

SANTIAGO DE CHILE, JUEVES 22 DE ENERO DE 2026

“Mi verdad oculta”, la versión mexicana de “Amanda”, de Mega, ha logrado altos niveles de audiencia en el canal mexicano Televisa. No es la única, ya que las historias locales se han convertido en productos apetecidos por el público en diversos países.



Felipe Contreras, Daniela Ramírez y Carlos Díaz protagonizaron hace 10 años la teleserie “Amanda”, que logró una alta sintonía.

MEGA

Teleseries nacionales consolidan su éxito en el extranjero

PATRICIA CERDA F.

“Mi verdad oculta”, la teleserie que actualmente arrasa en sintonía en el canal mexicano Televisa —bordea los cuatro millones de televidentes diarios—, está íntimamente ligada a Chile. Se trata de la versión más reciente de “Amanda”, la historia de una enfermera que busca venganza y que en 2016 fue protagonizada por Daniela Ramírez, convirtiéndose en uno de los títulos que consolidaron el horario de la tarde de Mega.

La producción, encabezada en México por la actriz Susana González, es el ejemplo más reciente del buen momento que atraviesan las historias chilenas en el extranjero. No es casualidad que un gigante de la ficción como Televisa haya estrechado en los últimos años sus vínculos con Mega, hoy el único canal nacional que mantiene un área dramática activa.

María Eugenia Rencoret, directora del área, explica que son varias las producciones locales que han tenido un desempeño destacado en sus versiones mexicanas. Entre ellas menciona “Isla Paraíso”, “Juegos de Poder” y “Amar Profundo”. “Las historias que contamos son universales. Viajan a otros países porque abordan temáticas cercanas y fácilmente reconocibles para la audiencia”, co-

menta la ejecutiva.

Profundiza, además, en las razones por las que el público mexicano, históricamente habituado al consumo de teleseries, conecta con las historias nacionales. “Particularmente en México no es extraño que nuestras teleseries funcionen bien, ya que existen ciertas costumbres y códigos culturales similares entre ambos países”, plantea.

Desde 2014, cuando Rencoret llegó junto a su equipo para levantar el Área Dramática de Mega, se han vendido 22 latas— es decir, la misma ficción emitida en la pantalla nacional— de un total de 34 teleseries producidas. “Eso significa que el 65% de nuestras producciones está presente en distintos mercados”, destaca. El alcance incluye países como Estados Unidos, Grecia, Portugal, Turquía, Nigeria y Canadá, entre otros.

A la venta de latas y guiones se suma el trabajo de desarrollo de nuevas versiones para otros mercados. En canales como Latina TV, de Perú, el equipo ha colaborado en adaptacio-

nes de “Papá a la deriva” y “Pobre Novio”. En paralelo, la estrategia de Mega también apunta a las plataformas de streaming: “Tranquilo papá” y “Perdona nuestros pecados” ya debutaron en Amazon Prime, mientras que en 2024 produjeron para Netflix “Al sur del corazón”.

En medio de la crisis económica que atraviesa la televisión abierta, la exportación de guiones y latas, así como la generación de alianzas con otros canales, productoras y plataformas, se ha vuelto clave para sostener la producción de teleseries. “Hoy la televisión abierta enfrenta una competencia enorme y, en ese escenario, la ficción también tiene la suya. Por eso es fundamental buscar nuevos socios y alianzas estratégicas que permitan que nuestras historias sigan viajando y obteniendo buenos resultados”, resume Rencoret.

Otros canales

Aunque Canal 13 y TVN no cuentan hoy con áreas dramáticas, ambos mantienen vigentes sus catálo-

gos históricos.

Canal 13 ha vendido sus producciones a varios países, entre ellos a México que ha hecho adaptaciones de títulos emblemáticos como “La madrastra” y “Machos”, además de producciones como “Preciosas” y “Pacto de sangre”. “El público mexicano conecta especialmente con nuestros guiones cuando son melodramas clásicos o historias con una carga dramática fuerte, protagonizadas por personajes que logran identificación más allá de las fronteras”, dice Rodrigo Correa, gerente comercial de contenidos del canal.

TVN, en tanto, ha exportado guiones de teleseries como “Cómplices”, “Hijos del Monte” y “¿Dónde está Elisa?”. Ahora, la señal pública está enfocada en la internacionalización de sus teleseries verticales “Auditoría de amor” y “Mi marido me robó la memoria”, títulos que serán presentados en la feria Content Americas, que se realiza esta semana en Miami, y en la que también participará Canal 13 con sus mininovelas.