

// ARTÍCULO

***Succession* y la construcción ficcional del poder en tiempos posdigitales**

Succession and the fictional construction of power in post-digital times

Recibido: 28/10/2025
Aceptado: 05/12/2025

Galo Vásconez Merino

Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador
gvasconez@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-4048-8253>

Resumen

El artículo analiza críticamente la serie *Succession* (HBO, 2018-2023) como una representación compleja del poder mediático en el contexto posdigital. Desde un enfoque cualitativo e interpretativo, se examinan cinco dimensiones centrales: concentración mediática, posverdad, espectacularización informativa, plataformas digitales y legitimación política. A partir del análisis de diez episodios centrales, se ponen en evidencia los recursos narrativos y estéticos que la ficción utiliza para mostrar cómo se manipula la información, cómo se fabrican relatos cargados de emoción y de qué manera los medios funcionan como herramientas de control simbólico. En este sentido, *Succession* no se limita a contar una historia familiar, sino que también refleja las transformaciones profundas en la economía política de la comunicación, donde la lógica de los algoritmos y las plataformas digitales ha ido desplazando a los antiguos modelos de televisión masiva. El estudio permite observar cómo la serie expone la manipulación de la verdad, la reducción de la política a un espectáculo mediático y el fortalecimiento de un poder empresarial con la capacidad de moldear tanto la opinión pública como las decisiones de gobierno. Se concluye que, más que un simple reflejo, la ficción se convierte en un espacio de crítica cultural frente al capitalismo tardío, al tiempo que abre preguntas sobre los riesgos que amenazan la democracia y la diversidad informativa en un escenario cada vez más condicionado por conglomerados mediáticos y por tecnologías de control algorítmico.

Palabras clave: ficción televisiva; poder; medios de comunicación; posverdad; plataformas digitales.

Abstract

This article critically analyzes the series Succession (HBO, 2018–2023) as a complex representation of media power in the post-digital context. From a qualitative and interpretive approach, five central dimensions are examined: media concentration, post-truth, the spectacularization of information, digital platforms, and political legitimation. Based on an analysis of ten key episodes, the narrative and aesthetic resources used by the series to show how information is manipulated, how emotionally charged narratives are constructed, and how the media function as tools of symbolic control are highlighted. In this sense, Succession does not limit itself to telling a family story but also reflects the profound transformations in the political economy of communication, where the logic of algorithms and digital platforms has been displacing the old models of mass television. The study allows us to observe how the series exposes the manipulation of truth, the reduction of politics to a media spectacle, and the strengthening of corporate power, with the ability to shape both public opinion and government decisions. It concludes that, rather than being a simple reflection, fiction becomes a space for cultural criticism of late capitalism, while raising questions about the risks that threaten democracy and informational diversity in a scenario increasingly conditioned by media conglomerates and algorithmic control technologies.

Keywords: television fiction; power; media; post-truth; digital platforms.

1. Introducción

En el escenario posdigital, el poder mediático experimenta transformaciones estructurales que reconfiguran los modos de producción, circulación y legitimación del discurso público. La convergencia entre plataformas digitales, algoritmos y conglomerados de comunicación ha dado lugar a una ecología mediática regida por la lógica del capital financiero y el control de datos, lo que tensiona los principios de pluralidad informativa y deliberación democrática (Nieborg, Poell y Duffy 2021). Dentro de este contexto, los audiovisuales no son meras formas de investigación, pues su alcance es más grande debido a que influyen en la manera en que las sociedades dan sentido a sus realidades diarias, además de operar como dispositivos simbólicos que participan en la construcción de subjetividades políticas.

La llegada de la posverdad y la espectacularización de la información han hecho que el ecosistema mediático contemporáneo cambie debido a la abundancia de datos y a la dificultad para encontrar referentes estables de verdades, pues los relatos mediáticos se acercan más a la apelación emocional, la fragmentación discursiva y el consumo performativo de la realidad. Sumado a ello, las *fake news* y las narrativas afectivas se deben interpretar como componentes estructurales de un modelo comunicacional que pone en primer lugar la viralidad y da pie a las adhesiones ideológicas por sobre la verificabilidad, con lo cual se consolida el papel de los medios desde su aporte al consenso simbólico y reproducen estructuras de poder.

En este marco, la ficción audiovisual se convierte en un dispositivo especialmente fértil para explorar las tensiones que atraviesan la economía política de la comunicación, las mutaciones tecnológicas y los procesos de legitimación simbólica. La serie *Succession* (HBO 2018-2023), concebida como un drama en torno a un conglomerado mediático de alcance global, concentra en su narrativa los engranajes que sostienen la concentración informativa, la manipulación discursiva y la lógica de funcionamiento de las plataformas digitales.

Beattie (2023) indica que la nombrada televisión de prestigio genera un retrato de dinámicas sociales que intervienen en la modelación cultural, ya que ofrece marcos de interpretación sobre el poder, la herencia, la verdad y la autoridad. Desde esta perspectiva, analizar críticamente la serie *Succession* permite comprender cómo la ficción se incluye en los debates contemporáneos sobre los poderes mediáticos y la configuración del espacio público en una era minada por los algoritmos.

1.1. La concentración mediática y la economía política de la comunicación

La concentración mediática es uno de los fenómenos estructurales más relevantes del ecosistema comunicacional contemporáneo. Este proceso implica la reducción progresiva del número de actores que controlan la propiedad de los medios de comunicación, lo cual tiene implicancias directas sobre el pluralismo informativo, la diversidad de contenidos y la calidad democrática.

Knoche (2021) señala que la concentración se debe de interpretar como una forma específica de acumulación capitalista que subsume la producción cultural bajo las lógicas del valor económico. En este sentido, la concentración mediática forma parte del proceso general de mercantilización

de la comunicación, en el cual los contenidos se tratan como mercancías que circulan en función de intereses corporativos, más no de necesidades sociales.

Por otro lado, Villalobos-López (2022) señala que los conglomerados mediáticos concentran poder económico y simbólico, dado que controlan los flujos de información y los marcos interpretativos de la realidad. Esto permite a las élites económicas influir en la agenda pública, en la percepción ciudadana y en los procesos de legitimación política (McChesney 2015).

Además, la dimensión global del fenómeno plantea nuevas complejidades, ya que la expansión transnacional de conglomerados mediáticos refuerza estructuras de dominación cultural, donde los contenidos producidos en centros hegemónicos se distribuyen de manera masiva, eclipsando las producciones locales y reduciendo la diversidad de perspectivas narrativas y culturales (Yaylagül 2020; Vásconez Merino y Carpio Arias 2024).

Por su parte, la economía política de la comunicación se presenta como un enfoque teórico-crítico que estudia las estructuras de poder económico, político y simbólico que organizan los sistemas mediáticos. Este paradigma entiende los medios como instituciones insertas en el entramado del capitalismo. Su producción, su distribución y sus contenidos se encuentran condicionados por las relaciones de propiedad, las dinámicas de mercado y las políticas públicas (Cañedo y Segovia 2022).

Según Yaylagül (2020), esta perspectiva plantea que el contenido mediático debe analizarse en función de las condiciones materiales que lo hacen posible. Desde este enfoque, los medios aparecen como instrumentos que reproducen las relaciones de poder vigentes y que contribuyen a sostener el *statu quo* social.

El enfoque de la economía política de la comunicación ha evolucionado para dar cuenta de las transformaciones del ecosistema digital. En esta línea, incorpora el análisis de las plataformas, los algoritmos, las formas de trabajo digital y el extractivismo de datos (Couldry y Mejías 2019). En este marco, la concentración mediática es vista como una forma de control estructural que moldea los flujos de información y los imaginarios colectivos, limitando el debate democrático y profundizando las desigualdades simbólicas (Wasko 2005).

1.2. Posverdad, espectacularización y construcción discursiva del poder

El concepto de posverdad remite a la circulación de información falsa y a un cambio estructural en la relación entre verdad, emoción y poder. En este régimen comunicacional, la veracidad fáctica pierde centralidad frente a la apelación emocional y a la construcción estratégica de relatos. La posverdad se presenta como un discurso donde las creencias personales y las afinidades ideológicas pesan más que la evidencia empírica. Este desplazamiento contribuye a erosionar los fundamentos racionales del debate público (Guadarrama Torres *et al.* 2015).

Este fenómeno puede entenderse como una ruptura con los marcos epistémicos modernos. En este nuevo escenario, la verdad aparece como un terreno de disputa discursiva en el que intervienen actores con intereses estratégicos. La posverdad se manifiesta como una forma de poder que reconfigura el campo político a través de narrativas afectivas y simplificadas (Deligiaouri 2018).

La posverdad y las *fake news* deben entenderse como formas históricas de producción discursiva, en las que los medios actúan como instituciones normalizadoras de lo verosímil. Su análisis destaca la genealogía de estas prácticas dentro del ecosistema mediático y su papel en la consolidación de sentidos hegemónicos (Singh *et al.* 2022).

Dentro del proceso de espectacularización, se transforman los acontecimientos sociales en espectáculos expresamente diseñados para funcionar dentro de la atención, la emoción y el consumo (Debord 2005). Lo mismo ocurre con el discurso político y periodístico, lo que da lugar a una hibridez entre información y espectáculo. Los medios de comunicación transforman la realidad a través de marcos espectaculares que difuminan los límites de lo real y lo ficticio, con lo cual se añade una capa de experiencia emocional de la política. En contextos de posverdad, esto produce que los hechos queden subordinados a la dramatización mediática (Overell y Nicholls 2019).

Scardigno y Mininni (2020) maximizan esta perspectiva al analizar la retórica de las *fake news* en el campo de la política, pues refieren que su eficacia se encuentra en la dimensión performativa y espectacular, así estas narrativas operan como armas discursivas que se fundamentan en imaginarios colectivos, emociones compartidas y estructuras de afecto, y dejan relegados los datos que en realidad se pueden verificar.

La noción de poder discursivo se refiere a la capacidad de ciertos actores para fijar marcos interpretativos que adquieren legitimidad en la vida social. En el escenario de la posverdad, este poder se ejerce mediante estrategias narrativas que producen significados hegemónicos y configuran subjetividades políticas.

El populismo contemporáneo se articula a partir de la construcción discursiva del descontento. En este proceso, líderes carismáticos recurren a un lenguaje propio de la posverdad con el fin de movilizar emociones colectivas y orientarlas en oposición a las élites. Estos discursos son amplificados por medios tradicionales y digitales, y logran construir una forma alternativa de autoridad simbólica (Schmidt 2022).

1.3. Plataformas digitales, algoritmos y la guerra del *streaming*

Las lógicas de producción, distribución y consumo audiovisual ciertamente se han transformado con el nacimiento y apogeo de las plataformas digitales y el uso intensivo de algoritmos. En medio de todo este fenómeno se encuentra la guerra del *streaming*, una competencia entre plataformas globales como Netflix, Disney+, HBO Max y Prime Video que pugnan por captar y retener a las audiencias con contenidos personalizados, decisiones de programación guiadas por datos y ecosistemas cerrados de consumo cultural. Con estas plataformas se generan nuevas formas de intermediación tecnológica que transforma la experiencia audiovisual y desplazan progresivamente a los esquemas tradicionales de la industria cinematográfica y televisiva (Soto Fernández 2023).

Las plataformas incorporan una lógica algorítmica de programación que altera los marcos temporales y espaciales del consumo y fragmenta a las audiencias en nichos de microconsumo, con efectos directos sobre la dimensión colectiva y pública de la experiencia mediática (Özgün y Treske 2021).

A diferencia del *broadcasting* tradicional, las plataformas digitales operan mediante sistemas automatizados de recomendación que impulsan una personalización extrema. Este mecanismo intensifica el aislamiento de los usuarios y reduce las posibilidades de construir una esfera pública compartida. La hipersegmentación, mediada por algoritmos, redefine además la noción de gusto. Ahora este se configura a partir de los patrones de consumo previos que son procesados por sistemas de inteligencia artificial (Tussey 2023).

Desde la perspectiva de la economía política, las plataformas aparecen como actores dominantes que concentran la producción cultural a través de modelos de negocio opacos, sustentados en la extracción intensiva de datos y vinculados al capital financiero. Estas infraestructuras digitales no funcionan como espacios neutros de intercambio. Por el contrario, reproducen lógicas de poder que definen qué se vuelve visible y qué permanece oculto en el ecosistema mediático, lo que abre tensiones en torno a la transparencia y la rendición de cuentas (Nieborg *et al.* 2021).

La lógica extractivista de datos que sostiene su funcionamiento refuerza relaciones asimétricas de poder entre corporaciones y usuarios, en las que estos últimos ven reducida su capacidad de agencia en la construcción de sentido cultural y político.

Al mismo tiempo, la expansión de estas tecnologías incide en el diseño de políticas culturales y comunicacionales, ya que las métricas algorítmicas pasan de reemplazar criterios editoriales y artísticos en las decisiones sobre qué contenidos producir o promover. Esta lógica afecta la diversidad cultural, la sostenibilidad de las producciones independientes y la pluralidad informativa en el ecosistema audiovisual global. Por ello, autores contemporáneos abogan por marcos normativos que regulen la concentración de poder, promuevan la transparencia algorítmica y garanticen el acceso equitativo a los bienes culturales (Bernstein *et al.* 2023).

1.4. Serie de televisión *Succession*

La serie *Succession*, creada por Jesse Armstrong y producida por HBO, se estrena en 2018 y concluye en 2023, consolidándose como una de las producciones más influyentes de la era del *streaming*. A lo largo de sus cuatro temporadas, construye un retrato ácido de las élites económicas y mediáticas contemporáneas a través de la familia Roy, propietaria de un conglomerado de comunicación global ficticio llamado Waystar Royco. Esta narrativa se inscribe dentro del paradigma de la televisión de prestigio, caracterizado por una sofisticación estética, densidad temática y exploración psicológica de personajes moralmente ambiguos (Kemker 2024).

En el plano cultural, la serie funciona como una crítica al capitalismo tardío y a las formas actuales de poder corporativo. Dentro de ello, Milanović Minić (2022) manifiesta que *Succession* retira la mitología de la empresa familiar, pues muestra que los vínculos afectivos se transforman en recursos que se someten a las lógicas de dominación económica y política. De esta manera, los protagonistas se convierten en disfunciones propias del sistema capitalista y, al desarrollarse narrativamente, se revela que los valores familiares no significan nada frente a los intereses empresariales feroces marcados por la competencia.

Desde un ámbito mediático, la serie resalta por el uso de recursos audiovisuales y narrativos que cuestionan la masculinidad, el poder y la sexualidad. Los escenarios están marcados por la

competencia y la toxicidad institucional. La serie recurre a referencias clásicas para consolidar su estatus dentro de la televisión de calidad, mientras que utiliza el recurso de la sátira de la cultura corporativa neoliberal al incorporar elementos *queer* y simbologías fálicas para exponer la fragilidad de los sistemas jerárquicos de apariencia sólida (Beattie 2023).

La intertextualidad con Shakespeare, en particular con *El rey Lear*, ocupa un lugar importante cuando se analiza la serie. Votava (2023) estudia cómo *Succession* vuelve a tomar la lógica trágica y la crisis sucesoria del drama isabelino para proyectar ansiedades contemporáneas en torno al legado y la herencia del poder. Así, la serie reinterpreta el vacío de autoridad y el derrumbe de la meritocracia cuando muestra a una élite blanca en decadencia que no es capaz que generar un liderazgo legítimo, y de esta manera, analiza el futuro de las democracias occidentales.

Por último, desde una perspectiva sociopolítica más amplia, Samuels (2023) sitúa *Succession* dentro de una genealogía de series que, al igual que *The Sopranos* o *Breaking Bad*, exponen las patologías políticas de la clase media-alta occidental. El autor argumenta que estas producciones construyen fantasías contradictorias del centrismo liberal y favorecen la normalización de discursos individualistas. Este proceso contribuye a debilitar la confianza pública en las instituciones democráticas.

2. Metodología

La investigación se apoya en un enfoque cualitativo e interpretativo que busca comprender cómo *Succession* representa el poder mediático y cómo esa representación dialoga con los cambios de la industria audiovisual en la era posdigital (Flick 2022). Se trata de un estudio de caso único, con lo cual la serie se analiza en profundidad como un ejemplo significativo de ficción contemporánea que narra las tensiones de la concentración mediática dentro del ecosistema de las plataformas de *streaming*.

Como se puede observar en la tabla 1, el corpus está compuesto por diez episodios representativos de las cuatro temporadas de la serie de televisión, seleccionados según la presencia explícita de escenas que abordan el rol de los medios de comunicación, la manipulación informativa o la relación entre conglomerados mediáticos y poder político.

El análisis de *Succession* se construye desde una estrategia metodológica que combina tres miradas complementarias, como se puede observar en la tabla 2. En primer lugar, se utiliza el análisis de contenido cualitativo, una técnica que permite identificar patrones de representación en los textos mediáticos de manera sistemática (Krippendorff 2019). A partir de una lectura detallada de los episodios se codifican escenas, diálogos y recursos visuales, lo que permite construir categorías analíticas fundamentadas y verificadas en el material empírico.

Temporada	Episodio	Título original	Relevancia para el análisis de medios
1	6	«Which Side Are You On?»	Refleja el control de la narrativa mediática en situaciones de crisis corporativa.
1	10	«Nobody Is Ever Missing»	Expone cómo se gestiona la imagen pública del conglomerado en momentos de fractura familiar.
2	3	«Hunting»	Muestra estrategias de manipulación mediática y construcción de relatos empresariales.
2	8	«Dundee»	Escenifica la instrumentalización de la prensa en la construcción simbólica de la familia Roy.
3	1	«Secession»	Representa la lucha narrativa entre medios tras la crisis de sucesión en la empresa.
3	5	«Retired Janitors of Idaho»	Ejemplifica la negociación política y mediática en contextos de inestabilidad corporativa.
3	6	«What It Takes»	Aborda la influencia de los conglomerados mediáticos en la selección de candidatos políticos.
4	3	«Connor's Wedding»	Relaciona la espectacularización de la noticia con un evento íntimo y familiar.
4	6	«Living+»	Plantea la mercantilización del discurso mediático y la espectacularización de la información.
4	10	«With Open Eyes»	Concluye la trama con la pugna final por el control de la narrativa mediática y empresarial.

Tabla 1. Selección de episodios de *Succession* para análisis

Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, se aplica el análisis del discurso, orientado a comprender cómo los personajes generan significados en sus intercambios verbales y en las narrativas vinculadas con el poder mediático. Siguiendo a Fairclough (2003) el discurso se concibe como una práctica social que reproduce, legitima o cuestiona relaciones de poder, lo que abre la posibilidad de examinar de forma crítica los diálogos donde se tematizan las audiencias, la influencia de los medios y la manipulación de la opinión pública.

Finalmente, se incluyen aportes del análisis semiótico, pues tal como plantean Eco (2000) y Casetti y Di Chio (1990) los recursos audiovisuales actúan como signos que refuerzan la dimensión espectacular de los medios y ayudan a construir un discurso crítico sobre el poder.

Categoría	Definición	Indicadores
Concentración mediática	Proceso por el cual unos pocos conglomerados controlan gran parte de la producción y distribución de información.	Escenas donde se enfatiza el monopolio de Waystar Royco, referencias al poder del magnate sobre la agenda informativa.
Posverdad y manipulación informativa	Estrategias discursivas que priorizan la persuasión y la emoción por encima de la veracidad.	Diálogos que muestran la fabricación de relatos, la distorsión de hechos o la construcción de versiones alternativas de la realidad.
Espectacularización informativa	Transformación de la información en espectáculo para captar atención y generar consumo.	Uso de la noticia como espectáculo, mezcla entre política y entretenimiento, énfasis en la imagen pública sobre el contenido.
Algoritmos y plataformas	Lógicas de segmentación, control de datos y expansión global propias de la economía de plataformas.	Referencias a audiencias digitales, expansión internacional de la empresa, estrategias de fidelización mediática.
Legitimación del poder político-mediático	Discursos que muestran cómo los medios influyen en la selección y legitimación de élites políticas.	Escenas de negociación con candidatos políticos, manipulación del relato electoral, construcción de consensos.

Tabla 2. Matriz de categorías de análisis de *Succession*

Fuente: elaboración propia.

El procedimiento de análisis se organizó en cuatro momentos que se conectaron entre sí:

1. Se realizó una codificación inicial en la que se segmentaron y transcribieron las escenas y diálogos más relevantes, siguiendo la matriz categorial para asegurar un trabajo riguroso y abierto a nuevos significados.
2. Se aplicó la codificación axial, que buscó relacionar las categorías teóricas con los hallazgos que emergieron del análisis, estableciendo vínculos entre lo narrativo, lo discursivo y lo estético.
3. Se llevó a cabo la interpretación crítica, donde los resultados se conectan con debates actuales.

3. Resultados y discusión

3.1. Concentración mediática

La serie construye a Waystar Royco como un imperio comunicacional que encarna las tensiones de la concentración mediática. Desde los primeros episodios queda claro que la empresa concentra un poder que atraviesa las dimensiones económica, política y cultural. La narrativa expone cómo el control de cadenas de noticias, parques de entretenimiento y plataformas digitales convierte a la familia Roy en un actor con capacidad de arbitrar los relatos que circulan en la esfera pública.

En las escenas que retratan crisis corporativas, la manipulación de la información se presenta como una práctica recurrente. En la primera temporada, cuando los accionistas ponen en duda la capacidad de Logan Roy para sostener su liderazgo, la sala de redacción se convierte en un espacio de tensión permanente. La cámara se desplaza entre los periodistas que aguardan instrucciones y subraya cómo las noticias se ajustan a la conveniencia del conglomerado. Los silencios y el intercambio de miradas reflejan la subordinación del trabajo informativo a una voluntad empresarial que concentra la narrativa pública en pocas manos.

La conmemoración de los cincuenta años de Waystar Royco en «Dundee», segunda temporada, despliega la dimensión simbólica de esta concentración. La serie utiliza proyecciones gigantes, imágenes de archivo y discursos de celebración para presentar a la empresa como parte indiscutible de la historia cultural. De este modo, la serie construye un mito corporativo que diluye las fronteras entre memoria colectiva y propaganda institucional.

Las pantallas, integradas estratégicamente en la puesta en escena, cumplen una función estética y operan al mismo tiempo como dispositivos de legitimación simbólica. A través de ellas se evidencia que el poder mediático no se limita a transmitir información. También reescribe el pasado, lo resignifica según intereses particulares y consolida narrativas que justifican el presente.

En cuanto a la gestión de la imagen en contextos de escándalo, se ofrece otra arista de esta instancia. Al final de la primera temporada, la familia enfrenta una situación que amenaza con destruir su reputación. Sin embargo, el conglomerado despliega un blindaje comunicacional que impide que la noticia afecte al núcleo empresarial. Los planos cerrados sobre los rostros de los

personajes transmiten la tensión de un relato que se impone sobre la verdad y plantea que el control mediático permite administrar el daño y preservar el poder.

La serie también muestra la forma en que la concentración mediática condiciona la política. En la tercera temporada, durante los episodios de negociaciones y alianzas, los Roy discuten sobre quién ocupará la dirección de la empresa, y dentro de ello, qué narrativas se impondrán en la esfera pública. Las escenas en hoteles de lujo o despachos cerrados revelan que la política se establece en espacios privados y se legitima a través de titulares y noticieros controlados por el conglomerado. El poder se representa así como un pacto entre élites que utilizan los medios como herramienta de validación simbólica.

En varios momentos, la narrativa utiliza recursos estéticos para subrayar este control. La cámara en mano y el montaje ágil transmiten la sensación de urgencia y de cobertura en tiempo real, como si se tratara de un documental. Este recurso genera la impresión de que los espectadores asisten al funcionamiento interno de una maquinaria mediática que construye la realidad de manera inmediata. El espectador observa y experimenta la fragilidad de las fronteras entre noticia y ficción.

El peso de la concentración mediática también se refleja en las tensiones familiares. Así, las disputas por la sucesión tienen que ver también con el dominio sobre los relatos que los medios producen. Los hijos de Logan discuten quién tiene derecho a poseer la historia y qué voz será escuchada en el escenario público.

3.2. Posverdad y manipulación informativa

La serie presenta la posverdad como un eje transversal en las disputas de poder. En distintos momentos se observa cómo los personajes fabrican narrativas que reemplazan los hechos y privilegian la emoción o la conveniencia estratégica por encima de la veracidad. La lógica no busca informar, sino producir versiones funcionales a la conservación del poder de la familia y del conglomerado.

En la tercera temporada, la empresa queda bajo investigación legal y los miembros de la familia discuten qué relato difundir en el espacio público. La escena muestra a los asesores debatiendo posibles titulares, cada uno diseñado para minimizar la percepción de culpabilidad. El montaje transmite al espectador que la verdad de los hechos resulta secundaria frente a la formulación narrativa capaz de generar mayor eficacia en la opinión pública.

El episodio «Secession» expone este mecanismo con especial crudeza. Tras la rebelión de Kendall contra su padre, la trama incorpora conferencias de prensa y apariciones mediáticas en las que el hijo construye una imagen heroica de sí mismo como denunciante. El contraste entre su seguridad frente a las cámaras y sus dudas en la intimidad muestra la distancia entre la narrativa pública y la experiencia privada. El poder de los medios aparece en su capacidad de transformar un conflicto familiar en un relato de lucha moral que divide a las audiencias.

La manipulación informativa se hace evidente también en la creación de chivos expiatorios. En los episodios dedicados al escándalo de los cruceros, la familia busca responsables secundarios con el fin de desviar la atención pública. Las discusiones sobre a quién sacrificar muestran que

la posverdad funciona como un mecanismo de invención basado en la selección estratégica de culpables. La tensión dramática se construye a través de silencios prolongados y de la cámara fija sobre los rostros de quienes saben que la verdad no saldrá a la luz, porque será sustituida por una versión oficial.

La espectacularización de la política se entrelaza con estas dinámicas. En el episodio «Retired Janitors of Idaho», el caos en la asamblea de accionistas aparece narrado como si se tratara de una cobertura mediática en vivo, con rumores y versiones contradictorias circulando en simultáneo. Los pasillos abarrotados de periodistas y el movimiento constante de la cámara refuerzan la sensación de un evento saturado de relatos cruzados. Lo decisivo no es la secuencia de los hechos, sino qué historia consigue imponerse en los titulares del día siguiente.

El lenguaje de los personajes refuerza esta lógica. Expresiones como «controlar la narrativa» o «ganar el ciclo de noticias» aparecen de forma recurrente y evidencian la conciencia de que tanto la política como los negocios dependen más de relatos que de hechos verificables. Cada conversación estratégica muestra que la posverdad funciona como un campo de disputa en el que las élites compiten por imponer marcos de interpretación.

En la cuarta temporada, la muerte de Logan se presenta como un ejemplo revelador de manipulación narrativa. Mientras el cuerpo aún no ha sido trasladado, los hijos y los asesores discuten de qué manera comunicar la noticia a los medios y al mercado. La escena alterna entre el duelo íntimo y la urgencia de construir un relato controlado que evite el desplome de las acciones de la empresa. El dolor personal queda relegado frente a la urgencia de redactar un comunicado que proteja el valor bursátil. La posverdad se presenta aquí como un mecanismo de supervivencia empresarial.

3.3. Espectacularización informativa

La serie pone en evidencia cómo la lógica del espectáculo invade los procesos informativos y políticos, convirtiendo los acontecimientos en productos diseñados para generar consumo y atención. La espectacularización aparece como la condición natural en la que se mueven los personajes y las instituciones. Todo hecho, desde una elección hasta una crisis familiar, se transforma en un evento mediático que debe ser gestionado como parte de un guion.

Uno de los momentos más representativos se produce en «Connor's Wedding». La noticia de la muerte de Logan Roy, en medio de una celebración íntima, se convierte de inmediato en un espectáculo mediático. La cámara alterna entre la intimidad del duelo y las llamadas urgentes a asesores y periodistas. Los diálogos no se concentran en el impacto íntimo de la pérdida, sino en las estrategias para difundirla públicamente. La muerte, convertida en acontecimiento, se administra como un espectáculo informativo donde el peso recae en el efecto narrativo y no en la verdad del hecho.

La tercera temporada ofrece un ejemplo revelador en los episodios centrados en las negociaciones políticas. La cobertura de las alianzas electorales aparece representada como un show televisivo donde candidatos y conglomerados compiten por imponer imágenes más que por debatir programas. Los salones de conferencias, saturados de pantallas y cámaras, se convierten

en escenarios teatrales donde la política se reduce a una *performance* mediática. La serie resalta así la teatralidad de un proceso en el que la atención de los medios determina quién puede ser reconocido como un actor legítimo.

En «Living+», la espectacularización llega a un punto paródico. El lanzamiento de un producto inmobiliario se convierte en un espectáculo publicitario cuya puesta en escena remite a los grandes eventos tecnológicos. Kendall Roy aparece en un escenario iluminado, frente a pantallas gigantes que proyectan eslóganes futuristas, mientras una música épica subraya el carácter de acontecimiento histórico que se le quiere conferir. Todo se presenta como una estrategia financiera y espectáculo cultural, diseñado para impresionar a inversores y espectadores.

Hay una idea que subyace constantemente en la serie y es que la familia Roy entiende que los acontecimientos no existen hasta que se convierten en noticia. Este esquema de pensamiento aparece en los diálogos donde se repite la necesidad de «manejar el ciclo de prensa» o de «hacer que la historia suene bien en televisión». La insistencia en cómo los medios encuadrarán los hechos revela que la espectacularización responde a una estrategia deliberada de control narrativo. La política se concibe como un guion diseñado para representarse ante una audiencia global.

Es necesario señalar que la espectacularización convierte los conflictos que se encuentran en la privacidad en un espectáculo para todos. Las disputas familiares, que deberían resolverse en la intimidad, se convierten en material noticioso filtrado estratégicamente. Cada pelea, cada traición y cada gesto de vulnerabilidad se inscribe en un juego mediático que alimenta la narrativa del conglomerado.

3.4. Algoritmos y plataformas

La serie sitúa a Waystar Royco en un escenario de transformación donde la lógica tradicional de los conglomerados mediáticos convive con el ascenso de las plataformas digitales. El relato subraya la necesidad de que la empresa se adapte a un entorno dominado por datos, métricas y segmentación algorítmica. La trama muestra de manera recurrente la tensión entre el modelo corporativo heredado y la lógica de funcionamiento de las plataformas.

En varias escenas, la preocupación por la audiencia deja de estar en el *rating* televisivo y se desplaza hacia las cifras producidas por los sistemas de datos. Los ejecutivos analizan informes que detallan patrones de consumo, y los diálogos se llenan de referencias a métricas y algoritmos que determinan qué contenidos deben ser potenciados. La narrativa enfatiza que el valor de los productos mediáticos depende de su capacidad para retener la atención de usuarios hipersegmentados.

La cuarta temporada refuerza esta transformación en el episodio «Living+», donde un supuesto proyecto inmobiliario funciona como metáfora de la convergencia entre datos, tecnología y entretenimiento. La puesta en escena recuerda a los grandes lanzamientos de corporaciones tecnológicas, con Kendall Roy en el rol de visionario que presenta algo más que un simple producto. Lo que se ofrece al público es un ecosistema de control y fidelización basado en la explotación de la información.

El discurso muestra que la plataforma se configura como un espacio cerrado, donde la interacción del usuario se convierte en dato monetizable, lo que evidencia la centralidad de la economía digital en la lógica empresarial de la serie.

La expansión global aparece articulada como una colonización de nichos culturales mediada por algoritmos de recomendación. La narrativa muestra cómo la empresa intenta adaptarse a audiencias locales sin abandonar una lógica centralizada de control. El resultado es una tensión constante entre la promesa de diversidad y la homogeneización de los contenidos bajo los criterios de rentabilidad.

Los recursos visuales refuerzan esta dimensión tecnológica, pues se ven pantallas que exhiben estadísticas en tiempo real, gráficos proyectados en reuniones y el uso constante de teléfonos inteligentes transmiten la idea de que la empresa opera bajo un régimen de vigilancia de datos. La cámara se detiene en rostros iluminados por pantallas y en oficinas dominadas por *dashboards*, lo que simboliza la subordinación del trabajo creativo a la lógica de los cálculos algorítmicos.

En los diálogos de la tercera temporada, los personajes repiten que «el futuro es digital» y que la empresa debe «pensar como una plataforma». Estas expresiones condensan el temor a quedar obsoletos frente a competidores como Netflix o Amazon, cuyo modelo se centra en el diseño de entornos digitales capaces de monopolizar la atención.

La compra de empresas tecnológicas emergentes aparece como estrategia recurrente para asegurar un lugar en este nuevo ecosistema. La narrativa sugiere que la plataforma se construye a través de adquisiciones que permiten absorber tecnologías y audiencias y el poder de los conglomerados tiene que ver con su capacidad de integrar y controlar infraestructuras digitales.

3.5. Legitimación del poder político-mediático

La serie muestra con claridad que el poder mediático es un mecanismo central para legitimar actores políticos, así, Waystar Royco aparece como un árbitro que define qué figuras son visibles, qué discursos van a amplificarse y qué candidaturas adquieren credibilidad pública. La capacidad de otorgar legitimidad simbólica aparece representada como un recurso de negociación permanente entre el conglomerado y las élites políticas.

En el episodio «What It Takes», la familia participa en una suerte de feria política donde candidatos de distintos perfiles buscan obtener el respaldo del magnate. La escena, ambientada en un hotel lujoso, se construye como un casting en el que los aspirantes desfilan frente a los Roy con discursos diseñados para seducir a la empresa. El montaje alterna entre los rostros tensos de los políticos y las miradas evaluadoras de la familia, y subraya que las decisiones reales se toman en salones privados donde los medios funcionan como jueces invisibles.

Los diálogos de esa secuencia dejan ver que lo que realmente se evalúa es la compatibilidad con los intereses del conglomerado. La expresión «podemos hacerlo presidente» sintetiza la lógica de la legitimación mediática como acto de voluntad empresarial. El poder político aparece entonces como el resultado de una alianza con quienes controlan los flujos de información y poseen la capacidad de transformar a un candidato en figura nacional.

La tercera temporada explora otra dimensión de este fenómeno en las negociaciones posteriores a los escándalos legales. Los asesores debaten qué relato mediático puede sostener a los políticos aliados, incluso cuando se encuentran debilitados por acusaciones. Las escenas en despachos cerrados, con documentos sobre la mesa y pantallas que proyectan encuestas, refuerzan la idea de que la legitimidad depende de la capacidad de mantener un relato estable en los medios.

El episodio «Retired Janitors of Idaho» refleja la fragilidad de esta legitimación durante la asamblea de accionistas. Mientras los Roy luchan por mantener el control de la compañía, políticos y empresarios esperan señales para saber qué rumbo tomar. La tensión dramática se transmite con planos rápidos de llamadas telefónicas, rumores que circulan y frases cortas que confirman la dependencia del poder político respecto a la narrativa mediática. La serie subraya que la legitimación puede cambiar de un momento a otro.

La cuarta temporada profundiza en esta dimensión a través de los episodios posteriores a la muerte de Logan. Los hijos se ven obligados a negociar con candidatos y actores políticos que intentan ocupar el vacío de legitimidad dejado por el patriarca. Las reuniones secretas y las apariciones públicas cuidadosamente diseñadas muestran que la legitimación funciona como un capital que se hereda, se negocia y se disputa, aunque siempre bajo la mediación de la influencia de los medios.

La puesta en escena acompaña este discurso. Los pasillos llenos de cámaras, los flashes constantes y las conferencias de prensa transmiten que la política existe en función de su visibilidad. La estética de noticiero en vivo, que aparece en varias secuencias, convierte cada movimiento político en un espectáculo público donde los medios definen quién aparece como líder y quién queda marginado.

4. Conclusiones

El análisis de *Succession* permite comprender que la serie se erige como una reflexión crítica sobre el lugar que ocupan los medios de comunicación en el ecosistema posdigital. La ficción pone en escena cómo la concentración informativa, la manipulación discursiva y la espectacularización de la política se entrelazan con la lógica de las plataformas digitales y los algoritmos. El resultado es un escenario en el que la comunicación opera como un campo estratégico para la preservación del poder.

En el aspecto de la concentración mediática, Waystar Royco encarna lo que McChesney (2015) define como concentración estructural que provoca la falta de diversidad y fortalece la capacidad de las élites para moldear la agenda pública. Existen muchas escenas de redacciones sometidas a las órdenes de los jefes y celebraciones corporativas imbuidas de un halo de mito nacional y exponen que el control informativo sobrepasa lo económico, simbólico y cultural, pues se redefine la forma en que la sociedad interpreta la realidad.

Otras estrategias recurrentes para enfrentar crisis y disputas de poder tienen que ver con el uso de la posverdad y la manipulación informativa. Las verdades quedan relegadas a un segundo plano, sobrepasadas por la capacidad de construir relatos convincentes, lo que permite evidenciar la dinámica contemporánea con la persuasión por encima de la veracidad. *Succession* plantea

una mirada crítica sobre la política cuando se entiende como un juego de relatos en constante competencia para los medios de comunicación, en constante pugna para determinar qué versión logra imponerse.

La espectacularización de la información se evidencia en la estética de la serie y en la representación de los acontecimientos. Así, se observan funerales, lanzamientos empresariales y asambleas políticas vendidos como productos mediáticos que encarnan lo que Debord (2005) describe como la lógica de la sociedad del espectáculo, en la que todo hecho social queda transformado en un evento diseñado para capturar la atención de las audiencias, para ello se utilizan recursos como la cámara en mano, el montaje ágil y las escenas que simulan coberturas en vivo y que dan cuenta de lo que político y económico se exponen como espectáculos continuos dirigidos a las audiencias globales.

Las plataformas audiovisuales y los algoritmos son los fundamentos de todo el recambio en el ámbito mediático, así se expone la transición de Waystar Royco hacia un modelo que se fundamenta en métricas y algoritmos. Couldry y Mejías (2019) hablan sobre colonialismo de datos, que tiene que ver con la apropiación sistemática de la vida cotidiana mediante infraestructuras digitales que convierten las interacciones en recursos económicos. La serie se plantea una dramatización de esta transformación cuando evidencia estos recambios en la programación algorítmica de lo visible.

Otro eje importante es la legitimación política, pues en la serie se revela que los conglomerados políticos determinan qué candidatos adquieren legitimidad y cuáles se apartan, en una dinámica que expone que el poder político depende de acuerdos con los medios de comunicación, mas no de procesos democráticos abiertos. Se observan reuniones privadas en las que se decide quién será el próximo presidente y se evidencia que la legitimidad se negocia según los intereses corporativos.

En conjunto, la investigación muestra que *Succession* funciona como una radiografía crítica del poder mediático en la era posdigital. La ficción se erige en archivo cultural que registra las tensiones de un ecosistema dominado por conglomerados empresariales y lógicas tecnológicas que transforman lo visible y lo decible en la esfera pública.

Succession aporta al debate académico al confirmar que el poder mediático constituye un elemento estructural de los órdenes políticos, económicos y culturales. Su análisis advierte los riesgos de un escenario en el que la concentración, la espectacularización y la hegemonía algorítmica condicionan las posibilidades de la democracia y de la pluralidad. La serie invita, en consecuencia, a reflexionar sobre la necesidad de marcos regulatorios y culturales que preserven la diversidad en un entorno cada vez más regido por conglomerados globales y plataformas digitales.

Referencias bibliográficas

- Beattie, M. (2023): «“I’d castrate you and marry you in a heartbeat”: Queerness, quality and classics in *Succession*», *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 21, 1, 63-75. https://doi.org/10.1386/nl_00039_1
- Bernstein, M., A. Christin, J. Hancock, T. Hashimoto, C. Jia, M. Lam, ... y C. Xu (2023): «Embedding societal values into social media algorithms», *Journal of Online Trust & Safety*, 2, 1. <https://tsjournal.org/index.php/jots/article/view/148>
- Cañedo, A. y A. I. Segovia Alonso (2022): «La plataformización de los medios de comunicación de servicio público. Una reflexión desde la economía política de la comunicación», en M. Goyanes y M. Campos-Rueda (eds.), *Gestión de medios públicos en el entorno digital: Nuevos valores, estrategias multiplataforma e internet de servicio público*. Tirant Humanidades, 65-88.
- Casetti, F. y F. di Chio, F. (1990): *Cómo analizar un film*. Grupo Planeta.
- Couldry, N. y U. A. Mejias (2019): *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford University Press.
- Debord, G. (2005): *La sociedad del espectáculo*. Pre-Textos.
- Deligiaouri, A. (2018): «Discursive construction of truth, ideology and the emergence of post-truth narratives in contemporary political communication», *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14, 3, 301-315. https://doi.org/10.1386/MACP.14.3.301_1
- Eco, U. (2000): *Tratado de semiótica general*. Editorial Lumen.
- Fairclough, N. (2003): *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge.
- Flick, U. (2022): *The SAGE handbook of qualitative research design*. SAGE Publications.
- Guadarrama Torres, J. J., L. C. Álvarez Garzón y M. A. Molina Picazo (2025): «Desinformación en la era digital: abordaje de la fórmula de la posverdad en la comunicación política», *Scripta Mundi*, 4, 1, 10-30. <https://doi.org/10.53591/scmu.v4i1.2179>
- Kemker, D. (2024): «“You’re doing TV wrong!”: A case study of *Succession* on how (and why) to watch television as a law professor (or law student)», *DePaul Law Review*, 73, 869-900. <https://via.library.depaul.edu/law-review/vol73/iss3/9>
- Knoche, M. (2021): «Media concentration: A critical political economy perspective. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*», *Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 19, 2, 371-391. <https://doi.org/10.31269/triplec.v19i2.1298>
- Krippendorff, K. (2019): *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications.
- McChesney, R. W. (2015): *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. The New Press.
- Milanović Minić, N. (2022): «Those We Love to Hate: An Anthropological Analysis of ‘*Succession*’ As a Critique of Late-Stage Capitalism», *Etnoantropološki Problemi Issues in Ethnology and Anthropology*, 17, 2, 561-576. <https://doi.org/10.21301/eap.v17i2.5>

- Nieborg, D., T. Poell y B. Duffy (2021): «Analyzing platform power in the cultural industries», *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2021i0.12219>
- Overell, R. y B. Nicholls (2019): «Introduction: Post-truth and the mediation of reality», en R. Overell y B. Nicholls (eds.), *Post-Truth and the Mediation of Reality: New Conjunctures*. Springer Nature, 1-12. https://doi.org/10.1007/978-3-030-25670-8_1
- Özgün, A. y A. Treske (2021): «On streaming-media platforms, their audiences, and public life», *Rethinking Marxism*, 33, 3, 304-323. <https://doi.org/10.1080/08935696.2021.1893090>
- Samuels, R. (2023): *Political pathologies from The Sopranos to succession: Prestige TV and the contradictions of the “liberal” class*. Routledge.
- Scardigno, R. y G. Mininni (2020): «The Rhetoric Side of Fake News: A New Weapon for Anti-Politics?», *World Futures*, 76, 2, 81-101. <https://doi.org/10.1080/02604027.2019.1703158>
- Schmidt, V. (2022): «The discursive construction of discontent: varieties of populist anti-system ideas and discursive interactions in Europe», *Journal of European Integration*, 44, 2, 165-182. <https://doi.org/10.1080/07036337.2022.2032019>
- Singh, M., U. Bhutia y D. Moni Gogoi (2022): «Além do discurso da pós-verdade: Algumas reflexões sobre a ideia de falsas notícias com base na linguística de corpus (uma análise educacional)», *Revista on Line De Política E Gestão Educacional*, 26, 1, e022032. <https://doi.org/10.22633/rpge.v26iesp.1.16508>
- Soto Fernández, G. (2023); «La era del consumo en la esfera audiovisual: series y plataformas streaming», *SERiarTE. Revista científica De Series Televisivas Y Arte Audiovisual*, 3, 102-123. <https://doi.org/10.21071/seriarTE.v3i.15199>
- Tussey, E. (2023): «Netflix Recommends: Algorithms, Film Choice, and the History of Taste / Netflix and Streaming Video: The Business of Subscriber-Funded Video on Demand», *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 63, 3, 194-198. <https://doi.org/10.1353/cj.2023.a910946>
- Vásconez Merino, G. y A. Carpio Arias (2024): «Hibridaciones de género y representación sociales en cinematografía de ficción y no ficción», *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-23. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e883>
- Villalobos-López, J. A. (2022): «Theoretical framework media and political economy of communication», *Current Issues of Mass Communication*, 31, 40-53. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1202647>
- Votava, J. M. (2023): «“Nothing will come of nothing”: King Lear and the Paradoxical Debasement of Whiteness in HBO’s *Succession*», *Shakespeare Bulletin*, 41, 3, 427-452. <https://dx.doi.org/10.1353/shb.2023.a916467>
- Wasko, J. (2005): «Studying the political economy of media and information», *Comunicação E Sociedade*, 7, 25-48. [https://doi.org/10.17231/comsoc.7\(2005\).1208](https://doi.org/10.17231/comsoc.7(2005).1208)
- Yaylagül, L. (2020): «Political economy of communication», en S. Karlidag y S. Bulut (eds.), *Handbook of research on the political economy of communications and media*. IGI Global, 1-17.