS, coll. « Cas de figure ».
- Laurichesse, H. & Bonhomme B. (dir.), (2022), *Pitch, workshops, networks. Les enjeux des marchés de projets audiovisuels*, SHS Editions / OpenCulture,
- Lacalle, C., Gómez Morales, B., Ares, M., (2022). *Obitel anuario 2022*. Disponible sur : <https://obitel.s3.us-west-1.amazonaws.com/anuario2022/index.htm>
- Paillard, J. & Laurichesse, H. (2018), « Le marché du film du Festival de Cannes ». *Entrelacs*, n° 14. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/entrelacs/4325>
- Paillé, P., Mucchielli, A. (2021). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.
- Piñón J., (2023), « New television flows, content hierarchies, and new players in the Ibero American SVOD services landscape », *Colloque IAMCR Lyon*, 9-13 juillet 2023.
- Piñón, J., Rivero, E. (2021), « Distribution, Infrastructure, and Markets: SVOD Services in Latin America ». *Digital Media Distribution: Portals, Platforms, Pipelines*, P. McDonald, C. Brannon Donoghue and T. Havens (éd.), New York University Press, pp. 242-258.
- Rueda, A. (2019), « Plataformas profesionales de festivales. Nuevas condiciones de la internacionalización de los cines de América Latina », *Archivos de la filmoteca*, n° 77, octobre, pp. 71-91.
- Rueda, A. (2022).« Produire du cinéma d'auteur en Amérique latine », Laurichesse H., Bonhomme B. (dir.), *Pitches, workshops, Networks. Les enjeux des marchés de projets audiovisuels*. SHS Éditions, pp. 146-170.
- Straubhaar, J. (2012), « telenovelas in Brazil: From Traveling Script to a Genre and Proto-Format Both National and Transnational », *Global Television Formats: Understanding TV across Borders*, T. Oren & S. Shahaf (éd.), New York University Press.
- Thuillas, O. & Wiart, L. (2023). La diversité culturelle selon Netflix : un élément de légitimation d'une stratégie industrielle ? *Études de communication*, 60, pp. 153-173 disponible sur : <https://www.cairn.info/revue--2023-1-page-153.htm>

# Table des matières

<a href="#">Introduction</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">Méthodologie</a>	<a href="#">3</a>
<b><a href="#">1. Contextes de production audiovisuelle au Chili et en Colombie</a></b>	<b><a href="#">5</a></b>
<a href="#">1.1. Le poids de l'industrie télévisuelle linéaire latino-américaine</a>	<a href="#">5</a>
<a href="#">1.2. Des contextes technologiques et juridiques déterminants</a>	<a href="#">6</a>
<a href="#">1.3. Enjeux contemporains du marché sériel en Colombie et au Chili</a>	<a href="#">6</a>
<a href="#">1.3.1. Production sérielle contemporaine des plateformes</a>	<a href="#">8</a>
<a href="#">1.3.2. Évolution des pratiques de consommation</a>	<a href="#">12</a>
<a href="#">1.3.3. Dynamiques transnationales : le cas du cinéma d'auteur</a>	<a href="#">12</a>
<b><a href="#">2. Dynamiques d'industrialisation et d'internationalisation</a></b>	<b><a href="#">13</a></b>
<a href="#">2.1. L'arrivée des plateformes</a>	<a href="#">14</a>
<a href="#">2.2. L'importance du soutien public à la production audiovisuelle</a>	<a href="#">16</a>
<a href="#">2.2.1. Le cas chilien</a>	<a href="#">16</a>
<a href="#">2.2.2. Le cas colombien</a>	<a href="#">18</a>
<a href="#">2.2.3. Les productions locales et régionales</a>	<a href="#">19</a>
<a href="#">2.3. Les sociétés de production : entre concurrence et concentration</a>	<a href="#">20</a>
• <a href="#">Focus Fabula</a>	<a href="#">21</a>
• <a href="#">Focus Dynamo</a>	<a href="#">22</a>
<a href="#">2.4. Sociétés moyennes et petites</a>	<a href="#">23</a>
<a href="#">2.4.1. Prestataires</a>	<a href="#">23</a>
<a href="#">2.4.2. Multiplication des sociétés de production : les « indépendants »</a>	<a href="#">23</a>
• <a href="#">Focus Parox</a>	<a href="#">25</a>
<a href="#">2.5. Les marchés : nouveaux intermédiaires du circuit</a>	<a href="#">26</a>
• <a href="#">Focus Conecta Fiction</a>	<a href="#">28</a>
<b><a href="#">3. Vers des dynamiques régionales en « circuits » ?</a></b>	<b><a href="#">29</a></b>
<a href="#">3.1. Un circuit multipolaire et hiérarchisé</a>	<a href="#">29</a>
<a href="#">3.2. Circuits créatifs et échanges régionaux</a>	<a href="#">31</a>
<a href="#">Conclusion</a>	<a href="#">33</a>
<a href="#">Références</a>	<a href="#">36</a>
<a href="#">Table des matières</a>	<a href="#">37</a>
<a href="#">Table des figures</a>	<a href="#">38</a>
<a href="#">Annexes</a>	<a href="#">39</a>

## Table des figures

Figure 1 - Catalogues de séries par plateformes .....	8
Figure 2 - Géographie du catalogue <i>Netflix_CL</i> .....	9
Figure 3 – Géographie du catalogue <i>ViX CL_CO</i> .....	9
Figure 4 – Répartition par année catalogues CL .....	10
Figure 5 – Répartition par année des titres des catalogues <i>Netflix</i> et <i>ViX</i> Colombie .....	10
Figure 6 – Genres attribués aux titres des catalogues chiliens .....	11
Figure 7 – Genre des séries par pays de <i>Netflix_CL</i> .....	11
Figure 8 – Productions colombiennes et chiliennes du catalogue <i>Netflix</i> .....	15

## Annexes

### **Annexe 1 – Liste des personnes interrogées**

### **Annexe 2 – Catalogues analysés**

Annexe 2.1 – Netflix Chili

Annexe 2.2 – Netflix Colombie

Annexe 2.3 – Amazon Prime Chili

Annexe 2.4 – Amazon Prime Colombie

Annexe 2.5 – Disney+ Colombie

Annexe 2.6 – Disney+ Chili

Annexe 2.7 – ViX Colombie et Chili

Annexe 2.8 – Movistar Colombie

Annexe 2.9 – Movistar Chili

Annexe 2.10 – HBO Colombie et Chili

Annexe 2.11 – Star+ Colombie et Chili

...

### **Annexe 3 – Panorama des secteurs audiovisuels**

Annexe 3.1 – Données continentales

Annexe 3.2 – Chili

Annexe 3.3 – Colombie



## Annexe 1 – Liste des personnes interrogées

Prénom – Nom	Organisation / Activité	Information
<b>Juliette Lécuyer</b>	UNIFRANCE ; Analyste internationale (Amérique, Espagne, Portugal, Italie, Scandinavie, Royaume-Uni)	<a href="https://www.unifrance.org/">https://www.unifrance.org/</a>
<b>Adriana Aparicio</b>	Productrice exécutive à Dynamo en Colombie	<a href="http://www.dynamo.net">www.dynamo.net</a>
<b>Nicolás Acuña</b>	Réalisateur et producteur chilien	<a href="https://www.imdb.com/name/nm0010367/">https://www.imdb.com/name/nm0010367/</a>
<b>Hernán Caffiero</b>	Réalisateur et producteur chilien (BTF Media)	<a href="https://www.btfmedia.com/">https://www.btfmedia.com/</a>
<b>Sergio Gándara</b>	Producteur chilien (Parox)	<a href="https://parox.cl/">https://parox.cl/</a>
<b>Carlos Moreno</b>	Réalisateur et producteur colombien	<a href="https://www.imdb.com/name/nm2872021/">https://www.imdb.com/name/nm2872021/</a>
<b>Daniela Gutiérrez</b>	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) du Chili ; Directrice Departamento de fomento	<a href="https://cntv.cl/">https://cntv.cl/</a>
<b>Claudia Triana</b>	Pro Imágenes (Colombie) ; Directrice générale	<a href="https://www.proimagenescolombia.com/index.php">https://www.proimagenescolombia.com/index.php</a>
<b>Adelfa Martínez et Juan Fernando Franco</b>	Co-fondateurs de la société de production Mar.Franco en Colombie	<a href="https://www.marfrancoproductions.com/">https://www.marfrancoproductions.com/</a>
<b>Géraldine Gonnard</b>	Fondatrice et directrice Conecta Fiction & Entertainment, à Madrid	<a href="https://www.eventconecta.com/en/">https://www.eventconecta.com/en/</a>
<b>Óscar Ruiz Navia</b>	Réalisateur et producteur, cofondateur de Contravia films	<a href="https://www.imdb.com/name/nm2697540/">https://www.imdb.com/name/nm2697540/</a> et <a href="http://contraviafilms.com.co/">http://contraviafilms.com.co/</a>
<b>Alvaro Cabello Cervellino</b>	Producteur exécutif de contenus - Fabula TV Latam	<a href="https://fabula.cl/">https://fabula.cl/</a>
<b>Vanessa Rosas</b>	ViX / TelevisaUnivision ; VP, Streaming Partnerships & Business Operations	<a href="https://corporate.televisaunivision.com/our-brands/">https://corporate.televisaunivision.com/our-brands/</a>

## **Annexe 2 – Catalogues analysés**

Annexe 2.1 – Netflix Chili

Annexe 2.2 – Netflix Colombie

Annexe 2.3 – Amazon Prime Chili

Annexe 2.4 – Amazon Prime Colombie

Annexe 2.5 – Disney+ Colombie

Annexe 2.6 – Disney+ Chili

Annexe 2.7 – ViX Colombie et Chili

Annexe 2.8 – Movistar Colombie

Annexe 2.9 – Movistar Chili

Annexe 2.10 – HBO Colombie et Chili

Annexe 2.11 – Star+ Colombie et Chili

### Annexe 3 – Panorama des secteurs audiovisuels

#### Annexe 3.1 – Données continentales

##### Producteurs indépendants consolidés du marché SVOD Ibéro-américain

	Société	Pays	TV « ouverte »	TV par abonnement	SVOD
1	Polka (Artear)	Argentine	El Trece, Televisa	TNT, Fox, HBO, Disney, MTV	Netflix, HBOMax
2	Underground (NBC)	Argentine	AmericaTV, Telefe, Telemundo	Discovery, NatGeo	Netflix, HBOMax,
3	Conspiração Films	Brésil	TV Globo	HBO, Fox	Netflix
4	Boutique Filmes	Brésil		HBO	Netflix, Prime, Disney+, Globoplay,
5	02 Films	Brésil	TV Globo	HBO	Netflix, Prime, HBOMax, Globoplay
6	Mixer	Brésil	Banderaintes, TV Brasil	Discovery, HBO, Sony	Globoplay, Netflix
7	Fabula Producciones	Chili	TVN	HBO	Netflix, Prime, Pantaya-Vix
8	Dynamo Producciones	Colombie	Univision,		Netflix, Prime, Apple+
9	Vista Producciones	Colombie	RCN, TV Azteca		Star+
10	Bambu Producciones	Espagne	Antena 3, La1, LaSexta	HBO	Netflix, Amazon, Movistar+
11	Globomedia (Imagina)	Espagne	Antena 3, Telecinco, LaSexta	Fox España, HBO España	Amazon, Movistar+, Atresmediaplay,
12	Secuoya	Espagne	TVE, CanalSur, Telemundo		Vixt, Disney+, Starz, Amazon, Movistar+
13	MediaPro (Imagina)	Espagne	TVE, CanalSur	Nickelodeon, Sky, HBO	HBOMax, Amazon, HBOMax+, Netflix
14	Argos	Mexique	TV Azteca, Telemundo, Cadena3	HBO, MTV	Netflix, Vix+
15	BTF Media	Mexique	Univision, TV Azteca, RCN, Telemundo, Venevision	TNT, Sony	Netflix, Amazon, Disney+, Star+, HBOMax, Claro
16	Lemon Studios Mexico	Mexique	Televisa, Univision	HBO, MundoFox, Canal Once	Netflix, Vix+
17	Paramount Studios	Colombie Mexique	RCN, Telefutera, Telemundo, Caracol TV	MovieCity, MundoFox, Fox, NatGeo	Netflix, Amazon, Disney+, Paramount+
18	Somos	USA Hispanique	Telemundo	Disney, TNT, Nickelodeon	Amazon, Disney+

Source : Piñón J., (2023), « New television flows, content hierarchies, and new players in the Ibero American SVOD services landscape », *Colloque IAMCR Lyon*, 9-13 juillet 2023.

Sociétés de production de fictions pour le marché Ibéro-américain		
Principales entreprises globales	Américaines	8
Multinationales super-indépendantes	Royaume-Uni et France	3
Acteurs régionaux	Brésil, Espagne, Mexique	4
Producteurs indépendants	Argentine, Brésil, Chili, Colombie, Mexique, Espagne, États-Unis hispanophones	187
	<b>Total</b>	<b>202</b>

Source : Piñón J., (2023), « New television flows, content hierarchies, and new players in the Ibero American SVOD services landscape », *Colloque IAMCR Lyon*, 9-13 juillet 2023.

## Chaînes nationales

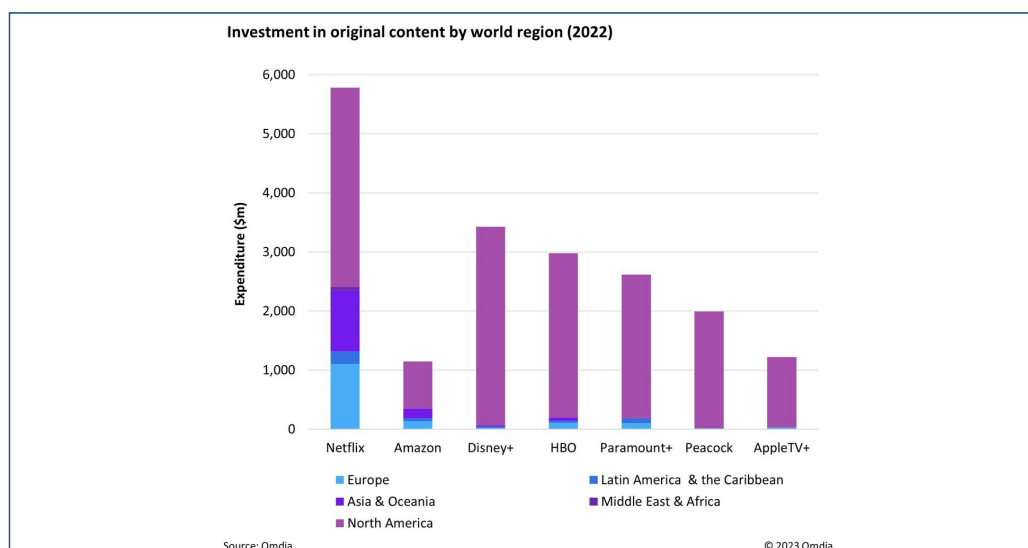
CHILI		COLOMBIE	
Privées (6)	Publiques (1)	Privées (3)	Publiques (2)
Canal 13: Groupe Luksic (chilien).	Televisión Nacional de Chile (TVN), avec un financement seulement publicitaire	Caracol	Señal Colombia
Chilevisión (CHV): Paramount Global.		RCN	Canal Institucional
Mega: groupe Bethia (chilien), Discovery Communications (27,5%).		Canal Uno	
La Red: groupe Albavisión.			
Telecanal: Inversiones Alfa Tres (rattaché à Albavisión).			
TV+: Media 23 (chilien, 90%), Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (10%).			
<b>Total de chaînes : 7</b>		<b>Total de chaînes : 5</b>	

Source: Obitel Chile, Colombia 2022

## Broadcasting hours on television formats 2017-2021

Obitel reports on national broadcasting TV

Formats	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%	2021	%
<b>Telenovelas</b>	7739	73	6486	70	6025	77	3797	76	5091	82
<b>Series</b>	1873	18	1948	21	1501	19	915	18	678	11
<b>Miniseries</b>	194	2	113	1	103	1	68	1	73	1
<b>Unitary</b>	358	3	478	5	187	2	246	5	347	6
<b>Docudramas</b>	384	4	252	3	14	0	0	0	10	0
	10548	100	9277	100	7830	100	5026	100	6199	100

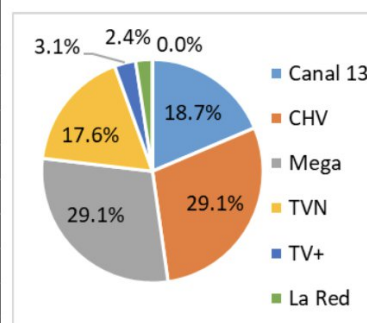


### Annexe 3.2 – Chili

> Source OBITEL, 2022

**Gráfico 1. Rating y share TV por emisora durante 2022<sup>4</sup>**

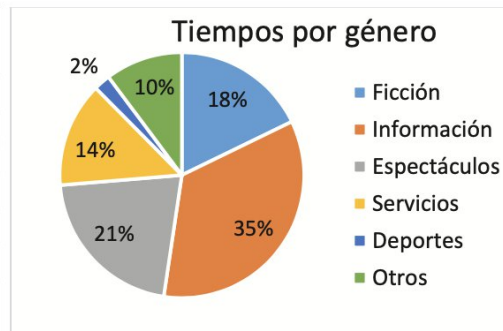
Canal	Rating hogar (%)	Share en Total TV (%)	Share en TV abierta (%)
Canal 13	4,0	12,4	18,7
CHV	6,3	19,4	29,1
Mega	6,3	19,4	29,1
TVN	3,8	11,7	17,6
TV+	0,7	2,1	3,1
La Red	0,5	1,6	2,4
Telecanals	n/d	n/d	n/d
Suma TV abierta	21,7	66,6	-
TV de pago	10,9	33,4	-
TV abierta + TV pago	32,6	100,0	100,0



Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile.

**Gráfico 2. Géneros y horas en la programación de TV durante 2022**

Géneros emitidos	Horas de exhibición <sup>6</sup>	% Tiempo	% Audiencia
Ficción	8612:47	17,8%	23,0%
Información	16679:53	34,5%	38,9%
Espectáculos	10295:22	21,3%	15,3%
Servicio	6687:31	13,8%	16,9%
Deportes	1061:35	2,2%	2,7%
Otros	4952:17	10,3%	3,2%
Total general	48289:25	100%	100%



Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile.

## Cuadro 2. Cadenas de televisión de pago en Chile

10 canales de TV de pago más vistos en Chile en 2022			
Canal	Género	Origen	Rating hogar <sup>7</sup>
24 Horas	Información	Chile	0,46
CNN Chile	Información	Chile	0,37
Space	Ficción y +	Extranjera	0,36
TNT Series	Ficción	Extranjera	0,29
TNT Sport HD	Deportes	Chile	0,29
AXN	Ficción	Extranjera	0,29
Universal TV	Ficción	Extranjera	0,24
Discovery H&H	Información	Extranjera	0,23
ESPN	Deportes	Chile	0,23
Cartoon Network	Infantil	Extranjera	0,22

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile.

<sup>7</sup> Calculado sobre las 24 horas del día.

## TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2022

<b>TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS - 21</b>	19. <i>Sucupira, La Comedia</i> (serie)
<b>Canal 13</b>	<b>TV+</b>
1. <i>Adrenalina</i> (telenovela)	20. <i>Los Años Dorados</i> (sitcom)
2. <i>Cerro Alegre</i> (telenovela)	<b>La Red</b>
<b>CHV</b>	21. <i>Una Historia Necesaria</i> (otros de ficción tv)
3. <i>Gemelas</i> (telenovela)	<b>TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS - 11</b>
<b>Mega</b>	<b>Canal 13</b>
4. <i>Casa de Muñecos</i> (telenovela)	1. <i>Pasión de Gavilanes</i> (telenovela-Coproducción Obitel)
5. <i>Si Yo Fuera Rico</i> (telenovela)	2. <i>Yo Soy Betty, la Fea</i> (telenovela-Colombia)
6. <i>Tranquilo Papá</i> (telenovela)	<b>Mega</b>
<b>TVN</b>	3. <i>El Tiempo no Para</i> (telenovela-Brasil)
7. <i>Amores de Mercado</i> (telenovela)	<b>TVN</b>
8. <i>Cuentos Chilenos</i> (telefilm)	4. <i>Moisés los 10 Mandamientos</i> (telenovela-Brasil)
9. <i>El Cuento del Tío</i> (unitarios)	5. <i>Terra Nostra</i> (telenovela-Brasil)
10. <i>El Día Menos Pensado</i> (docudrama)	6. <i>Celia, la Serie</i> (telenovela-Colombia)
11. <i>En Terapia</i> (serie)	<b>TV+</b>
12. <i>La Canción de tu Vida</i> (serie)	7. <i>Hernán</i> (serie-México)
13. <i>La Fiera</i> (telenovela)	<b>La Red</b>
14. <i>La Vida es una Lotería</i> (unitarios)	8. <i>Águila Roja</i> (serie-España)
15. <i>Mea Culpa Clásicos</i> (docudrama)	9. <i>Hay Alguien Ahí</i> (serie-España)
16. <i>Pampa Ilusión</i> (telenovela)	10. <i>Hispania, la Leyenda</i> (serie-España)
17. <i>Rojo y Miel</i> (telenovela)	11. <i>Como Dice el Dicho</i> (serie-México)
18. <i>Sucupira</i> (telenovela)	

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile.

**TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2022**

<p><b>TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS - 21</b></p> <p><b>Canal 13</b></p> <p>1. <i>Adrenalina</i> (telenovela)</p> <p>2. <i>Cerro Alegre</i> (telenovela)</p> <p><b>CHV</b></p> <p>3. <i>Gemelas Idénticas en Nada</i> (telenovela)</p> <p><b>Mega</b></p> <p>4. <i>Casa de Muñecos</i> (telenovela)</p> <p>5. <i>Si Yo Fuera Rico</i> (telenovela)</p> <p>6. <i>Tranquilo Papá</i> (telenovela)</p> <p><b>TVN</b></p> <p>7. <i>Amores de Mercado</i> (telenovela)</p> <p>8. <i>Cuentos Chilenos</i> (telefilm)</p> <p>9. <i>El Cuento del Tío</i> (unitarios)</p> <p>10. <i>El Día Menos Pensado</i> (docudrama)</p> <p>11. <i>En Terapia</i> (serie)</p> <p>12. <i>La Canción de tu Vida</i> (serie)</p> <p>13. <i>La Fiera</i> (telenovela)</p> <p>14. <i>La Vida es una Lotería</i> (unitarios)</p> <p>15. <i>Mea Culpa Clásicos</i> (docudrama)</p> <p>16. <i>Pampa Ilusión</i> (telenovela)</p> <p>17. <i>Rojo y Miel</i> (telenovela)</p>	<p>18. <i>Sucupira</i> (telenovela)</p> <p>19. <i>Sucupira, La Comedia</i> (serie)</p> <p><b>TV+</b></p> <p>20. <i>Los Años Dorados</i> (sitcom)</p> <p><b>La Red</b></p> <p>21. <i>Una Historia Necesaria</i> (otros de ficción tv)</p> <p><b>TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS - 10</b></p> <p><b>Canal 13</b></p> <p>1. <i>Yo Soy Betty, la Fea</i> (telenovela-Colombia)</p> <p><b>Mega</b></p> <p>2. <i>El Tiempo no Para</i> (telenovela-Brasil)</p> <p><b>TVN</b></p> <p>3. <i>Moisés los 10 Mandamientos</i> (telenovela-Brasil)</p> <p>4. <i>Terra Nostra</i> (telenovela-Brasil)</p> <p>5. <i>Celia, la Serie</i> (telenovela-Colombia)</p> <p><b>TV+</b></p> <p>6. <i>Hernán</i> (serie-México)</p> <p><b>La Red</b></p> <p>7. <i>Águila Roja</i> (serie-España)</p> <p>8. <i>Hay Alguien Ahí</i> (serie-España)</p> <p>9. <i>Hispania, la Leyenda</i> (serie-España)</p> <p>10. <i>Como Dice el Dicho</i> (serie-México)</p>
---	--

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

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

Formato	Títulos						Horas					
	2018	2019	2020	2021	2022	Total	2018	2019	2020	2021	2022	Total
<b>Telenovela</b>	11	11	5	7	7	41	615:10	682:30	224:55	545:00	457:00	2524:35
<b>Serie</b>	3	4	6	2	2	17	13:55	61:00	44:35	20:50	19:55	160:15
<b>Miniserie</b>	2	1	1	3	0	7	8:15	3:00	4:30	10:45	0:00	26:30
<b>TV Movie</b>	0	1	0	0	0	1	0:00	0:55	0:00	0:00	0:00	0:55
<b>Unitario</b>	1	0	0	0	0	1	84:40	0:00	0:00	0:00	0:00	84:40
<b>Docudrama</b>	0	0	0	1	0	1	0:00	0:00	0:00	10:05	0:00	10:05
<b>Otros</b>	0	0	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>68</b>	<b>722:00</b>	<b>747:25</b>	<b>274:00</b>	<b>586:40</b>	<b>476:55</b>	<b>2807:00</b>

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

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

País	Títulos	%	Horas	%
<b>NACIONAL (total)</b>	<b>9</b>	<b>34,6</b>	<b>476:55</b>	<b>36,4</b>
<b>PAÍSES OBITEL (total)</b>	<b>17</b>	<b>65,4</b>	<b>834:40</b>	<b>63,6</b>
Argentina	3	11,5	13:00	1
Brasil	7	26,9	507:10	38,7
Chile	9	34,6	476:55	36,4
Colombia	0	0	0:00	0
Ecuador	0	0	0:00	0
España	2	7,7	3:50	0,3
EE.UU. Hispanos	0	0	0:00	0
México	4	15,4	307:45	23,5
Perú	0	0	0:00	0
Portugal	0	0	0:00	0
Uruguay	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0:00	0
<b>COPRODUCCIONES (totales)</b>	<b>1</b>	<b>3,8</b>	<b>0:50</b>	<b>0,1</b>
Coproducciones Nacionales	0	0	0:00	0
Coproducciones Países Obitel	1	3,8	0:50	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>1309:30</b>	<b>100</b>

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

**TABLA 4. Formatos de ficción nacional e iberoamericana exhibida en 2022**

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionales	%	Resto Obitel	%	Nacionales	%	Resto Obitel	%
Telenovela	7	77,8	11	64,7	457:00	95,8	662:45	79,6
Serie	2	22,2	2	11,8	19:55	4,2	1:40	0,2
Miniserie	0	0,0	3	17,6	0:00	0,0	15:15	1,8
Telefilm	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Unitario	0	0,0	1	5,9	0:00	0,0	153:00	18,4
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
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>476:55</b>	<b>100</b>	<b>832:40</b>	<b>100</b>

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile - OBITEL Chile



**TABLA 5: 10 Títulos más vistos en 2022**

	Título	Canal	Productora (País)	Formato/género	No. de cap/ep en 2022	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>La Ley de Baltazar</i>	Mega	Chilefilms (CL)	Telenovela/ Comedia romántica	147	Prime time	17,0	26,4
2	<i>Pobre Novio</i>	Mega	Mega+Chilefilms (CL)	Telenovela/Comedia	90	Prime time	15,3	24,6
3	<i>Hijos del Desierto</i>	Mega	Mazal (CL)	Telenovela/ Drama policial de época	75	Prime time	14,0	22,0
4	<i>Amar Profundo</i>	Mega	Mega + DDRío (CL)	Telenovela/Comedia dramática	157	Prime time	12,6	20,8
5	<i>Verdades Ocultas</i>	Mega	Chilefilms (CL)	Telenovela/Drama	110	Tarde	12,4	25,1
6	<i>Hasta Encontrarte</i>	Mega	Mega+Chilefilms (CL)	Telenovela/ Drama romántico	115	Tarde	12,2	24,8
7	<i>Suerte de Vivir</i>	Mega	Estúdios Globo (BR)	Telenovela/ Drama romántico	132	Tarde	10,5	21,4
8	<i>Dulce Ambición</i>	Mega	Estúdios Globo (BR)	Telenovela/ Melodrama	77	Tarde	8,9	18,6
9	<i>Días Mejores</i>	CHV	Viacom+Zeta (ES)	Serie/Comedia dramática	1	Nocturno	7,6	16,6
10	<i>Huérfanos de su Tierra</i>	Mega	Estúdios Globo (BR)	Telenovela/ Drama romántico	14	Tarde	7,0	15,0
Total de producciones nacionales: 6				Guiones originales extranjeros: 4				
60%				4%				

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

**TABLA 5b: 10 Títulos nacionales más vistos en 2022**

	Título	Canal	Productora (País)	Formato/género	No. de cap/ep en 2022	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>La Ley de Baltazar</i>	Mega	Chilefilms (CL)	Telenovela/ Comedia romántica	147	Prime time	17,0	26,4
2	<i>Pobre Novio</i>	Mega	Mega+Chilefilms (CL)	Telenovela/Comedia	90	Prime time	15,3	24,6
3	<i>Hijos del Desierto</i>	Mega	Mazal	Telenovela/ Drama policial de época	75	Prime time	14,0	22,0
4	<i>Amar Profundo</i>	Mega	Mega + DDRío (CL)	Telenovela/Comedia dramática	157	Prime time	12,6	20,8
5	<i>Verdades Ocultas</i>	Mega	Chilefilms (CL)	Telenovela/Drama	110	Tarde	12,4	25,1
6	<i>Hasta Encontrarte</i>	Mega	Mega+Chilefilms (CL)	Telenovela/ Drama romántico	115	Tarde	12,2	24,8
11	<i>Cromosoma 21</i>	Canal 13	Canal 13 + Film & + Maker Wild Sheep Content (CL)	Serie / Drama policial	8	Prime time	5,6	9,3
18	<i>La Torre de Mabel</i>	Canal 13	Mazal (CL)	Telenovela / Comedia romántica	31	Nocturno	3,3	7,8
26	<i>Celeste</i>	TVN	Jaime Morales Producciones (CL)	Serie / Juvenil	8	Mañana	1,1	5,0
-	-	-	-	-	-	-	-	-
				Guiones originales extranjeros: 0				
				0%				

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

**TABLA 6: 10 Títulos más vistos en 2022**

Título	Canal	Sexo %		GSE%				
		Mujeres	Hombres	ABC1	C2	C3	D	
1	<i>La Ley de Baltazar</i>	Mega	64%	36%	8%	18%	32%	43%
2	<i>Pobre Novio</i>	Mega	62%	38%	8%	20%	30%	42%
3	<i>Hijos del Desierto</i>	Mega	61%	39%	8%	20%	33%	39%
4	<i>Amar Profundo</i>	Mega	60%	40%	9%	17%	32%	42%
5	<i>Verdades Ocultas</i>	Mega	67%	33%	9%	18%	25%	48%
6	<i>Hasta Encontrarte</i>	Mega	66%	34%	6%	16%	27%	51%
7	<i>Suerte de Vivir</i>	Mega	65%	35%	6%	15%	26%	54%
8	<i>Dulce Ambición</i>	Mega	66%	34%	8%	15%	27%	49%
9	<i>Días Mejores</i>	CHV	52%	48%	4%	12%	39%	45%
10	<i>Huérfanos de su Tierra</i>	Mega	63%	37%	5%	16%	26%	53%

Título	Edad %							
	04 - 12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64	65-+	
1	<i>La Ley de Baltazar</i>	4%	4%	5%	13%	26%	25%	22%
2	<i>Pobre Novio</i>	5%	4%	4%	16%	25%	25%	20%
3	<i>Hijos del Desierto</i>	3%	2%	6%	14%	26%	27%	21%
4	<i>Amar Profundo</i>	4%	4%	5%	17%	26%	25%	19%
5	<i>Verdades Ocultas</i>	5%	3%	4%	12%	22%	24%	29%
6	<i>Hasta Encontrarte</i>	4%	3%	5%	9%	21%	23%	36%
7	<i>Suerte de Vivir</i>	5%	3%	5%	9%	20%	22%	35%
8	<i>Dulce Ambición</i>	4%	3%	4%	12%	20%	27%	30%
9	<i>Días Mejores</i>	3%	0%	5%	6%	14%	45%	27%
10	<i>Huérfanos de su Tierra</i>	4%	2%	6%	8%	19%	25%	35%

Fuente: Kantar IBOPE Media Chile – OBITEL Chile

**TABLA 7. Títulos nacionales y coproducciones de estreno exhibidas en 2022 en sistemas de VoD**

TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO	COPRODUCCIONES DE ESTRENO
<b>Prime Video (1)</b> 01. <i>La Jauría</i> , T2 (serie)	<b>Prime Video (2)</b> 01. <i>El Presidente</i> , T2 (serie – Chile, Francia, Argentina)
<b>Netflix (2)</b> 02. <i>42 Días en la Oscuridad</i> (serie) 03. <i>Verdades Ocultas</i> , T7 (Telenovela)	02. <i>Noticias de un Secuestro</i> (miniserie – Chile, Colombia)

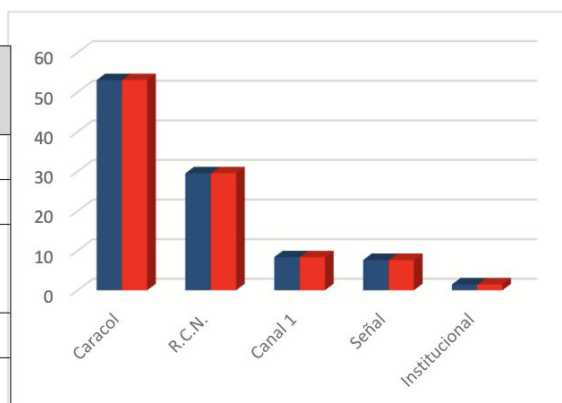
Fuente: Obitel Chile

### Annexe 3.3 – Colombie

> Source OBITEL, 2022 :

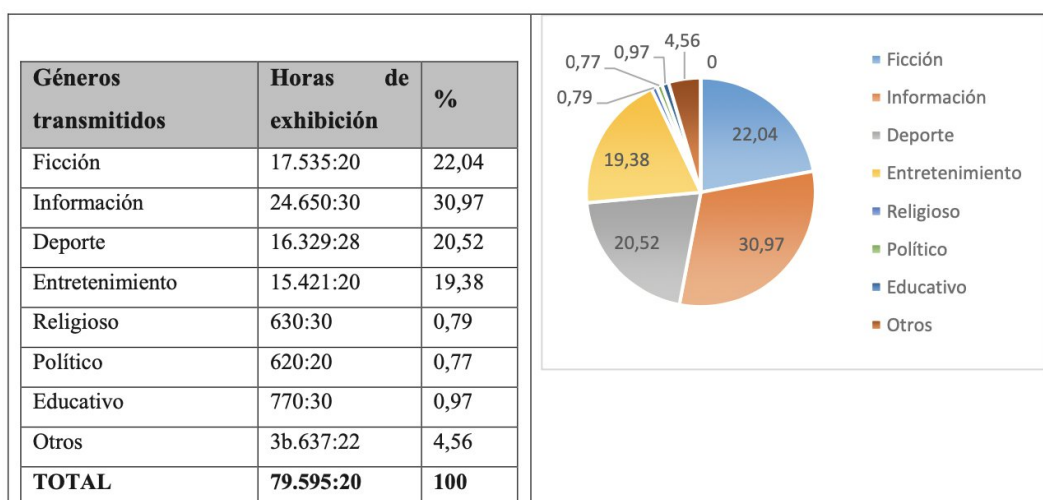
**Gráfico 1. Audiencia y share de TV por emisora (rating por hogar)**

Emisora	Aud. Dom	%	Share (%)
Caracol	18,10	53,05	46,25
R.C.N.	10,07	29,52	31,15
Canal Uno	2,85	8,35	13,65
Señal	2,6	7,62	6,72
Institucional	0,5	1,46	2,23
<b>TOTAL</b>	<b>34,12</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



Fuente: Obitel Colombia

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



Fuente: Obitel Colombia

**Tabla 1. Ficciones exhibidas en 2022**

<b>TÍTULOS INÉDITOS NACIONALES</b>	<b>COPRODUCCIONES – 0</b>
<b>– 7</b>	<b>TÍTULOS EXTRANJEROS INÉDITOS – 2</b>
<b>Canal Caracol - 3</b>	<b>Canal Caracol – 1</b>
1. <i>Arelys Henao: Canto Para No Llorar</i> (Serie)	1. <i>La Desalmada</i> (Telenovela-México)
2. <i>Las Villamizar</i> (Serie)	<b>Canal RCN – 1</b>
3. <i>El Rey, Vicente Fernández</i> (Serie)	1. <i>Te Acuerdas De Mi</i> (Telenovela- México)
<b>Canal RCN – 4</b>	<b>TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 9</b>
4. <i>Leandro Díaz</i> (Serie)	
5. <i>Te la Dedico</i> (Telenovela)	
6. <i>Dejémonos de Vargas</i> (Serie)	
7. <i>Hasta que la Plata Nos Separe</i> (Telenovela)	

Fuente: Obitel Colombia

**TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2022**

<b>TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS – 7</b>	<b>TÍTULOS EXTRANJEROS REPUESTOS – 2</b>
<b>Canal Caracol – 4</b>	<b>Canal 1 – 1</b>
1. <i>Nuevo Rico, Nuevo Pobre</i> (Telenovela)	1. <i>La Rosa de Guadalupe</i> (Serie, México)
2. <i>Vecinos</i> (Telenovela)	2. <i>La Usurpadora</i> (Telenovela, México)
3. <i>Los Briceño</i> (Serie)	
4. <i>Las Hermanitas Calle</i> (Serie)	
<b>Canal RCN – 3</b>	
3. <i>Ecomoda</i> (Serie)	
4. <i>Café con Aroma de Mujer</i> (Telenovela)	
5. <i>Lady, la Vendedora de Rosas</i> (Telenovela)	
	<b>TOTAL DE TÍTULOS OBITEL REPUESTOS: 9</b>

Fuente: Obitel Colombia

**Tabla 2 Ficción Nacional de Estreno**

Año	Títulos	Episodios	Horas
2018	12	1080	810
2019	11	990	743
2020	8	720	540
2021	9	790	615
2022	7	429	315

Fuente: OBITEL Colombia

**Tabla 3. Formatos de la ficción nacional de estreno**

Formato	Títulos					Horas				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Telenovela</b>	1	4	4	7	2	67:30	270:00	270:00	472:30	54:30
<b>Series</b>	11	7	4	2	5	742:30	472:30	270:00	202:30	260:30
<b>Miniseries</b>	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
<b>Sitcom</b>	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
<b>Unitario</b>	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
<b>Docudrama</b>	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
<b>Otros</b>	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
<b>Totales</b>	13	11	8	9	7	810:00	742:30	540:00	675:00	315:00

Fuente: OBITEL Colombia

**Tabla 4. Ficción de estreno exhibida en 2022: países de origen**

País	Títulos	%	Horas	%
<b>NACIONAL (total)</b>	<b>7</b>	<b>72</b>	<b>315:00</b>	<b>71</b>
<b>PAÍSES OBITEL (total)</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>128:00</b>	<b>29</b>
Argentina	0	0	0:00	0
Brasil	0	0	0:00	0
Chile	0	0	0:00	0
Colombia	7	72	315:00	36
Ecuador	0	0	0:00	0
España	0	0	0:00	0
EE.UU. Hispano	0	0	0:00	0
México	2	28	128:00	32
Perú	0	0	0:00	0
Portugal	0	0	0:00	0
Uruguay	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0:00	0
<b>COPRODUCCIONES (Totales)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0:00</b>	<b>0</b>
Coproducciones Nacionales	0	0	0:00	0
Coproducciones Países Obitel	0	0	0:00	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>443:00</b>	<b>100</b>

Fuente: OBITEL Colombia

**TABLA 5. Formatos de ficción nacional y Obitel exhibida en 2022**

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionales	%	Ámbito Obitel	%	Nacionales	%	Ámbito Obitel	%
<b>Telenovela</b>	2	16	2	100	54:30	18	128:00	100
<b>Serie</b>	5	84	0	0	260:30	82	0:00	0
<b>Miniserie</b>	0	0	0	0	0:00	0	0:00	0
<b>Sitcom</b>	0	0	0	0	0:00	0	0:00	0
<b>Unitario</b>	0	0	0	0	0:00	0	0:00	0
<b>Docudrama</b>	0	0	0	0	0:00	0	0:00	0
<b>Otros</b>	0	0	0	0	0:00	0	0:00	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>315:00</b>	<b>100</b>	<b>128:00</b>	<b>100</b>

Fuente: OBITEL Colombia

**TABLA 6: 10 Títulos más vistos**

Título	Canal	Productora (País)	Formato/género	No. de cap/ep en 2022	Franja horaria	Rating	Share
1 <i>Arelys Henao: Canto Para No Llorar</i>	Caracol	Colombia	Serie	65	Prime	20,02	52,01
2 <i>Las Villamizar</i>	Caracol	Colombia	Serie	72	Prime	19,35	38,41
3 <i>Hasta que la Plata Nos Separe</i>	RCN	Colombia	Telenovela	88	Prime	15,61	35,89
4 <i>Leandro Díaz</i>	RCN	Colombia	Serie	63	Prime	15,18	31,35
5 <i>El Rey, Vicente Fernández</i>	Caracol	Colombia	Serie	32	Prime	14,81	32,26
6 <i>La Desalmada</i>	Caracol	México	Telenovela	56	Tarde	5,21	11,35
7 <i>Te la Dedico</i>	RCN	Colombia	Telenovela	107	Prime	5,17	10,56
8 <i>Dejémonos de Vargas</i>	RCN	Colombia	Serie	70	Prime	4,02	9,16
9 <i>Te Acuerdas de Mi</i>	RCN	México	Telenovela	77	Tarde	4,14	8,96
Total de producciones nacionales: 7			Guiones originales extranjeros: 2				

Fuente: OBITEL Colombia

**TABLA 7: 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 <i>Arelys Henao: Canto Para No Llorar</i>	Caracol	55%	45%	40%	30%	20%	10%
2 <i>Las Villamizar</i>	Caracol	60%	40%	60%	20%	10%	10%
3 <i>Hasta que la Plata Nos Separe</i>	RCN	70%	30%	53%	27%	12%	8%
4 <i>Leandro Díaz</i>	RCN	56%	44%	56%	24%	11%	9%
5 <i>El Rey, Vicente Fernández</i>	Caracol	45%	54%	50%	25%	14%	11%
6 <i>La Desalmada</i>	Caracol	65%	35%	58%	27%	12%	3%
7 <i>Te la Dedicó</i>	RCN	70%	30%	55%	28%	13%	4%
8 <i>Dejémonos de Vargas</i>	RCN	55%	45%	52%	31%	15%	2%
9 <i>Te Acuerdas de Mi</i>	RCN	65%	35%	50%	26%	18%	4%

Título	Canal	04 - 12	13-17	18-24	25-34	35-49	50-64
1 <i>Arelys Henao: Canto Para No Llorar</i>	Caracol	2%	4%	16%	25%	40%	13%
2 <i>Las Villamizar</i>	Caracol	2%	4%	5%	17%	35%	37%
3 <i>Hasta que la Plata Nos Separe</i>	RCN	2%	4%	11%	20%	38%	25%
4 <i>Leandro Díaz</i>	RCN	2%	4%	14%	21%	38%	21%
5 <i>El Rey, Vicente Fernández</i>	Caracol	2%	3%	5%	13%	38%	39%
6 <i>La Desalmada</i>	Caracol	3%	3%	3%	12%	39%	40%
7 <i>Te la Dedicó</i>	RCN	2%	5%	5%	12%	34%	42%
8 <i>Dejémonos de Vargas</i>	RCN	2%	7%	3%	11%	37%	41%
9 <i>Te Acuerdas de Mi</i>	RCN	2%	5%	3%	13%	20%	57%

Fuente: OBITEL Colombia

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

TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO	COPRODUCCIONES
<b>Netflix – N° títulos nacionales 3</b> 1. <i>Arelys Henao</i> (serie) 2. <i>Palpito</i> (serie) 3. <i>Ritmo Salvaje</i> (serie) 4. <i>El Rey, Vicente Fernandez</i> (serie)	<b>Prime Video– N° títulos 1</b> 1. <i>Noticia de un Secuestro</i> (miniserie – Chile - Colombia)
<b>Prime Video - N° títulos nacionales 2</b> 1. <i>Primate</i> (serie) 2. <i>Cochina Envidia</i> (serie) 3. <i>Leandro Díaz</i> (serie)	
<b>RTVC Play– N° títulos nacionales 2*</b> 1. <i>Reportera Y</i> (serie) 2. <i>El Cubo. El inquisidor II</i> (serie/experiencia interactiva)	
<b>Total: 9</b>	<b>Total:1</b>

Fuente: Obitel Colombia