Las telenovelas latinas arrasan en España

Tras vivir una época arrinconadas por la avalancha global de ficciones (series turcas incluidas), las telenovelas latinoamericanas están viviendo una nueva época dorada en España y hoy son un género por el que están apostando fuertemente tanto cadenas privadas como plataformas globales.

Con más de siete semanas liderando el ranking de lo más visto en Netflix en la categoría de series de habla no inglesa, el éxito de la colombiana “Café con aroma de mujer” es un ejemplo de que el género ha regresado con fuerza y está conquistando territorios que van más allá de los canales especializados y público que no acostumbraba a verlas.

Ante el boom inicial de las plataformas -impulsado por la pandemia- y la ansiedad por ver “tantas series e historias rápidas” procedentes de todo el mundo, “las telenovelas quedaron atrás”, pero ahora está habiendo una reconexión con las “historias profundas, intimas y románticas”, cuenta a Efe Adriana Suárez, encargada de la adaptación de la serie de Canal colombiano RCN.

A la gente, añade la experta en el género, “le dio nostalgia por ver historias en otros tiempos más íntimos y más despacio”, reencontrarse con esas “historias que nos ponen a soñar”. “Así es el ser humano, de ciclos”, agrega Suárez.

Y no solo “Café con aroma de mujer” está entre las producciones favoritas de la plataforma con más suscriptores del mundo. La colombiana “La reina del flow” lleva trece semanas en el «top10», una más que “Yo soy Betty, la fea”, telenovela de 1999 que aún hoy ostenta un récord Guinness como la más exitosa de la historia. Unos datos que revelan que, aunque sea un género lleno de estigmas y prejuicios, el público de las telenovelas ya no son solo mujeres de edad avanzada.

UNA TENDENCIA QUE REGRESA RENOVADA

El regreso del melodrama latino llega además tras un año 2021 donde las series turcas (llamadas también telenovelas por su ritmo pausado y su larga duración) arrasaron entre los amantes del género de medio mundo, Latinoamérica incluida, y coparon también el prime time de canales en abierto como Telecinco o Antena 3 en España.

Telecinco empieza a dar muestras de esta nueva tendencia hacia el melodrama latino. Este miércoles estrenó (con 2 millones de audiencia) el regreso de “Pasión de gavilanes”, que ha vuelto con una segunda temporada de la historia que en 2003 encandiló a millones de televidentes en Latinoamérica y España.

“Es una tendencia que ya venimos notando desde septiembre del año pasado, ya observamos que se estaba gestando esta vuelta de las telenovelas y ahora esta tendencia se ha confirmado totalmente”, cuenta a Efe la directora de Consultoría de Producción y Contenidos en consultora de televisión española GECA, Gloria Salo.

“El gran operador mundial es Netflix y esta plataforma tiene interés en el género (…). El hecho de que hayan sido incluidas en los catálogos de las plataformas está haciendo que el éxito tenga una mayor repercusión”, añade.

Salo destaca una de las claves para que este género se esté haciendo fuerte también en plataformas, la gran fidelización de público: “aportan muchas horas de consumo porque una telenovela puede tener más de 100 capítulos», señala.

Sobre los títulos nuevos que se están creando, advierte una “diversificación de las temáticas”. “Sigue habiendo tramas románticas de intrigas familiares, pero también hay de temática social o de comedia”, apunta.

En opinión de Suárez, que versionó la exitosa “Café…” a partir de la telenovela original creada en 1994 por el maestro del género, el colombiano Fernando Gaitán, adaptar las telenovelas a los nuevos tiempos es la clave del éxito actual y de que permanezcan en un futuro.

“Nos han relegado mucho pensando que las telenovelas siempre son la misma historia que se repite, y obviamente hay historias que son así, pero el reto para los que nos gusta hacer telenovelas es renovarnos, no enfrentarnos ni pelear contra las series, sino tratar de contar estas historias que nos gustan teniendo en cuenta que la realidad ha cambiado”, explica.

EFE