



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Netflix y los jóvenes de la ciudad de Buenos Aires: hábitos de consumo, gustos y redes sociales alrededor del futuro de la televisión que ya está entre nosotros**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Santiago Farías Costa**

**María Paula Gago, dir.**

**Yamila Heram, dir.**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2021**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Sociales

## Ciencias de la Comunicación



### **Título de la tesina:**

Netflix y los jóvenes de la ciudad de Buenos Aires: hábitos de consumo, gustos y redes sociales alrededor del futuro de la televisión que ya está entre nosotros

### **Nombre y Apellido (Tesisista):**

Santiago Farías Costa

### **DNI:**

38175812

### **Teléfono:**

11-6295-9785

### **Correo:**

santiago.farias23@hotmail.com

### **Orientación cursada**

Publicidad y Opinión Pública

### **Nombre y Apellido (Tutor/a)**

María Paula Gago

Cotutora: Yamila Heram

### **Tres palabras clave**

Netflix; consumos culturales; jóvenes

## Índice

<b>Agradecimientos.....</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo 1. Fundamentación del trabajo.....</b>	<b>4</b>
1.1. Enunciación y justificación del problema de investigación.....	4
1.2. Objetivos e hipótesis de la investigación.....	5
1.3. Antecedentes de la investigación.....	6
1.4. Aspectos metodológicos.....	7
1.5. Aspectos teóricos.....	9
<b>Capítulo 2. Del broadcasting al streaming.....</b>	<b>15</b>
2.1. Dos modelos.....	15
2.2. El nacimiento de un gigante: una breve historia sobre el origen de Netflix.....	17
<b>Capítulo 3. Hábitos de consumo y gustos: ¿Qué, cómo, cuándo, dónde y por qué?.....</b>	<b>19</b>
3.1. Perfiles de los encuestados y entrevistados.....	19
3.2. Dispositivos utilizados, lugares y compañía.....	19
3.2.1. ¿Televisión? ¿Computadora? ¿Celular? ¿Tablet? ¿Todas las anteriores?.....	19
3.2.2. Dónde ven Netflix.....	20
3.2.3. ¿Solos o acompañados?.....	22
3.2.4. Propiedad de las cuentas.....	23
3.3. Días y horas de uso a la semana.....	23
3.4. Objetivos y elecciones.....	26
3.4.1. ¿Con qué objetivo miran Netflix estos jóvenes?.....	26
3.4.2. Cómo eligen lo que van a ver.....	31
3.5. Sobre gustos... opinan estos jóvenes.....	40
3.6. Otros servicios de streaming de video.....	47
3.7. Multitasking: ¿Sí o no?.....	50
3.8. ¿Películas, series o documentales?.....	53
<b>Capítulo 4. Los jóvenes y la televisión lineal.....</b>	<b>59</b>
4.1. Consumo habitual.....	59
4.2. El estado actual de la televisión.....	64
4.3. La pregunta del millón: ¿el fin de la televisión?.....	68
<b>Capítulo 5. Los jóvenes y las películas.....</b>	<b>74</b>
5.1. Géneros favoritos.....	74
5.2. Países de origen.....	77
5.3. “¿Qué hay para ver?”.....	82
<b>Capítulo 6. Los jóvenes y las series.....</b>	<b>84</b>
6.1. Géneros favoritos.....	84
6.2. Los jóvenes y la programación original de Netflix.....	90
6.3. Los jóvenes y el binge-watching.....	91

6.3.1. Adhesión y frecuencia.....	91
6.3.2. ¿Por qué maratonean series?.....	93
6.3.3. ¿Ver o no ver? Esa es la cuestión.....	95
6.4. El abandono de las series.....	98
6.5. Países de origen.....	99
<b>Capítulo 7. Los jóvenes y los documentales.....</b>	<b>101</b>
7.1. Países de origen.....	101
7.2. Documentales fragmentados: el éxito de las docuseries de Netflix.....	102
<b>Capítulo 8. El momento posconsumo.....</b>	<b>106</b>
8.1. Actividades posconsumo de Netflix en general.....	106
8.2. Actividades posconsumo de Netflix en redes sociales.....	109
<b>Capítulo 9. Conclusiones.....</b>	<b>112</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>122</b>

## **Agradecimientos**

A mis familiares y amigos, por su apoyo incondicional a lo largo de todos estos años.

A Paula y Yamila, por guiarme siempre con claridad y la mejor predisposición a través de este proceso.

A todos los docentes y no docentes que formaron parte de mi camino por la Facultad de Ciencias Sociales.

A la Universidad de Buenos Aires.

A la Educación Pública.

## Capítulo 1. Fundamentación del trabajo

### 1.1. Enunciación y justificación del problema de investigación

La utilización de este servicio de streaming de contenidos audiovisuales se ha vuelto una práctica de consumo cultural muy importante para los jóvenes, ya que ocupa una porción cada vez mayor de su tiempo libre. Por citar un ejemplo, un reporte realizado por comScore reveló en 2017 que los jóvenes de EEUU pasan más tiempo viendo contenidos audiovisuales en plataformas digitales (30 mil millones de horas en 2016) que en tv en vivo (19 mil millones). Diariamente los medios de comunicación se refieren a las nuevas películas y series disponibles en esta plataforma, y levantan lo comentado por sus usuarios en redes sociales. La actividad en redes sociales alrededor del consumo de Netflix, especialmente sobre series, crece cada día más. Trending topics en Twitter, fanpages de series creadas ya sea por la propia plataforma o por sus usuarios en Facebook, videos en YouTube, blogs en Tumblr, foros en sitios como Reddit, charlas entre amigos, críticas en diversos medios especializados, son algunos de los factores que surgen a partir de dicho consumo y al mismo tiempo lo retroalimentan, creando de manera constante nuevas oleadas de espectadores que se suman a la cada vez mayor base de suscriptores de Netflix, que en enero de 2021 superaba los 203 millones en todo el mundo, incluidos los más de 4,5 millones en nuestro país, como explicó su CEO Reed Hastings durante su visita a nuestro país en febrero de 2020.

Se elige analizar el consumo de Netflix que realizan jóvenes de 18 a 25 años de la ciudad de Buenos Aires (CABA). En primer lugar, para analizar dicho consumo se compartió una encuesta online en grupos de Facebook en los que se reúnen usuarios de Netflix (como el grupo “Netflix Argentina - Comunidad de usuarios y fans”), así como también en grupos de Facebook de alumnos de distintas universidades de la ciudad, como la UBA y la UADE. Por último, se les realizó una entrevista en profundidad acerca de su consumo de Netflix a diez jóvenes de estos grupos.

Netflix se presenta como el servicio de streaming online pago más utilizado para llevar adelante este tipo de consumo, en especial de series de televisión y películas, superando a otros como Amazon Prime Video y Disney+, como veremos más adelante. Hay algunos informes de consultoras privadas como los realizados por BB (Business Bureau) sobre estadísticas de Netflix, información sobre contenidos disponibles en la plataforma, consumo y suscriptores en Latinoamérica, pero se trata de informes pagos (uno de dicha consultora costaba US\$4000 al momento de redacción de este texto), no disponibles para el público general, sino que están dirigidos a proveedores de televisión, proveedores de contenidos OTT (es decir, aquellos que

transmiten contenidos vía streaming a través de internet, como Netflix), agencias de medios, productoras y empresas de telecomunicaciones, que tampoco estudian profundamente el caso Netflix en nuestro país, ni enfocan su análisis en un rango etario o una zona del país en particular.

También es posible encontrar múltiples encuestas estadounidenses acerca de la temática del consumo de Netflix. El 92% de los estudiantes universitarios en EEUU tiene Netflix, según una encuesta realizada por LendEDU en abril de 2017. Netflix se presenta como la plataforma de streaming online preferida de estos jóvenes, con un 84%, contra un 12% de HBO GO y un 4% de Hulu. En el reporte de comScore mencionado anteriormente también reveló que los jóvenes estadounidenses de entre 18 y 34 años pasan más horas viendo contenidos en plataformas digitales (23,1 mil millones en el último cuatrimestre de 2016 en dispositivos móviles y 6,1 en computadoras de escritorio) que en TV en vivo (19,1), una tendencia que no hace más que crecer.

Teniendo en cuenta lo anterior, la pregunta problema de la presente tesina se refiere a cuáles son las características del consumo de Netflix que llevan adelante los jóvenes de 18 a 25 años de CABA. A partir de esta pregunta principal, se desprenden las siguientes preguntas específicas: ¿Cuáles son sus prácticas y hábitos alrededor de esta actividad? ¿Qué criterios de selección aplican para elegir el contenido a observar? ¿Qué lugar ocupan las redes sociales en su selección de los contenidos a observar? ¿Qué prefieren, películas, series o documentales? ¿Qué características tienen las películas, series y documentales vistos por ellos? ¿Qué hacen a partir de dicho consumo? Por último, más específicamente, ¿qué hacen estos jóvenes en las redes sociales luego de consumir dichos contenidos?

## **1.2. Objetivos e hipótesis de la investigación**

Como todo objeto de estudio en las ciencias sociales, el consumo de Netflix que llevan adelante estos jóvenes se presenta como un fenómeno complejo, con múltiples aristas a analizar, por lo que se ha planteado un objetivo general y varios específicos.

### **Objetivo general:**

- Analizar cuáles son las características del consumo de Netflix que llevan adelante los jóvenes de 18 a 25 años de CABA.

### **Objetivos específicos:**

- Caracterizar sus prácticas y hábitos de consumo de Netflix.
- Investigar cuáles son los criterios de selección que aplican para elegir lo que van a ver.
- Analizar cuál es el lugar de las redes sociales en la selección de los contenidos a ver.
- Analizar sus preferencias en cuanto a películas, series o documentales.
- Analizar qué características tienen las películas, series y documentales vistos por ellos.
- Investigar qué es lo que hacen a partir de dicho consumo.
- Comprender qué hacen estos jóvenes en las redes sociales luego de consumir dichos contenidos.

La hipótesis de partida sostiene que lo que más miran estos jóvenes en la plataforma son series y, en cuanto al modo de consumo, el *binge-watching*<sup>1</sup> es una práctica habitual en la mayoría de ellos.

### **1.3. Antecedentes de la investigación**

Hasta el momento, no hay trabajos de tesinas que hayan abordado la temática particular en cuestión, esto es, el consumo de Netflix en un determinado grupo etario (en este caso, jóvenes de 18 a 25 años de CABA), en sus distintos ejes, ya sea los tipos de contenidos que consumen, sus hábitos de consumo, la utilización de distintos dispositivos, horas y momentos en que realizan dicho consumo y los motivos de sus elecciones, entre otros. En relación con el servicio de transmisión Netflix se puede encontrar la tesina “La evolución de Netflix en la Argentina” (2016) realizada por Demián Mauro Vega y Germán Lucio Vega (2016), que analiza las estrategias creadas para la distribución de contenidos audiovisuales en entornos convergentes, desarrollando lo impulsado específicamente por dicho servicio. Por otro lado, la tesina de Mónica Amparo Khayatte Ingénito y Karin Irene Knoop (2013), trata acerca de la reconfiguración de los consumos culturales a partir del servicio de transmisión de contenidos audiovisuales por Internet, analiza los consumos previos a la aparición de los servicios de

---

<sup>1</sup> El término *binge-watching* se refiere a la acción de ver varios capítulos de la misma serie de televisión de forma continua en formato digital, generalmente vía servicio de streaming, aunque a veces también a través de formatos físicos como el DVD.

transmisión de contenidos audiovisuales por Internet y cómo fueron cambiando a partir de la misma.

En cuanto a estudios específicos sobre el consumo de Netflix, es posible encontrar noticias que hablan de las películas y las series preferidas de los argentinos, entre ellas “La Casa de Papel” (de origen español), una de las más vistas, pero no hay datos de consumos según distintos rangos etarios. Esto es así porque Netflix no mide el rating de manera tradicional y no da a conocer números de audiencia. El éxito de una serie, por ejemplo, se mide por distintos factores: audiencia, crecimiento de suscriptores, actividad relacionada en redes sociales como Facebook y Twitter, etc. Hay estudios que se refieren a determinadas series como las más populares a partir de la actividad que generaron en redes sociales. Se destaca el consumo de “Stranger Things”, “House of Cards” y “Friends”, también de “Sherlock”, “Rick and Morty”, “Peaky Blinders”, “Breaking Bad” y “13 Reasons Why”, entre otras. Además, hay muchísimas noticias sobre sus distintos contenidos, la polémica generada alrededor de varios de ellos, críticas, notas de opinión y artículos de diversos medios sobre temas variados como el algoritmo de recomendaciones del servicio, el análisis que hace la plataforma del comportamiento de sus usuarios, la opinión de sus más altos ejecutivos sobre el futuro de la industria del entretenimiento y la producción de series diseñadas con un tipo de consumo acelerado en mente. En relación a este último punto, es posible encontrar múltiples libros y artículos sobre el *binge-watching*, un fenómeno que cambió de manera radical el modo en el que vemos televisión, así como también de cuestiones como las características novedosas de Netflix (Carlón, 2020), los efectos que tuvo su aparición en el ecosistema tradicional del entretenimiento audiovisual (Siri, 2016) y los métodos de medición de las audiencias actuales (Orozco Gómez, 2020).

#### **1.4. Aspectos metodológicos**

Para recolectar la información que integra el corpus, se utilizaron dos tipos de técnicas. En primer lugar, se realizó una encuesta online<sup>2</sup> a jóvenes, en base a un muestreo no probabilístico, donde se recopiló información tanto cuantitativa como cualitativa, al tratarse de un cuestionario semiestructurado con preguntas cerradas, semiabiertas y preguntas abiertas. Entre las preguntas cerradas y semiabiertas hubo varias del estilo selección múltiple. Fue compartida en el grupo de Facebook “Netflix Argentina - Comunidad de usuarios y fans”, donde se solicitó que fuera respondida solamente por jóvenes de este target, así como también

---

<sup>2</sup> El modelo de encuesta utilizado se encuentra en la sección A.3. del anexo de este trabajo.

en grupos de alumnos de distintas universidades de la ciudad, ya que en estos últimos se puede encontrar personas que tengan entre 18 y 25 años de CABA que a su vez utilicen Netflix habitualmente. Los grupos son “U.B.A. - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES”, “FSOC UBA- FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES”, “Comunicación Social UBA” y “Alumnos UADE”. La encuesta fue destinada a jóvenes de este target que hayan utilizado Netflix al menos una vez por semana durante los últimos 2 meses. De esta manera, se buscó dar con las respuestas de personas que ya han desarrollado ciertos hábitos y prácticas de consumo de Netflix al haber visto una cantidad considerable de películas, series y documentales, lo que permitirá lograr una cierta comprensión acerca de los mismos, así como también un entendimiento considerable acerca de qué contenidos son los más vistos por ellos, cuáles son sus características y qué es lo que hacen luego de dicho consumo, ya sea de manera “offline”, como charlar con amigos sobre lo que vieron, u “online”, como comentar en páginas de las series en redes sociales o publicar críticas en redes sociales u otros sitios web. La encuesta se publicó en enero de 2019 y se recibieron respuestas hasta junio de dicho año, logrando así la participación de 440 jóvenes.

Por otro lado, a lo largo del 2019 y la primera mitad del 2020 se realizaron 10 entrevistas en profundidad a jóvenes de este target para profundizar el conocimiento obtenido acerca de cuestiones como sus prácticas y hábitos de consumo de Netflix, cómo se caracterizan los contenidos que ven en dicho servicio de streaming y qué hacen luego de consumir dichos contenidos, ya sea de manera “offline” como “online”, como se explicó en el párrafo anterior. Nuevamente, por las razones anteriormente explicitadas, se entrevistó a jóvenes de este target que utilizaron Netflix por lo menos una vez por semana durante los últimos 2 meses. A través de estas diez entrevistas<sup>3</sup> se llegó a recolectar la suficiente información como para encontrar ciertos ejes de coincidencia en las respuestas de los entrevistados, por lo que se decidió no seguir entrevistando a nuevos sujetos.

Luego de realizar la encuesta, se sistematizaron las respuestas obtenidas y se analizó dicha información. Asimismo, se procedió a realizar un análisis de los discursos que conforman la otra parte del corpus, es decir, aquellos provenientes de las entrevistas en profundidad.

---

<sup>3</sup> En estas entrevistas se utilizó el consentimiento informado para resguardar la identidad de las personas entrevistadas. En el mismo sentido, se utilizarán nombres de fantasía para presentar distintas cuestiones afirmadas por estos jóvenes durante las entrevistas.

## 1.5. Aspectos teóricos

Hay una gran cantidad de autores que abordan objetos de estudio relacionados a la temática de esta tesina que serán retomados a lo largo de la misma, ya sea para hacer referencia al estado del arte, trazar paralelismos entre lo desarrollado por ellos en relación a las temáticas particulares que abordan y la que será abordada en este trabajo, es decir, el consumo de Netflix por jóvenes de 18 a 25 años de CABA, o incluso para ir más allá de lo desarrollado por ellos y tratar una cuestión de gran actualidad, el consumo de Netflix, algo no tan analizado o que no brindó todavía una bibliografía tan extensa como pueden tener consumos como el de música o el de cine. Para esto, se apeló a lo realizado por múltiples autores sobre diferentes temas y también a varios conceptos que servirán para desarrollar este trabajo, en sus distintos intereses, como lo relacionado al consumo, y más específicamente, el consumo cultural, los bienes culturales, la recepción activa, los usos y gratificaciones, el *binge-watching*, *multitasking* y la noción de prosumidor, entre otros.

Se hará referencia a abordajes como los referidos a los consumos culturales en América Latina desarrollados por autores como Néstor García Canclini, que destaca el valor simbólico de los productos de consumo (1999); Jesús Martín Barbero (1987) y su trabajo sobre el concepto de “mediaciones”, Guillermo Sunkel (2002), Ana Wortman (2010) y su análisis sobre los cambios en los consumos culturales y lo afirmado por Eliseo Verón (2009) y Mario Carlón (2016) sobre el fin de la televisión como la conocíamos. Además, se retomará así como también lo referido a los usos de los medios, desde la teoría de los usos y las gratificaciones desarrollada por autores como Elihu Katz, Jay Blumler y Michael Gurevitch (1985).

Asimismo, relacionado al análisis de los consumos culturales, se apelará al trabajo sobre la recepción y audiencias de autores como Guillermo Orozco Gómez (1996) y su estudio de la interacción televisiva de las audiencias, Yamila Heram (2012) y su investigación del consumo televisivo argentino, Marshall McLuhan (1972) y su teoría de los medios, y Carlos Scolari (2009), que teoriza acerca de los medios digitales.

Si bien hay un campo de estudios que toma a las series televisivas como objeto de estudio, por ejemplo, desde la semiótica (Gómez Ponce, 2018) o desde la sociología (García Fanlo, 2019) no hay gran cantidad de trabajos centrados en los consumos de Netflix en jóvenes en la Argentina, específicamente en el ámbito de CABA. Se encontraron como antecedentes solamente las dos tesinas mencionadas (Vega y Vega, 2016; Khayatte Ingénito y Knoop, 2013). Por lo tanto, se advirtió cierta vacancia de antecedentes en relación con la temática a analizar.

Finalmente, cabe destacar la existencia de una línea de investigación vinculada a la economía política de la comunicación, dentro de la que se engloban los trabajos de autores como Guillermo Mastrini (2009) y Martín Becerra (2015). Sin embargo, debemos señalar que la presente tesina de investigación no forma parte de dicha corriente. A diferencia de esta, que lleva adelante su análisis desde el punto de vista de las condiciones de producción y diferentes temáticas como el perfil de los dueños de este tipo de empresas y cómo funcionan, este trabajo se enmarca dentro de la línea de investigación de consumos culturales en América Latina desarrollada por autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Guillermo Sunkel, Ana Wortman, Mabel Grillo, Vanina Papalini, Sebastián Benítez y Luz María Ortega Villa. También se ubica dentro de los estudios latinoamericanos sobre recepción y audiencias de autores como el ya mencionado Martín Barbero y Guillermo Orozco Gómez.

Primeramente, sobre el consumo en general, Bocoock (1993) explica que en el sistema del capitalismo occidental de finales del siglo XX el mismo puede verse como un proceso social que implica símbolos y signos culturales y no como un simple proceso económico utilitario. Por su parte, Bourdieu (1988) entiende que: “Una clase se define tanto por su ser percibido como por su ser, por su consumo, tanto como por su posición en las relaciones de producción” (p.494). Explicará así entonces que, en el consumo cultural:

La oposición principal se establece entre los consumos designados como distinguidos, por su propia singularidad, de las fracciones mejor provistas tanto de capital económico como de capital cultural, y los consumos socialmente considerados como vulgares, porque son a la vez fáciles y comunes. (p.175)

Otro autor que define al consumo cultural es Néstor García Canclini (1993), que afirma que dicho concepto refiere al: “Conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (p.34). Por otro lado, Mary Douglas (1998), que entiende al consumo como una práctica cultural que sirve para pensar, y ciertamente muchas veces una película o un documental puede servirnos para reflexionar sobre lo que estamos viendo.

Ya que este trabajo de tesina trata acerca de la temática del consumo cultural, más específicamente, el consumo del servicio de transmisión de contenidos audiovisuales Netflix por parte de jóvenes de 18 a 25 años de CABA, es importante brindar una definición clara sobre

el concepto. Jesús Martín Barbero (1999) comprende que el consumo cultural es: “La apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que someten, los motivos de su selección” (p.16). Cabe destacar también la referencia que hace Emilia Bermúdez (2001) sobre la influencia del valor simbólico de los objetos en las relaciones existentes entre los propios actores sociales cuando define al consumo cultural como un “proceso en el que los actores sociales se apropian y hacen circular los objetos atendiendo a su valor simbólico y a través de este valor simbólico interactúan, resignifican y asignan sentido a sus relaciones y construyen sus identidades y diferencias” (p.10).

A la hora de analizar qué es lo que se consume, se hablará de bienes culturales, según la definición que brinda Sunkel (2002) sobre ellos, cuando afirma que son: “Los bienes ofertados por las industrias culturales o por otros agentes que actúan en el campo cultural (como el Estado o las instituciones culturales)” (p.4), que a su vez encuentran su particularidad en el hecho de que se distinguen “porque son bienes en los que el valor simbólico predomina por sobre su valor de uso o de cambio” (p.4). Dentro de este tipo de bienes se ubican los contenidos audiovisuales disponibles en Netflix, como películas y series, entre otros.

Entendemos que, al igual que Ortega Villa (2009):

Como resultado de las prácticas de individuos que eligen los bienes por consumir –no siempre con base en la racionalidad de la maximización de los beneficios–, el consumo de bienes culturales manifiesta identidades individuales, familiares y sociales, y se constituye a la vez en parte del más amplio proceso de reproducción social. (p.25)

Debido a esto resulta interesante poder conocer si el consumo de Netflix que hacen estos jóvenes permitirá percibir una cierta identidad social que los una alrededor de hábitos y gustos comunes, si por el contrario nos encontraremos con una multiplicidad de identidades individuales muy diferentes entre sí que demuestren gustos o elecciones muy distintos, o si lo encontrado podrá ubicarse en un punto intermedio entre ambas situaciones.

De acuerdo con la teoría de los usos y las gratificaciones desarrollada por autores como Katz, Blumler y Gurevitch (1985):

Mucho del consumo de los medios de comunicación de masa puede interpretarse como una respuesta a las necesidades sentidas por el miembro de la audiencia: dadas las

disposiciones psicológicas y roles sociales, el televidente, oyente o lector experimenta o espera experimentar alguna forma de satisfacción de necesidades a través de su conducta de empleo de los medios (p.135)

De esta manera, se intentará conocer si el consumo que hacen estos jóvenes, en este caso de Netflix y no de medios de comunicación de masa, se corresponde o no con una serie de elecciones que realizan para satisfacer sus deseos y necesidades y lograr la gratificación.

Según Wortman (2010), las nuevas tecnologías de la comunicación y la información colocan a la cultura en un nuevo momento:

Sabemos a partir de nuestra vida cotidiana y por la presencia de la informática en nuestros hogares, en el trabajo y en distintas facetas de nuestra vida que la posesión de Internet genera una intensa sensación de accesibilidad al mundo y en consecuencia al mundo de la cultura. (p.104)

Adherimos a la caracterización que hace Vasallo de Lopes (2012) acerca de las audiencias y los usuarios de hoy en día cuando afirma:

Se manifiestan activamente: son selectivos, autodirigidos y productores tanto como receptores de textos. También son crecientemente plurales y múltiples, aunque diversos, fragmentados e individualizados. Así, categorías clave como las de elección, selección, gusto, fans, intertextualidad, interactividad se vuelven fundamentales en los nuevos procesos comunicacionales. (p.111)

Como explica Orozco Gómez (2012) sobre las audiencias actuales, “ser audiencias significa muchas cosas a la vez, desde el posicionamiento más tradicional de meros espectadores, hasta el más hiperactivo usuario multitasking, conectado simultáneamente a varios dispositivos”.

A modo de aclaración, el multitasking puede definirse como la capacidad de realizar varias cosas simultáneamente. Como lo demuestra el informe de la consultora Deloitte (2015) sobre una encuesta que realizó a consumidores norteamericanos, se trata de una característica muy extendida entre las audiencias actuales, ya que el 92% de ellos realiza múltiples tareas a la vez mientras miran televisión. Como veremos más adelante, muchos de estos jóvenes hacen otras actividades mientras miran Netflix, como chatear y usar redes sociales. La propia

recepción se ve modificada con los cambios en las prácticas y hábitos de consumo que traen aparejados los nuevos medios. Como explica Orozco Gómez (2012), estos cambios, producto de aquellos que se producen en la circulación y reproducción de la información, provocan que la recepción pueda hacerse diferida, colectiva o personalizada.

Por otro lado, la noción de “prosumidor” es abarcada por muchos investigadores de consumos culturales para referirse a parte de las audiencias actuales. Como afirma Fernández (2014), el término es un acrónimo de los conceptos de “productor” y “consumidor”, que sostiene la producción de información o contenidos propios por parte de los usuarios. Ya en los años setenta, McLuhan y Barrington Nevitt (1972) advirtieron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. La cuestión de si son (o no) prosumidores también será algo a investigar respecto de los jóvenes cuyo consumo de Netflix se analizará en este trabajo. Estos bien podrían embarcarse en tareas como redactar críticas de las películas que vieron o comentar sobre ellas en redes sociales como Twitter y Facebook.

También se desea conocer si estos jóvenes practican lo que se denomina como *binge-watching*. El diccionario Merriam-Webster define el término *binge-watch*, más conocido en español como una “maratón de series” o “atracción de series”, como la acción de ver muchos o todos los capítulos de una serie de televisión en rápida sucesión (traducción propia). La consultora Deloitte (2016), por su parte, aclara que se puede hablar de *binge-watching* cuando se ven tres o más capítulos en una sola sesión. Este trabajo adoptará este último criterio para definir un determinado consumo de series como *binge-watching*.

La siguiente tesina de investigación nació por un interés muy importante de mi parte por conocer más acerca de la historia de una empresa que cambió el paradigma de cómo vemos televisión a lo largo y ancho del mundo y, más específicamente, en nuestro propio país. A lo largo de los años a partir de la llegada del servicio a la Argentina en 2011, fui leyendo noticias acerca del desarrollo de la compañía, sus cientos de títulos de todo tipo de géneros, su sistema de recomendación de contenidos, la discusión que se generó alrededor de muchos de ellos, la manera en que muchas de sus series fueron diseñadas y algo que me llamó la atención particularmente, las consecuencias que tuvo la aparición de una plataforma como esta en los hábitos de consumo de las audiencias, en especial, la de jóvenes como yo. De esta manera, me resulta especialmente interesante analizar cuáles son los hábitos y gustos de estos jóvenes en torno a la plataforma, sus particularidades y sus contenidos.

Mientras que otros servicios como HBO y Mubi poseen en su catálogo compuesto de títulos que abordan en su mayor parte temáticas más oscuras o que utilizan un tono más adulto, Netflix tiene muchísimas series y películas que apuntan a un público más joven entre la enorme cantidad de títulos que lanza año a año. Pero como podremos observar más adelante, estos jóvenes no solamente miran series como “Élite”, “El mundo oculto de Sabrina” y “Sex Education”, sino que suelen tener un conocimiento considerable acerca de lo que está disponible en el servicio y suelen interesarse también por contenidos que no estén dirigidos específicamente a ellos.

Como explica Slater (1997), a partir del desarrollo del capitalismo y el incremento de la producción y el consumo en las sociedades modernas, el consumo ha dejado de ser un proceso meramente económico para convertirse en un proceso cultural. A lo largo de los últimos años, el consumo de Netflix se ha transformado en un verdadero proceso cultural que une a una enorme cantidad de jóvenes de clase media de este rango etario y es a partir de este trabajo de investigación que analizaremos sus múltiples y muy variadas particularidades.

Luego de este primer capítulo introductorio abordaremos la distinción entre los dos grandes modelos de transmisión de contenidos, el broadcasting y el streaming, así como también un breve repaso sobre el surgimiento de Netflix. En el tercer capítulo analizaremos en profundidad cuáles son los hábitos de consumo y gustos de estos jóvenes en relación a esta plataforma, seguido de un análisis de la relación entre los jóvenes y la televisión lineal en el capítulo cuatro. Los capítulos cinco, seis y siete abordan el consumo que hacen estos jóvenes en el servicio sobre películas, series y documentales, respectivamente. El capítulo ocho analiza el momento posconsumo de Netflix en estos jóvenes, a partir de la investigación de las actividades que realizan a partir de lo que ven, ya sea de manera offline u online, generalmente, en redes sociales. Finalmente, en el capítulo nueve expondremos las conclusiones a las que hemos llegado luego de realizar esta tesina de investigación y se brindarán objetos interesantes para futuras investigaciones.

## Capítulo 2. Del broadcasting al streaming

### 2.1. Dos modelos

Para entender de qué maneras el streaming revolucionó el modo de producción y consumo de televisión, necesitamos primeramente, casi como un ejercicio de contraposición, comprender cuáles eran las características del modelo que lo antecedió: el broadcasting.

El historiador de los medios John Peters (1999) define al broadcasting (o radiodifusión) como la distribución de contenidos de audio o video a una audiencia dispersa a través de cualquier medio electrónico de comunicación de masas, como la radio o la televisión, en un modelo de uno a muchos. El primer gran medio del broadcasting fue la radio, primeramente de manera experimental desde principios del siglo XX y más tarde de manera comercial desde la década del 20. Por ejemplo, nuestro país fue el tercer país en el mundo en realizar transmisiones regulares, de la mano de los ya conocidos "locos de la azotea" en agosto de 1920. La radio opera mediante el envío de señales de audio a través del aire en forma de ondas de radio que son captadas por una antena y enviadas a un receptor. Con la llegada de la década del 30, otro aparato fue apareciendo en las salas de estar de millones de personas a lo largo del mundo: el televisor, que sumó señales de video a las de audio ya conocidas por la radio. Aunque no con una variedad de formatos tan amplia como a la que estamos acostumbrados actualmente, esa televisión tenía contenidos como noticieros y la cobertura de eventos políticos y deportivos. El 17 de octubre de 1951 se realizó la transmisión inaugural de la televisión argentina, durante el acto político conocido como el Día de la Lealtad. Un par de semanas más tarde le tocaría el turno a los deportes, con la transmisión de un partido entre San Lorenzo y River Plate en el ya desaparecido Viejo Gasómetro del barrio de Boedo.

Este tipo de transmisión se denomina "over the air" (OTA) y como mencionábamos en relación a la radio, la señal de televisión se transmite a través de ondas de radio desde la estación o canal de televisión hasta las antenas de los receptores de televisión que se encuentran en los hogares. En ese momento, las familias que se reunían alrededor de la televisión podían elegir el programa a observar gracias a la cada vez menos utilizada grilla de programación que se incluía en la prensa gráfica especializada. Como explica Verón (2007) acerca de esta fase de la televisión, a la que llaman paleotelevisión siguiendo lo propuesto por Umberto Eco (1983) previamente:

Los programas se diferencian claramente unos de otros, están definidos por géneros (ficción, información, deportes, programas culturales, para niños, etc.), que facilitan la

identificación del contrato específico de cada uno, y se ubican en una sucesión preestablecida de horas del día y de días de la semana. (p.233)

Además de poseer una programación que se transmitía en momentos y días específicos, otra característica destacable de la televisión, que tuvo y tiene en los noticieros uno de sus géneros más importantes, es según Eliseo Verón (2009): "La "interpelación por la mirada a través del eje Y-Y ('les yeux dans les yeux')" (p.231). Si bien para Eco (1983) esta interpelación llegó recién en una segunda fase de la televisión, para Verón (2009): "La mirada clavada en los ojos del televidente es la dimensión fundante de la televisión 'gran público' que conocemos y consumimos hasta el momento, tal como ella se instaló en las sociedades modernas" (p.232).

Pero más allá de los cambios e innovaciones que logró con el pasar de las décadas, la televisión bajo la forma de distribución del broadcasting mantuvo a lo largo del tiempo una de sus características básicas, esto es, la grilla de programación que plantea el consumo de los televidentes en un momento y canal determinados. Fue justamente contra esta televisión de pantalla única y sus programas de momentos y canales determinados que el streaming vino a romper y, mediante él, servicios como Netflix y Amazon Prime Video.

El diccionario británico Lexico define al streaming como: "Un método de transmisión de información (especialmente material de audio y video) a través de una red de computadora como un flujo constante, permitiendo que comience la reproducción mientras el resto de la información sigue siendo recibida". Si bien el término fue aplicado en los años noventa para hablar del video on demand (bajo demanda), su utilización se amplió exponencialmente a partir del surgimiento de plataformas como YouTube, Netflix y Spotify. En español se lo conoce como retransmisión en directo o emisión en continuo. Esta tecnología permite acceder a un video o canción sin la necesidad de descargarla en nuestros dispositivos correspondientes. A diferencia del broadcasting, una transmisión del tipo Over-The-Air (OTA) que se produce a través de ondas de audio y video, el streaming es una tecnología Over-The-Top (OTT) que transmite contenidos a través de una conexión de internet. Esto permite que se pueda acceder a plataformas que utilizan este tipo de transmisión en una gran cantidad de dispositivos, como computadoras, celulares y smart TVs, entre otros.

Netflix es una de estas plataformas, y utiliza internet para transmitir películas y programas de televisión desde sus servidores a lo largo y ancho del mundo hasta las pantallas de sus usuarios cuando y donde quieran. Su red elige el servidor más cercano a cada usuario para asegurar la mejor calidad de transmisión posible y, por intermedio de la conexión que posee el usuario, es así como podemos acceder a sus diferentes contenidos.

## **2.2. El nacimiento de un gigante: Una breve historia sobre el origen de Netflix**

Antes de hablar de los inicios de la compañía y cómo fue creciendo a lo largo del tiempo, es importante conocer con certeza qué es Netflix.

Netflix es una red global de servicios de entretenimiento por internet que ofrece películas y series de televisión sin cortes publicitarios, con visualización ilimitada en cualquier pantalla conectada a internet por un precio mensual asequible y sin ningún tipo de compromiso. De esta manera se autodefine la compañía en su página para inversores (Netflix Investors, 2020). Allí se explica además que Netflix es una marca que se concentra en una pasión, no es una marca que haga de todo: es Starbucks, no la cadena de almacenes 7-Eleven, es la aerolínea low-cost Southwest, que vuela casi exclusivamente en los Estados Unidos, no United Airlines; es el canal HBO, no el proveedor de televisión Dish. Es por esto que, como veremos más adelante, el servicio no tiene otros tipos de contenidos como noticieros y deportes.

Luego de hablar con familiares, amigos y los diferentes entrevistados para la elaboración de esta tesina, pude ver cómo la gran mayoría creía que Netflix se trataba de una empresa del nuevo milenio, que se había fundado apenas unos años antes de que llegara a nuestro país en el año 2011. Pero esto no es cierto. Netflix no fue desde siempre un servicio de streaming tal como lo conocemos hoy en día. Dicho servicio fue lanzado recién en el año 2007.

El origen de este servicio de entretenimiento por internet se remonta más de dos décadas atrás, más específicamente al 29 de enero de 1997, día en el que Reed Hastings y Marc Randolph fundaron Netflix en Scotts Valley, California. Previamente habían trabajado juntos en la compañía de software Pure Atria, donde Hastings era el CEO y Randolph, su director de marketing.

Ambos viajaban juntos en auto desde sus casas en Santa Cruz, California hasta la oficina de Pure Atria en Silicon Valley, y cuenta la leyenda que fue durante estos viajes que crearon la idea de lo que algún día se convertiría en Netflix. Hasting había vendido Pure Atria a Rational Software Corporation en 1997 por 750 millones de dólares en lo que fue en ese entonces la adquisición más rica de la historia de Silicon Valley. Luego invirtió \$2,5 millones para comenzar la empresa con el deseo de convertirse en el “Amazon de algo” (Washington Post, 2014). En ese momento Amazon, lejos de ser el titán del e-commerce que conocemos hoy en día, se destacaba más que nada en la venta de libros de manera online.

Descubrieron que las compañías más grandes de alquileres de películas, como la ya desaparecida Blockbuster, no tenían ningún interés por vender o alquilar películas a través de internet y no solamente a través de sus tiendas físicas. La idea era alquilar una película a través de un sitio web, que le llegara al usuario a su domicilio por correo y que luego este la

devolviera. En un primer momento pensaron en el formato VHS pero los costos de inventario eran demasiado elevados, por lo que se inclinaron por un formato con el que algunos estudios de cine y empresas de electrónica estaban experimentando: el DVD. Probaron enviando uno a la casa de Hastings y cuando un par de días más tarde llegó ileso, decidieron seguir adelante con este tipo de discos. Los clientes tendrían que esperar una semana para recibir sus películas y, para diferenciarse de Blockbuster, entendieron que tendrían que tener la mayor colección de películas en DVD en el mundo. A través de su sitio web, diseñado para parecerse a una tienda física de alquiler de videos, los usuarios podrían utilizar un motor de búsqueda para localizar películas por título, actor o director así como también sinopsis y puntajes. El cargo por película sería el mismo que el del alquiler de VHS del momento, cuatro dólares más dos dólares el envío, y tres dólares por cada película adicional.

Para finales de 1997 su catálogo tenía la pequeña cifra de 500 DVDs, principalmente películas antiguas. Luego de barajar nombres como Kibble Inc., Replay.com y NowShowing.com se decidieron por Netflix.com. La palabra “Netflix” es la combinación de “Net” (derivada de “Internet”) y “Flix”, una abreviación del término “flicks”, un sinónimo de “película”. El 14 de julio de 1998, con un equipo de apenas treinta personas, el sitio comenzó a funcionar por primera vez. Al menos por noventa minutos, hasta que se cayeron los servidores. La impresora láser se trababa por el constante flujo de pedidos y, luego de esforzarse para soportar el tráfico que llegaba al sitio, al llegar la noche ya habían recibido más de 100 órdenes para enviar más de 500 discos.

Así comenzó la historia de una empresa que sin lugar a dudas, como también lo hicieron Google, Amazon y Facebook, cambiaría el mundo para siempre. En la sección A.1. del anexo de esta tesina se podrá encontrar una línea de tiempo más detallada con sus hitos más importantes a lo largo de los años.

Aunque Netflix es la plataforma más conocida por el público en general, es importante conocer qué otros jugadores existen para tener una visión más completa de las complejidades que envuelven al mundo del entretenimiento audiovisual en la actualidad. Como se podrá ir develando a lo largo de la tesina, el hecho de que muchos especialistas hablen de “guerras del streaming” (o *streaming wars*) no es simplemente un concepto llamativo para incluir en los títulos de sus artículos y estudios, sino un término que retrata la pura realidad de los hechos. En la sección A.2. del anexo podrá encontrarse un panorama general acerca de los principales competidores de la compañía de la N roja.

## **Capítulo 3. Hábitos de consumo y gustos:**

### **¿Qué, cómo, cuándo, dónde y por qué?**

En este apartado se abordarán cuestiones relativas a los hábitos de consumo y gustos que tienen estos jóvenes a la hora de utilizar Netflix, desde qué días suelen hacerlo, cuánto, qué suelen mirar, por qué y de qué manera, entre otras cuestiones. Asimismo, se les preguntará por su relación con otros servicios de streaming.

#### **3.1. Perfiles de los encuestados y entrevistados**

El 78,2% de los encuestados son mujeres y el restante 21,8% son hombres<sup>4</sup>. Con respecto a los entrevistados, se trata de cinco hombres y cinco mujeres. En cuanto a su edad, dos tienen 19, uno 21, dos de 22, uno de 23, dos de 24 y los últimos dos tienen 25.

El 82% de los encuestados siguen en la universidad y un 11,1% ya se egresaron<sup>5</sup>. De los diez entrevistados, siete siguen en la universidad y tres ya egresaron. En cuanto a la situación laboral de los encuestados, el 41,6% estudia y trabaja, un 28% estudia únicamente, un 15,7% estudia y busca trabajo y un 8,4% trabaja<sup>6</sup>. De los diez entrevistados, uno estudia solamente, uno estudia y está buscando trabajo, cinco estudian y trabajan y los tres restantes trabajan.

#### **3.2. Dispositivos utilizados, lugares y compañía**

##### **3.2.1. ¿Televisión? ¿Computadora? Celular? ¿Tablet? ¿Todas las anteriores?**

Al preguntarles sobre los dispositivos en los que ven Netflix<sup>7</sup>, la televisión se ubica como la plataforma más elegida (69,3%). Definitivamente esto se vio favorecido por distintas razones, ya que hoy en día prácticamente todos los televisores inteligentes o smart TV salen desde fábrica con aplicaciones de streaming como Netflix ya instaladas y los principales proveedores de cable como Cablevisión y Telecentro tienen la app del servicio integradas a la interfaz de sus decodificadores. Incluso varios de los controles remotos que vienen con estos televisores y decodificadores poseen botones específicos para entrar al servicio al instante. Sorprendentemente para quien escribe, el celular se ubica en el segundo puesto con un poco

---

<sup>4</sup> Ver gráfico 1 en la sección A.4. del anexo de este trabajo. Sus edades están en el gráfico 2.

<sup>5</sup> Los valores totales se encuentran en el gráfico 3 de la sección A.4. del anexo.

<sup>6</sup> Los valores totales se encuentran en el gráfico 4 de la sección A.4. del anexo.

<sup>7</sup> Ver gráfico 5 de la sección A.4. del anexo.

más de la mitad de los encuestados eligiendo dicha opción (51,6%). Esto no se repetiría en los entrevistados, donde solamente cuatro afirman ver Netflix desde este dispositivo, pero sí brindan información acerca de cómo es el consumo que realizan a través de él. En tercer lugar se ubica la laptop (43%), opción de computadora que supera ampliamente a la PC de escritorio (11,8%). Cabe destacar que con un 15,2% se asoman cada vez más fuertes los dispositivos de streaming como el Amazon Fire Stick, Google Chromecast y Apple TV.

En los entrevistados, nuevamente el medio más utilizado es la televisión y en algunos casos la laptop se ubica como un dispositivo secundario a la hora de utilizar el servicio, como explica Valentina (19): “Mayormente veo en la tele. Pero como comparto cuarto con mi hermana, hay veces que no quiero ver en el living, que están todos dando vueltas, entonces veo desde mi computadora o desde el teléfono si es un capítulo corto”. Lo mismo sucede con Tomás (21), que es el único que utiliza el celular en mayor medida: “90% de mi consumo de Netflix es en el celular porque paso mucho tiempo fuera, entonces a veces en la hora del almuerzo en la oficina veo un capítulo o si voy viajando en tren o no tengo que manejar”. Solamente cuatro utilizan el celular para ver Netflix y, con la excepción de Tomás, se trata de un consumo esporádico, como afirma Constanza (24): “En el celular veo, a la noche, cuando ya me acosté, quizás veo un rato para ya dormirme”. Pero este dispositivo tiene sus fervientes detractores, como Federico (25):

Mi novia a veces mira Netflix en el celular y para mí es un sacrilegio. Porque como uso Netflix para ver lo que yo considero buen contenido, no para ver algo como un video de YouTube que sí lo veo en el celular, lo quiero ver bien, tirado en la cama, en una pantalla grande, con buena definición.

### **3.2.2. Dónde ven Netflix**

Con respecto a los lugares en los que ven Netflix<sup>8</sup>, prácticamente la totalidad de los encuestados (99,3%) respondió que lo hacían en sus casas. Como podremos ver a continuación, ver Netflix en sus casas tiende a ser en mayor medida una actividad que realizan por sí solos (9 de cada 10 así lo afirmaron), pero se destaca también el visionado de algún título con los familiares (30,4%) con quien comparten el hogar. También en relación a una casa, no la propia pero casa al fin, la opción de ver Netflix en la casa de sus parejas fue elegida por el 27,5%, algo que también se condice con lo afirmado en la pregunta anterior, en la que las parejas hacen de ver algo en Netflix juntos una actividad en común, en torno a la cual muchas veces organizan

---

<sup>8</sup> Ver gráfico 6 de la sección A.4. del anexo.

su noche. Relacionada a las anteriores, el 24,3% eligió la opción “Casa de amigos”, en correspondencia con lo explicado anteriormente, sobre las reuniones de amigos en la casa de alguno en las que miran algo juntos en Netflix. En los entrevistados el sentido es el mismo, todos usan Netflix en sus casas en mayor medida, con algunos que afirman ver de vez en cuando algo en la casa de sus amigos o pareja. Solamente Tomás (21) usa más el servicio durante sus viajes ya que está mucho tiempo fuera y lo hace mayoritariamente desde el celular.

Las opciones de transporte público no tienen una adhesión muy importante, con el colectivo (12,5%) en primer lugar, seguido del subte (5,7%) y el tren (4,8%). En los entrevistados sucedió lo mismo, solamente Tomás (21) mira Netflix en estos transportes:

Cuando tengo que viajar en tren que sé que es un viaje largo, o en el subte, que por ahí no va tan lleno, podés ir sentado siempre miro. Suelo mirar algo más corto, por ahí no te miro una película en un viaje de tren o algo, pero un capítulo de algún anime que dura veinte minutos o de una serie que dura cuarenta minutos o un poco menos el capítulo ahí sí te miro.

Por otro lado, Martín (24) no lo hace, pero entiende a los que sí:

No. He visto mucha gente viendo en el subte o el bondi una serie porque tienen treinta minutos de viaje y se meten en ‘How I Met your Mother’. Es para distraerte. No verías la de Al Pacino con Robert De Niro en el bondi porque te vas a comer veinte minutos, te tose la mina de al lado, la puteás, te venden bolígrafos y portasubes por \$20 y vos estás diciendo ‘Callate que está hablando Al Pacino’.

Es curioso que los contenidos que miran en sus viajes en subte o colectivo no son de larga duración, sino que suelen ser capítulos cortos, de una comedia o una serie de anime, como explicaron estos jóvenes. Es decir, no miran una película por partes en varios viajes de subte, sino que prefieren reservar películas y documentales, títulos de mayor duración, para un momento más tranquilo, generalmente en sus casas, con una mejor pantalla y un mejor sonido, como afirma Tomás (21): “Una película la veo acá en casa con parlantes o me pongo los auriculares surround 7.1 digital, todos los chiches, estás en el cine básicamente. No es lo mismo que quejándose del tren muerto de calor mirando con auriculares”.

Por último, un par de entrevistados explicaron que han visto Netflix en viajes largos, por ejemplo, en avión o un micro de larga distancia, como Constanza (24):

Si es un viaje largo, que me voy a la costa o algo así, sí me descargo una peli o en el avión, si sé que ahí no tengo nada para ver. Viajes cortos, de una hora, prefiero escuchar música, leer, otra cosa, porque sino me marea.

### 3.2.3. ¿Solos o acompañados?

Al preguntarles con quién miran Netflix generalmente<sup>9</sup>, la gran mayoría (92%) respondió que lo hacen solos. Más de un tercio (35,9%) lo hace con su pareja, seguido de un 30,5% que lo hace con su familia. Finalmente, casi un cuarto (23,6%) lo hace con sus amigos. Al respecto, los entrevistados afirmaron ver Netflix generalmente solos, pero en ciertas ocasiones utilizan el servicio con amigos o familiares. Según la marcada tendencia de las respuestas, puede afirmarse que ver Netflix es una actividad que este target realiza mayoritariamente en solitario, y como vimos anteriormente, en sus casas, preferentemente a la noche, cuando pueden dedicar su tiempo a mirar series y películas casi sin interrupciones. Como explica Rosalía (25):

Más que nada veo sola Netflix, a menos que nos juntemos en la casa de alguna amiga y veamos algo. También con mi vieja a veces. Pero es un momento para mí, también, ¿viste? Trabajo, voy al gimnasio, llego a mi casa, me baño, como y a lo último, para cerrar el día, veo algún capítulo de algo. O dos... o tres, (risas).

Sin embargo, aproximadamente un tercio de los encuestados optaron por las respuestas “Con mi pareja” y “Con mi familia”, una forma de ver Netflix para nada extraña en ellos, sino que como afirman varios de los entrevistados, es una actividad a partir de la cual pueden compartir algo con sus seres queridos. Así lo explica Ludmila (22):

Con mi novio siempre estamos buscando series para ver juntos, cuando viene a mi casa o cuando yo voy a la de él, ahora estamos viendo ‘Mindhunter’. Es algo que está bueno hacer los dos juntos, nos da siempre algo para hablar después y por lo menos yo, cuando estamos enganchados con alguna serie, estamos esperando el momento para seguirla viendo juntos. Aparte siempre comemos algo rico, pedimos un Rappi o algo, como que organizamos toda la noche en base a eso también.

Por otro lado, casi un cuarto de los encuestados optó por la opción de ver Netflix con sus amigos. Como varios de los entrevistados declaran, cuando se reúnen en alguna casa, a

---

<sup>9</sup> Ver gráfico 7 de la sección A.4. del anexo.

veces, ven una película en Netflix. Lo más complicado de esto, al parecer, es elegir qué ver. Es rara la ocasión en la que todos los presentes coincidan rápidamente en una determinada película, ya que es muy común que haya alguien que ya la haya visto, algo que puede suceder con mayor probabilidad cuantos más amigos se junten. Martín (24) afirma al respecto: “A veces cuando nos juntamos en la casa de alguno vemos una peli, el tema es saber qué vamos a ver, somos 8 y estamos media hora para elegir”.

#### **3.2.4. Propiedad de las cuentas**

El 70,9% de los encuestados comparte su cuenta de Netflix con alguien más, ya sea integrantes de su familia, amigos o pareja. El restante 29,1% no comparte su cuenta con nadie más<sup>10</sup>. El 80% de las personas que comparten su cuenta lo hacen con su familia, un 7,7% con amigos y un 9,7% con su pareja<sup>11</sup>.

De los diez entrevistados, todos compartían su cuenta, ocho con su familia, una la compartía con una amiga y el último con su novia. Todos excepto uno afirmaron tener sus propios usuarios, “así me organizo bien lo que quiero ver” como dijo Leandro, de 23 años. Solamente Federico (25) no tenía su propio usuario pero estaba pensando en hacer uno porque, según él, “me vuelvo loco cuando Agus, mi novia, entra a mi Netflix a veces, porque me empiezan a aparecer cosas de ‘Velvet’, ‘Vis a Vis’”. Como se explicará más adelante, las recomendaciones que ofrece la plataforma se basan en nuestros consumos anteriores.

Cuatro entrevistados contaron que sus padres pagaban la suscripción al servicio, y nueve de los diez entrevistados son jóvenes que aún vivían con sus familias. Como añade Leandro (23), “en su momento lo puse con la tarjeta de mi vieja y después ya quedó así”. Por su parte, Martín (24), usa la cuenta de su hermana y la comparte con sus padres. “Paga mi hermana pero yo pago Spotify”, aclaró. Al parecer, en este rango etario la gran mayoría de los jóvenes aún vive con sus padres, quienes a su vez pagan por servicios como Internet y la propia suscripción a Netflix.

### **3.3. Días y horas de uso a la semana**

Casi un cuarto de los encuestados ve Netflix 3 días a la semana<sup>12</sup>, y como se podrá ver más adelante, este consumo suele darse con mucha más frecuencia los fines de semana, en especial, los domingos. El 23% de los encuestados mira Netflix tres días a la semana, un 18,4%

---

<sup>10</sup> Ver gráfico 8 de la sección A.4. del anexo.

<sup>11</sup> Ver gráfico 9 de la sección A.4. del anexo.

<sup>12</sup> Ver gráfico 10 de la sección A.4. del anexo.

lo hace cuatro, y el tercer porcentaje más grande, un 15,7% usa la plataforma cinco días. Un 11,4% lo hace seis días e incluso un 13% ve Netflix los siete días de la semana. Sumados, un 81,5% de los encuestados utiliza el servicio tres o más días a la semana, lo que nos muestra que en líneas generales, se trata de un servicio utilizado de manera habitual por el target analizado, y no un consumo esporádico. A continuación veremos de qué días se trata.

Como el gráfico 11 del anexo indica claramente, el fin de semana, sábado (78,2%) y domingo (81,6%) así como también el viernes (78%), son los días en que estos jóvenes más miran Netflix. Al realizar esta misma pregunta en las entrevistas, las respuestas coinciden, con el viernes (más que nada a la noche), sábado y domingo como días en los que suelen utilizar la plataforma. Así lo explican por ejemplo Franco (22) que usa Netflix “En el finde, viernes, sábado y domingo. O un día de la semana y sábado y domingo” y Valentina (19): “Veo viernes y sábado, ponele, o domingo. Pero días de semana no. Excepto que esté muy enganchada con algo particular en el momento. Por lo general no, porque no tengo tiempo”.

En segundo lugar se encuentran los días miércoles (57,7%) y jueves (57,5%), seguidos de los primeros dos días de la semana, lunes (51,6%) y martes (52%), una opción que tampoco logró mucha presencia en las respuestas de los entrevistados. Los mismos comentaron que además de ver Netflix en el finde de semana, a veces acostumbran a hacerlo entre semana, pero este consumo es indistinto, es decir, tal vez alguna semana ven los lunes, otra los miércoles, otra los jueves y así. Al respecto, Fátima (19) dijo: “Depende, puede ser que algún día de la semana sí (vea)” y Federico (25) indicó que miraba “tres, cuatro veces por semana, voy intercalando. Martes, jueves, viernes, te veo un capítulo. Y bueno, sábado”. Martín (24) también tiene un consumo irregular: “A la semana, uno o dos (días), como mucho. Fin de semana no suelo mirar, por ahí un viernes y un miércoles, por decirte dos días al azar”.

Ahora que sabemos cuántos y cuáles son los días de la semana en que miran Netflix, veamos qué dicen acerca de sus horas de uso por semana.

Como se puede observar en el gráfico 12 de la sección A.4. del anexo, el porcentaje más importante fue para los encuestados que ven entre 6 y 9 horas de contenidos en Netflix por semana, el 35,7%. En promedio, estos 157 encuestados ven habitualmente unas 1178 horas por semana. Esto nos da unas 7 horas y media por usuario cada semana, un período de tiempo que puede equipararse a unas cinco películas por semana (pensando que en general las películas duran una hora y media), un poco más de siete capítulos de series de una hora (como "Peaky Blinders" o "Vikings") o unos 15 de series que duren media hora (como "Friends" y "Brooklyn

Nine-Nine”). ¿Qué dicen los entrevistados al respecto? Podemos encontrarnos con varios tipos de respuestas.

Por un lado Federico (25) afirma ver casi siempre la misma cantidad de horas por semana, entre 6 y 9 horas, ya que ve Netflix generalmente tres veces o cuatro por semana. Según él: “Siempre hay algo para ver. Siempre estoy agregando cosas a la lista. A veces entro ahí para elegir, otras me olvido de fijarme ahí y voy viendo qué onda lo que me tira Netflix al principio”. Con esto último, hace referencia a las recomendaciones que aparecen apenas uno entra a la plataforma, generalmente se trata de contenido original de Netflix, como “Stranger Things” y “Luis Miguel, la serie”. Otras personas entrevistadas responden de manera similar, también refiriéndose a que usan el servicio de manera similar todas las semanas, como Ludmila (22): “Veo unas dos o tres horas por semana casi siempre. Cada tanto empiezo una serie los fines de semana y veo como mucho dos o tres capítulos. Durante la semana no tengo tiempo o estoy cansada.”

Por el contrario, otras personas hablan de “momentos y momentos” con la plataforma, como Franco (22), que explica:

Cuando estoy viendo alguna serie ahí veo bastante Netflix, sino entro cada tanto. Son momentos y momentos. Me molesta estar buscando mucho por lo que hay, prefiero ir directo a una serie y empezar a verla. Por ahí veo un par de series al mismo tiempo, como una más seria tipo ‘Peaky Blinders’ y después una comedia como ‘The Good Place’, para pasar el rato.

La pregunta anterior nos permite tener una noción acerca de cuánto usan el servicio en un determinado período de tiempo, en este caso una semana, ¿pero cuánto miran cada vez que utilizan el servicio?

Al ser cuestionados sobre cuántas horas ven en promedio cada vez que utilizan Netflix<sup>13</sup>, el porcentaje mayor (31,6%) respondió “Más de 2 y menos de 3”. Esto se condice con el visionado de 3 capítulos de un poco menos de una hora de alguna serie. Como Netflix no tiene publicidades, es posible ver los capítulos de sus series que pasan la media hora en su misma duración, sin cortes. Estos suelen durar entre 45 y 55 minutos. Si viéramos tres capítulos de 50 minutos por ejemplo, llegaríamos a las dos horas y media. De los entrevistados, Federico (25) habla de esto: “No hay día que mire más de tres horas. Encima ahora viste que el formato en general son capítulos de cuarenta y pico de minutos o cincuenta, pero más que tres seguidos

---

<sup>13</sup> Ver gráfico 13 de la sección A.4. del anexo.

es muy raro”. Leandro (23) coincide: “Ponele que veo 3 horas cada vez que uso Netflix, últimamente estuve viendo ‘The Witcher’ y a esa le mandé mecha, (risas)”.

En segundo lugar se ubica la opción “Más de 1 y menos de 2”, elegida por el 24,3% de los encuestados. A continuación, con un 14,3% se ubica la opción “Dos horas”. Más tarde se ubica “Más de 3 y menos de 4” con 9,8% seguido de “Una hora” con 7,5%.

De esta manera, al sumar las primeras cinco opciones más elegidas, llegamos a la conclusión que aproximadamente nueve de cada diez jóvenes ven en promedio una hora de contenido o más cada vez que utilizan la plataforma. ¿Pero qué sucede el día de la semana en que más miran Netflix?<sup>14</sup>

La opción más elegida fue la de 3 horas, con un 31,1%, seguida de cuatro horas, con un 23,9%. En tercer lugar se ubica “Dos horas”, con un 19,3% y, finalmente, cinco horas con un 13,2%. Así, aproximadamente 3 de cada 4 encuestados (76,9%) mira 3 horas o más el día de la semana en que más utilizan el servicio en la semana. En los entrevistados, este hecho se presenta de manera más marcada, con ocho de los diez entrevistados que ven tres horas o más el día de la semana que más utilizan el servicio, generalmente los sábados o domingos. Los otros dos afirman ver como mucho dos horas ese día, como Martín (24): “Más de dos no. Una película o dos capítulos de algo. No me interesa comerme una serie en un día”. En cambio Fátima (19) es parte del primer grupo, ya que explica: “Cuatro horas. Me puedo ver dos pelis seguidas, pero más de eso es un montón”.

El hecho de ver tres horas o más tiene mucho que ver con el fenómeno que analizaremos más adelante, el ya mencionado *binge-watching*.

### **3.4. Objetivos y elecciones**

#### **3.4.1. ¿Con qué objetivo miran Netflix estos jóvenes?**

En 1974, los autores Elihu Katz, Jay Blumler y Michael Gurevitch describieron a las audiencias como algo activo, es decir, una parte importante del uso de medios masivos está dirigido hacia los mismos objetivos. Afirmaron, además, que en el proceso de comunicación masiva, buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios corresponde al miembro del público. De esta manera hacen referencia a la capacidad del miembro de la audiencia para seleccionar de manera activa lo que quiere. Siguiendo esta

---

<sup>14</sup> Ver gráfico 14 del anexo.

línea, los autores afirmaron que los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades, como puede ser un hobby, la actividad física o los contactos personales.

En un cuarto supuesto, los autores explican que muchos de los objetivos de los usos de los medios masivos pueden derivarse de datos aportados por los mismos integrantes individuales del público, pues son lo suficientemente conscientes como para poder informar sobre su interés y su motivo en determinados casos, o cuando menos para reconocerlos cuando se ven confrontados con ellos en una formulación verbal inteligible y familiar. Finalmente, concluyen, los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran en sus propios términos las orientaciones del público (Moragas, 1994).

Katz, Blumler y Gurevitch (1974) sostienen que las personas buscan activamente los medios de comunicación de masas con el fin de obtener gratificaciones o consecuencias específicas de su consumo. A diferencia de teorías anteriores que se presentarán a continuación, estas afirmaciones no presentan a los miembros de la audiencia como personas impotentes ante un supuesto enorme poderío de los medios. Todos estos postulados se enmarcan dentro de lo que se denomina como la teoría de usos y gratificaciones.

Previo a dicha teoría, las audiencias de los medios de comunicación habían sido concebidas como sujetos que adoptaban un rol más bien pasivo ante la extraordinaria influencia que supuestamente poseían los medios, cuyos mensajes podían atravesarlos sin ningún tipo de filtro o resistencia de su parte, en una relación directa de causa-efecto, entre el emisor y el receptor. En esta premisa se basa la denominada teoría de la aguja hipodérmica de Harold Laswell (2013), desarrollada entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial, que analiza los efectos de la propaganda en la formación de la opinión pública. Más tarde, de una manera menos extrema, si se quiere, se caracterizó al público general como subordinado a los líderes de opinión, sujetos carismáticos y reconocidos dentro de sus propios círculos sociales, que en un primer momento tomaban los mensajes de los medios y luego se los trasladaban al público de una manera procesada y con una cierta interpretación previa. Autores como Paul Lazarsfeld e incluso el propio Katz (1955), sentaron las bases de esta segunda teoría, conocida como la teoría del flujo de comunicación en dos pasos o más simplemente teoría de dos pasos, debido a la sucesión de las dos instancias mencionadas.

Nuevamente Katz, esta vez acompañado por Gurevitch y Haas en el año 1973, concibieron a los medios masivos como un medio a través del cual los individuos se conectan o se desconectan de otros. Desarrollaron 35 necesidades que agruparon en cinco categorías: cognitivas (adquirir conocimiento y comprensión), afectivas (emocionarse y sentir placer),

necesidades de integración personal (adquirir mayor credibilidad, estabilidad y estatus), de integración social (fortalecer los lazos familiares y de amistad) y de liberación de la tensión (la búsqueda del escape y la diversión). Así como los autores dieron la vuelta la pregunta acerca de qué hacían los medios con las audiencias y se interesaron más por lo que hacían las audiencias con los medios, es interesante analizar qué hacen los jóvenes con Netflix.

En este sentido, estos jóvenes usuarios utilizan la plataforma para satisfacer una pluralidad de necesidades, que van desde la liberación de tensión luego de un largo día de trabajo y/o estudio hasta aprender más acerca de una temática en particular. Veamos qué dicen algunos entrevistados cuando se les preguntó qué buscaban a la hora de ver Netflix o, en otras palabras, qué necesidad buscaban satisfacer con dicha actividad.

La mitad de los entrevistados (cinco de diez) dijo que miraban Netflix para “desenchufarse”, varios de ellos utilizando ese mismo término para hacer referencia a una actividad que les permita desconectarse de su realidad cotidiana, romper un poco con la rutina y dejarse llevar por algo como una buena película. Federico (25) es uno de ellos:

Es más que nada un entretenimiento, más de descanso. Como en su momento fue el boom del ‘Bailando’, donde el que laboraba volvía cansado, comía y se ponía a ver Bailando para distraerse de las cosas de la vida. Es un entretenimiento para desenchufar un rato y meterse un poco en eso.

Él hace referencia a lo que Yamila Hiram (2018) denominó como "consumo gozoso", uno de los tres tipos de consumo que encontró justamente respecto a “Showmatch” y su certamen “Bailando por un sueño”, junto con el "consumo vergonzante" y el "consumo desatento". Algunos de los encuestados de su estudio que llevan adelante un "consumo gozoso" del programa explicaron que lo tratan como "una elección dentro del tiempo libre disponible que conlleva distracción y diversión" (2018, p.187). Vale la pena frenar un segundo en este punto, ya que “Bailando por un sueño”, el popular programa conducido por Marcelo Tinelli, se erige como un competidor de Netflix durante las noches de la semana. El consumo de Netflix que realizan estos jóvenes entre semana se da mayoritariamente a la noche, antes de dormir, y es en este mismo horario, el denominado *prime-time* u horario estelar, aquellas horas de mayor audiencia (en nuestro país se dan entre las 21hs o 22hs y las 00hs) que se emite este programa de baile que no le exige realmente demasiado a su espectador, al invitarlo a ver coreografías de distintos ritmos y las no tan ocasionales discusiones entre miembros de la farándula.

Franco (22) también mira a esta hora en el mismo sentido que Federico (25):

Generalmente uso Netflix bien a la noche, cuando no tengo ganas de hacer nada y necesito entretenerme viendo algo, antes era escuchar música o ver documentales, ahora de repente tenés un portal donde tenés una serie a disposición y cuando tenés ganas de desenchufar para terminar ese día.

En esta última instancia, ya estaríamos hablando de lo que definimos como *binge-watching*, un proceso que podríamos caracterizar también como una desconexión prolongada, por así decirlo. De una manera similar, con el mismo objetivo pero más durante el día que a la noche, Constanza (24) explica que ver Netflix para ella es su recreo:

Es un break, un descanso de lo que esté haciendo, en el laburo, de lo que sea, de una lectura, o mismo de lo cotidiano. Y generalmente lo consumo en momentos donde estoy comiendo, entonces quizás me hago el desayuno y veo un capítulo de Friends o de algo corto, que pueda terminar en media hora, listo, terminé de desayunar y me pongo a hacer otra cosa.

Leandro (23), por su parte, se guarda ese momento de relajación para el fin de semana, y prepara su noche especialmente para ver Netflix: “Si tengo tiempo un viernes o un sábado a la noche, trato de buscar una película, porque quiero relajarme después de toda la semana y me preparo una pizza, una birra y me siento a ver una película en Netflix.”

Así, muchos de estos jóvenes utilizan Netflix para satisfacer sus necesidades de liberación de tensión, según lo propuesto por Katz, Gurevitch y Haas (1973). La utilización del servicio sirve como un modo de escape a su rutina diaria, un momento de divertimento que se permiten, muchas veces al final del día durante la semana, otras directamente en el fin de semana, y en algunas ocasiones, de manera dispersa a lo largo del día, por ejemplo durante una comida. Todas estas instancias cumplen la función de despejar su mente de los problemas y tareas realizadas a lo largo de la jornada. Si bien, según sus palabras, aquellas instancias de utilización del servicio al final del día o durante el fin de semana indican un grado de , por así decirlo, desconexión más importante que el logrado a través de los casos en que ven Netflix durante la hora del almuerzo, ambos usos se dan en el mismo sentido.

Con otro sentido, esta vez relacionado a la satisfacción de las denominadas necesidades de integración social descritas anteriormente, Tomás (21) explica que Netflix actúa como un generador de experiencias para vivir junto a sus amigos:

Con algún amigo o un grupo de amigos que digan ‘Che, ¿vemos una película’, ‘Sí, bueno’, elegimos, es otra dinámica porque no es ‘Me siento y ya sé lo que voy a ver’,

llegamos a un consenso. Elegimos entre todos, lo mismo que si estás viendo Netflix con tu pareja. También está bueno porque no cuenta como una salida pero también es un generador de experiencias y es lo que uno también busca.

Constanza (24) también ve Netflix a veces con sus amigas, a veces incluso reemplazando una salida al cine por utilizar directamente el servicio desde sus casas: “Cuando tengo ganas de hacer un plan o algo así, hablo con una amiga, vemos ‘Netflix Party’ o algo así, que no puedo ir al cine, no puedo hacer otra cosa, es como bueno, vamos a hacer esto”.<sup>15</sup>

De esta manera, usar Netflix se convierte en una actividad que funciona como excusa para reunirnos con nuestros familiares y amigos, en la que uno llega a un consenso con el otro para elegir algo para ver o en la que alguno de los involucrados presenta un título que le interesa especialmente e invita al resto a mirarla y conocer así una buena historia todos juntos. Cuántas veces hemos visto una película o una serie y pensado “Esto le hubiera gustado a tal persona” o “Qué lástima que no la vi con tal otra”, porque nos hubiera encantado hablar de la película con ellos. De estos momentos nacen también muchas recomendaciones, a veces ni siquiera solicitadas por quienes la reciben, pero seguramente apreciadas, cualquiera sea el caso.

Por último, dos de los entrevistados afirmaron ver Netflix para satisfacer lo que Katz, Gurevitch y Haas (1973) definieron como necesidades cognitivas, como las de aprender algo o acceder a algún tipo de información sobre algún tema en particular. Para esto último, Federico (25) ve documentales pero el servicio no es el primer medio que utiliza para informarse en profundidad sobre algo: “Después igual engancho algún documental que es más para informarme, como el de Cambridge Analytics. Si quiero contenido muy jugoso de algo así, soy más de leer. Netflix lo uso más como entretenimiento, igual no busco series tan pochocleras”. Ludmila (22), por su parte, ve determinadas series para practicar un poco de idiomas: “También lo uso para estudiar Netflix, como tengo que dar portugués. Está esta serie, ‘3%’, que está el audio en portugués y subtítulos, entonces sirve un montón para estudiar. Es audio descriptivo, entonces es totalmente lo mismo”.

Así se desprende que de las cinco categorías de necesidades formuladas por los autores, la acción de ver Netflix se asocia en este público a tres: la satisfacción de sus necesidades de liberación de tensión, algo presente en las respuestas de la mayoría de los entrevistados, la satisfacción de sus necesidades de integración social y, en último lugar, tomando a esta acción

---

<sup>15</sup> Netflix Party es una extensión que se agrega al navegador Google Chrome para poder usar el servicio con amigos de manera online. Sincroniza la reproducción de video en todas las computadoras y agrega un chat al costado del reproductor para que los usuarios puedan comentar lo que están viendo.

como una actividad complementaria a otras principales como investigar sobre algún tema o aprender un idioma, utilizar el servicio satisface también de cierta manera sus necesidades cognitivas.

### 3.4.2. Cómo eligen lo que van a ver

Al preguntarles sobre cómo eligen el contenido que ven en la plataforma<sup>16</sup>, muchos de los encuestados se refirieron a múltiples opciones, aunque hay dos que primaron por sobre el resto de manera notable.

Primeramente, la opción “Recomendación de conocidos” obtuvo un 77,7% de adhesión por parte de los encuestados, un número realmente considerable. Esta opción refiere tanto a las recomendaciones realizadas por sus familiares como así también las de sus parejas, amigos, vecinos, etc. Hablando con los entrevistados, esta opción también se vio como la más elegida por ellos, por sobre otras como recomendaciones de sitios web especializados, o de críticos y periodistas, que debido a su profesión podrían saber más de cine y series que sus propios conocidos. ¿Pero por qué sucede esto? ¿Por qué este target le hace más caso a, por ejemplo, sus amigos, que a un crítico que literalmente vive de ver, analizar y recomendar películas y series? Esta última opción obtuvo el 13,9%. Veamos qué dicen al respecto.

Rosalía (25) también prefiere las recomendaciones de conocidos: “Porque ellos ya saben lo que miro cuando miro. Y Netflix me puede recomendar algo parecido. Como que acierta más la recomendación de una persona que lo que me recomienda la plataforma”. También Franco (22): “Generalmente por recomendación de familia o amigos y si eso me llama la atención, voy y chusmeo y le doy una oportunidad. Y ahí depende de si me engancho o no, ¿entendés? Tiene que ver más con la recomendación”.

Se puede observar entonces, en las palabras de los entrevistados, dos grandes razones por las cuales optan en seguir en mayor medida las recomendaciones de conocidos antes que las brindadas en los distintos medios:

En primer lugar lo hacen porque estas personas, al final del día, los conocen. Conocen lo que les gusta y lo que no, conocen el momento de sus vidas por el cual están pasando y qué podría interesarles en ese momento. Saben que si tienen poco tiempo libre, tal vez sea mejor recomendarles una serie corta que no tenga muchas temporadas o directamente una miniserie, como el drama británico “River” de seis episodios. O al contrario, si están de vacaciones, recomendarles una serie de esas que parecen no terminar jamás, como “Grey’s Anatomy”, que

---

<sup>16</sup> Ver gráfico 15 de la sección A.4. del anexo.

va por su decimoséptima temporada. Entienden que si acaban de separarse de sus parejas no sería muy apropiado recomendarles un drama romántico, sino que lo mejor sería ver una comedia con amigos. Tratan de dar las recomendaciones que mejor irían con sus amigos o familiares.

Al mismo tiempo, quienes reciben la recomendación conocen a quienes se las brindan, y muchas veces no buscan o aceptan una recomendación de cualquier conocido sino de aquellos que en su opinión saben sobre el tema, como explican Federico (25): “Generalmente me llaman más las series o películas que me recomiendan conocidos que yo sé que entienden”, y Tomás (21):

Si es alguien que sabe de películas, actores y directores y eso a mí me llama mucho la atención porque siempre te tiran algún dato como ‘La filmó tal, que filmó tal otra película’ o ‘Está guionada por tal que hizo tal otra’, y si la otra también te gustó entonces decís ‘Bueno, va a estar bueno’.

Como se mencionó al hablar de los usos que estos jóvenes le dan a la plataforma, ya en 1944 Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson y Hazel Gaudet hicieron referencia a los llamados “líderes de opinión”, personas que se involucraban en la discusión política en mayor medida que aquellos sobre quienes ejercían influencia, en ese caso, acerca de a quién votar como presidente de los Estados Unidos en las elecciones de 1940. El concepto fue desarrollado en mayor profundidad en *Personal Influence* (1955), una investigación posterior de Lazarsfeld, esta vez junto a Elihu Katz, en la que se presentaron ciertas características que los definen como tales. Por ejemplo, conocen más que la persona promedio acerca de una determinada cuestión sobre la cual discuten con su público, son carismáticos, confiables, poseen un fuerte vínculo con aquellos a quienes influyen, y son reconocidos dentro de sus grupos por estas razones. Según los autores, la información pasa primero de los medios a los líderes de opinión, que la procesan formando su propia interpretación y, en una segunda instancia, de los líderes a sus seguidores, por así decirlo. En este proceso se basa la teoría de la comunicación en dos pasos, dentro de la cual se enmarca el concepto de “líder de opinión”. Esta teoría, formulada por Katz y Lazarsfeld, llegó para refutar aquel poder increíble que se le atribuía a los medios desde la teoría de la aguja hipodérmica de Harold Lasswell, por la cual la información brindada por los medios era recibida inmediatamente por el público prácticamente sin ningún tipo de resistencia.

Por otro lado, la otra razón por la que estos jóvenes siguen en mayor medida las recomendaciones de sus conocidos antes que la de los medios es una cierta desconfianza hacia las críticas de los sitios web especializados, críticos de ciertos medios o incluso alguien que

podría no ser un especialista pero al cual pueden acudir por otros motivos, como puede ser un influencer de Instagram. Tomás (21) se explayó particularmente sobre esta cuestión:

La recomendación del medio a veces, y tristemente, no es una recomendación sino que alguien realmente pone plata para hacer campaña y es más una publicidad que una recomendación real. Por ahí a veces, habiendo dinero de por medio, te recomiendan ver una película en los medios, en la tele, algún influencer, algún instagrammer que vos sigas que hable sobre eso y después realmente te das cuenta que por ahí hubo un dinero de por medio o un canje, lo que sea. Que también al medio, al periodista o al influencer les sirve pero que en realidad no está dando una recomendación 100% real sino que es más un negocio.

De esta manera se aleja un poco de aquello que puede estar de moda en el momento y continúa: “Tampoco sigo la recomendación de lo que mira la mayoría de la gente, porque todo el mundo hace cosas por moda, por ejemplo ‘La Casa de Papel’, todos estaban locos y a mí cuando la vi me pareció meh”. Federico (25) también demuestra su oposición a lo que está de moda en el momento y, como Tomás, utiliza el ejemplo de la serie española:

Por ejemplo nunca vi ‘La Casa de Papel’, porque es tan mediática que ni siquiera me llama. Esto sí es muy snob lo que voy a decir, pero generalmente, yo no considero que sé, pero considero que el 80% de las personas saben mucho menos que yo en materia de esto. Y que hay un 20% que sabe una barbaridad, que sabe mucho más. Siento que la gran mayoría de las personas realmente te compran cualquier cosa y no entienden nada. Entonces cuando sale algo así como ‘La Casa de Papel’, que explota, ya me dice que ya va por un camino que no está tan bien.

Igualmente, hay que aclarar que no todos los entrevistados se muestran tan reacios a ver las producciones más populares del momento, como Franco (22), que prefiere las recomendaciones de conocidos antes que las de los medios, pero que igualmente deja una puerta abierta para una recomendación que venga de ese ámbito: “Críticas leo muy poco. Solamente si una serie me engancha mucho recién ahí. A menos que de repente todo el mundo diga "Esta es ‘la’ serie...", pero no.” Martín (24) directamente no lee críticas, pero tampoco acepta cualquier tipo de recomendación:

La verdad que no leo ninguna crítica, no abro el diario Clarín y leo la sección de cine para ver eso. Eso lo hacía mi vieja. Las recomendaciones las tomo mucho con pinzas y suelo repreguntar una recomendación. ‘Che, te re recomiendo "Poco ortodoxa"’. ‘Ok,

¿qué te gustó de la serie, de qué trata? Contame un poco, convenceme. Yo no consumo porque me digas ‘Está bueno’. Puede estar excelente para vos y no tanto para mí, depende qué estés buscando ver o que te identifique.

Fátima (19), por su parte, explica que elige a partir de varios motivos:

Un poco de recomendaciones de amigos, familiares, de ‘Vi tal peli creo que te va a gustar’. O por Twitter o las redes sociales que dicen ‘Tal película, peliculón’. Igual siempre antes de tirarme a verlas o me miro el tráiler o me busco una reseña para ver que la opinión de tal persona sea más o menos bien.

Al preguntarle si prefiere las recomendaciones de conocidos por sobre otro tipos de recomendación, también respondió afirmativamente:

Sí, porque por ahí, al ser de conocidos, conozco sus gustos y puedo saber si coinciden con los míos o no. En cambio si veo que en una red social, alguien que no conozco recomienda una película, por ahí busco pero ni idea, qué gustos tiene esa persona.

Más de medio siglo después de la investigación de Katz y Lazarsfeld (1955), y más allá de que somos bombardeados con datos desde cuanta pantalla o medio se nos ocurra, la información sigue pasando de los medios, sea en formato papel, radio, televisión, sitios web, entre otros, a líderes de opinión (que pueden tomar la forma de un familiar, un amigo, un compañero de trabajo, etc.) y de estos a sus seguidores. Estos reciben un producto más analizado y despojado de datos irrelevantes, que puede guiar su manera de pensar hacia una determinada dirección o llevarlos a tomar una cierta decisión, como puede ser ver una película o una serie. Tomás (21) mismo comentaba que prefería las recomendaciones de conocidos y que no hacía caso comúnmente a las recomendaciones de medios o de algún influencer porque “por ahí hubo un dinero de por medio o un canje” y “en realidad no está dando una recomendación 100% real sino que es más un negocio”. Estas personas que saben mucho acerca de cine, series y documentales, que saben qué es lo que se viene de tal director o en qué película actuó tal actor, que leen sitios web especializados y críticas de películas de distintos géneros, que miran trailers y van al cine frecuentemente y que recomiendan a sus amigos y familiares lo próximo a ver, son un auténtico ejemplo de los líderes de opinión de Katz y Lazarsfeld y, tomando en cuenta la adhesión de los encuestados a sus recomendaciones (77,7%) así como también las palabras de los entrevistados, podemos afirmar que ejercen una mayor influencia en este target que los medios de comunicación mencionados.

Se puede observar entonces, tanto por las respuestas de los entrevistados como por la poca adhesión de los encuestados a las opciones “Recomendaciones de sitios especializados” (15,7%) y “Recomendaciones de críticos/periodistas” (13,9%), que las mismas ocupan un lugar secundario a la hora de elegir lo que ven e incluso muchas veces ni siquiera son tenidas en cuenta. En todo caso funcionan a veces como ese último empujón que les hace ver una película o una serie, luego de recibir por ejemplo una recomendación de sus amigos o familiares. Puede haber una búsqueda de una reseña antes de ver una película en particular, pero no suele ser algo habitual sino un hecho atípico.

¿Y qué sucede con las recomendaciones de la propia plataforma? Esta opción obtuvo un 28,2%, casi lo mismo que las recomendaciones de los medios especializados y críticos combinadas. Sin embargo, aun así parece un porcentaje relativamente bajo para la enorme cantidad de veces que los usuarios se ven frente a estas recomendaciones, ya que acceden a ellas cada vez que utilizan el servicio. Más allá de los contenidos que recomienda la plataforma a cada usuario, cada título del servicio tiene a su lado un porcentaje, que hace referencia a cuán compatible sería, por así decirlo, con cada usuario en particular. Por ejemplo, una película que diga 98%, es una película que muy probablemente le guste mucho al usuario. Este sistema de recomendación, que podría también ser visto como un tipo de puntaje, reemplazó en 2017 al sistema previo de una a cinco estrellas. Muchos usuarios pensaban que las estrellas eran el resumen de la crítica de todos los usuarios. Pero no se trataba de eso. La cantidad de estrellas que aparecía al lado de cada título era la predicción que hacía Netflix en base a los hábitos de visualización del usuario, por lo que “House of Cards” podría aparecer con cinco estrellas para alguien que vio dramas políticos anteriormente, pero apenas dos y media para alguien que mayoritariamente suele mirar comedias.

Cada usuario está dentro de un grupo de personas que comparten gustos similares, y si muchas en este grupo califican con cuatro estrellas una serie, la misma aparecía con ese valor para el usuario que todavía no la vio. El porcentaje de coincidencia vino a reemplazar a las estrellas y está acompañado de dos botones, un pulgar arriba y un pulgar abajo. De esta manera los usuarios pueden evaluar los distintos títulos, haciendo que Netflix les sugiera títulos similares, o por el contrario, dejar de presentarles aquellos que calificaron negativamente. Este proceso aporta cada vez más datos al algoritmo de Netflix y mejora las recomendaciones que les brinda la plataforma tanto a ellos como a los otros miembros de ese grupo de usuarios con gustos similares. Como explica Carlón (2020):

La utopía de Netflix es uno de los desarrollos posibles (no el único) de la personalización: llegar a generar la recomendación precisa para cada individuo a través

del registro y procesamiento de sus elecciones anteriores ('porque viste X', 'porque viste a A') (párr.12).

Valentina (19) suele elegir lo que va a ver a partir de lo que le sugiere Netflix y suele calificar lo que ve:

Elijo con las recomendaciones, de conocidos no tanto pero las que te aparecen viste el porcentaje de 'Para vos'. Voy viendo, poniendo estrellas, el algoritmo, no sé cómo se maneja eso, pero me recomienda lo que a mí me gusta. O si veo algo que no me gustó trato de ponerle dedito para abajo y así no me recomienda cosas así.

Si bien solamente Valentina (19) se refirió a estas recomendaciones como el motivo principal de su elección, algunos sí destacaron que en general les parecen buenas recomendaciones, como Federico (25) que habló de ellas cuando se le preguntó acerca de qué es lo que más le gusta de la plataforma: "Hoy está muy bien lo de la recomendación de '99% para ti', que te empieza a recomendar cuando vas viendo, por eso me vuelvo loco cuando mi novia entra a mi Netflix, porque me empiezan a aparecer cosas de 'Velvet'". Este tipo de situaciones confunden al algoritmo de recomendación, por lo que es preferible tener un perfil por usuario real. Rosalía (24), no sabe bien cómo funciona este sistema pero lo prefiere antes que al de las estrellas: "Creo que el porcentaje está bueno. No sé en qué se basa pero siento que es más preciso el número. Lo de las estrellas qué sé yo qué significa. No es lo mismo un 98% que cuatro estrellas". Desde Netflix afirmaron que durante la prueba del nuevo sistema con el porcentaje y los pulgares para calificar, la cantidad de puntuaciones aumentó un 200% (About Netflix, 2017). Al parecer tomaron la decisión correcta.

Volviendo a cómo elige este target lo que va a ver, la segunda opción más elegida por los encuestados es "Interés en el argumento" (71,6%). Esta opción también fue la segunda más elegida entre los entrevistados, varios de los cuales explicaron que era fundamental para ellos un buen argumento, como afirma Martín (24). Varios de ellos afirmaron que con Netflix se volvieron más abiertos a mirar películas y series con actores que no conocían, incluso de países de los cuales nunca habían visto una película o una serie, como sucedió con la serie alemana Dark, también una serie original de Netflix, para Constanza (24).

En tercer lugar, un poco más alejada de las primeras dos opciones pero aún elegida por más de la mitad de los encuestados (53%) se encuentra la respuesta "Género". Como se verá más adelante, en las secciones de preguntas tanto de películas como de series, el género es algo

muy importante para este target, que suele ver películas y/o series dentro de ciertos géneros, con algunas incursiones en géneros no tan usuales para ellos cada tanto. Dichas incursiones, generalmente, suelen darse debido a recomendaciones de conocidos, y sucede que a veces le prestan mayor atención a estas recomendaciones de géneros que no suelen ver, ya que entienden que la película o serie en cuestión debe ser realmente buena, porque sus amigos, aún sabiendo que a ellos podría no gustarles algo del género de terror, por ejemplo, se lo recomiendan igualmente. Así le pasó a Ludmila (22), que a pesar de tenerle miedo a las películas y series de terror, le dio una oportunidad a “La Maldición de Hill House” y terminó su primer temporada, de diez capítulos, en apenas un fin de semana: “Me la recomendaron varios así que la vi, y la verdad que me gustó, la arranqué un sábado y la terminé el domingo”.

Por último, con porcentajes similares, se encuentran dos opciones muy relacionadas entre sí, “Trailers de la serie o película” (46,1%) y “Comentarios en redes sociales” (45%), así como también “Interés en los actores y/o directores involucrados” (41,8%). Si bien es posible ver trailers en el propio cine o la televisión, hoy en día es muy común ver trailers sobre una película a estrenarse próximamente en redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube. Hay distintos tipos de avances, desde los trailers que todos conocemos, que duran generalmente entre dos y tres minutos, hasta los llamados teasers, del inglés *tease* (que podría traducirse como “mostrar un poco” o “intrigar”), que duran apenas unos 30 segundos y como indica su nombre solamente muestran a algún personaje o un escenario, pero sin presentar la historia, como lo hace un trailer, un formato mucho más extenso. El objetivo de los teasers o avances de intriga es generar expectativas en la audiencia y suelen realizarse para las películas más grandes, aquellas que suelen ser verdaderos eventos cinematográficos, como “Avengers: Endgame” y “Star Wars: Rise of Skywalker”, la última entrega de la trilogía más reciente de Star Wars. Generalmente suelen lanzarse con gran anticipación al estreno de la película y luego de un tiempo se hace lo propio con el trailer (o incluso los trailers), unos meses antes del estreno del film. En el medio también pueden lanzarse spots para TV y redes sociales, que suelen ser un resumen del trailer, o una versión editada de alguna escena de la película. Hay incluso muchas empresas que se dedican exclusivamente a producir teasers, trailers y spots de películas y series que compiten por la atención de una audiencia cada vez más difícil de impresionar.

Luego del estreno de estos avances en plataformas como YouTube y Facebook, los usuarios pueden dar su opinión en la sección de comentarios y, de esta manera, muchas veces se generan largas charlas y discusiones sobre cómo será la película entre sus fanáticos y/o sus detractores. Estos comentarios y conversaciones pueden lograr que alguien decida definitivamente el ver o no la película o serie en cuestión. Otro tipo de comentarios en redes

sociales son aquellos que los usuarios realizan luego de ver una película o serie, lo que también puede lograr que alguien termine viendo o no una película como por ejemplo, “Avengers: Endgame”, como le sucedió a Martín (24), que no suele interesarse por este tipo de películas:

A mí la verdad las películas de superhéroes mucho no me gustan. La de Spider-Man ponele que la miro porque de chico me gustaba, pero ahora hay muchas, demasiadas ya. De los Avengers no había visto ninguna, pero un montón de amigos hablaron en Instagram que les había gustado y bueno, terminé yendo. Me miré un resumen de la anterior para no estar tan perdido, pero la verdad que estuvo muy buena.

La opción “Comentarios en redes sociales” también estuvo presente en las palabras de los entrevistados, como fue el caso de Fátima (19) anteriormente, pero no suelen guiarse principalmente por estos comentarios para decidir qué ver, pues los ven como algo no tan confiable, ya que generalmente no conocen o conocen muy poco a las personas que los dicen. Como sucede con las críticas de medios especializados o críticos, los comentarios en redes sociales actúan como un motivo extra a la hora de tomar una decisión.

A su vez, cuando se les preguntó qué criterio veían como el más importante a la hora de elegir lo que ven,<sup>17</sup> 4 de cada 10 (un 42,3% específicamente) optaron por la opción “Interés en el argumento”. Esta opción se repite bastante en las respuestas de los entrevistados, como es el caso de Martín (24), para quien es mucho más importante que la película o serie tenga una buena historia a que actores que le gustan trabajen en ella:

No hay chance de que vea una película o serie si el argumento no me engancha. Para mí el argumento es fundamental. Me podés decir que está Benedict Cumberbatch, que me parece un gran actor en ‘Sherlock’, pero me decís que le sacás el argumento y para mí se cae todo. No puedo ver algo sin argumento, puedo ver algo que tenga fallas en el argumento, pero no sin argumento.

En segundo lugar, con un 21,6% se ubica la opción “Recomendación de conocidos”. A esta opción hacen referencia constantemente los entrevistados, algunos de ellos ubicándola como uno de los factores más importantes a la hora de elegir algo a ver en la plataforma. Si bien en la pregunta anterior sobre cómo elegían lo que veían más personas eligieron esta opción antes que “Interés en el argumento”, al preguntarles por el motivo más importante de su

---

<sup>17</sup> Ver gráfico 16 de la sección A.4. del anexo.

elección, las recomendaciones de amigos, familiares, compañeros de trabajo, etc., si bien muy importantes, pasaron a ocupar una segunda posición respecto al interés por una buena trama.

Como tercera opción, ambas con el 8%, se ubican las respuestas “Género” y “Comentarios en redes sociales”. Más adelante hablaremos de ambos temas, pero vale señalar la creciente influencia que tienen los comentarios en redes sociales al momento de decidir qué ver, con campañas de marketing por parte de plataformas como Netflix y HBO que solamente han crecido en estos años, junto con la constante interacción entre usuarios y páginas oficiales de series de TV y plataformas, o mismo entre los propios usuarios. Netflix mismo viene combinando “Género” y “Comentarios en redes sociales” hace rato, ya que con cuentas en Twitter e Instagram como @NetflixIsAJoke (Netflix es un chiste), una cuenta dirigida exclusivamente a compartir noticias y *memes*<sup>18</sup> sobre sus contenidos de comedia o @NXOnNetflix, su cuenta sobre ciencia ficción y fantasía, da a conocer y habla de sus películas, series, documentales, especiales de stand up y más a públicos específicos, todos amantes del género en cuestión. Sin embargo, sigue realizando comunicación de marcas y grandes anuncios desde sus cuentas principales, por así decirlo, como @netflix, @netflixLAT (para Latinoamérica) e incluso @chenetflix, su cuenta dirigida exclusivamente a su público argentino. El tono de estas cuentas es el de alguien al que podríamos considerar como un amigo, un consejero que nos habla de películas y series que nos podrían gustar, o que nos avisa que ya salió la nueva temporada de esa serie que tanto nos gusta. Los usuarios le piden recomendaciones a estas cuentas, y por ejemplo en @netflixlatam ya se ha creado una relación casi afectuosa entre el usuario y un hipotético “Tío Netflix”, tal como llaman a quien administra la cuenta. El “Tío Netflix” (uno o varios *community managers* que saben lo que hacen) suele responder con recomendaciones, gifs graciosos y memes, y da lugar a la conversación entre los propios usuarios dentro de sus cuentas, afianzando así la identificación del usuario con la empresa.

Según lo que explica algunos entrevistados como Fátima (19), parece que el trabajo de estas cuentas está dando resultados:

En Twitter sigo la cuenta de Netflix Argentina y la de no sé si es de Latinoamérica. Sobre todo es original, como que se rebuscan para dar contenido como más específico, no es algo de Netflix en general sino para Argentina. O para Latinoamérica y eso está bueno porque genera identificación. Me gusta porque hacen contenido más

---

<sup>18</sup> Del inglés *meme*: “Imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet”, según el diccionario de la Real Academia Española.

personalizado. ‘Che Netflix’, la cuenta argentina de Netflix, le habla a los argentinos, y arman contenido específico para ellos. No es lo mismo que Netflix de España o de Estados Unidos, que es algo más mundial.

Se ha vuelto común también en los días previos o luego del estreno de una nueva temporada de una serie muy esperada, que actores de estas series tomen el control de la cuenta de Instagram de la empresa para brindar un detrás de escenas de lo que sucederá en la nueva temporada, dar alguna entrevista o contar algunas anécdotas de la grabación junto con invitados especiales. El caso paradigmático fue el de los niños protagonistas de “Stranger Things”, que se volvieron mundialmente famosos luego del estreno de la serie, aparecieron en las cuentas de la compañía, realizaron posteos e historias, dieron a conocer sus propias cuentas personales, pasaron a dar entrevistas para una infinita cantidad de medios e incluso realizaron su propia versión de “Uptown Funk” de Bruno Mars en los premios Emmy de 2017. Todos estos son eventos que crean una conexión más profunda entre el espectador y los protagonistas más allá de la duración de la serie, y al mismo tiempo, una retroalimentación entre Netflix y sus usuarios, ya que mientras que la compañía aumenta su cantidad de miembros y recaudación, estos permanecen suscritos a la plataforma esperando ansiosamente el regreso de sus shows favoritos.

### **3.5. Sobre gustos... opinan estos jóvenes**

Con respecto a lo que les gusta de la plataforma en general<sup>19</sup>, en primer lugar, el 83,1% destacó poder ver lo que quieran, cuando quieran, sin estar atados a ningún tipo de horario o grilla de programación. Como explica Ana Wortman (2010):

Sabemos a partir de nuestra vida cotidiana y por la presencia de la informática en nuestros hogares, en el trabajo y en distintas facetas de nuestra vida que la posesión de Internet genera una intensa sensación de accesibilidad al mundo y en consecuencia al mundo de la cultura. (p.104)

Al respecto, varios entrevistados resaltan la libertad que otorga la plataforma, como Leandro (23):

Creo que lo más me gusta de Netflix es la posibilidad de ver el contenido que yo quiero cuando quiero. Antes, por ejemplo, querías ver una película, tenías que esperar a que se

---

<sup>19</sup> Ver gráfico 17 de la sección A.4. del anexo.

estrene y después ir al cine. La veías una vez, ahora si querés la podés ver un par de veces hasta que la sacan del servicio eventualmente (o no), o retomarla después en otro momento.

En segundo lugar, aproximadamente 3 de cada 4 encuestados destacaron el hecho que Netflix no tenga cortes publicitarios (76,8%), uno de los puntos de venta más atractivos de este tipo de servicios on-demand como Netflix, Amazon Prime Video y Flow. Según un artículo de Forbes del año 2015, el hecho de que Netflix no tenga cortes publicitarios le ahorra a los usuarios de la plataforma unas 130 horas de comerciales por año (Tassi, 2015). Este tipo de visión ininterrumpida, por más que le pese a los anunciantes, cambió nuestra manera de ver televisión, acercando más el medio al cine. El nivel de inmersión al que podemos llegar es completamente distinto si podemos ver un capítulo de 45 minutos de una serie de suspenso de manera seguida, a que si cada diez minutos la historia es cortada por una publicidad de alimento para perros o una página de reservas online de vuelos y hoteles. Lo mismo opinan muchos entrevistados, como Federico (25):

Es lo mejor. Eso es buenísimo porque la publicidad, en general, enchufada de manera tan poco natural u orgánica, a la gente la vuelve loca. Si estoy viendo un capítulo de Netflix y me cortás y me ponés a un tipo vendiendo un lavarropas o un producto de limpieza me vuelvo loco. Es fundamental.

En tercer lugar, muchos de estos jóvenes (65,7%) valoran el hecho de que sea fácil acceder al contenido disponible en la plataforma. En medio de interfaces cada vez más intuitivas, este tipo de plataformas le permiten a sus usuarios reproducir un determinado título en muy pocos pasos. Atrás quedaron las largas búsquedas en Google para encontrar un sitio (ilegal) que tenga la serie en cuestión, con los subtítulos correspondientes, pasar los captchas de verificación, ventanas emergentes o pop ups, publicidades que omitir y un largo etcétera. Ni hablar del conocimiento técnico que se requiere para encontrar y descargar archivos Torrent, que tampoco es demasiado importante pero que sí, debemos admitir, plantea una clara barrera de entrada para muchas personas. Algunos entrevistados hablan sobre este tipo de situaciones, como Valentina (19): “No me tengo que poner a descargar como, tipo, las series que no están en Netflix que son muy nuevas o películas, las tengo que descargar y es un quilombo. Netflix ponés play y listo”. A Martín (24) también le gusta esto: “El fácil acceso al contenido. Está en internet pero viste que de repente te tenés que meter a una página, tenés que entrar a tres links. Pero lo tengo en el Apple TV. Y también en el celu”. Franco (22) habla de un factor que

servicios como Netflix erradicaron completamente, los virus de computadora: “Creo que lo que más me gusta de Netflix es su accesibilidad básicamente. Que no tenés que bajarte ningún tipo de programa o aplicación, o preocuparte por cuestiones de virus. Como esa inmediatez digamos. Me parece bastante práctico”. Sin embargo, el hecho de que valoren la facilidad de acceso de la plataforma no significa necesariamente que hayan dejado de utilizar otros medios como los mencionados para acceder el contenido que quieran ver.

La cuarta cuestión que más valoran acerca de Netflix es el hecho de que se pueda utilizar en distintos dispositivos (60,5%). Martín (24) explica: “Lo tengo conectado en una aplicación directo en el Apple TV. Y también lo tengo en el celu, etc. Claramente veo más en el Apple TV que en el celu”. Valentina (19) no es tan reticente a ver desde su celular: “Es muy fácil verlo y lo podés ver en cualquier lado. Hay veces que veo desde el celular, tipo si mi hermana está viendo la tele en mi cuarto y me da paja prender la computadora, veo desde el celular”.

Tres opciones lograron un porcentaje similar: que la plataforma estrene temporadas enteras de sus series en un mismo día (45,2%), la calidad del contenido disponible (44,8%) y que cada usuario pueda tener su propio perfil (44,1%). La primera no fue algo que haya aparecido en las respuestas de los entrevistados, pero sí hicieron referencia a las dos siguientes. Sobre el contenido disponible en la plataforma, Fátima (19) destacó: “La variedad. Tenés desde infantil hasta drama, suspenso, lo que sea. Como que hay un poco de todo”. También Valentina (19): “Otra cosa que me copa mucho son las series que están sacando ellos, o películas, tipo propias de Netflix. Que ahora hay un montón”. Constanza (24) recordó la posibilidad de crear su propio perfil: “Otra cosa que me gusta es que tenés tu perfil, que está configurado como a vos te gusta. Si entra otra persona y mira una película te das cuenta al toque. Me gusta lo personalizado”.

Por último, si bien solamente logró un 9,8% de adhesión entre los encuestados, las recomendaciones que brinda la plataforma (y el algoritmo por el cual funcionan) fueron destacadas por varios de los entrevistados, entre ellos Tomás (21): “El algoritmo basado en afinidad, que sugiere cosas similares. Se toma el trabajo de evitarte elegir. Con una preselección hecha es mucho más fácil elegir”. Rosalía (25) le suma también una función de recordatorio: “Creo que lo que más me gusta es que te recomienda, cuando ya terminás de ver algo y te recomienda cosas similares y después me llegan los mails que dicen: ‘Se agregaron estas cosas nuevas que te pueden interesar’”.

Vale la pena señalar que estas cuestiones tan valoradas por estos jóvenes, como el hecho de poder ver lo que quieran cuando quieran, que no haya cortes publicitarios, el fácil acceso al contenido que plantea la plataforma y que estrenen temporadas enteras de series en un mismo

día, son todos factores novedosos que Netflix supo traer a la mesa de aquel medio siempre cambiante que es la televisión. Si bien otras plataformas como YouTube ya podían, por ejemplo, usarse en varios dispositivos, fue Netflix quien hizo lo propio para transmitir contenidos que hasta ese momento solamente habíamos visto en aquella televisión que conocemos desde siempre, la televisión lineal. Es en esta combinación de factores así como muchos otros que no fueron destacados por los jóvenes, como puede ser el asociarse con directores y actores reconocidos para producir contenidos originales, que radica la revolución que originó este servicio.

Ya vimos que a muchos de estos jóvenes les gusta el contenido que tiene la plataforma, ¿pero de qué tipos de contenido estamos hablando?<sup>20</sup>. Una enorme mayoría, el 83,8%, eligieron las series bajo licencia. En segundo lugar, con un 64%, directamente hicieron referencia a las series originales del propio servicio. Luego, con un 45,9% se ubicó la opción “Películas bajo licencia”, seguido de las películas originales de Netflix, con un 33,4%. Es interesante ver cómo al hablar de series o películas estos jóvenes no solamente destacan contenidos originales<sup>21</sup> de Netflix, sino que, como veremos más adelante, los contenidos disponibles bajo licencia siguen siendo sumamente importantes para servicios como este.

Los documentales bajo licencia, por otro lado, fueron elegidos por el 18,8% de los encuestados. Otras opciones, como los especiales de comedia stand up (13,1%), reality shows (5,4%) y programas de cocina (4%) no fueron tan elegidas, un fenómeno que se repitió entre los entrevistados. Al respecto, varios de ellos afirmaron que solamente consumía ese tipo de contenidos de manera esporádica, como Leandro (23): “Cada tanto miro a alguno que hace stand up, pero solamente si me lo recomiendan o si lo ponen ahí arriba, sino ni me pongo a buscar la verdad”. O Fátima (19): “La otra vez vi un programa de cocina tipo Guerra de Muffins, ni sabía que había de esos en Netflix. Estaba bueno pero hay mejores en la tele”. Como se podrá ver más adelante, estas respuestas se condicen con otras cuestiones, como cuando analicemos qué miran más en Netflix, si series, películas o documentales.

¿Qué pasa si, al revés, le preguntamos a los entrevistados qué es lo que menos les gusta de la plataforma? Según ellos es posible detectar cuatro grandes problemas, algunos que podrían solucionarse más fácilmente y otros que no competen solamente a Netflix.

---

<sup>20</sup> Ver gráfico 18 de la sección A.4. del anexo.

<sup>21</sup> Vale destacar que Netflix denomina “contenidos originales” tanto a los títulos producidos por el propio servicio y continuaciones de series canceladas por otras cadenas, como a los contenidos bajo licencia o coproducidos con cadenas internacionales para su transmisión exclusiva en determinados países.

En primer lugar se encuentra un reclamo presente en las palabras de cuatro de los diez entrevistados: el hecho de que la compañía tarda bastante tiempo en subir nuevas temporadas de sus series a la plataforma, sean originales del servicio o títulos bajo licencia. Constanza (24) lo explica indignada:

Como que quizás te tira nueve temporadas de 'Modern Family', pero no te tira la diez y la once. Si la serie no está porque no está o porque no se estrenó esa temporada todavía está todo bien. Pero si son diez temporadas de Friends y me ponés hasta la quinta, me cortás las piernas. ¿Por qué hacés eso? ¿Dónde la veo?

Esto también le molesta a Valentina (19): "Ponele yo soy muy fan de 'Grey's Anatomy', que la voy viendo al día. Y Netflix tarda al menos un año después de que termine la temporada en subirla. No se actualiza tan constantemente". Vale aclarar que muchas veces lo que sucede es que una serie primero se estrena en un canal de cable y recién tras un tiempo de emisión en dicho lugar puede llegar a la plataforma, pero sí es verdad que en ocasiones los servicios de streaming como Netflix tardan en subir nuevas temporadas, o quizás llegan más rápido al catálogo de un país que al de otro, también puede ser que haya problemas para acceder a las licencias de nuevas temporadas, múltiples situaciones que pueden llevar al problema presentado por estos jóvenes, que en algunas ocasiones parecen desconocer o no conocer en profundidad estos procesos.

Relacionado a este reclamo de los jóvenes hay otro basado en el hecho de que muchas veces la plataforma suele dar de baja algunos títulos, como dice Federico (25):

No me gusta que había muchas películas que antes estaban y las levantaron. Entonces muchas veces me pasa que estoy buscando películas bélicas para ver en Netflix, me aparece una nota del 2017, que me dice 'Mirá Rescatando al Soldado Ryan', entro y no está más. No entiendo el por qué de que van levantando ciertas películas.

Efectivamente, aquí inciden de nuevo los acuerdos que tiene Netflix con distintas cadenas y productoras para incorporar títulos a su catálogo durante un determinado tiempo y para una determinada región. Es por esto que ocurre que una serie como 'The Office' sigue disponible en Netflix Estados Unidos y no en nuestro país, donde cambió de plataforma y actualmente se la puede encontrar en Amazon Prime Video.

También estos jóvenes explican que muchas veces ni siquiera pueden encontrar un título que quieren ver porque directamente nunca estuvo en el catálogo de Netflix. Varios coinciden en que "faltan películas", como Franco (22): "Sí me gustaría que haya más películas,

tanto clásicas como de culto. Entiendo que está focalizado en las series pero si tuviese más películas sería un golazo”. También Federico (25): “Le faltan películas clásicas, la otra vez me fijé y un montón no están. Esos grandes éxitos de hace 20, 30 años”. Desde la compañía obviamente son conscientes de esta situación y es por esto que están invirtiendo cada vez más en adquirir películas de distintas productoras así como también producir películas propias, como analizaremos más adelante. En noviembre de 2019 en Nueva York, durante la conferencia de Dealbook del New York Times, su CEO Reed Hastings explicó: “Estamos planeando gastar más aún. Estamos creciendo e invirtiendo alrededor. Hemos sido fuertes en series. Ahora estamos fortaleciéndonos en las películas” (Smith, 2019).

Por último, un reclamo presente en dos de los entrevistados gira en torno a las recomendaciones que brinda la plataforma de entre todos los títulos disponibles y cómo decidirse por ver un título u otro. Fátima (19) siente que no es fácil elegir algo que le termine gustando:

Lo que menos me gusta es que hay tanto, tanto que me cuesta elegir y saber qué es bueno y qué es malo. Me ha pasado muchas veces de buscar y buscar y decir ‘Bueno, ya fue, veo esta película’. Y al final era malísima. Como que la variedad, si bien es algo re positivo, a veces puede ser contraproducente porque es difícil elegir.

Por otro lado, a Martín le gustaría que hubiera recomendaciones más acertadas y tiene un par de ideas para mejorarlas:

Hablaría de la dimensión de la puntuación, por ahí podrían combinar las dos anteriores (estrellas y porcentaje) para hacer algo más preciso, podrían decir ‘Este es un género que te gusta y este es el valor que le asignó toda esta gente al género que te gusta’ y poder verlo diferenciado, puntuación en general y puntuación por género, y por otro lado ‘De este género viste estas películas parecidas’. Hacer una recomendación más personalizada, total tienen la información, pero en el afán de reducirlo a un puntaje, es más complicado que sea un rating valorable de verdad.

Ante la multiplicidad de opciones de películas, series y documentales para ver, muchas veces nos podemos sentir abrumados y aquí es donde entra en juego también el complejo sistema de recomendaciones de la plataforma, que podemos usar para ayudarnos en nuestro proceso de elección, y que a su vez es constantemente optimizado por la compañía.

Es interesante que todos los reclamos que realizan los jóvenes giran alrededor de algo que la plataforma considera de suma importancia: el contenido. Una empresa de streaming

puede desarrollar la aplicación más rápida, estar disponible en cuanto pantalla exista, permitir descargar los capítulos de alguna serie o cualquier otra funcionalidad que se nos ocurra pero, al final del día, tanto según los entrevistados como por lo dicho por los directivos de la compañía, una máxima es compartida por todos: el contenido es rey.

Seguramente exista una cuestión de lealtad del usuario para con la plataforma, forjada gracias a su utilización de manera diaria, la conversación permanente con sus conocidos acerca del tema, el trabajo que hace Netflix en redes sociales y muchas otras razones. Pero estos jóvenes van a Netflix porque allí está el contenido que quieren ver. El contenido que, por ahora, ven sus amigos y familiares. El contenido que está de moda. La película, la miniserie, el documental, “la nueva serie de...”. Al menos por ahora. El público general es cada vez más consciente de la aparición y el desarrollo de viejos y nuevos jugadores del ámbito del streaming como Amazon Prime Video, Disney+ y Cablevisión Flow y las empresas lo saben. Por eso quieren lanzar el mejor contenido posible, trabajando con los actores y directores del momento en títulos basados en los temas de actualidad de cada época o en temáticas novedosas para marcar nuevas tendencias, lo que hace que, cada vez más, representen a aquellos grupos sociales y realidades que no han tenido la visibilidad que merecen. Y nuevamente, como el contenido es rey y Netflix lo entiende realmente, sus niveles de inversión no hacen más que crecer desde hace varios años.

Ya en el año 2015 Reed Hastings afirmaba que “Hay mucha más comida que nunca antes. Tenemos muchas opciones, pero si haces un gran contenido, encontrarás grandes espectadores” (Picker, 2015). Cuatro años después, Hastings continuó dando declaraciones en esta dirección, esta vez durante su gira por la India donde presentó una inversión de 400 millones de dólares que realizaría en ese país en los próximos dos años: “Los próximos cinco o diez años serán la era dorada de la televisión. Estamos viendo niveles increíbles e inigualables de inversión. Parcialmente de las compañías globales como Apple, Amazon, Disney y Viacom. Están todas invirtiendo aquí en India así como también el Reino Unido y los Estados Unidos. Estamos viendo más contenido que nunca antes” (Bhushan, 2019).

### 3.6. Otros servicios de streaming de video

Al preguntarles si usan otras plataformas de streaming de video<sup>22</sup>, en primer lugar, un 37,5% respondió que no utilizaba ninguna otra plataforma de streaming de video además de Netflix. Por contraposición, aproximadamente dos de cada tres encuestados sí utilizan otras plataformas. Veamos cuáles son.

Con un 33,1%, se ubica “Cablevisión Flow”, y relacionada a esta opción, con un 15%, el servicio anterior a este, Cablevisión OnDemand. “Telecentro Play”, un servicio similar a Flow, fue elegido por el 8,1% de los encuestados. Tres de los entrevistados también afirman haber utilizado Cablevisión Flow. En las respuestas de los entrevistados que utilizan alguna otra plataforma de streaming más allá de Netflix se pudo observar que, cuando de plataformas pagas se trata, todos tienen a Netflix como su plataforma extranjera por excelencia (en contraposición a otras como Amazon Prime Video) y a Cablevisión Flow como su plataforma nacional. En todos se repite que en el caso de usar una plataforma extranjera y una nacional, éstas son Netflix y Flow, respectivamente. Leandro (23) la usó muy poco: “Flow se queda un poco más en el medio porque no tiene tanto contenido. Las únicas dos veces que lo usé la verdad que me pareció bárbaro. Tiene un acotado catálogo de películas y series”. Federico (25) utiliza Flow a veces: “Tengo Cablevision Flow, pero lo tengo más que nada por cuando quería ver algún partido de fútbol desde el celular, pero no vi películas ni series ahí”. Tal parece que el servicio todavía se utiliza más que nada a modo de reemplazo de la televisión para ver contenidos en vivo, ya sea deportes o noticieros y no tanto películas, series y documentales.

En abril de 2019, el propio servicio Cablevisión Flow agregó la posibilidad de acceder a Netflix desde su propia plataforma con una aplicación dedicada, al igual que puede hacerse con la app de YouTube. En noviembre de 2020, Disney+ se lanzó en la Argentina y también se alió con Cablevisión Flow para poder acceder al servicio desde esa plataforma. Como explicó Gonzalo Hita, COO de Telecom: “Ser la plataforma de acceso a contenidos preferida de nuestros clientes es nuestro objetivo desde que creamos Flow” (Bertran, 2019). Con este tipo de jugadas, Flow busca que sus usuarios nunca salgan de su servicio para satisfacer todas sus necesidades de contenidos audiovisuales.

Por otro lado, aproximadamente uno de cada tres encuestados (31,1%) eligieron las opciones “Cuevana/Pelispedia/PopcornTime y páginas similares” u otras opciones relacionadas, como “Popcorn Time” solamente y “Viki”, entre otras. Esto nos muestra que, más allá de pagar un servicio de streaming como Netflix, muchos también utilizan este tipo de

---

<sup>22</sup> Ver gráfico 19 de la sección A.4. del anexo.

páginas similares, servicios piratas que no respetan los derechos de autor, para acceder a contenidos que no están en Netflix, como películas y series más antiguas o, por el contrario, películas y series que aún no se hayan estrenado, o que lo hayan hecho recientemente. Seis de los diez entrevistados afirmaron no haber utilizado sitios como estos en los últimos tiempos. Como Rosalía (25): “No, porque es más cómodo Netflix. La verdad que tiene que ser algo como ‘Game of Thrones’, algo que decís "Lo quiero ver", sino no. No me gusta buscar”. También Fátima (19): “Hace mucho que no uso una, porque prefiero Netflix para eso o ir al cine. La mayoría de las películas que están ahí son películas más recientes que recién se estrenaron entonces prefiero ir a verlas al cine”. Pero los otros cuatro sí lo hicieron, como Leandro (23):

Uso Miradetodo. La uso porque tiene películas medianamente actualizadas, que son de ahora o de hace un mes atrás, cuando no tuve la oportunidad de ir al cine. Porque claramente Netflix no tiene un contenido tan actualizado en paralelo a las películas que se van estrenando en el cine. Después algunas películas que directamente no salen en Netflix ni dos, tres o cuatro meses después y salieron hace un mes en el cine. Todas esas películas las veo en Miradetodo. Vos sabés que las películas que salen ahora, ¿cuándo se cargan en Netflix? En dos años. Y no todas.

Valentina (19) los usa para estar al día con su serie favorita: “Sí, uso para descargar esas series que te digo que veo, tipo, salen los jueves y yo los sábados las estoy viendo. Como ‘Grey's Anatomy’, la veo en Pelispedia, Cuevana, depende cuál la suba primero”. Constanza (24) ha llegado a utilizar una VPN (*virtual private network* o red privada virtual) lo que le permite engañar al sitio haciéndole creer que el usuario se encuentra en otro país para otorgarle acceso al catálogo de esa región: “Sí, veo en Cuevana3, me he descargado una VPN para ver el Netflix de Estados Unidos y la otra, Pelispedia”. Y concluyó: “Si la serie no está en Netflix la miro en otro lado”. Es evidente que una parte considerable de estos jóvenes no se queda con los brazos cruzados si el contenido que quiere ver no se encuentra en Netflix, sino que utiliza distintos medios para poder acceder a él. Ellos van al contenido, no esperan a que el contenido vaya a ellos. Cabe destacar que ninguno de ellos afirmó utilizar torrents. Podemos inferir que desconocen la existencia de esta posibilidad o que, en su defecto, la descarga del programa y la búsqueda de los archivos torrent sumado a los subtítulos para cada película o serie que deseen ver son procesos un poco más engorrosos de lo que quieren soportar.

Como Constanza (24), sí han nombrado el caso de Pelispedia ([pelispedia.tv](http://pelispedia.tv)), una página uruguaya surgida en 2014 que llegó a tener más de 40 millones de visitas mensuales,

convirtiéndose así en uno de los 100 sitios más visitados en Latinoamérica.<sup>23</sup> Pero han pasado algunos años desde que sitios como Cuevana y Pelispedia alcanzaron su momento máximo de utilización, así que cabe preguntarse si estos jóvenes han reducido su uso desde que se suscribieron a Netflix. Aquí las opiniones se dividen de una manera similar, con tres que respondieron afirmativamente, como Tomás (21): “Sí, obviamente. Tiene que ser algo que esté fuera del catálogo. Pero ya tiene un catálogo bastante amplio, tanto sus series como películas como para que te quedes adentro y seas medio un usuario cautivo de la plataforma” y dos que las siguen usando como antes, pero solamente porque allí encuentran algo que no está disponible en Netflix, como Leandro (23): “No, porque en esas páginas web, tenés películas que están recién salidas del cine, que estuvieron en cartelera hace un mes. Quizás no la ponen (en Netflix) tampoco”. Es decir, no utilizan estos sitios por otra razón que no sea la falta de ciertos títulos en el catálogo de Netflix. Más allá de esto no les ven otros beneficios, pero sí ciertas desventajas, como explica Tomás (21):

Que te pueden llenar de virus la computadora o el dispositivo donde entres porque son medio ilegales. Generalmente por eso mismo funcionan como más lento, en Netflix por ahí lo bueno que tiene también la plataforma es que es muy inmediata tipo, ponés play y la peli arranca, y a menos que tengas mal internet no se frena nunca. Y en esos sitios tenés que dejar cargando la peli o por ahí se trava.

Con respecto a otros servicios de streaming de video por suscripción, una cantidad menor de encuestados afirmó utilizar plataformas como HBO Now (10%), Fox Play (7%), Amazon Prime Video (1,3%), Qubit (0,6%) y CINE.AR Play (0,6%), la plataforma on demand de contenidos de producción nacional propiedad del INCAA. Ninguno de los entrevistados utiliza alguno de estos otros servicios.

Algunos encuestados agregaron la opción de YouTube, que no se incluyó como opción en un principio porque no se trata de un servicio de streaming de películas, series y más en el sentido de Netflix, Amazon Prime Video e incluso sus contrapartes ilegales como Cuevana y Popcorn Time. Más allá de que se puedan alquilar algunas películas, muchas de ellas antiguas y no nuevos estrenos, una posibilidad no conocida por muchos ni aquí ni en todo el mundo, el

---

<sup>23</sup> En mayo de 2019, la pareja que administraba el sitio fue detenida por Interpol, luego de una importante investigación iniciada luego de una denuncia realizada por un grupo de productoras de Hollywood como Warner Bros. Entertainment Inc. y Twentieth Century Fox Film Corporation. En julio, ambas personas fueron condenadas a tres años y cuatro meses de cárcel, además de incautárseles 500 mil dólares que habían recaudado gracias al sitio. Este tipo de sitios, gratis para sus usuarios, obtiene ganancias a través de anuncios publicitarios que pagan a sus administradores por cada clic o visualización que obtengan. Hoy en día, a pesar de que el sitio original fue dado de baja, puede accederse a la plataforma desde otros links asociados.

fuerte de YouTube sigue siendo sus videos gratuitos, como vlogs, tutoriales y videos musicales, a partir de los cuales obtienen ingresos por publicidad de todo tipo de compañías.

Una respuesta agregada por algunos encuestados, “YouTube” (0,6%), si bien no se trata de un servicio de streaming pago como Netflix, Flow o Amazon Prime Video, sí compite por el tiempo libre que le dedican estos jóvenes a consumir contenidos audiovisuales. Como explica el Informe global de fenómenos de Internet de Sandvine de octubre de 2019, el 12,6% del tráfico mundial de internet corresponde al streaming de video de Netflix. Una cifra que impone respeto. Un poco más atrás, con un 8,7% se encuentra YouTube. Es interesante que del tráfico total de internet, un 57,69% corresponde a streaming de video (en sitios como Netflix, Amazon Prime Video, YouTube, etc). A lo lejos, en segundo lugar, se ubica la navegación web con 17,01%, seguida del gaming (7,78%) y las redes sociales (5,1%). Es evidente cómo estamos pasando nuestro tiempo en Internet, consumiendo contenidos audiovisuales.

### **3.7. Multitasking: ¿Sí o no?**

Al preguntarles si hacen otra cosa mientras ven Netflix en sus casas<sup>24</sup>, las respuestas fueron bastante divididas, con la opción “Sí” que fue elegida por el 51,6%, contra el “No” con 48,6%. Hubo un empate en las respuestas de los entrevistados, con cinco que respondieron que sí hacían otras cosas mientras miraban Netflix contra los otros cinco que no.

Esto nos hace pensar en un fenómeno de visualización más atenta por parte de la mitad que afirmó no hacer otra cosa mientras miraba Netflix en su casa. Según explican, el grado de atención que prestan hacia el contenido que están viendo varía de acuerdo con qué estén mirando. Por ejemplo, cuando se trata de series que ya han visto en el pasado y que vuelven a ver para pasar el rato, eligiendo algún capítulo que no habían visto en su momento o viendo de nuevo cualquier capítulo al azar, suelen realizar otras actividades como revisar sus redes sociales o contestar mensajes, como explica Constanza (24), que cada tanto suele volver a ver algunos capítulos de la famosísima comedia “Friends”: “Como ya vi ‘Friends’, no necesito prestar tanta atención, aparte no son series donde tenés que estar super atenta, siempre las cosas se resuelven en un capítulo, son para reírse un rato y volverlas a ver cada tanto”. Como veremos a continuación, cuando el contenido verdaderamente les interesa, estos jóvenes sí le prestan atención.

Leandro (23), por su parte, toma el hecho de ver Netflix como un momento para él, para despejarse de sus preocupaciones diarias y adentrarse en una historia interesante: “Es un

---

<sup>24</sup> Ver gráfico 20 de la sección A.4. del anexo.

momento en el que puedo cortar un poco con los problemas del laburo, la familia, amigos, las redes sociales, dejo un poco el celular, pongo la tele y veo algo”. Federico (25) coincide: “No, generalmente presto atención, cada tanto miraré el celular, pero es muy raro”.

Estas dos posturas se van repitiendo de manera similar a lo largo de las distintas respuestas de los entrevistados. Como podemos observar, se trata de formas de ver Netflix completamente distintas y el género del contenido que miran parece indicar la manera en que lo hacen. Evidentemente consideran que hay series para ser vistas con suma atención, en un ambiente relajado, para poder así captar todos los detalles que se les presentan, y series para ver de una manera más distendida, generalmente comedias (en especial las comedias de situación o sitcoms), donde no se necesita su completa concentración sino que pueden ser vistas mientras hacen una gran variedad de actividades.

Como observamos en la pregunta anterior, casi la mitad de los encuestados (48,4%) afirmaron que hacían otras cosas mientras miraban Netflix. Al hablar sobre estas actividades, si bien los encuestados se refirieron a una gran cantidad de ellas, hay algunas que predominaron en sus respuestas<sup>25</sup>.

En primer lugar, casi 8 de 10 (79,8%) dijeron que utilizaban redes sociales como Instagram y Twitter mientras miraban Netflix. Relacionadas a esta respuesta se ubican las opciones “Chatear” con un 73,7% y “Navegar por internet” con un 46,5%. Podemos ubicar estas respuestas dentro de un mismo grupo, ya que todas son actividades que se realizan de manera online a través de un celular o una computadora, más comúnmente el celular mientras miran Netflix en su laptop o televisión. En otro grupo, ya sin utilizar otras pantallas, se encuentran respuestas como “Comer” con un más que considerable 64,3%, “Cocinar” y “Ordenar la casa”, ambas con un 34,3% y “Planchar”, con el 17,8%. Podríamos decir que estas son “Actividades offline” que realizan muchos de los encuestados, ya que no necesitan de internet ni un dispositivo electrónico para realizarlas. Muchos fueron respondiendo con otras actividades que podrían entrar en este grupo, como “Estudiar” (2,3%), “Hacer ejercicio” (1,4%) e incluso alguien afirmó que tocaba el ukelele mientras veía algo en Netflix.

Es así como tenemos actividades online y offline. Las “actividades online”, como chatear y revisar sus redes sociales son las más comunes tanto entre los encuestados como los entrevistados. Todas estas son actividades que no requieren de un gran esfuerzo intelectual, sino que pueden realizarse sin dejar de prestar mucha atención a lo que están viendo en Netflix

---

<sup>25</sup> Ver gráfico 21 de la sección A.4. del anexo.

en ese momento. Revisar su feed de Instagram o contestar sus mensajes de WhatsApp son cosas que pueden llegar a realizar varias veces durante el transcurso del capítulo que estén mirando. Se trata de actividades que realizamos casi de manera inconsciente, cuando estamos aburridos ante lo que estamos haciendo. Franco (22), por ejemplo, utiliza su celular: “Yo creo que sí, uso el celular. Dejo (no pausa), porque es como instantáneo. No me engancho, estoy como un ratito y después sigo. Pero tranca. WhatsApp, más que nada”. Valentina (19) aclara:

Depende lo que estés viendo. Y depende las ganas que tenga de ver eso también. Quizás miro algo de fondo, para irme a dormir y, nada, estoy con el teléfono, y la película ahí de fondo que ni idea. Quizás quiero ver esa película en serio y no estoy con el teléfono. O sí, quiero hacer algo con el teléfono, pongo pausa y después seguiré.

Muchas veces se trata de esta necesidad de estar permanentemente conectados con lo que está sucediendo, que nos lleva a revisar nuestros mensajes mientras vemos una película, nuestro feed de Twitter mientras viajamos en colectivo o nuestro Instagram mientras esperamos nuestro turno al hacer un trámite. Quien no haya revisado WhatsApp durante una escena aburrida de alguna serie que tire la primera piedra.

Es muy conocido en inglés el término “FOMO” o “Fear of missing out” (en español se traduce como el “Temor a perderse algo”), que refiere al fenómeno por el cual tenemos el deseo de mantenernos continuamente conectados a lo que otros están haciendo, debido al temor (fear) de ser excluidos de algún evento, algún tipo de interacción o experiencia de las cuales otras personas podrían ser parte. Esto aumenta nuestros niveles de estrés y ansiedad y hace cada vez más difícil que podamos concentrarnos en la actividad que estamos realizando. En el capítulo “The Curse of the Blitz” de la serie “How I Met Your Mother” (muy vista entre el target de este trabajo), un personaje se pierde de eventos muy divertidos que van sucediendo a lo largo del capítulo ya que suele irse del lugar justo antes de que algo atípico ocurra, lo que hace que esté constantemente tratando de no perderse el próximo evento divertido. Este es uno de los capítulos más recordados por los fanáticos de la serie, debido al alto grado de identificación que tienen (y a veces, debo admitir, tengo) con lo que le pasa a este personaje. Todos queremos estar en todo. Nadie quiere perderse nada. De manera inconsciente (y un poco consciente también), sabemos que tendríamos que realizar otras actividades o cumplir con ciertas obligaciones que podamos tener y es por eso que a veces no le prestamos mucha atención a lo que tenemos adelante, como puede ser la pantalla de nuestra laptop con el quinto capítulo de la nueva temporada de Stranger Things.

Por otro lado, podemos encontrar el grupo de las “actividades offline”, como comer, cocinar y ordenar la casa. Estas son actividades que requieren de una atención mayor a otras como revisar nuestro feed de Instagram o Twitter, ya que necesitamos seguir una serie de pasos un poco más complejos para poder realizarlas, como llevar adelante correctamente los pasos para preparar nuestra cena. No solamente estamos usando nuestros pulgares para navegar en Twitter desde nuestro celular, sino que tenemos que atender realmente a lo que estamos haciendo si no queremos arruinar lo que estamos preparando para comer, lastimarnos con algún corte, o incluso arruinar una camisa, si es que estamos planchando. Si con las actividades online como revisar nuestro WhatsApp y usar redes sociales ya miramos de reojo la pantalla tratando de no perdernos algo importante, con las actividades offline directamente lo que esté pasando en la pantalla pasa realmente a un segundo plano, y muchas veces nada más escuchamos lo que pasa en el capítulo y volvemos nuestra mirada a la pantalla si algún personaje eleva la voz, hay algún ruido sorpresivo o está ocurriendo algo realmente importante para la trama. Rosalía (25) habla de esto:

Al cocinar lo dejo de fondo y si está pasando algo importante ahí sí lo veo, porque podés no estar a full prestando atención y entendés igual. Aparte todas tienen siete, ocho temporadas, ¿quién tiene tanto tiempo? Otras sí presto atención. Otra cosa sería estudiar y mirar, ahí no podés realmente hacer las dos cosas bien.

Martín (24) también cocina mientras ve Netflix, ¿o es al revés en realidad?:

Normalmente no miro el celular mientras veo una peli o una serie, lo dejo a un costado. Si de repente me empiezan a taladrar con mensajes miro a ver si pasa algo, pero normalmente me desconecto. Y para cocinar, sí pongo Netflix de fondo, pero es medio injusta la pregunta porque en realidad no estoy viendo Netflix, estoy poniendo algo de fondo que no sea música.

En este tipo de casos Netflix viene a cumplir una función de “ruido de fondo”, esa compañía que muchas veces permitimos en nuestros hogares y que tanto tiempo ocuparon dispositivos como la radio, primero, y la televisión, después.

### **3.8. ¿Películas, series o documentales?**

El sociólogo Guillermo Sunkel (2002) define a los bienes culturales como:

Los bienes ofertados por las industrias culturales o por otros agentes que actúan en el campo cultural (como el Estado o las instituciones culturales)”, que a su vez encuentran

su particularidad en el hecho de que se distinguen “porque son bienes en los que el valor simbólico predomina por sobre su valor de uso o de cambio. (p.4)

Dentro de este tipo de bienes se ubican los contenidos audiovisuales disponibles en Netflix, y se les preguntó a estos jóvenes cuáles veían en mayor medida, si películas, series o documentales<sup>26</sup>.

La enorme mayoría de los encuestados optó por la opción “Series” (384 de ellos, un 87,2% del total, 440 personas), frente al 11,1% que respondieron “Películas” y el mero 1,6% que respondió “Documentales”. A pesar de que uno muchas veces lee noticias y habla con amigos acerca de las múltiples series que tiene el servicio, los millones de espectadores que las ven o incluso acerca de fenómenos como el llamado “boom” de las series en general, debo admitir que esta diferencia tan marcada me sorprendió realmente. Esperaba un 60% o 70% por ciento a favor de las series, pero que 384 de los 440 encuestados o básicamente nueve de cada diez eligieran esta opción, fue algo que no hubiera predicho jamás. En las respuestas de los entrevistados la diferencia no fue tan amplia pero también ganó la misma opción, con seis de diez optando por las series sobre las películas, preferidas por los cuatro restantes, aunque uno de ellos aclaró que sólo últimamente está viendo más películas y en general ve “mitad y mitad”. Los documentales, por otro lado, no fueron elegidos por ninguno.

Federico (25) es uno de los entrevistados que mira más series:

Si tengo que poner un orden es primero series, después películas y después documentales. El por qué es porque para mí las series de Netflix en sí son muy buenas producciones. Cuando veo Netflix en la semana, lo que tiene la serie es que son capítulos de entre 40 minutos y una hora, que lo ves antes de dormir y te vas a dormir. En cambio, quizás enganchar una película ya son dos horas. Y en el fin de semana sí me agarra más la adicción de agarrar una serie y meto dos o tres capítulos.

Franco (22) también pertenece a este grupo y brinda una aclaración interesante al principio:

En Netflix lo que más hay son series. Entonces ya por default, veo más series. O sea, cuando arranqué con Netflix lo quería usar más como medio para ver películas. Y series como algo de soporte a ese consumo. No hay muchas películas o por lo menos películas que a mí me interesen. Ya me hice la idea de que Netflix es un medio para ver series.

---

<sup>26</sup> Ver gráfico 22 de la sección A.4. del anexo.

Más adelante, en el capítulo cinco (“Los jóvenes y las películas”), se analizará un poco más en profundidad qué sucedió con el catálogo de la plataforma a lo largo de los años, si es verdad que hoy en día hay más series que películas y si eso se trata de algo intencional por parte de la compañía o no.

Dos entrevistadas rescatan el hecho de que las series permiten contar una historia con un grado de desarrollo mayor que las películas y es por eso que las prefieren. Al respecto, Constanza (24) explica:

En general veo más series. Me parece que es porque me gusta una historia un poco más desarrollada, no tanto algo que empiece y termine. Hay gente que es al revés. A mí me gusta que se desarrolle un poco la historia, conocer a los personajes. Y hay series que están muy buenas, entonces es como que también podés ver la creatividad del otro lado, yo como estudié comunicación veo un poco más allá. Veo la banda sonora, la banda de imagen, veo los planos, me gusta más disfrutarlo en todo sentido.

Por el contrario, veamos qué opina alguien que mira más películas que series, como Tomás (21). Valora exactamente lo contrario a lo que decía Constanza (24) ya que para él:

Es más por una cuestión de gusto personal. Y me parece una cuestión de tiempo. Como que una película, si tenés dos horas, te sentás, arranca, la ves, termina, tiene un hilo conductor. Una serie, quieras o no, te termina requiriendo más tiempo, porque por ahí en dos horas te ves dos capítulos, o tres si es muy cortita, pero una temporada tiene diez, entonces necesitás otro día. Y también por la cuestión de que a veces tenés que esperar que estrene la otra temporada un año después.

Leandro (23), quien dudaba entre las películas y las series pero que admitió ver más películas últimamente, explica: “Porque quizás no tengo tanta consistencia como para seguir una serie y sí, llego un viernes, un sábado y quiero ver un contenido de dos horas”.

Nuevamente en relación a la opción más elegida, más allá de sorprendernos esta diferencia tan marcada entre las series, las películas y los documentales, tiene sentido que “Series” sea la más elegida (87,3% de los encuestados) debido a la explosión de series que podemos ver desde hace ya varios años. Hace tiempo que en la televisión se puede encontrar cantidad pero, sobre todo, calidad. Muchos autores, críticos y periodistas definen a este fenómeno como la “*Golden Age*” o “Era Dorada” de la televisión, y parece adecuado afirmar que no están equivocados en llamar de esa manera a esta época.

Algunos autores ubican el año de origen de la era dorada allá por el año 1999, con el estreno de “Los Soprano”, otros en 2008, con la primera aparición de Walter White, el profesor de química devenido en fabricante de metanfetamina de “Breaking Bad”, o incluso en 2011, cuando se estrenó la serie de fantasía que logró una enorme legión de fanáticos y se convirtió en un fenómeno mundial, la serie que juntó a amantes del género con recién llegados, el éxito más grande de HBO hasta el momento: “Game of Thrones”.

Si bien el año de origen de esta época cambia entre un autor y otro, el consenso general refiere a un período de tiempo en el que se fueron estrenando una enorme cantidad de programas de televisión de alta calidad en distintos canales y servicios. Cabe destacar la importancia que tuvieron (y aún tienen) los canales de TV premium como HBO y los servicios de streaming como Netflix, Amazon Prime Video e incluso HBO GO en incentivar este fenómeno, al financiar cientos de series y darle lugar en sus plataformas a muchísimos creadores, entre ellos directores de Hollywood que dieron el salto a la pantalla chica, como es el caso de David Fincher con “House of Cards” (2011) y Steven Soderbergh y “The Knick” (2014).

Esta *Golden Age* de la televisión tiene también como factor de origen la enorme creatividad de estos creadores, que a lo largo de estos años nos han brindado series con arcos argumentales complejos y personajes multifacéticos de dudosa moralidad como Walter White de “Breaking Bad”, Tony Soprano de “Los Soprano”, Dexter Morgan de la serie homónima y Don Draper de “Mad Men”, entre tantos otros. Por más que probablemente esos nombres nos suenen mucho más que otros como Vince Gilligan, David Chase, James Manos Jr. y Matthew Weiner, los creadores y productores de las series mencionadas, todos ellos son sumamente reconocidos en la industria desde hace un buen tiempo.

Como explicó al respecto Luis García Fanlo (2019):

Si antes las series eran “procedimentales”, cada episodio era una historia que tenía principio, desarrollo y fin, manteniendo el género y los personajes (los dramas médicos, legales, policiales, forenses, etc.), ahora cada episodio sería un eslabón de una historia única, desarrollada semana a semana y año tras año, de modo que las series se convertirían en “episódicas”: si las primeras eran como un libro de cuentos, las segundas serían como una novela. (p.1)

En base a los personajes mencionados anteriormente, podría decirse que estamos también en la era dorada de los antihéroes. Porque siendo honestos, ¿quién quiere que el protagonista de la serie que estemos viendo sea perfecto, sin fallas, y que todo le salga bien?

¿Dónde estaría la diversión en eso? ¿Cuán aburrido sería que a Vic Mackey de “The Shield” se saliera con la suya siempre? ¿O que Frank Underwood tuviera una campaña perfecta y llegase a la presidencia como el candidato favorito en “House of Cards”?<sup>27</sup>

El público se vio cada vez más y más atraído a estos personajes magnéticos, llenos de fallas, con vidas ocultas, que de una manera u otra representaron parte de lo malo de las sociedades en las que viven pero que no perdieron del todo su cuota de simpatía o encanto. Todos ellos son personajes a los que no podíamos dejar de apoyar, por más que hicieran cosas cada vez más terribles según fueran pasando las temporadas. Son personajes que amamos odiar. O al revés. O las dos cosas al mismo tiempo.

Pero no solamente de antihéroes vive la televisión, sino que el bien sigue teniendo sus exponentes en personajes como el Doctor de “Doctor Who” (en sus diferentes encarnaciones), Eleven de “Stranger Things” o incluso Ted Mosby de “How I Met your Mother”.

Ante una industria del cine que arriesga cada vez menos por miedo a pérdidas multimillonarias ante cada título que no logra ser un gran éxito, donde películas más chicas pierden cada vez más terreno frente a un sinfín de remakes, reboots y secuelas mega taquilleras y donde el denominado “cine de autor” sobrevive (si no es en el circuito de festivales) gracias al trabajo de Quentin Tarantino, Paul Thomas Anderson, Martin Scorsese, Christopher Nolan y no muchos más, la televisión se erige en su rol de contraparte del cine de una manera más que imponente desde hace ya varios años. Como explicó el escritor y productor de televisión David Cox: "El porqué del éxito de las secuelas no es ningún misterio. Son menos riesgosas de hacer, porque todos los involucrados saben lo que están haciendo y también tienen una intensa demanda de la audiencia" (Cox, 2019). El propio Scorsese generó una gran polémica cuando afirmó que las películas de Marvel no eran cine sino atracciones de parques de diversiones. El director explicó que no toman riesgos, que están hechas a medida para ajustarse a las expectativas de la audiencia y que son "producto de la investigación de mercado, se prueban con audiencias, se examinan, modifican, revisan y remodelan hasta que estén listas para el consumo" (Reesman, 2019).

Es en el mundo de las series donde podemos encontrar variedad actualmente. Más aún con la proliferación de plataformas como Netflix y Amazon Prime Video, donde se lanzan series para públicos cada vez más específicos. Solamente desde fines de 2019, el estudio NBC

---

<sup>27</sup> Mención especial para el atormentado detective interpretado por Idris Elba en “Luther”, una serie británica no muy conocida por estas tierras, que encontró un segundo hogar en Netflix luego de su paso por la cadena británica BBC One, así como el detective Wallander de Kenneth Branagh en la serie homónima, basada en las novelas del autor sueco Henning Mankell.

Universal sacó su propio servicio Peacock, Disney+ llegó a la Argentina con precios de lanzamiento promocionales y alianzas con Flow y Personal, Apple lanzó Apple TV+ de la mano de figuras como Steven Spielberg y Oprah y, entre tantos otros servicios, se lanzó y apenas seis meses después cerró Quibi, un servicio para ver contenido on demand exclusivamente en el celular.<sup>28</sup> En enero de 2021 se lanzó Discovery+, con contenidos de canales como HGTV, Food Network, TLC y Animal Planet. En febrero Disney lanzará Star, la contraparte internacional de Hulu, solamente disponible en Estados Unidos y Japón. Tendrá series y películas de ABC, FX y 20th Century Studios, entre otras propiedades de Disney, además de contenidos de ESPN e ESPN+. Parece que hay o va a haber un servicio de streaming para todos. La pregunta es cuántos vamos a usar o, mejor dicho, pagar, al mismo tiempo.

John Landgraf, CEO del canal FX, habló en 2015 acerca de una “peak TV”, algo así como una “televisión límite” o “televisión pico”, para referirse a la sobreabundancia de series de televisión en Estados Unidos: “Esto es simplemente demasiada televisión. Creo que en 2015 o 2016 va a representar la televisión pico en Estados Unidos, y que comenzaremos a ver disminuciones el año siguiente y más allá” (Landgraf, 2015). En 2018 se corrigió y dijo que en realidad “hay demasiadas historias, demasiada narrativa” (Landgraf, 2018). Hoy en día, mientras la cantidad de series de televisión no hace más que crecer, parece que ese momento en el que la burbuja de series estalle no está muy cerca todavía.

---

<sup>28</sup> Quibi se diferenciaba por poseer series filmadas de manera horizontal pero también de manera vertical, para poder ir girando la pantalla mientras miramos el contenido y así ver detalles como la reacción de un personaje o un plano detalle de lo que está escrito en un papel.

## Capítulo 4. Los jóvenes y la televisión lineal

En este capítulo se abordará la relación que tienen estos jóvenes con la televisión lineal, a través de cuestiones como cuántos y qué suelen ver aquellos que miran TV habitualmente, su opinión acerca del estado actual de la misma y qué creen que ocurrirá con ella en un futuro frente a una pregunta que seguramente muchos de nosotros nos hayamos hecho alguna vez: ¿desaparecerá la televisión algún día?

### 4.1. Consumo habitual

Al preguntarles si ven televisión de manera habitual<sup>29</sup>, un poco más que la mitad de los encuestados respondieron positivamente (55,9%), contra el 44,1% restante que afirmó no hacerlo. En los entrevistados ocurrió algo muy similar, donde la mitad de ellos (5) respondió positivamente y la otra mitad dijo que no miraba televisión habitualmente.

Fátima (19) pertenece al segundo grupo: “No, porque no tengo tanto tiempo, y el tiempo que tengo prefiero invertirlo en algo que yo elija y no tipo andar buscando qué hay en la tele. Y segundo porque me parece que no hay muy buen contenido”. Martín (24) coincide pero es más duro:

No veo tele. Tampoco la veo online. Fue una decisión antes de mudarme. Porque me di cuenta de que consumía basura que me chupaba tiempo, así como lo chupan las redes sociales, pero las redes sociales creo que tienen un contenido a veces más interesante o que me conectan con otras cosas. La tele, al ser sólo de ida, siento que me genera menos beneficios. Sé que los contenidos que están en la tele suelen estar en internet. Y lo veía más para poner algo de fondo.

Hace rato que Valentina (19) tampoco ve televisión:

Las películas que pasan en la tele por lo general, son muy viejas. Y ahora, últimamente no hay ninguna novela que me enganche, como sí había cuando era más chica quizás. Como que ahora al tener Netflix u otras cosas para ver series, como que decís ‘Bueno, lo veo al tiempo que yo quiero, veo un capítulo atrás del otro’ y no tengo que estar esperando para el día siguiente.

Aquellos que afirman no ver televisión comúnmente hacen referencia a esta idea de poder elegir lo que quieren ver en cualquier momento y cualquier lugar y, como veremos más

---

<sup>29</sup> Ver gráfico 23 de la sección A.4. del anexo.

adelante, son bastante críticos de la televisión actual frente a plataformas modernas como Netflix o incluso páginas de streaming piratas como Cuevana y Pelispedia.

Sin embargo, más allá de la comparación con servicios como Netflix, se le preguntó a este grupo acerca de otros tipos de contenidos disponibles en la televisión, como los noticieros y deportes. Sus respuestas continuaron en la misma dirección, como explica Martín (24): “Hace mucho que no veo fútbol. Si había un partido de River lo veía por internet y sino me juntaba con alguien. Noticieros no miro, sigo en las redes por ejemplo Filo News y leo *Ámbito* en el trabajo”. Cada tanto Valentina (19) mira un poco el noticiero, pero no es su elección, es algo que “está” como dice ella, como sucede en muchas casas de familia: “Quizás veo el noticiero, o sea, no me pongo a ver el noticiero, pero sí está como que escucho, pero no. No me pongo puntualmente a ver eso”.

Cuando se les preguntó qué miran a aquellos que sí ven televisión habitualmente<sup>30</sup>, más de la mitad de los encuestados respondió por “Noticieros” (53,9%). Por su parte, de los cinco entrevistados que miran televisión habitualmente, tres ven noticieros. Federico (25) explica: “Miro televisión, sí. Solamente deportes y mucho informativo, los domingos. Y a la mañana antes de salir a laburar, te miro *América 24*”. También Constanza (24), que estudia comunicación: “Por la profesión, porque el periodismo me lo inculcaron en la facu. Lo mismo que leer el diario. Ni vería. La verdad que no me llama la atención la televisión”.

En segundo lugar, con un 36,8% se encuentra la opción “Películas”. Solamente Rosalía (25) afirma ver películas en televisión abierta o por cable: “Si hay alguna película de los 80 que no haya visto a veces las miro. El otro día vi ‘*Thelma y Louise*’, que nunca la había visto entera. ‘*Viven*’, la de los rugbiers que cayeron en la montaña”.

Luego, más de un cuarto de los encuestados (28,8%) respondieron que miraban “Programas de actualidad (como *Intratables*, *Animales Sultos*, *Bendita*, entre otros)”, con un 28,8%. Federico (25) es el único entrevistado que mira este tipo de programas: “También ‘*Animales Sultos*’ cuando estaba *Fantino*, que ahora ya no lo miro más porque está *Novaresio*”. Casi la misma cantidad de encuestados eligieron la opción “Deportes” (28,6%). Este es un campo en el que la televisión aún le saca una amplia ventaja a servicios de streaming como Netflix. Sigue siendo uno de sus puntos fuertes. Igualmente, desde Netflix no están muy interesados en contenidos como deportes y noticieros, sino que han optado por invertir en otra dirección, como explicó Reed Hastings: “Dudo con los noticieros, pero deportes, videojuegos, contenidos generados por usuarios, si pensamos en las otras grandes categorías de

---

<sup>30</sup> Ver gráfico 24 de la sección A.4. del anexo.

programación, tal vez algún día podría tener sentido. Tenemos miles de millones de dólares destinados a películas y series más grandes, y animación por supuesto” (Spangler, 2020). Por otro lado, Amazon Prime Video adquirió en 2018 los derechos de transmisión de la liga inglesa de fútbol y desde 2015 ya existe un servicio de streaming dedicado a los deportes, DAZN, que transmite partidos de fútbol, baseball y básquet, entre otros deportes. Solamente dos entrevistados dijeron que miran deportes, específicamente fútbol. Leandro (23) lo hace “durante el fin de semana. Solamente veo algún partido de River, o algún otro partido, pero cada vez menos”. Luego está Federico (25), que además de la televisión, ha utilizado Cablevisión Flow para ver deportes: “Tengo Cablevision Flow, pero lo tengo más que nada por cuando quería ver algún partido de fútbol desde el celular”.

Si bien un porcentaje considerable de los encuestados afirmó ver series (21,1%) cuando ven televisión, se puede observar que las opciones más elegidas, como “Noticieros” y “Deportes” no necesitan ser vistas de manera constante para poder ser comprendidos, sino que refieren a contenidos que podríamos llamar autoconclusivos, ya que por ejemplo, una determinada noticia es noticia en un momento en particular, y al acceder a ella en dicho momento podemos informarnos y comprender todo lo que de tal hecho se conoce hasta ese punto. Asimismo, cuando vemos un partido de fútbol, a menos que suceda una cuestión extraordinaria, dicho juego comienza y termina en una única y misma ocasión, no hace falta volver al día o semana siguiente para ver si ganó uno u otro equipo. Todo esto, así como también las explicaciones que dan varios de los entrevistados, nos muestra que aproximadamente la mitad de estos jóvenes ven televisión principalmente para conocer qué está pasando en nuestro país y en el mundo, ya sea a través de una noticia o de un torneo de algún deporte.

Nuevamente Rosalía (25), la única que mira a veces películas por televisión, también explicó que mira series: “Miro el noticiero y después por ahí me gusta mucho Warner, porque tiene capítulos de ‘Friends’ o de ‘The Big Bang Theory’, ‘Two and a Half Men’, o sea, más series”. Antes ella hablaba de “Thelma y Louise” y “Viven”, ahora con series como las que nombró podemos confirmar que se trata de contenidos que tienen ya varios años, que no se estrenaron hace poco sino que son títulos que ya vieron, que a veces muchos como ella vuelven a ver o que les había quedado en la lista que todos tenemos para ver en algún momento. Algunos entrevistados que respondieron que ven series por televisión se refirieron a series que, o no se pueden encontrar en Netflix, o que cuya temporada actual todavía no se puede encontrar en dichos servicios, como es el caso de la décima temporada de “The Walking Dead”, transmitida por el canal Fox (y disponible inmediatamente después en su propio servicio Fox Play). En

Netflix es posible ver hasta la octava temporada por ahora. Constanza (24) la miraba por Fox: “Cuando estaba ‘The Walking Dead’, allá por 1920, que la ponían en Fox todos los jueves, me ponía Fox a las 8 de la noche los jueves”. Otro caso es el de ‘Game of Thrones’, de HBO, que pudo verse por ejemplo en el canal HBO en su transmisión original, los domingos a las 22hs, o luego en los contenidos de HBO dentro del servicio Cablevisión Flow o la aplicación HBO GO. Leandro (23) por ejemplo, utilizó Flow para ver esta serie: “La única vez que lo usé fue para ver ‘Game of Thrones’, porque no estaba en Netflix y me pareció bueno (el servicio)”.

Recordemos que Flow también tiene la opción de alquilar películas que se hayan estrenado recientemente en el cine. Algunas de estas, más tarde, son agregadas de manera gratuita al catálogo que viene con el servicio.

El hecho de que algunas series no se encuentren disponibles en su totalidad en Netflix, al igual que sucede con sus películas no originales, ocurre ya que la empresa firma acuerdos o licencias con las cadenas de televisión correspondientes para poder agregar sus series a su catálogo en uno o más países luego de su emisión original en alguno de sus canales. El tiempo que hay entre la emisión original de una serie y su llegada a Netflix varía entre título y título. Incluso varían los países en los que dichas películas y series están disponibles, ya que el catálogo de Netflix no es igual en todo el mundo. Algunos países tienen mucho más contenido que otros. Según el sitio Finder, en septiembre de 2019, en primer lugar se ubicaba Estados Unidos con 4091 películas y 1761 series contra las 2394 películas y 640 series de nuestro país. ¿El país con el catálogo más pequeño? Marruecos, con 39 series y 118 películas, que representan apenas el 3,3% del catálogo disponible en Estados Unidos.

Cuando Netflix firma un acuerdo de serie de estreno, garantiza que su plataforma será el primer lugar donde se podrá ver una serie de televisión después de su emisión original en la cadena de televisión correspondiente. Si bien cada acuerdo de serie de estreno es diferente, por lo general, los episodios individuales de una serie de estreno están disponibles para los miembros de Netflix una semana después de su emisión original.

Por último, con un 20,7% se encuentra la opción de “Programas de talento (como “La Voz” y “American Idol”). Al igual que las series, donde uno conoce a sus personajes en sus primeros capítulos y llega a su temporada final para ver qué va a pasar con ellos al final de la historia, estos programas suelen tener varios momentos o rondas, primero, con audiciones grabadas y más tarde, ya con un número reducido de participantes, programas en vivo con distintas rondas eliminatorias hasta llegar al ganador del concurso, muchas veces elegido por el público a través de una votación por teléfono o por redes sociales. También como en las series, muchas veces puede suceder que una parte del público deje de verlo en el camino, por

la mitad del concurso para engancharse nuevamente con el programa en su trayecto final, para conocer el desenlace del mismo. Esta estructura es una de las razones que hace que aún hoy en día, en un momento en el que mucha gente está viendo menos televisión o directamente dejó de verla, estos programas aún tengan un rating considerable, aunque cada vez menor, como es el caso de American Idol, que se estrenó en 2001 con 18 millones de espectadores por programa, contra los 8,74 de su decimoséptima temporada en 2019, o el de “The Voice”, con 11,78 millones en su estreno en 2011 contra los 8,93 de 2020.

Cada vez menos frecuentemente, aparece en nuestro país un programa que se vuelve un gran éxito que logra que muchos jóvenes vuelvan a ver televisión por un momento, como “Gran Hermano”, “Bake Off” o “Master Chef Celebrity”, pero es evidente que hace rato que consumen contenidos de entretenimiento por otro lado, como Netflix y YouTube. Valentina, que no mira televisión, sí se “enganchó” con la competencia de pasteleros, que logró una amplia conversación en redes sociales como Twitter, lo que hizo que se volviera más popular semana a semana: “Ahora estoy viendo, pero porque me enganché con un programa que dan los domingos, ‘Bake Off’, obvio. Pero nada más”. Como podemos observar, más allá de algunas excepciones, estos jóvenes utilizan la televisión principalmente para ver noticieros y eventos deportivos, especialmente partidos de fútbol.

Al preguntarles sobre qué miran más, si la televisión o Netflix<sup>31</sup>, la balanza se inclinó hacia la compañía de la N roja. Más de 3 de cada 4 (76,4%) optó por el servicio, lo que marca un claro signo de los tiempos en que vivimos. El resultado se repite prácticamente entre los entrevistados, ya que ocho de diez también afirman ver más Netflix que televisión. Federico (25) dudó un poco antes de decir que aún mira más televisión y Rosalía (25) aclaró: “Yo creo que tele. Es más fácil. Ahora igual di de baja el cable así que va a ser Netflix. Porque era muy caro. Tenía Fibertel, Cablevision, que anda bien internet pero viste que es un poco más caro”.

Recordemos que en Estados Unidos, por ejemplo, un reporte realizado por comScore reveló en 2017 que los jóvenes ya pasan más tiempo viendo contenidos audiovisuales en plataformas digitales (30 mil millones de horas en 2016) que en tv en vivo (19 mil millones).

Esta tendencia se está ampliando a lo largo del mundo, y los ejecutivos más importantes están haciendo referencia a esto, tanto en conversaciones internas de la compañía como en entrevistas y conferencias que brindan en distintos medios. Spence Neumann, el director financiero (o CFO) explicó en la última llamada de inversores del 2019 que si bien Disney+,

---

<sup>31</sup> Ver gráfico 25 de la sección A.4. del anexo.

el nuevo servicio de la compañía del ratón, tiene un gran catálogo y un gran nuevo show con “The Mandalorian”, eso va a quitarle un poco de espacio a ellos pero principalmente a la TV lineal. Destacó igualmente que la mayor parte del crecimiento de la compañía en el futuro va a provenir de la TV lineal. Así lo reafirmó también Reed Hastings en noviembre de 2019, durante la conferencia de DealBook del New York Times en la que participan líderes de distintas industrias: “La televisión lineal es una gran fuente de ingresos y tiempo que está disminuyendo y eso está impulsando el crecimiento de todas las fuentes de internet” (Spangler, 2019).

#### **4.2. El estado actual de la televisión**

Previo al avance de sitios web como Cuevana, los archivos torrent y más tarde servicios como Netflix, estos jóvenes se criaron viendo televisión. Como ellos mismos relatan, poco a poco fueron abandonando o, por lo menos, consumiendo menos este medio y resulta interesante conocer cuál es para ellos el estado actual de la televisión. Es allí donde podemos encontrar la explicación (quizás inconsciente) de este proceso y también de lo que han logrado las plataformas de streaming en los últimos años. Hay varias ideas que se repiten en las palabras de los entrevistados, entre ellas, la noción de una televisión que se quedó en el tiempo debido a la existencia de la grilla de programación. Es una televisión “desfasada”, como la llamó Fátima (19):

Es una tele creo que un poco deteriorada, podría decir. Creo que hubo cosas como Netflix que la superaron ampliamente. Quedó como desfasada en el tiempo la tele, respecto a la tecnología y el mundo actual cómo se maneja. Creo que la tele con su estructura de ‘Te pongo un programa a tal hora y tal hora’, así, quedó muy desfasada hoy en día de lo que la sociedad busca o necesita.

En el año 1983, el reconocido escritor Umberto Eco presentó su par de conceptos paleotelevisión/neotelevisión para hacer referencia a distintas etapas de la historia del medio televisivo. En un primer momento, de paleotelevisión, este medio se caracteriza por presentar una marcada oposición entre sus distintos contenidos. Como explica el autor, los programas televisivos se dividen claramente en dos categorías: los programas de información, en los que la TV ofrece enunciados acerca de hechos que se verifican independientemente de ella, y los programas de fantasía o de ficción, en donde el espectador hace uso de la llamada suspensión de la incredulidad y acepta "por juego" tomar por cierto y dicho "seriamente" aquello que es en cambio efecto de construcción fantástica. Como indicarían más tarde Casetti y Odin (1990) a partir de lo propuesto por el autor italiano, la programación se estructura a partir de una grilla

que: “Le permite al espectador elegir, y prepararse para efectuar las operaciones de producción de sentido y de afecto ligadas al contrato de comunicación correspondiente al programa elegido” (p.11).

Por otro lado, como afirma Eco (1983):

La característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público. Poco importa qué diga o de qué hable (porque el público, con el telemando, decide cuándo dejarla hablar y cuándo pasar a otro canal). Para sobrevivir a ese poder de conmutación, trata entonces de retener al espectador diciéndole: “Estoy aquí, yo soy yo y yo soy tú” (p.140).

Hoy en día y desde hace tiempo, la libertad del usuario para elegir en qué momento e incluso en qué dispositivo ver un determinado contenido es uno de los grandes beneficios que estos jóvenes perciben en plataformas como Netflix. En los últimos años, solamente series muy exitosas, como “Game of Thrones” de HBO y a menor escala “El Marginal” de la Televisión Pública, siguen teniendo un gran éxito al apostar por un horario único, que transforma el ver una serie en prácticamente un ritual que congrega a sus fanáticos frente a la pantalla en un día y hora puntual, como sucedía con la serie de fantasía los domingos a las 22hs. Tomás (21) habla de esto:

Es que es como que te estás poniendo casi una cita con un programa de televisión. En 2020 no existe, antes sí los horarios eran mucho más cuadrados, uno sabía a qué hora entraba y salía del laburo. Hoy es más plástico el horario de la gente, que de repente decís ‘Hoy salimos’. Nadie vuelve a su casa a ver el Bailando y después sale con los amigos. Creo que sí se logró en un momento con “Game of Thrones”, que eran los famosos #DominGOT<sup>32</sup>. Pero porque era una serie muy buena, basada en un libro por un escritor muy bueno. Si bien empezó muy lenta, a medida que fueron pasando las temporadas sí se creó este ritual de juntarse a ver la serie, que también terminaron creando una experiencia totalmente nueva.

---

<sup>32</sup> Con ese hashtag se referían sus fanáticos a la serie en redes sociales durante el estreno de cada capítulo los domingos. Los hashtags son palabras precedidas por el símbolo numeral, utilizados en sitios web y redes sociales como Twitter e Instagram, para organizar, agrupar y acceder a las publicaciones alrededor de un tema en común.

Otra de las ideas más presentes durante las entrevistas fue el hecho de que la televisión es un dispositivo que se dirige a personas de más de 45 años, algunos incluso explican que es consumida principalmente por personas mayores. Martín (24) explica:

Creo que la televisión hoy en día es un formato más apuntado a la gente que no usa tanto internet. Léase mayores de 45, que están acostumbrados a cierto formato y no les interesa buscarlo de otra forma. Que escuchan a Mauro Viale, mi abuela escuchaba a Leuco y decía 'Escuchalo que tiene algunas opiniones interesantes'. Son influencers de su época y quedaron marcados como el conductor de tele. Ven un poco la realidad a través de seguirlos. Y tienen una forma de pensar parecida, una ideología alineada.

Valentina (19) también habla de sus abuelas:

No, yo creo que se quedó porque lo ve más que nada, ponele, mi abuela, está todo el día pegada a la tele. Mis dos abuelas, están todo el día pegadas a la tele y no salen de eso. Todo lo que pasen en la tele, ellas lo ven. Todos los noticieros, los programas de farándula, todas esas boludeces, está ahí, sabe todo y la gente más joven creo que no le da demasiada bola.

Fátima (19), por su parte, hace referencia a toda su familia: "Mi abuela ve la tele, ¿entendés? Después mis papás ni siquiera ven tanto y yo o mi generación, casi nada". Incluso los noticieros, uno de los últimos bastiones de la televisión lineal, han perdido relevancia para estos jóvenes, con el avance de otras opciones como Twitter y sitios web especializados que utilizan para informarse. Leandro (23) habla de esto: "Los noticieros, la verdad, hoy en día seguís los diarios en las redes sociales también, como en Twitter, que es una herramienta más informativa quizás. Creo que los noticieros también están perdiendo un poco de peso". Constanza (25) lo explica claramente: "Vos en Twitter te vas a enterar primero de cualquier cosa. Y después todo el resto levanta de ahí. Todos los diarios, tipo, todo lo que es online".

Para Federico (25) lo que hace la televisión actual es "infotainment", y encuentra un motivo para esta situación:

Eso es información mezclado con entretenimiento. No hay manera de comunicarte algo de manera seria y que vos te lo puedas quedar a mirar más de 10 minutos. Porque hoy las personas de menos de 50 años o de 40 no se quedan 10 minutos viendo tele si alguien está hablando de una manera seria y sin entretenimiento. Mismo todos los programas informativos hoy ya casi son de entretenimiento, pero en el sentido de entretenerte con el mismo amarillismo, con la música de fondo que te lo hace todo terrible, con el

invitado que viene y te dice que todo se va a ir a la mierda. Como que todo es un circo, que se monta para que vos te quedes un poco viendo porque hoy la televisión creo que es un lugar en el que la gente no se queda. Hoy la gente creo que se queda mucho más en las redes que en la televisión.

Teniendo en cuenta la proliferación de programas de actualidad con múltiples panelistas al estilo de “Intratables”, no parece estar equivocado. Sin embargo, agrega: “Sigue siendo muy influyente igual, por ejemplo el programa de Mirtha, no es joda, lo ven quince millones de Martas y Oscars. Pero perdió un lugar, lo sigue teniendo pero ya no es el único lugar central de los medios”.

Por otro lado, para la mayoría de estos jóvenes los deportes todavía siguen siendo un punto fuerte de la televisión. Como explica Tomás (21):

Todo lo que es deporte, que son eventos en vivo, que se filman y se transmiten en vivo también, todo lo que es fútbol, cualquier deporte, boxeo, los eventos especiales de deportes como Mundiales de fútbol, de rugby, los Juegos Olímpicos. Ahí es donde ves las crecidas en usuarios de televisión.

Algunos como Rosalía (25) distinguen entre televisión abierta y televisión por cable, pero siempre en la misma dirección:

En los canales de aire hay muchas novelas y mucho programa ahora en el verano así de preguntas, juegos, esas cosas. No hay otra cosa que poner y te meten eso. Y después los canales de cable lo que tienen de malo es eso de que te pasan la misma película setenta veces, como que muy de vez en cuando cambian la programación.

El reclamo por la calidad de los contenidos como películas y series se repite en varios entrevistados, como es el caso de Constanza (25) que afirma: “Yo por ejemplo películas ya no veo en la televisión. Esas cosas no veo”, y Leandro (23) que explica:

Las películas y las series están siendo cada vez más obsoletas en la televisión de cable. Porque hoy en día podés no solamente usar Netflix, sino que también podés buscar una página como Cuevana o Miradetodo, PopcornTime, un montón de plataformas donde podés ver contenido medianamente actualizado y bueno.

Pero ante esta televisión que estos jóvenes caracterizan como desfasada debido a la permanencia de la grilla de programación, esta televisión que según ellos perdió la relevancia

que tenía, y que está dirigida a un público más adulto, esta televisión en la que “todo es un circo” y que ven incluso como obsoleta en cuanto a lo que refiere a las películas y las series que se pueden encontrar en ella, la pregunta que nos viene a la mente es obvia. ¿Hay una luz al final del camino para este dispositivo con tanta historia o, por el contrario, acaso estamos próximos al fin de la televisión? Veamos qué piensan al respecto.

#### **4.3. La pregunta del millón: ¿El fin de la televisión?**

La discusión acerca de si estamos prontos o no al fin de la televisión es una cuestión que ha sido explorada en profundidad por diversos autores desde hace ya muchos años. Algunos lo ven como un hecho más cercano, otros consideran que este dispositivo todavía va a dar pelea por unos cuantos años, pero lo que hay que definir primeramente para poder hablar de este hipotético hecho (o proceso, aclararán algunos) es exactamente a qué nos estamos refiriendo cuando decimos “el fin de la televisión”. Como veremos, los jóvenes entrevistados también tienen diferentes opiniones al respecto, aunque con ciertas coincidencias. ¿Acaso estamos refiriéndonos a un momento en el que la televisión desaparezca completamente de nuestras vidas y sea reemplazada posiblemente por la infinita variedad de contenido disponible en internet? No lo creo. Por lo menos no creo que esto suceda completamente. Estoy seguro de que esto no es una cuestión de blanco o negro. ¿O no es verdad que la radio sigue existiendo? Al menos por ahora.

Luego de analizar lo desarrollado por Umberto Eco (1983) al respecto de las distintas fases de la televisión a las que hemos hecho referencia anteriormente, Eliseo Verón (2007) entiende que estamos inmersos en una tercera y última etapa, luego de la Paleo TV y la Neo TV, en la que factores como la crisis definitiva de la programación y el momento de máxima divergencia entre oferta y demanda en la historia de los medios lo llevan a afirmar que “la televisión, ese fenómeno 'masivo' que conocimos, materializado en ese mueble entronizado en el living room de nuestras casas, que activaba la socialidad familiar, etc., está condenada a desaparecer” (p.33). Pero que Verón pronostique la muerte de dicho mueble no significa que nada de la televisión logre sobrevivir en el futuro.

Mario Carlón (2009) se explayará justamente al respecto, y luego de retomar a Verón y hacer referencia a los dos dispositivos y lenguajes que tiene la televisión, el grabado y el directo (o *live*), concluye: “Si hay una televisión que va a morir, que va a hacer entrar en una crisis definitiva a la programación podemos predecir que es la del grabado, disponible siempre al espectador” (p.171) Por otro lado, explica que el directo sí va a resistir, ya que: “Va a seguir generando discursos masivos a través de transmisiones de acontecimientos globales (...) Por

otro, se mantendrá intacto como lenguaje” (p.171). Si nos guiamos por lo que explican estos jóvenes acerca de lo que suelen ver en televisión, parecería que Carlón está en lo cierto. Rara vez hacen referencia a contenidos grabados. Como ya vimos, aquellos que aún miran televisión generalmente suelen ver noticieros y eventos deportivos.

Carlos Scolari es otro de los autores que analiza el devenir histórico de este dispositivo y retoma la definición de medio de Verón para preguntarse en qué radica el cambio que estamos presenciando. Ya que entiende al igual que el autor que un medio de comunicación es una articulación de un soporte tecnológico más una práctica social, Scolari (2009) aclara que “el proceso más rico se está dando fuera de las pantallas, en las relaciones que se crean entre la televisión y otras tecnologías aledañas” (p.197). Va a desarrollar así su concepto de “hipertelevisión” dentro de la cual engloba a la crisis del broadcasting, la atomización de las audiencias y las experiencias interactivas de sus nuevos televidentes. Algunas características de esta hipertelevisión son la multiplicación de programas narrativos, con series de elencos numerosos, como “Los Soprano” y “Desperate Housewives”, la aceleración del relato, tanto en noticieros como en ficción, además de relatos no secuenciales con una exageración del uso del flashback y el flashforward.

Si bien Scolari (2009) está de acuerdo con Carlón (2009) al considerar que el vivo en la televisión va a resistir y que la grilla de programación está próxima a una crisis definitiva, no cree que el grabado vaya a desaparecer, ya que: “La hipertelevisión, en todo caso, privilegia el contenido grabado on-demand” (p.202). Una idea con la que estamos de acuerdo ya que, por mencionar un caso, como podemos ver con proveedores de televisión por cable como Cablevisión, ya se han estrenado algunas series directamente en su servicio de streaming Cablevisión Flow sin que pasen primeramente de manera completa por la tan conocida grilla de programación, como es el caso de la miniserie “El Lobista”, que también se emitió por Canal Trece y TNT, junto con otras series disponibles únicamente en el servicio.

Los tanques de la ficción en televisión como “Game of Thrones”, si bien seguramente surjan cada vez en menor cantidad, son otro ejemplo de la resistencia del grabado en la televisión. En todo caso, en este proceso de adaptación y modernización al que se ven sometidas empresas como la mencionada, el grabado seguirá existiendo, solo que no solamente en un momento y lugar determinado, sino que estará disponible para que el espectador elija cuándo y cómo verlo.

Como adelantamos previamente, es posible encontrar distintas ideas acerca de qué sucederá con la televisión de aquí en adelante en las respuestas de los entrevistados. Con la excepción de Tomás (21) que lo ve como una posibilidad “en unos años muy a largo plazo”,

ninguno de ellos asegura que la televisión vaya a desaparecer definitivamente en algún momento. Un par, quizás más optimista, afirma rápidamente que la televisión se va a poder reinventar con el tiempo. Sin embargo, la mayoría considera que la va a tener muy difícil contra plataformas como Netflix, que siguen una dinámica completamente distinta a la de la grilla de programación, con su modelo de contenido on demand, para consumir cuando y donde uno quiera, algo que dañó duramente al grabado en la televisión. A pesar de esto, todos entienden que determinados tipos de contenidos, como los noticieros y los eventos deportivos, van a sobrevivir a los procesos de cambio de producción y consumo de contenido audiovisual. Como Franco (21), que opina:

El noticiero es algo que no va a dejar de existir. Los deportes, por las noticias. Porque sinceramente la gente ve más las noticias que leer el diario entonces como que eso no va a dejar de suceder. Entonces eso ya a la televisión le suma un par de puntos.

Por su parte, Leandro (23) hace una aclaración sobre la transmisión de eventos deportivos:

Que no te extrañe que se haga una plataforma para ver solamente eventos deportivos, de streaming paga también como Netflix. No creo que sea pronto la muerte de los noticieros porque hay una generación todavía que los ve mucho. Si van a desaparecer, va a ser dentro de muchos años.<sup>33</sup>

Constanza (25) pertenece al dúo de los optimistas, ya que considera:

La televisión se tiene que adaptar como la radio. Son medios que siento que no van a morir, porque marcaron un hito en lo que son los medios de comunicación. Pero sino se adaptan lo más probable es que mueran. El tema es que ahora la televisión mecha mucho lo que es redes sociales, porque para mí, primero siempre está Twitter. Entonces vos en Twitter te vas a enterar primero de cualquier cosa. El resto levanta de ahí. Si se sabe adaptar y poder jugar con esas cosas creo que se va a mantener pero lo obsoleto de la noticia en televisión o el programa de chimento y eso, no sé.

Valentina (19) completa el par al afirmar con suma confianza que “todo lo que son noticieros yo creo que tiene que seguir estando. Quizás las películas o las novelas ya no sea factible o rentable, porque la gente empieza a ver al hilo, todo seguido a su ritmo”. Al igual

---

<sup>33</sup> Por supuesto, ya existen algunas apps de streaming de deportes, como la ya mencionada DAZN.

que autores como Verón (2007), Carlón (2009) e incluso quien escribe, estos jóvenes entienden que el directo en la televisión resistirá al paso del tiempo y que, a su vez, la grilla de programación está pasando por un momento crítico en su historia. Nadie puede dudar que el consumo ha cambiado. El hecho de poder elegir qué ver, cuándo y de qué manera es sumamente valioso y aprovechado por cada vez más personas en todo el mundo.

Por otro lado se encuentran aquellos entrevistados que ubican a la televisión en un momento muy difícil de su historia, como Tomás (21) que explica:

Está perdiendo mucho terreno con todas las plataformas digitales de streaming de contenido, series, películas, todo. Y me animo a decir que hay otras plataformas que también están empezando a ganar un poco más de terreno, son más de nicho, pero todo lo que es streaming de videojuegos está empezando a ganar un poco más de contenido, sobre todo en los más jóvenes.

Cabe destacar la idea que tienen algunos entrevistados acerca de cuáles son los límites de la televisión o qué entienden cuando hablamos de ella, como explica Franco (22):

La televisión, o sea Netflix, YouTube, es una extensión de la televisión de alguna manera. La televisión va a ser pensada de distinta manera, no que va a dejar de existir. Porque vos cuando estás viendo algo por una pantalla, ya para mí eso es televisión, ¿entendés? Yo creo que no van a existir tantos canales o cadenas que te ofrezcan cosas sino más empresas, que de alguna manera terminan siendo canales, pero en vez de haber una programación vos podés armarte tu propia programación de manera más doméstica en cuanto a lo que tenés para ver ahí.

Martín (24) también habla de lo que vemos “por una pantalla”, lo audiovisual:

La televisión como formato televisivo probablemente sí (desaparezca). Es lo mismo que te diga que en unos años, por ahí YouTube no existe. Va a ser otra plataforma. Van a seguir siendo videos. La imagen audiovisual claramente no va a dejar de existir. En ese sentido la tele no deja de existir como canal de transmisión audiovisual. Sí como canal de televisión.

Ciertamente coincide con el sentido general de lo que proponen. Hoy en día se hace cada vez más difícil delimitar qué es televisión y qué no. ¿Es acaso mirar una serie en un celular ver televisión? ¿Y un noticiero en un canal de YouTube o por Cablevisión Flow desde nuestra computadora? Entiendo que sí. Podemos preferir ciertas formas de ver televisión y seguro

algunas ofrecerán una mejor calidad de imagen y sonido que otras pero en definitiva estamos accediendo al mismo contenido. Tal vez mirar desde un celular o una laptop no sea el consumo específico que tuvieron en mente los productores de dichos contenidos pero efectivamente se está dando. Podríamos decir simplemente que estamos viendo contenidos televisivos para tratar de escapar a la dura discusión sobre qué es televisión y qué no, pero aún así seguramente algunos puristas del histórico aparato evidenciarían su desagrado. En lo que seguramente estemos todos de acuerdo es que es una cuestión más que interesante.

Al hablar como hace Franco (22) de “armarte tu propia programación de manera más doméstica en cuanto a lo que tenés para ver ahí”, o como Valentina (19) que dice que la gente puede ver “todo seguido a su ritmo”, estos jóvenes, aunque tal vez no tan explícitamente, están de acuerdo con autores como Verón (2007) que pronosticaba que ese aparato televisión como fenómeno masivo estaba condenado a desaparecer. Hacen referencia a un momento en el que este mueble (como decía el autor) dejará de existir dejándole su lugar a una televisión o, mejor dicho, un consumo de televisión diseñado por cada uno de nosotros. La evidencia de este proceso es contundente. El rating de programas con una larga trayectoria bajó significativamente en los últimos años (el caso paradigmático en nuestro país seguramente sea el de “Showmatch”) y tal como explica el especialista en medios Martín Becerra:

La posterior masificación de la televisión de pago y la segmentación de esas audiencias y, más tarde, de Internet y de los dispositivos móviles, con su secuela de nuevas plataformas de video (YouTube) o de acceso a demanda y streaming (Netflix, HBO GO) destronaron a la TV abierta y limitaron su capacidad de realización de superproducciones y estelares. (párr.4)

Cada vez en mayor medida, el contenido está allí, al alcance de nuestra mano. Y somos nosotros los que decidimos cuándo, dónde y cómo hacernos de él. A modo de conclusión, como una predicción realizada esta vez desde la propia industria de la televisión, vale recordar lo que explicó el CEO de Netflix, Reed Hastings, durante la conferencia de New York Times Dealbook en noviembre de 2019, con respecto al futuro de la televisión lineal: "Creo que lo que llevará los deportes a Internet será la resolución 4K, no creo que la industria de televisión abierta pueda convertirse ahí. No estoy seguro acerca de las noticias. Lo que probablemente sucederá en la televisión lineal es un descenso lento a lo largo de muchísimos años. Piensa en la televisión abierta, cómo fue perdiendo share contra la televisión por cable, 2% o 3% de share por 25 años. O piensa en los teléfonos fijos contra los celulares. El teléfono fijo descendió muy lentamente. Incluso AOL (conexión dial up) descendió lentamente, superada por la banda

ancha. No creo que haya una muerte en el corto plazo, el cable solamente se desviará. Y recuerda que las compañías de cable ofrecen banda ancha, entonces ganarán dinero mientras nos vendan paquetes de internet de 1 GB" (CNBC Television, 2019).

## Capítulo 5. Los jóvenes y las películas

En el siguiente eje de investigación se analizarán las respuestas de aquellos encuestados que afirmaron ver más películas que series y documentales en Netflix. Recordemos que de 440 encuestados, un 11,1%, es decir 49 de ellos, eligieron “Películas” por sobre los otros tipos de contenido. De esta manera, las preguntas que se encuentran en este capítulo fueron respondidas por este subgrupo, que opta en mayor medida por ver películas antes que los otros tipos de contenido. En capítulos posteriores se hará lo propio con quienes eligieron la opción “Series” y quienes prefieren los documentales.

### 5.1. Géneros favoritos

Al preguntarles acerca de sus géneros de películas favoritos<sup>34</sup>, los encuestados tuvieron respuestas bastante variadas, pero hubo un género que primó sobre los otros con una mínima diferencia: la comedia (61,2%). En segundo lugar, se encuentran las opciones “Drama” y “Romántica”, empatados con un 55,1% de encuestados que las eligieron. “Thriller/Suspense”, por su parte, obtuvo un considerable 46,9%. Todos ellos géneros que tienen una enorme cantidad de títulos en la plataforma, teniendo en cuenta los cientos de comedias, dramas, películas románticas, y thrillers disponibles en el servicio.

En los entrevistados no se repitió el primer lugar que obtuvo la comedia en los encuestados, pero sí se destacó el género dramático, como el caso de Fátima (19), que habló de su predilección por las películas dramáticas: “Creo que va por la diversidad de historias. Como que en el drama te podés encontrar cualquier cosa, puede ser drama de algo familiar, algo de romance o de la sociedad, que le pasa algo”. Esto es así ya que el drama, podríamos decir, es el género que engloba a todos los géneros, el género madre del cual se desprenden tantos otros como la comedia, el romance y la tragedia, entre otros. El término “drama” es de origen griego, y significa “hacer” o “actuar”.

En la encuesta realizada por Statista en diciembre de 2018 sobre los géneros de películas más populares entre los adultos estadounidenses, el género “Comedia” también fue el más elegido junto con el de aventuras (ambos con 90%).

Cabe aclarar que en la era de las recomendaciones personalizadas también encontramos contenidos cada vez más personalizados, en los que se fusionan distintos géneros para tratar de lograr el producto más atractivo para cada tipo de usuario. Es por esto que podemos encontrar

---

<sup>34</sup> Ver gráfico 26 de la sección A.4. del anexo.

desde comedias de acción hasta dramas de fantasía. Cada vez encontramos menos ejemplos de películas que remiten estrictamente a la comedia como muchas de las de Steve Martin, Robin Williams y Ben Stiller, o películas de acción como los clásicos de Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone y Jean-Claude Van Damme.

Es interesante el caso de las películas de superhéroes del universo Marvel, que en muchos casos no se trata de “películas de superhéroes” y nada más. “Thor: Ragnarok” es básicamente una comedia en una Roma espacial, el argumento de “Captain America: Winter Soldier” remite a un clásico film de espías (con un soldado con superfuerza, un antagonista con un brazo biónico y un hombre con una armadura de pantera en el medio), y “Spider-Man: Far from Home” es una clara película *coming-of-age*, en la que crecemos con el Niño-luego-Hombre Araña Peter Parker. Con más de 20 películas enmarcadas en lo que Marvel llama fases, la empresa tuvo lugar (y una gran predisposición debido a su éxito) para probar cosas nuevas, mezclar géneros, revolucionarlos y por qué no crear algún otro. Si bien la comedia en general puede considerarse un género mayor, ¿cuántas comedias de superhéroes podrías nombrar fácilmente? Tal vez “Deadpool” y su secuela, “Thor: Ragnarok” y... bastante difícil, ¿verdad?

Por medio de esta combinación de géneros en la que incursionaron estas exitosas películas de superhéroes, podría argumentarse entonces que estas películas fueron disputando el lugar de representantes más tradicionales de los respectivos géneros, como la comedia “¿Qué pasó ayer?” del año 2009. Incluso si no tomaron su lugar, nadie puede dudar que muchas veces lograron un mayor éxito que sus contrapartes ambientadas en el mundo real, con personas comunes y corrientes sin superpoderes ni escenas de acción con efectos generados por computadora que pueden verse en 3D en pantallas IMAX.

Las respuestas de los encuestados y entrevistados nos dan un buen indicio acerca de qué tipo de películas prefieren. En el caso de Ludmila (22) (junto con más del 60% de los encuestados), ella prefiere las comedias. Así lo explica:

Generalmente veo comedias. Como que me hago un tiempo para ver una película los fines de semana y me gusta ver algo lindo. Sé que hay películas de drama muy buenas, con buenas actuaciones, pero prefiero ver algo que me va a hacer reír, y aparte hay muy buenos actores cómicos también.

Algunos podrían decir que el hecho de que veamos cada vez menos comedias estrenándose en los cines y que a su vez este sea el género más elegido por este target es algo extraño, pero no tendría que sorprendernos tanto. ¿Qué comedias están viendo en Netflix? O más específicamente, ¿de cuándo son? En los los 90’, películas como “Loco por Mary”, “El

Profesor Chiflado”, “Ace Ventura”, “American Pie” eran éxitos de taquilla, y hoy en día muchas de ellas se han ganado un estatus de culto entre los seguidores del género. En la década del 2000, otras como “Superbad”, “Virgen a los 40”, “Stepbrothers” y la británica “Shaun of the Dead” fueron grandes exponentes del género, con la mencionada “¿Qué pasó ayer?” de 2009 logrando un récord de recaudación de más de 467 millones de dólares internacionalmente. Pero la historia fue cambiando un poco más tarde. De manera progresiva, muchos actores cómicos como Steve Carell, Adam Sandler o incluso nuestro propio Guillermo Francella dieron un salto hacia el género dramático, mientras que las películas de superhéroes, con sus grandes eventos cinematográficos y espectaculares batallas fueron ganando cada vez más lugar en la pantalla grande y el mundo en general se volvió un lugar en el que cada vez se puede bromear sobre menos cosas. Y tampoco es que queramos hacerlo.

No por nada los Oscars no tienen anfitriones hace dos años, nadie quiere opinar sobre nada por miedo a ofender a alguien, y mucho cuidado con hacer un chiste sobre algo medianamente polémico. Podrían llegar a “cancelarte”, verbo con el cual se hace referencia a la pérdida de apoyo, amplio criticismo e incluso exilio de la industria al que se somete a individuos que realicen acciones que el común denominador de las personas (sea lo que sea eso) puedan percibir como ofensivas. La línea entre lo que es verdaderamente ofensivo y lo que no es cada vez más borrosa. Es por esto que el inglés Ricky Gervais es uno de los pocos cómicos que sigue oficiando de presentador en ceremonias como la de los Globos de Oro, aunque constantemente se ve presionado a explicar que todo lo que dice en sus monólogos “es solamente un chiste”. Su actitud de “No me importa lo que digan, es todo un chiste” es lo que lo hace más gracioso todavía. O no. Depende de quién esté mirando.

Como explican algunos entrevistados, las comedias que están viendo en la plataforma son comedias que, en general, ya tienen varios años, películas que ya vieron en su momento o que nunca se estrenaron en el cine en el país, por lo que solamente las pudieron ver al utilizar el servicio. Podría decirse entonces que, de manera progresiva, este target fue dejando de ver comedias en el cine para verlas por servicios de streaming como Netflix y Amazon Prime Video, sitios como Cuevana y Pelispedia y la cada vez menos ocasional comedia por televisión abierta o por cable.

¿Qué hay de las opciones que quedaron en segundo lugar, “Drama” y “Romántica”? Recordemos que el género romántico obtuvo el mismo porcentaje que el drama (55,1%) entre los encuestados, pero solamente dos entrevistados hicieron referencia a este género. Nuevamente en relación a la combinación de géneros de la que hablamos anteriormente, la comedia romántica es un género clásico que si bien ha visto mejores días, como durante los

años 90 con películas como “Pretty Woman” y “Cuatro Bodas y un Funeral”, ha resistido al paso del tiempo, aunque con algunas transformaciones, claro. Martín (24) habló de este tipo de películas:

Cuando veo alguna película, suelo ver algo más light, para pasar el tiempo, no sé, me sale el género comedia romántica pero no sé si es lo que quiero decir. Viste el actor este Joaquin Phoenix del Guasón, justo antes de verla había visto una película en la que está él y Emma Watson.

En tercer lugar se ubicó el género “Thriller” con un 46,9%, pero no fue nombrado por ninguno de los entrevistados, aunque sí lo hicieron al hablar de sus géneros de series favoritos, como veremos más adelante. El género que sí apareció en las respuestas de algunos entrevistados fue el de “Acción y aventuras”, que obtuvo un 40,8% de adhesión por parte de los encuestados. Tomás (21) es un fanático del género:

La acción porque tiros y explosiones hay en todas las películas, pero si la trama está buena, si los personajes están buenos, si los actores son más o menos copados y la saben llevar, siempre es divertido. Son muy pochocleras, bien yankis, entonces para verlas estando solo o en compañía está bueno. Es como ‘la vieja y confiable’, el género acción.

Por último, el género Ciencia ficción también tiene algunos adeptos entre los entrevistados, más allá del 32,7% de los encuestados que la eligió como uno de sus géneros favoritos. Valentina (19) es una de ellos: “Me divierte, más que nada. Como que me dan ganas de seguir viéndolo, no como otros que digo ‘Qué embole’. Quizás porque es algo distinto, más diferente a la realidad”.

## **5.2. Países de origen**

Al preguntarles sobre el origen de las películas que miran en la plataforma<sup>35</sup>, como ya todos estaremos pensando, la mayoría de los encuestados (95,9%) eligió la opción “Estados Unidos”. Si bien en los últimos años el público argentino estuvo cada vez más expuesto a cines de muchas partes del mundo, como España, Inglaterra y, de manera ocasional, Corea del Sur entre otros, el poderío de la industria cinematográfica estadounidense sigue haciéndose notar año tras año con sus múltiples estrenos a los que asisten millones de espectadores. El dinero sigue estando en Hollywood. Si la calidad está o no allí es una discusión para otro momento.

---

<sup>35</sup> Ver gráfico 27 de la sección A.4. del anexo.

En un momento en el que el premio de la Academia a mejor película (no solamente extranjera) fue por primera vez en la historia para un filme no estadounidense como la surcoreana “Parasite” de Bong Joon Ho en 2020, este tipo de sucesos siguen siendo rarezas entre tantos premios que se reparten los estudios norteamericanos. Pero por lo menos suceden. Es evidente que algo ha cambiado en la industria del cine y sus espectadores en general, ahora cada vez más abiertos a ver películas que no empiecen con la dama de la antorcha de Columbia Pictures o el monumento de 20th Century Studios (ex 20th Century Fox, recientemente adquirida por Disney).

Sin embargo, los números hablan por sí solos. De las 25 películas más vistas por los argentinos en 2019, 22 son estadounidenses, según el relevamiento de Cines Argentinos (<https://www.cinesargentinos.com.ar/>). Las tres restantes son las argentinas “La Odisea de los giles” (quinto lugar), “El cuento de las comadreja” (decimonoveno lugar) y la brasilera “Nada que perder 2” (vigésimotercera). ¿El Top 3? En primer lugar, “Toy Story 4”, con 6.620.000 espectadores, seguida de “Avengers: Endgame” (3.890.000 espectadores) y “El Rey León” (3.600.000). Entre las tres recaudaron más de 53 millones de dólares en nuestro país según datos de Box Office Mojo (<https://www.boxofficemojo.com>). Y más de 5528 millones en todo el mundo. Como se dijo anteriormente, el dinero sigue en Hollywood.

¿Y qué pasó en Netflix? Como ya sabemos, la empresa no libera sus datos de rating como lo hacen canales de televisión tradicionales u otras plataformas, pero sí anunciaron cuáles fueron las 10 películas originales de Netflix más vistas por sus usuarios argentinos. Si bien la mayor parte de sus películas sigue siendo de origen estadounidense, Netflix ha estado formando cada vez más alianzas con directores y estudios de distintos países del mundo con el objetivo de realizar contenidos específicos para los países en donde se encuentra disponible su plataforma. Volviendo al Top 10 de películas, ocho de ellas son películas norteamericanas, como “Triple Frontera” y “Misterio a bordo”, y solamente una es de origen argentino, “El potro, lo mejor del amor”, sobre el reconocido cantante cordobés Rodrigo (Clarín Espectáculos, 2019). La décima es “Los Dos Papas”, y se trata de un claro ejemplo de las alianzas de las que estábamos hablando. Es un caso atípico que podría considerarse de origen americano por ser de Netflix, pero que tiene a un director brasilero, Fernando Meirelles y fue filmada en Italia y Argentina, para representar la vida de José Bergoglio antes de convertirse en el Papa Francisco. Tal vez en ese sentido el público argentino (y quien escribe) también la puede considerar un poco argentina, lo que seguramente llevó a que fuera una de las películas más vistas en nuestro país. Sea como sea, la predominancia estadounidense en la pantalla grande también se replicó en la chica.

Hace tiempo ya que se está hablando en nuestro país acerca del boom de las series españolas, con exponentes como “La Casa de Papel”, “Merlí”, “Élite”, “Velvet” y “Vis a Vis”, entre otros títulos que cautivaron a una gran cantidad de espectadores argentinos. Factores como la cuestión idiomática, no tener que leer subtítulos y encontrarnos frente a personajes bastante parecidos a nosotros, con costumbres similares, seguramente tengan algo que ver con este hecho. Poder entender e identificarnos más fácilmente con un otro que nos interpela desde la pantalla surte efecto a la hora de atraer más a una gran parte del público argentino. Que muchas de estas series instalen en sus espectadores nuevas preguntas y misterios continuamente, y que tengan a su vez algunos giros melodramáticos son ingredientes que aumentan más y más dicha atracción. Pero estos espectadores no solamente ven series de España, sino que como afirma un considerable grupo de encuestados (61,2%), también suelen mirar muchas películas españolas en Netflix, como “Perfectos desconocidos” (remake de la película italiana homónima), “Contratiempo”, “Toc Toc” y “El Bar”, entre otras. En marzo de 2020, dos películas españolas estuvieron entre lo más visto en Argentina: “El Hoyo” y “Hogar” (Esains, 2020).

Al respecto, varios entrevistados afirmaron que se trata de películas que tal vez no verían en el cine, pero a las que sí les dan una oportunidad al estar incluidas dentro del catálogo de la plataforma. Como tampoco suelen estrenarse muchas películas españolas en nuestros cines, podría decirse que el visionado de este tipo de películas se da más que nada en las casas, en servicios como Netflix o Flow. Por ejemplo, Constanza (24) explicó:

Las películas españolas que he visto en Netflix me gustaron bastante. Un par más o menos, pero están buenas, tienen buena producción. Algunas son medio oscuras. Tal vez no las iría a ver al cine porque no conozco tanto a los actores, pero en Netflix ya están ahí y la ves.

Las películas argentinas, por su parte, ocupan el tercer lugar en las respuestas de los encuestados, con un 51% de este subgrupo que afirma ver películas nacionales en el servicio. Como se afirmó previamente, dos películas argentinas, “La Odisea de los giles” y “El cuento de las comadreja” formaron parte del Top 25 de las películas más vistas por los argentinos en cines en 2019, en la quinta y decimonovena ubicación, respectivamente. Las dos poseen un elenco con actores de renombre como Ricardo Darín, Luis Brandoni (que trabaja en ambas), Graciela Borges y Oscar Martínez, entre otros. De estas dos películas, solamente “El cuento de las comadreja” se encuentra disponible en Netflix. Otras películas argentinas disponibles en

el servicio son “El ciudadano ilustre”, “Mi obra maestra”, “Esperando la carroza” y “El potro, lo mejor del amor”.

Con un porcentaje considerable se ubica Inglaterra en cuarto lugar (40,8%). En la plataforma es posible encontrar desde películas de culto inglesas como “Trainspotting” y algunos títulos del grupo de humoristas Monty Python, hasta películas más recientes como “El discurso del Rey”, “La Teoría del Todo”, “Paddington 2” o incluso algo como “Black Mirror: Bandersnatch”, aquel experimento en forma de película interactiva que se desprendió de la reconocida serie “Black Mirror”, en el que el espectador puede elegir cómo continuar la historia, producido por la propia plataforma.

Más lejos se ubican opciones como Francia (20,4%), Italia (8,2%) y Brasil (6,1%). Ninguno de los entrevistados se refirió a alguno de estos países en sus respuestas. De esta manera, lo que sucede en nuestros cines, donde películas de Estados Unidos llevan la delantera en cuanto a cantidad de estrenos y espectadores, seguidas de películas nacionales y, más tarde, películas de países como Inglaterra o Brasil, se replica en la plataforma de la N roja.

Hablando de cine, uno podría pensar que con el advenimiento de servicios como Netflix y Amazon Prime Video, estos jóvenes están viendo menos películas en la pantalla grande. Pero para mi sorpresa, si bien pensaba que por lo menos la mitad de ellos comprobaría esta hipótesis, nueve de los diez entrevistados afirmaron que no están yendo menos al cine desde que tienen Netflix. Solamente Federico (25) lo hace y reflexiona:

Hay contenido de Netflix que claramente no está en el cine y porque además digo ‘Che, hoy es sábado, me veo una película con mi novia’ y a veces sí nos pinta ir al cine, pero a veces es ‘Pedimos helado y vemos una película en Netflix’. Tiene ese tipo de comodidad, pero igual cuando sale algo en el cine que me gusta de verdad, que yo sé que me motiva, la voy a ver al cine primero.

Muchos de los otros entrevistados explican que no están yendo menos al cine porque Netflix no tiene los últimos estrenos ni tampoco sube esas películas a su plataforma pasado unos meses. Rosalía (25) afirma: “Creo que al cine no porque esta cuestión que Netflix te pone cinco años después algo que sale, entonces la vas a ver cuando sale”. También Valentina (19):

Debo ir igual, porque las cosas que se estrenan no las puedo ver en Netflix. No espero a que estén en Netflix y dejo de ir al cine. Quizás alguna la quiero ver pero el tráiler no me copa tanto y espero y la descargaré de algún lado.

El factor de la comodidad del cual habla Federico (25) no es de mucha importancia para el resto, que valora más poder ver películas de estreno. Sin embargo, como explica Constanza (24), en una salida al cine entra en juego otro factor relevante, el precio:

Pasa que en la Argentina es re caro ir al cine. He ido sola al cine, o sea, a ese nivel que me gusta. Pero si estás vos solo es re caro para una persona sola, porque de última vas de a dos y pagás 2x1 y ya está, pero hay pocos beneficios para uno. Pero si hay una película que vale la pena voy. No me influye. Y aparte en Netflix no está lo nuevo.

Más allá de la difícil situación de las salas de cine que debieron cerrar en 2020 debido a la pandemia de coronavirus, distintos estudios han concluido que los servicios de streaming como Netflix no están matando al cine. Parece ser que eso solamente es un mito, ya que como explicó el analista de medios digitales Michael Pachter en abril de 2019 en diálogo con CNBC: “Netflix y la expansión de plataformas de video on demand por streaming tendrán un impacto mínimo en la taquilla dada la vasta oferta de contenido, mucho del cual es ideal para el estreno en cines, y la mayor parte de los talentos se oponen feroz y contractualmente a un estreno directamente en streaming” (Pachter, 2019). Charles Rivkin, el CEO de la Asociación Cinematográfica de Estados Unidos dijo “Todo el mundo tiene una cocina, pero todos salen a comer afuera todavía” (Rivkin, 2019). Como explica Fátima (19): “No siento que dejé de ir al cine por Netflix, me parecen dos cosas distintas y que una cosa no afecta la otra”. Es más, un estudio de la consultora EY encontró en diciembre de 2018 que aquellos que iban al cine más frecuentemente también tendían a consumir contenidos por streaming más frecuentemente.

Sin embargo, que Netflix no esté matando al cine no significa que los cines no deban reinventarse para sobrevivir en un mundo con cada vez más opciones de entretenimiento. Es por esto que algunas cadenas estadounidenses como AMC y Regal Cinemas adoptaron modelos de suscripción de servicios como Netflix a través de los cuales los clientes pagan un abono mensual que ronda los 25 dólares para asistir al cine las veces que quieran dentro del mes.

En un mundo pos-COVID 19 será interesante observar si la gente volverá al cine como antes o si ya nos hemos acostumbrado demasiado al streaming y la comodidad de nuestros hogares<sup>36</sup>. Por lo pronto, parece que la mayoría no tiene demasiadas ganas de regresar a las

---

<sup>36</sup> Desde mediados de marzo del 2020, mientras la pandemia de coronavirus se expandía cada vez más, muchos países fueron instalando medidas de distanciamiento social y órdenes de quedarse en casa. Argentina, por ejemplo, entró en cuarentena el 20 de marzo. A partir de este momento, con la gente en su casa durante todo el día sin poder realizar actividades como salir con amigos, ir al cine o incluso ver deportes ya que fueron cancelados durante los primeros meses de la pandemia, muchísimas personas se volcaron al streaming para ocupar su tiempo libre. Luego de cerrar el primer cuarto del año, Netflix había logrado obtener casi 16 millones de suscriptores internacionales nuevos. El *binge-watching* se disparó alrededor del mundo y, con más tiempo en los hogares, muchos

salas, como indicó un estudio realizado en mayo por la consultora Performance Research con la participación de mil estadounidenses, donde el 70% afirmó que preferirían ver un estreno en sus hogares antes que en cines, respuesta que obtuvo el 13% (junto con un 17% de “No sabe/No contesta”). Ya de cara al futuro, un 37% respondió que luego de la pandemia irá menos al cine en general e incluso un 10% dijo que tal vez no volvería a pisar una sala de cine. Una cifra impactante, pero totalmente entendible.

### 5.3. “¿Qué hay para ver?”

Como vimos al analizar lo que menos les gusta de la plataforma, es interesante el hecho de que algunos entrevistados tienen varias quejas con respecto al catálogo de películas de la plataforma. Por ejemplo, Federico (25) destacó enfáticamente que le molesta cómo se maneja el catálogo de películas: “Me parece que le faltan películas clásicas y no me gusta que había muchas películas que antes estaban y las levantaron”. Rosalía (25) también habla al respecto: “Hay muchas películas muy viejas, de los noventa y ochentas. O de los 2000. Pero algunas más nuevas también tardan un montón de tiempo en subirlas. Está bueno que tengan producciones propias, que hace que estén al toque”. Esto no ha de extrañarnos, ya que hace varios años que la empresa empezó a prestar más atención a las series que integran su catálogo que a las películas.

Según un reporte del motor de búsqueda de streaming Reelgood de febrero de 2020, desde 2010 su catálogo perdió más de 3 mil películas. De 6755 títulos que tenía una década atrás, pasó a tener un poco más de 3700, un 45% menos. Esto no significa que haya dejado de lado algo como la producción de sus propias películas, sino que ya no se concentra tanto en adquirir las licencias de películas de otros estudios. El propio Ted Sarandos, jefe de contenido de la compañía, habló en noviembre de 2019 acerca de un futuro en el que no sería nada raro que todo lo disponible en la plataforma fuera contenido original de Netflix: “Creo que de alguna

---

aprovecharon para probar otros servicios de streaming como Peacock y Disney+, que para agosto ya tenía más de 60 millones de suscriptores, luego de su lanzamiento en diciembre de 2019.

Por otro lado, la pandemia provocó el cierre de las distintas producciones que se estaban llevando adelante tanto en Hollywood como en los distintos servicios de streaming. Si bien esto retrasó el estreno de algunos de sus contenidos, Netflix fue el servicio que quedó en mejor posición en cuanto a cantidad de títulos disponibles para estrenar a lo largo del año, debido a sus altos niveles de inversión en comparación con otras plataformas. Disney+, por ejemplo, tuvo que pausar la producción de sus series de Marvel, pero su serie del universo de Star Wars, “The Mandalorian”, tuvo un gran éxito. También decidió estrenar su película “Mulan” con un precio extra en su plataforma, luego de postergar varias veces y finalmente cancelar su estreno en cines. Netflix y Amazon, por su parte, compraron películas que iban a estrenarse en cines durante el año y las estrenaron en sus servicios como contenidos originales. Por su parte, la televisión lineal se vio afectada por el giro del público hacia actividades como ver contenidos en streaming y jugar videojuegos, con muchas personas que decidieron ahorrar dinero en tiempos difíciles al darse de baja de sus paquetes de televisión paga, un fenómeno conocido como *cord-cutting* (cortar el cable).

manera u otra llegaremos allí” (Spangler, 2019). Más allá de este deseo por parte de sus directivos, la realidad indica que por ahora la visualización de títulos bajo licencia sigue siendo ampliamente superior al de contenidos originales, con un 63% frente a 37% en los Estados Unidos, según un informe de la consultora 7Park Data analizado por Variety en julio de 2019.

Sin embargo, ya es posible observar un cambio enorme entre el catálogo de Netflix hace unos años atrás comparado al de la actualidad. En 2013, en Estados Unidos, Netflix tenía más de 9000 títulos entre películas y series, con apenas 8 títulos originales de la plataforma. Para febrero de 2020, ese número bajó a 5838 títulos (un 35% menos), pero 1097 de ellos son contenido original de Netflix (Clark, 2020).

Por otro lado, con respecto a sus propias películas, en el año 2014 la plataforma tenía apenas tres películas originales. Actualmente tiene más de 500, con títulos reconocidos como “El Irlandés” de Martin Scorsese y “Roma” de Alfonso Cuarón. Pero no es en las películas donde la compañía dirigió sus mayores esfuerzos. Como podremos ver en la próxima sección de este trabajo, la inversión más importante se llevó adelante en sus series.

## Capítulo 6. Los jóvenes y las series

En esta sección analizaremos las respuestas de aquellos encuestados que ven más series que películas y documentales, ya sean originales o licenciadas. Como vimos anteriormente, este grupo representa la enorme mayoría de ellos, un 87,2%, es decir, 384 de las 440 personas que respondieron la encuesta.

Por series licenciadas (o bajo licencia) se hace referencia a aquellas series no producidas por Netflix, sino por compañías como NBC o Warner, a quienes Netflix les paga por poder transmitir dichos contenidos por un cierto tiempo, a veces a nivel global y otras a alguna región o país en particular. Como se adelantó cuando se analizó qué mira en televisión este target, es por esto que el catálogo de Netflix no es igual en todo el mundo<sup>37</sup>. Algunas series están disponibles en un país y en otros no. También puede suceder que la serie esté disponible en dos países distintos pero que en uno tenga más temporadas que en otro.

Por esta razón, hace tiempo que cada vez más gente utiliza redes virtuales privadas (VPN) para acceder al catálogo de otro país. En los últimos años Netflix ha tratado de restringir este tipo de jugadas, pero las VPN van modificando su accionar constantemente y llevan la delantera en la pulseada. Sin embargo, si bien Netflix debe mostrar a sus accionistas y socios que trata de proteger las licencias y acuerdos que ha firmado para cada país donde se encuentra disponible, sabe que tal vez no le convendría ganar esta batalla, ya que muchos de sus usuarios en el mundo tienen el servicio para acceder también a los catálogos de aquellos países con mayor cantidad de contenido, como Estados Unidos. Revocar sus membresías o restringir completamente la utilización de VPN podría resultar en muchísimos usuarios que den de baja el servicio. Esto implicaría una pérdida multimillonaria para una compañía que terminó el 2019 con una deuda de casi 15 mil millones de dólares, originada en gran parte por los altísimos costos de producción de todo su contenido original.

Pero volviendo a las series, no ha de extrañarnos que la mayor parte de este público (y como veremos, también el público general) vea en mayor medida series en la plataforma. Después de todo, ¿cuántas series disponibles en Netflix podrías nombrar? ¿Y películas? ¿Y documentales? Seguramente las series sean muchas más. Y esto tiene sentido, ya que Netflix se hizo conocido en gran medida por las series disponibles en su plataforma.

Si bien muchos de los encuestados y entrevistados hablan de series originales de la compañía, son muchos también los que nombran series disponibles bajo licencia en el servicio.

---

<sup>37</sup> Ver p. 62.

Series clásicas como “Grey’s Anatomy”, “Gossip Girl”, “The X-Files”, “Prison Break”, “Skins” y “24” son algunas de estas. ¿La más repetida? “Friends”, por supuesto. Una serie que a partir de 2020 dejó de estar en el servicio en Estados Unidos por más que le pese a la empresa de Reed Hastings. En 2019 Netflix había pagado la para nada módica suma de 100 millones de dólares a WarnerMedia por mantenerla en su servicio hasta el fin de dicho año (Lee, 2018). Afortunadamente para los fanáticos argentinos, la serie permaneció en el servicio todo el 2020. Efectivamente, con sus licencias y catálogos distintos, cada región en la que está disponible Netflix es un mundo aparte. Pero luego de pagar la exorbitante cifra de 425 millones de dólares por cinco años de derechos de transmisión (Goldberg, 2019), WarnerMedia la obtuvo para su nuevo servicio, HBO Max, y en Estados Unidos, el país con la mayor cantidad de usuarios de Netflix (más de 70 millones y contando) solamente allí se podrán ver las aventuras de los seis amigos neoyorquinos. Un enorme caballito de batalla que se pasó de bando.

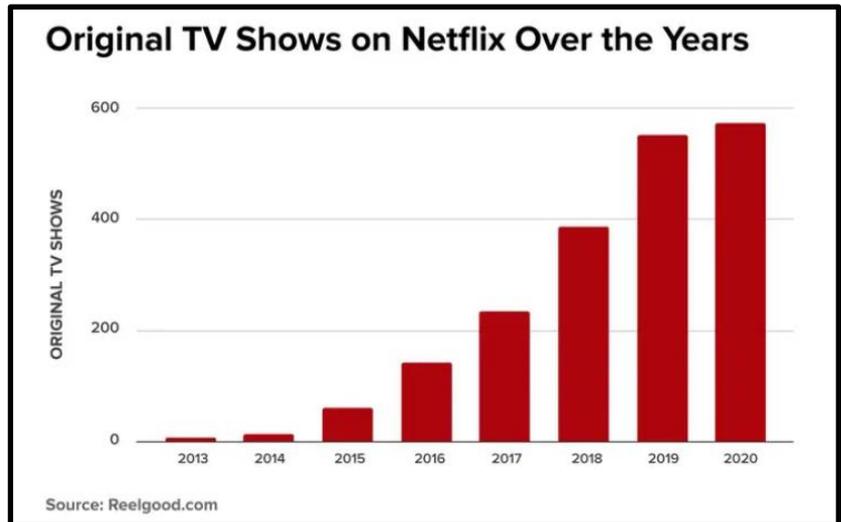
Es que no solamente de “Stranger Things” y “Élite” vive Netflix, sino que tener varias series antiguas con una gran base de fanáticos es también fundamental para la compañía. Incluso podría ser más importante, ya que como indicó un estudio de Nielsen de julio de 2019, las comedias “The Office” y “Friends”, que se emitieron originalmente en la cadena NBC, fueron los programas más vistos del servicio durante 2018 (Spangler, 2019). En la guerra de los servicios de streaming de la que venimos hablando, la batalla por las licencias es una que nadie quiere perder. Y que no terminará nunca.

Sin embargo, como ya se adelantó en el capítulo anterior sobre los jóvenes y las películas de Netflix, la compañía quiere alejarse cada vez más de las negociaciones e inversiones millonarias para obtener las licencias de series de otras productoras. Muchas veces la pérdida de estas series es inevitable, con todos los servicios de streaming que están siendo lanzados por distintos estudios de Hollywood y las grandes cadenas de televisión que se guardan dichos contenidos para sus propios catálogos. Frente a esto, la estrategia de Netflix desde hace ya varios años consiste en concentrarse en crear su propio contenido.

El siguiente gráfico de la consultora Reelgood de febrero de 2020 sobre la cantidad de series originales de Netflix a lo largo de los años nos muestra esto muy claramente. Desde un 2013 que encontraba a la plataforma con apenas 8 series originales, y un 2015 que marcó un punto de quiebre, ya con 61 títulos, el número de series originales de la compañía creció de manera exponencial hasta llegar a una relativa estabilidad entre el 2019 y febrero del 2020, con 574 títulos. A lo largo de los últimos 10 años, Netflix perdió más de tres mil películas, pero su

número de shows se cuadruplicó. Es que la estrategia de Netflix es simple: hay que gastar dinero para ganar dinero.

Entre otros ejecutivos, su CEO Reed Hastings ha afirmado una y otra vez la importancia de seguir aumentando la inversión en adquirir y producir contenido a



lo largo de los años. Según el empresario, lanzar continuamente contenido de calidad que atrape a los usuarios es la manera en la que la empresa seguirá sumando millones de miembros y reteniendo a los que ya posee. Vale recordar lo que dijo durante la conferencia de Dealbook del New York Times en 2019, cuando el norteamericano explicó: “Estamos planeando gastar más aún. Estamos creciendo e invirtiendo alrededor. Hemos sido fuertes en series. Ahora estamos fortaleciéndonos en las películas” (Smith, 2019).

¿Cómo se traslada esto a los números? En 2018 la inversión fue de entre 7,5 y 8 mil millones de dólares. En 2019, los costos para la producción de contenidos alcanzaron los 15 mil millones. Según datos de BMO Capital Markets, en 2020 Netflix destinaría unos 17,3 mil millones de dólares a la producción de contenidos (Spangler, 2020). Estiman que para 2026 la cifra supere los 26 mil millones. A pesar de los obvios retrasos provocados por la pandemia de coronavirus, para septiembre de 2020 la compañía había logrado estrenar entre 30 y 40 títulos originales por mes (Alexander, 2020). Otros servicios de streaming como HBO Max y Disney+ no llegarán a tamaña inversión por un buen tiempo, si es que lo hacen. AT&T ofrecerá 10,000 horas de programación en HBO Max, que se lanzará internacionalmente en 2021 y para la cual invertirá unos 4 mil millones. En 2019 se había anunciado que Disney destinaría unos mil millones de dólares para su servicio en 2020. Mientras tanto, por ejemplo, la compañía de Hastings invirtió en 2019 500 millones de dólares en la producción de series y películas en Inglaterra. Entre estas se destacan “The Crown” y “Sex Education”. En febrero de 2020, el norteamericano dio una charla en la Usina del Arte de Buenos Aires, en la que habló de las producciones que realizará la empresa en nuestro país, como “Puerta 7” y una serie basada en el cómic argentino más famoso de la historia: “El Eternauta” de Oesterheld y Solano López.

Es a partir de inversiones como las anteriores que en la llamada de ganancias del tercer cuarto de 2019 Reed Hastings reafirmó el que es el objetivo primordial de la compañía: “Lo que tenemos que hacer es solo concentrarnos realmente en la calidad del servicio, volvernos imprescindibles. Y creo que tenemos mucho espacio allí. Somos afortunados de tener la mayor cantidad de miembros (de entre todos los servicios de streaming), uno de los mayores ingresos y los presupuestos para contenido más grandes. Somos capaces de ser todavía muy competitivos en los shows” (Fool, 2019).

Pero no todo es color de rosa en las finanzas de la N roja, ya que hace años que Netflix tiene una deuda a largo plazo que crece día a día, superando a fines de 2019 los 14 mil millones de dólares, como producto de su estrategia de producir cada vez más contenidos y promocionarlos en el mundo entero. Sin embargo, desde la compañía no muestran temor ante su creciente deuda (al menos no explícitamente) sino que entienden que es vital para el crecimiento del servicio. Así lo explica Spencer Neumann, su director financiero (o CFO) en la misma llamada de ganancias: “Estamos comprometidos en 2020 a mejorar nuestro perfil de flujo de caja negativo. Hemos hablado de que este año estamos esperando unos 3,5 mil millones de flujo de caja negativo. Nuevamente, esto es inversión en un futuro contenido para ser entregado en nuestro servicio. Ahora la mayor parte de nuestra inversión de contenido es programación original, (...), así que la combinación de nuestra escala y transición de modelo de negocios están muy avanzados, y vamos a empezar a ver una mejora en ese flujo de caja el año que viene” (Fool, 2019).

De esta manera, con inversiones como las mencionadas de Inglaterra, Argentina y, por supuesto, Estados Unidos, Netflix le hace frente a la creciente cantidad de servicios de streaming que van apareciendo, así como también a la denominada televisión lineal, aquella que conocemos todos. La “TV pre-Netflix”, como se explica en el apartado A.2. del anexo, sobre los competidores de la empresa.

Meses más tarde, en enero de 2020, esta vez en la llamada de ganancias sobre el último cuarto de 2019, Hastings continuó refiriéndose a las inversiones en la misma línea: “Esa programación con ese nivel de diversidad y calidad a través de una base de miembros tan amplia está impulsando en última instancia la satisfacción de los miembros. Está haciendo crecer nuestra base de miembros y nuestras ganancias. (...) Estamos cumpliendo con nuestros objetivos de flujo de dinero incluyendo una mejora material de menos 3 mil millones de dólares este año a unos menos 2,5 mil millones el año que viene en ese camino a tener una caja de flujo positiva en los años siguientes” (Yahoo Finance, 2020). Solamente queda ver qué sucede, pero parece que la tendencia seguirá siendo endeudarse para producir nuevos contenidos.

## 6.1. Géneros favoritos

Con respecto a sus géneros de series favoritos<sup>38</sup>, la opción más elegida fue “Drama” con el 64,3% de aquellos encuestados que afirmaron preferir las series a las películas y los documentales. Recordemos que este grupo estaba compuesto por 384 personas, y 243 de ellas eligieron al género dramático como uno de sus géneros favoritos. Entre las series dramáticas más conocidas disponibles en Netflix se ubican “The Crown”, “Breaking Bad”, “Mad Men” y “Peaky Blinders”.

El drama es el género favorito de Fátima (19), que comentó el motivo de su preferencia: “Creo que va por la diversidad de historias. Como que en el drama te podés encontrar cualquier cosa, puede ser drama, algo familiar, o algo de romance o de la sociedad que le pasa algo”.

En segundo lugar, con un 54,9% se ubica la comedia, un género que tiene una enorme cantidad de representantes en la plataforma, desde “The Good Place” y “Arrested Development” hasta “Rick and Morty” y “Friends” que, como ya observamos, es una de las series más vistas por esta audiencia.

Recordemos que estos dos géneros también fueron los más elegidos por aquellos que prefieren las películas, aunque en ese ámbito se invirtió el orden, obteniendo la comedia un 61,2% y el drama 55,1%. Es así que luego de más de dos mil años desde que Aristóteles teorizara acerca del drama y sus dos grandes géneros, la comedia y la tragedia, tanto la comedia como el drama, que en el cine se acerca más a un tono triste y melancólico más próximo a la tragedia que a algo que pueda inspirar gracia, siguen siendo los géneros más elegidos, aunque sea para este público, ya sea en forma de película o de serie de televisión.

Como el tercer género más elegido se ubica el policial, con un 52,6%, seguido de “Thriller/Suspenso”, con un 44,5% de adhesión. Si bien es difícil encasillar las series en un género en particular ya que muchas veces trabajan combinando distintos géneros, algunos exponentes del género policial que se pueden encontrar en Netflix son “Sherlock”, “The Fall” y “Gotham”, mientras que la alemana “Dark”, “You” y “Mindhunter” se mueven dentro del thriller/suspenso.

Una fanática de este género es Rosalía (24), que explica por qué prefiere el thriller, en especial, el thriller psicológico: “Me gusta porque está relacionado con mi carrera, psicología, y todo lo que tiene que ver con patologías en la psicología es lo que más me llama la atención. Enfermedades graves como psicosis, neurosis, todas esas cosas. Aunque en la serie puede ser

---

<sup>38</sup> Ver gráfico 28 de la sección A.4. del anexo.

retratado dudosamente pero es entretenido igualmente. Hoy en día se avanza más sobre esos temas, entonces cada vez hacen mejor el retrato de un asesino como Ed Kemper, por ejemplo”.

Ella se refiere a la representación que se hizo del asesino serial en la serie “Mindhunter”. Luego de explicarle que muchos encuestados lo eligieron como uno de sus géneros favoritos continuó: “Claro, debe ser por el interés de la gente por saber qué piensa tal persona cuando hace tal cosa capaz. Está en auge”. Tomás (21) habló acerca de las series policiales:

Creo que lo que más miro es acción, y muy a la par viene todo lo que sería "Policial/Detectivesco". Pero soy muy específico con lo policial, por ejemplo no sé si le entro a ‘CSI’, pero sí le entro a ‘Criminal Minds’, que son muy parecidas, pero tienen dos enfoques totalmente distintos.

De cerca también se ubicaron los géneros “Ciencia ficción”, “Romántico” y “Acción y aventuras” con 37,2%, 36,2% y 33,3% respectivamente. Algunas series de ciencia ficción disponibles en la plataforma son “Stranger Things” y “Altered Carbon”, ambas producciones originales de Netflix. Entre las series románticas nombradas por los encuestados se puede encontrar a “Outlander”, “Gossip Girl” y “Las Chicas del Cable”. Muchas de las series que integran el mencionado boom de las series españolas que se puede ver desde hace tiempo en nuestro país juegan dentro de este último género, como “Velvet”, “Gran Hotel” y la mencionada “Las Chicas del Cable”. Por su parte, algunos títulos de “Acción y aventuras” que aparecen son la israelí “Fauda”, “Arrow” y “El último reino”.

Leandro (23), por ejemplo, es un fanático del género ciencia ficción:

La ciencia ficción es uno de mis géneros favoritos, me gusta porque apuntan a cosas que son anormales. Que son fuera de lo que uno en realidad puede llegar a comprender. Por ejemplo, la existencia, no sé, se me ocurre ‘Star Wars’, de sables láser, robots, viajes en el espacio. Cosas que se van del eje del pensamiento humano de hoy en día.

A Fátima (19) le gustó mucho “Las Chicas del cable”, un drama romántico ambientado en la ciudad de Madrid en los años 20: “No te rías pero una serie con la que me enganché posta posta fue con ‘Las Chicas del cable’ y me he visto cuatro capítulos seguidos ponerle”.

Más abajo en la lista se encuentran géneros como Fantasía (16,4%), que tuvo su momento de popularidad en los últimos meses con el estreno de la serie “The Witcher”, sobre las historias de un brujo que mata monstruos por dinero, Terror (10,4%) con exponentes como “La maldición de Hill House” y “Ash vs Evil Dead” y el anime (4,9%) con series como “Naruto”, “Pokémon” y producciones propias como “Castlevania” y “Aggretsuko”.

## 6.2. Los jóvenes y la programación original de Netflix

Con relación a la programación original de Netflix, se les preguntó a los encuestados si estaban viendo o habían visto algunos de estos contenidos a los que llegamos a conocer como “originales de Netflix” y la enorme mayoría de ellos respondió positivamente (90,6%).<sup>39</sup> Todo el trabajo que vimos que está realizando la compañía en cuanto a producción de series evidentemente está dando frutos, ya que casi todos estos jóvenes las están viendo. Recordemos que en este grupo también entran las series continuadas por Netflix luego de su cancelación en otras cadenas, así como también los contenidos bajo licencia o coproducidos sobre los que tiene los derechos exclusivos de transmisión en otros países. No olvidemos tampoco que el propio jefe de contenidos de la empresa, Ted Sarandos, hizo referencia a la posibilidad de un futuro en el que todo el catálogo del servicio esté compuesto por contenido original de Netflix. La inversión en contenidos del 2019 llegó a los 15 mil millones de dólares. El propio servicio recomienda sus propias series antes que series licenciadas de una manera, digamos, poco sutil, al otorgarles una ubicación privilegiada en su diseño, la primera plana con la que nos encontramos al entrar a la plataforma. Es por todo esto que cabe hacer la siguiente pregunta: El hecho de que estos jóvenes vean contenidos originales de Netflix, ¿se debe a una simple cuestión de oferta u ocurre porque efectivamente les gustan?

Como se explicó en el inicio de este capítulo, el número de series originales de la compañía creció exponencialmente hasta una relativa estabilidad entre el 2019 y febrero del 2020, con 574 títulos, una cifra que crece día a día, por lo que es cada vez más común encontrarse o ver este tipo de contenidos al usar la plataforma. Las palabras de algunos entrevistados parecen apuntar a ambas respuestas de la pregunta anterior, ya que si bien es verdad que cada vez hay más series originales de Netflix, los entrevistados han afirmado en reiteradas ocasiones que estas series suelen ser de su agrado, y para algunos incluso son uno de los mejores aspectos del servicio. Por ejemplo, Federico (25) explicó que una de las cosas que más le gusta de Netflix son justamente sus series: “En general no fallan, tipo ‘Ozark’, ‘House of Cards’, ‘Narcos’. Para mí las series de Netflix en sí son muy buenas producciones”.

Por su parte, Constanza (24) tiene un buen concepto del contenido original de Netflix pero entiende que hay cosas a mejorar:

Las cosas que vi de Netflix están buenas. O sea, hay series que vi solo de Netflix que están muy buenas como Sex Education. Aparte temas vanguardistas, que rompen un

---

<sup>39</sup> Ver gráfico 29 de la sección A.4. del anexo.

poco con lo que es la sociedad, la cultura y todo eso. Pero también vi cosas que no me gustaron. Es como que, tienen que buscar un punto donde seguir por el buen camino.

### 6.3. Los jóvenes y el binge-watching

#### 6.3.1. Adhesión y frecuencia

Se les preguntó a estos jóvenes si veían comúnmente tres o más capítulos seguidos de una serie en la misma ocasión<sup>40</sup>. Esta pregunta se refiere al fenómeno del *binge-watching*, que se define como la acción de ver varios capítulos de la misma serie de televisión de forma continua en formato digital, generalmente vía servicio de streaming, aunque también a través de DVD. Recordemos que el diccionario Merriam-Webster define el término, más conocido en español como una “maratón o atracón de series”, como: “La acción de ver muchos o todos los capítulos de una serie de televisión en una rápida sucesión”. También lo afirmó por la consultora Deloitte (2016) que aclara que se puede hablar de *binge-watching* cuando se ven tres o más capítulos en una sola sesión. Consideraremos también a partir de esta cantidad a un determinado consumo de series como *binge-watching*.

Al preguntarles si llevan a cabo esta práctica habitualmente, el 68,7% respondió positivamente. Como lo indica el gráfico, el fenómeno del *binge-watching* parece estar convirtiéndose en la regla, y ya no la excepción. Al realizar la misma pregunta a los entrevistados, todos excepto uno respondieron de igual manera. Federico (25), por ejemplo, hizo esto al ver “House of Cards”, la serie que popularizó el servicio en todo el mundo: “Creo que me la vi toda derecho, los trece capítulos (risas). Vi los trece capítulos en un día o vi los trece capítulos en todo el fin de semana”. Pero no solamente lo hizo con la serie protagonizada por Kevin Spacey, sino también con una serie que se transmitió originalmente en Fox y que, como tantas otras, encontró un segundo hogar en Netflix: “Me pasó con ‘Prison Break’ también. La primera temporada, que es de las mejores cosas que existen en la historia, no me duró nada. Y son 24 capítulos. Creo que la habré visto en un fin de semana”. Leandro (23) también *binge-watched*: “Sí, totalmente. En series sí. Por ejemplo, con ‘The Witcher’, vi como cinco seguidos. Todo un domingo”.

Rosalía (25) suele esperar para hacerlo: “Me pasa más cuando se estrena algo que ya miré la primera o segunda temporada. Como cuando sale ‘Stranger Things’, que te avisa ‘24 de marzo se estrena’, ahí sé que me voy a sentar a verla toda”. Franco (22), por su parte, es uno

---

<sup>40</sup> Ver gráfico 30 de la sección A.4. del anexo.

de los que no lo hace habitualmente pero aún así lo ha hecho en algunas ocasiones: “No es común pero tengo períodos. He tenido rachas de ver una semana entera una serie entera. Me pasó con ‘Avatar’, que estuve menos de un mes, viendo las tres temporadas, cuatro o cinco capítulos por día así”. Hay que aclarar que él suele mirar más películas que series en Netflix e incluso fue con el objetivo de ver más películas que se inscribió al servicio. Tomás (21) posee el récord de capítulos vistos entre todos los entrevistados, pero con una particularidad interesante:

Sin mentirte, por ahí no de series pero de anime, aunque también son series, he visto treinta capítulos al hilo, en un fin de semana. Ahora estoy viendo ‘Naruto’ en Crunchyroll<sup>41</sup>, voy por el 395, y estaba por el 350. Esto fue hace dos semanas.

Un capítulo promedio de anime dura unos 23 minutos. Si multiplicamos 30 capítulos por 23 nos da 690 minutos, unas 11 horas y media. Si suponemos que vio 15 capítulos el sábado y 15 el domingo, esto significa que vio unas casi seis horas (5,75) cada día.

Al preguntarles cuántos días por semana miraban tres o más capítulos en la misma sesión<sup>42</sup>, exactamente un tercio de los encuestados (33,3%) respondió dos días, luego el 23,6% respondió un día solamente, y en tercer lugar, con un 21,4%, se ubica la opción “Tres” días. Los entrevistados también coincidieron con esta cantidad de días, principalmente durante el fin de semana, como veremos a continuación.

Era importante preguntar en primer lugar por la cantidad de días en que incurren en esta práctica, con el objetivo de entender verdaderamente si esto es algo recurrente en ellos, para luego preguntar por los días en que lo hacen<sup>43</sup>. Las respuestas apuntan claramente al fin de semana, con los días sábado y domingo apareciendo en las respuestas de aproximadamente el 70% de los encuestados y el día viernes con un 55,8%. Como indican los entrevistados, que también miran 3 o más capítulos seguidos generalmente en estos días, si ven el viernes lo hacen a la noche, luego de estudiar y/o trabajar, antes de ir a dormir.

El hecho de ver Netflix mucho más durante los fines de semana que durante la semana fue un gran punto en común tanto entre los encuestados como los entrevistados. Varios entrevistados comentaron que consideraban los fines de semana como el momento ideal para

---

<sup>41</sup> Crunchyroll es un servicio de streaming al igual que Netflix, pero de películas y series de anime, además de dramas asiáticos (doramás) y manga (historietas japonesas). Surgido en 2006 como un sitio de carga de video y streaming de videos sobre la cultura asiática, fue evolucionando hasta lograr la cifra de 60 millones de usuarios usan el servicio con anuncios y 2,6 millones de suscriptores pagos en octubre de 2019. Es una de muchas plataformas de nicho que se fueron lanzando, como Shudder, para los amantes del terror y lo sobrenatural.

<sup>42</sup> Ver gráfico 31 de la sección A.4. del anexo.

<sup>43</sup> Ver gráfico 32 de la sección A.4. del anexo.

ver Netflix, generalmente en sesiones de varias horas, que les permiten ver muchos capítulos seguidos o incluso temporadas enteras. Rosalía (25) es una de ellos, que aprovecha estos días para ver muchos capítulos de manera seguida: “En general es el viernes. A veces digo ‘Me siento a verla todo el día cuando sale’. Pero sale un jueves y tengo que esperar al viernes para sentarme tranquila, arrancar y seguir el sábado, el domingo”. También Leandro (23): “Lo hago los domingos. Sino me muero, porque si llego un viernes y me pongo a las diez a ver los cinco capítulos hasta las 3 de la mañana me mata”.

Durante la semana, en cambio, usan poco el servicio, generalmente durante su viaje a la facultad o trabajo, y a veces durante la noche, antes de ir a dormir. Este último momento de consumo previo a finalizar su día, como se analizará más tarde, muchas veces fue reemplazando su consumo de televisión abierta o por cable. Algunos explican que a veces ven algún noticiero durante la noche para informarse sobre lo que pasó en el día, pero la mayoría fue dejando de ver series o programas de televisión y pasó a ocupar dicho tiempo viendo Netflix. Al preguntarles por qué sucedió esto, la respuesta mayoritaria apunta a una razón fundamental: quieren ir a algo preciso, que realmente tengan ganas de ver, como un capítulo de una serie específica, que puedan ver y pausar (esto último a veces es lo más importante) cuando ellos quieran. Como se verá más adelante, el hecho de que Netflix no tenga cortes publicitarios es una característica muy apreciada por estos jóvenes. Federico (25) es un claro ejemplo del *modus operandi* de entresemana del cual se hizo referencia:

Cuando veo Netflix en la semana, lo que tiene la serie es que son capítulos de entre 40 minutos y una hora, que lo ves antes de dormir y te vas a dormir. En cambio, quizás enganchar una película ya son dos horas. Y en el fin de semana sí me agarra más la adicción de agarrar una serie y meto dos o tres capítulos.

### **6.3.2. ¿Por qué maratonean series?**

Se les preguntó también por qué creen que siguen viendo capítulo tras capítulo y muchos hicieron referencia a la narrativa de las series, cómo están preparadas para generar anticipación al final de cada capítulo.

Valentina (19) explica: “Me pasa que me engancho mucho, con esta serie que te digo, que como que necesitaba saber cómo iba a terminar y por lo general viste que cada capítulo te lo terminan para que tengas que seguir viéndolo, ¿entendés?”. Fátima (19) también es consciente de este tipo de jugadas:

Saben muy bien cortártela dejándola picando, digamos. O por lo menos en esta serie que yo me enganché me pasó eso, que no terminaba un capítulo y listo. Como que

siempre termina una situación tensa o importante o a punto de responder una pregunta, situaciones así que vos decís ‘Ay, necesito saber qué pasa’.

Plataformas como Netflix y Amazon Prime Video se apoyan sobre esta necesidad que tenemos por saber qué va a pasar para producir muchas de sus series, contenidos cuidadosamente pensados, filmados y editados para que no podamos despegarnos de la pantalla hasta llegar al final de la historia. Algunos programas que utilizan este recurso son “Stranger Things”, “13 Reasons Why” y “La Casa de Papel”, donde difícilmente sea suficiente ver un capítulo por vez, sino que la idea es que el espectador siempre quiera ver más.

Este recurso narrativo tiene un nombre y, si bien su utilización en series aumentó exponencialmente a partir de la producción de series en servicios como Netflix, no se trata de nada nuevo. Se los denomina “*cliffhangers*”, del inglés *cliff* (acantilado) y *hang* (colgar), lo que literalmente sería “quedar colgado de un acantilado”. Los mismos consisten en terminar los episodios abruptamente luego de presentar un problema importante a resolver por el protagonista o una revelación, lo que hace que la audiencia desee volver lo antes posible (muchas veces inmediatamente) a ver la resolución de dicho conflicto o la reacción del protagonista ante lo ocurrido. Hay ejemplos de utilización de esta estrategia en algunas historias de la Edad Media y, en Medio Oriente, uno de sus mayores exponentes son los famosos cuentos de Las mil y una noches, donde la cautiva Sherazade evitaba su ejecución cada noche al contarle un cuento al sultán Shahriar y pausar su relato al amanecer, lo que hacía que el sultán la dejara vivir hasta la próxima noche para que pueda completar cada historia. Estos relatos se originaron aproximadamente en el siglo IX y, desde ese entonces, muchísimas películas y series han utilizado dicha estrategia. Netflix fue el primer servicio de streaming que estrenó temporadas enteras de sus series el mismo día, como con “House of Cards” y “Orange is the New Black”, decisión que presentó como una de sus principales características, y que junto a la utilización de cliffhangers en sus capítulos fomentó este tipo de consumo acelerado.

Uno de los entrevistados, Tomás (21), incluso nombra directamente este recurso para explicar por qué mira capítulo tras capítulo:

Te dejan una incógnita al final del capítulo que tiene cierta inmediatez, que tu ansiedad no te permite ir a dormir a menos que la resuelvas. Los famosos cliffhangers. Si lo hacen en todos los capítulos te rompe las bolas. Pero si está bien hecho y suma a la trama, y no es malo el remate, te llama la atención. Querés seguir viendo, porque querés saber cómo continúa la historia de ese personaje.

Federico (25) fue un poco más allá e investigó sobre el tema:

He leído cosas sobre eso. Eso es un poco lo que buscan toda esta metodología, de la adicción... En la industria de las series me parece que se buscó mucho eso, y creo que también el estilo de series de ‘Termino un capítulo y no aguanto más y agarro otro’, empezó con ‘24’. Creo que esa fue la primera serie de ese estilo y después lo siguió ‘Lost’, y después lo siguió ‘Prison Break’, me parece que fue más o menos así. Que fueron las pioneras de generar mucho impacto al final del capítulo, como que te abren un final de temporada al final de todos los capítulos. Eso te genera una locura y volvés a consumir el próximo capítulo, que encima Netflix te lo pone automáticamente que si tardaste 10 segundos ya empezó.

Si bien es cierto que el cliffhanger es un recurso muy presente en series norteamericanas, hoy en día su utilización se extendió a producciones de todo el mundo. Por ejemplo, se destaca su uso en series como la israelí “Fauda” y la alemana “Dark”. ¿Qué otra cosa tienen en común ambas series? Son de Netflix, por supuesto. Sin embargo, vale señalar que hay quienes dicen que Netflix mató al cliffhanger, porque ya no pasamos toda una semana esperando al próximo capítulo mientras discutimos posibles teorías de lo que va a pasar con familiares y amigos y vemos videos con las hipótesis más extrañas, sino que simplemente dejamos que se reproduzca el próximo episodio, porque ya ni siquiera hay que tocar algo, la reproducción es automática (aunque esto se puede deshabilitar).

En otro orden de cosas, no nos apuremos en afirmar que no hay lugar para aquellas series que sí se apegan al formato tradicional de un capítulo por semana, pues la enorme conversación y expectativa que generó “Game of Thrones” entre sus fanáticos luego de cada capítulo emitido los domingos a las diez de la noche negaría esto fácilmente. Sin embargo, sí es cierto que desde hace varios años muchísimas series (o servicios directamente) van en la dirección de brindar toda su historia, con múltiples cliffhangers incluidos, al instante, de una sola vez.

### **6.3.3. ¿Ver o no ver? Esa es la cuestión**

Luego de algunos dichos de los entrevistados surgió otra pregunta, un tanto culposa quizás. Se les preguntó si alguna vez dejaron de hacer algo que tenían que hacer, como por ejemplo estudiar, dormir u ordenar su casa, para seguir viendo más capítulos de una serie. Todos respondieron afirmativamente.

Franco (22), por ejemplo, ríe y asintió repetidamente:

Por supuesto que sí. Sobre todo dormir. Ayer me pasó, me enganché con una serie y podría haber dormido tranquilamente y dije ‘Tengo más ganas de ver la serie’. Solamente eso, dormir, o dejar de estudiar. O dejar de ordenar la casa. Tampoco dejar colgado a alguien, faltar a un compromiso por ver una serie no.

Fátima (19) piensa un poco pero termina afirmando: “Irme a dormir más tarde creo. Que al otro día te tenés que levantar a estudiar y al final no te levantás porque te quedaste hasta tarde. Hay veces que te enganchás, como un ‘No importa, lo hago mañana’”.

De esta manera, si bien todos afirmaron dejar a veces algo para más tarde para poder seguir viendo una serie, estas actividades, como dormir un poco antes o estudiar a la mañana siguiente, no eran verdaderamente urgentes según ellos. Podían postergarse un poco o las consecuencias de no hacerlas en ese momento no serían tan importantes, al menos no si sucede solamente de vez en cuando. La compañía no es ajena a este tipo de situaciones e incluso Reed Hastings lo explicó claramente en su llamada de resultados del primer trimestre del 2017: “Piénsenlo, cuando ven un show en Netflix y se vuelven adictos a él, se quedan despiertos hasta tarde en la noche, estamos compitiendo contra el sueño” (Kafka, 2017).

Pero como explicaron varios entrevistados, no llegaron al punto de cancelar una salida con sus amigos, por ejemplo, para ver otro capítulo de alguna serie. Así puede afirmarse que, en general, este tipo de consumo que cada vez deja de ser menos esporádico, no afecta seriamente el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades, o el cuidado de su propia salud, como sí lo haría si les quitara horas de sueño todos los días. El verdadero problema podría darse si el *binge-watching*, ese atracón de series, se convirtiera en nuestro tipo de consumo predeterminado de manera diaria. Si ya no se tratara de un consumo que realizamos de vez en cuando al estrenarse una nueva temporada de nuestra serie favorita, sino que fuera algo que hiciéramos todos los días. Allí no tendría esa connotación divertida de eso que podemos tener en común con nuestros familiares y amigos, que hacemos también para luego hablar de lo que vimos y ser parte de la conversación, quizás con un poco de culpa por estar tanto tiempo haciendo lo mismo, pero no lo suficiente como para no volver a hacerlo.

Si llegáramos a ese punto, ¿no deberíamos tratarlo como una adicción? Ciertamente podríamos juntarla con otras a las que no les prestamos tanta atención, como la adicción a nuestro celular, a las redes sociales y a los videojuegos. Si seguimos la definición de *binge-watching* que se otorgó previamente, en la que se habla de este tipo de visionado al ver tres capítulos o más de manera seguida, podemos observar que casi un tercio de los encuestados ya llegó a este punto, ya que al preguntarles cuántas horas miran cada vez que utilizan Netflix, la

opción más elegida (31,6%) fue “Más de dos horas y menos de tres”. Los episodios de series dramáticas de servicios como Netflix, HBO y Amazon Prime Video suelen tener una duración de entre 45 y 48 minutos aproximadamente, un poco más que los episodios de entre 39 y 42 minutos de dramas de una hora para televisión ya que no poseen cortes publicitarios y no deben apegarse tanto a duraciones específicas. Si pensamos en las “Más de dos horas y menos de tres” que ven casi un tercio de los encuestados, podemos incluir allí tres capítulos de 48 minutos, lo que equivaldría a dos horas y 24 minutos. Es más, si habláramos de comedias y no de dramas, las mismas suelen durar media hora, de unos 18 a 23 minutos específicamente y, en ese caso, en las mismas “Más de dos horas y menos de tres”, podríamos llegar a ver siete capítulos enteros de 23 minutos.

¿Pero cómo se sienten estos jóvenes luego de ver tantos episodios seguidos? Veamos qué dicen al respecto. Constanza (24) tiene sentimientos encontrados sobre este tema:

Es como que también es la dinámica de decir 'Bueno, basta', hay que seguir con la vida, a veces me da un poco de culpa. No durante la cuarentena, sacando este momento, porque no tengo nada para hacer, pero si estás en un día lindo y estoy viendo Netflix me da culpa de no estar afuera, tomando sol o algo. Pero a veces digo 'No, lo necesito. Necesito estar acá, sin pensar en nada y ya está'. O sea, me pasan esas dos cosas.

Federico (24) es más categórico: "No, generalmente tengo que parar porque me voy a volver loco". Para Tomás (21), por otro lado, hay varias situaciones alrededor de esto:

Depende. Si terminas yéndote a dormir y terminaste una temporada o la serie estás como con el síndrome de abandono, estás triste porque terminó. Si todavía te queda contenido estás como 'Me voy a dormir porque necesito descansar', pero tengo ganas de seguir. Normalmente con las series si estás en el inicio de la temporada estás más manija, querés ver más. Si estás ya terminando la temporada, empezás a dosificar un poco, porque sabés que se termina.

Existe obviamente una explicación científica acerca de por qué seguimos viendo capítulo tras capítulo. En diálogo con NBC News en 2017, la psicóloga clínica estadounidense Renee Carr afirmó: “Cuando nos dedicamos a una actividad que nos resulta agradable como ver muchos episodios seguidos de una serie, nuestro cerebro produce dopamina, un químico que le da al cuerpo una recompensa interna de placer que refuerza el compromiso continuo con esa actividad. Es la señal del cerebro que le comunica al cuerpo ‘Esto se siente bien. ¡Sigamos haciéndolo!’ Cuando te das un atracón de nuestro show favorito, nuestro cerebro está

continuamente produciendo dopamina y tu cuerpo experimenta un efecto similar a las drogas. Experimentas una pseudo-adicción al programa porque desarrollas antojos de dopamina” (Carr, 2017). Así, nuestro propio cuerpo nos pide que sigamos viendo Netflix.

#### **6.4. El abandono de las series**

Si bien muchos de estos jóvenes ven series en Netflix, tanto originales como títulos bajo licencia, por distintas razones no todos llegan a terminarlas. ¿Qué es lo que hace que dejen una serie sin finalizar?<sup>44</sup>

Más de tres cuartas partes de los encuestados (79,6%) dieron como un motivo por el cual abandonaron una serie la falta de interés en su trama. Este es el motivo que predominó también en las respuestas de los entrevistados. Martín (24) remarcó que no puede ver algo sin un buen argumento:

No hay chance de que vea una película o serie si el argumento no me engancha. Para mí es fundamental. Me podés decir que está Benedict Cumberbatch, que me parece un gran actor en ‘Sherlock’, pero me decís que le sacás el argumento y para mí se cae todo. Puedo ver algo que tenga fallas en el argumento, pero no sin un buen argumento.

Muchos hablaron en distintas ocasiones de “engancharse” con una serie, como un hecho por el cual ya han logrado un grado de compenetración tal con lo que están viendo, que los lleva a ver muchos más capítulos en un tiempo mucho menor con respecto a su consumo habitual de series. Cuando están, según ellos, muy “enganchados” con una serie, son más propensos a realizar el tipo de consumo que definimos anteriormente como *binge-watching*, aquel atracón de series en un corto período de tiempo.

Franco (22) es uno de los que usa este término. Si no se engancha con lo que está viendo, no duda en dejar de verlo:

Si no me gusta el primer capítulo, no me gusta la serie. Si de repente me empieza a enganchar de entrada, bueno. Pero sí, yo soy de esas personas que una vez que están muy enganchadas con algo y se compenetran con la serie y con los personajes y todo, sí sigo viendo. Como que le doy para adelante, no es que lo pienso tampoco, es como que se da así, ¿entendés?.

---

<sup>44</sup> Ver gráfico 33 de la sección A.4. del anexo.

Valentina (19) tampoco tiene problema en dejar una serie si no le interesa: “Hay series que sé que tenés que esperar a cuatro, cinco capítulos para engancharte. Pero no, no lo espero, si me aburre, me aburre y chau”.

## 6.5. Países de origen

Al preguntarles acerca de los países de donde provienen las series que ven en Netflix<sup>45</sup>, tal como sucedió con aquellos que prefieren las películas por sobre las series y los documentales, Estados Unidos es el país que más apareció en las respuestas de los encuestados, casi de manera absoluta, con un 95%. Así, casi todos los que prefieren ver series en Netflix ven series que provienen de dicho país, algo totalmente entendible debido tanto a la enorme oferta de títulos de Estados Unidos disponibles en la plataforma (originales o bajo licencia), así como también la notable influencia que tienen en estos jóvenes años y años de exposición a la industria de las series norteamericanas de cualquier género a través de distintos canales como la televisión abierta y por cable, DVD, sitios online como Cuevana y, desde hace un tiempo, servicios de streaming como Netflix. Vale recordar algunas de las series más nombradas por los encuestados y los entrevistados para darnos cuenta de esto, como “Friends”, “Breaking Bad”, “Stranger Things”, “13 Reasons Why”, “How to Get Away with Murder”, “Gossip Girl” y “Ozark”, entre tantas otras.

En segundo lugar, repitiendo la misma ubicación que en la misma pregunta pero sobre películas, España (61,5%) es otro país del cual provienen una gran cantidad de series vistas por estos jóvenes. El “boom de las series españolas” se materializa en el éxito de series como “Gran Hotel”, “Velvet”, “Vis a Vis”, “Las Chicas del Cable”, “Merlí” y, la más nombrada, “La Casa de Papel”, que en 2020 se convirtió en la serie de habla no inglesa más vista de la historia del servicio a nivel mundial. Fátima (19) no encuentra una razón específica a todo esto: “De repente se pobló de series españolas y que fueron furor”. Pero Constanza (24) plantea una posibilidad:

Es verdad, hay un montón de series españolas. Me pasa que me gusta cómo está contado. Como que tiene una forma de narrar muy similar a la nuestra o a lo que es occidental, americano, que va rápido. Por ejemplo, lo británico o una peli británica, va mucho más lento y lo sentís absolutamente, decís ‘Che, esto es super predecible’.

Justamente Inglaterra completa el podio (en películas el tercer puesto fue para Argentina), con un 46,3% de adhesión por parte de los encuestados. Una gran cantidad de series

---

<sup>45</sup> Ver gráfico 34 de la sección A.4. del anexo.

de origen británico han encontrado un segundo hogar en la plataforma, y algunas como “Sherlock”, “Peaky Blinders” y “Skins” aparecen con frecuencia en las respuestas tanto de los encuestados como de los entrevistados. Por supuesto hay también series inglesas originales de Netflix y entre ellas se destacan “The Crown”, “The Bodyguard”, “The End of the F\*\*\*ing World” y “Black Mirror”, esta última un ejemplo de aquellas series que tuvieron sus primeras temporadas en otros canales (las primeras dos se emitieron en Channel 4 del Reino Unido) hasta que fueron compradas por la plataforma para luego estrenar nuevos episodios en Netflix de manera exclusiva, lo que atrajo a sus fanáticos originales al servicio al mismo tiempo que introdujo la serie a un público mucho más amplio.

Con un 24,4% se ubica Argentina, con exponentes como “El Marginal”, “El Puntero” y “Los Simuladores”, una serie a la que regresaron muchos encuestados luego de su emisión en Telefe desde el 2002 al 2004. Se destaca finalmente Alemania, con un 12,7%, país del cual proviene “Dark”, la serie de ciencia ficción que se convirtió en una de las series más comentadas del 2020 luego del estreno de su tercera y última temporada.

Como podemos observar, la inversión considerablemente mayor que realizó la plataforma para adquirir títulos de origen norteamericano, ya sea títulos originales o bajo licencia, se traduce también en un visionado de series que provienen de ese país en mayor medida. Sin embargo, como hemos explicado anteriormente, a lo largo de los últimos años Netflix ha aumentado o, en algunos casos, iniciado su inversión en títulos de muchos otros países, como Inglaterra, España, Alemania, Noruega, Corea del Sur, Brasil y la propia Argentina. Poco a poco el público general está incursionando en series de habla no inglesa, como son los casos de “La Casa de Papel”, que se convirtió en un gran éxito a nivel mundial a medida que se fueron lanzando nuevas temporadas, en especial la cuarta a principios de 2020, la recién mencionada “Dark”, “Poco Ortodoxa”, la primera serie del servicio hablada principalmente en idish, y el thriller israelí “Fauda”, filmado en árabe y hebreo.

## Capítulo 7. Los jóvenes y los documentales

En este capítulo se analizarán las respuestas de los encuestados y entrevistados que afirmaron ver más documentales que películas y series y de aquellos que se refirieron a contenidos de este tipo disponibles en la plataforma. Apenas el 1,6% de los encuestados ve más documentales que otra cosa, un porcentaje que se traduce en la ínfima cifra de siete personas de las 440 que participaron en la encuesta. Ninguno de los diez entrevistados eligió a los documentales como el contenido que consume en mayor medida en la plataforma, pero sí hubo algunas alusiones a los documentales disponibles en el servicio y determinados títulos específicos a lo largo de sus respuestas.

### 7.1. Países de origen

Al preguntar acerca del origen de los documentales que ven<sup>46</sup>, la mayoría de los encuestados (71,4%) elige ver documentales de “Estados Unidos”. Esto se refleja en los documentales más vistos de la plataforma, como “The Last Dance”, “The Tiger King”, “Jeffrey Epstein: Filthy Rich” y “The Great Hack”. Al igual que sucede con las películas y las series disponibles en la plataforma, el país de donde provienen la mayor parte de los documentales disponibles sigue siendo Estados Unidos, pero en los últimos años la cantidad de títulos de otros países ha aumentado considerablemente.

Luego, compartiendo el mismo porcentaje (42,8%) se ubican las opciones “Inglaterra” y “No sabe/No contesta”. Hay documentales ingleses como “Inside the World's Toughest Prisons”, “Eventos de la Segunda Guerra a todo color” y “Del Sunderland hasta la muerte”. Con respecto a aquellos que no conocen el origen de los documentales que ven, algunos entrevistados explicaron que el país de proveniencia de un documental en particular no es de gran importancia para ellos, lo importante es la temática en cuestión, si les interesa o no. Algunos de ellos hablaron de documentales estadounidenses, otros ingleses, incluso españoles, pero a la hora de elegir qué documental ver no tienen tan en cuenta este factor para llevar adelante su decisión. No sucede lo mismo que con las series y las películas, donde varios ya presentan una idea formada ante un determinado cine, como puede ser por ejemplo el estadounidense, al que ven como más vertiginoso y llamativo, con grandes escenas de acción y efectos especiales increíbles, o también el cine francés, al cual consideran mucho más lento y, por ende, más aburrido. Así se refiere a las películas de acción norteamericanas Tomás (21):

---

<sup>46</sup> Ver gráfico 35 de la sección A.4. del anexo.

“Son muy pochocleras, bien yankis” y Federico (25), que opina al pasar acerca de las series norteamericanas al preguntarle qué busca al ver Netflix: “No busco series tan pochocleras, de dos tiros y listo. No me hago el snob porque me gustan las series yankis, dinámicas, con persecuciones policiales, conspiraciones políticas, me encanta todo eso pero lo principal es buscar un entretenimiento”. Sobre el origen de los documentales de Netflix, Rosalía (25) explicó: “Mientras me interese el tema del documental, no me interesa si es de Estados Unidos, de Inglaterra, Alemania o Israel. Generalmente veo de Estados Unidos, pero porque es lo que más hay, creo”.

En tercer lugar, dos de los siete encuestados que ven más documentales que series y películas, eligieron la opción “Argentina” (28,6%). Entre algunos de los documentales argentinos que pueden encontrarse en Netflix están “Carmel ¿quién mató a María Marta?”, “Boca Juniors confidencial”, “Fangio: El hombre que domaba las máquinas” y “Nisman: El fiscal, la presidenta y el espía”. Así como es posible encontrar cada vez más series originales argentinas de Netflix en el servicio, como “Puerta 7”, “Casi feliz”, “Apache”, poco a poco la plataforma está estrenando más documentales originales argentinos.

## **7.2. Documentales fragmentados: El éxito de las docuseries de Netflix**

Un formato que logró un enorme éxito a nivel mundial en el servicio fue el de las docuseries, documentales que se extienden a lo largo de varios episodios, que utilizan muchas veces el ya mencionado recurso del cliffhanger, aquellas preguntas o situaciones instaladas al final de cada capítulo que hacen que el espectador quiera seguir mirando la docuserie para conocer cómo continuó la historia. Afortunadamente para los televidentes, el servicio estrena muchas de estas docuseries de manera completa de una sola vez, lo que habilita la posibilidad del binge-watching, aquellos atracones de contenido que se han convertido en una marca registrada de Netflix y, en muchos casos como ya hemos visto, la nueva regla de consumo de muchos de sus usuarios. Entre estas docuseries que se estrenan de manera completa en un mismo día pueden encontrarse muchos títulos referidos a asesinos seriales, historias de criminales de distintos tipos y de casos sin resolver. Este tipo de contenidos, que recuerdan a los documentales sobre crímenes de canales de cable como History Channel, fueron creciendo en cantidad de títulos y de adeptos a lo largo de los años desde que se estrenó uno de sus grandes exponentes, “Making a murderer” en 2015, y varios de los entrevistados afirman ver con regularidad algunos de ellos. Cuestiones como las historias personales de estos criminales, las idas y vueltas de las investigaciones, los relatos y las teorías de los investigadores y los casos no resueltos siempre resultaron fascinantes para un enorme número de televidentes en todo el

mundo, un hecho que se replicó en algunos de los jóvenes entrevistados, como Rosalía (25) que mira docuseries de manera habitual: “Netflix tiene ese formato de docuserie, y eso hace que parezca que estoy mirando una serie pero es medio un documental porque te estiran en capítulos algo que por ahí en dos horas te podrían haber mostrado”.

Algunas docuseries muy reconocidas son la mencionada “Making a murderer”, “Jeffrey Epstein: Filthy Rich” y “The Tiger King”, un documental acerca de la vida de Joe Exotic, un excéntrico coleccionista estadounidense de tigres y su conflictiva relación con grupos de conservacionistas de animales. Este título fue lanzado el 20 de marzo de 2020, en un momento en el que muchos países ya se encontraban o estaban comenzando a entrar en diferentes procesos de cuarentena debido al crecimiento de la pandemia de coronavirus. Más allá de la excentricidad de su protagonista, algunos medios como Variety afirman que fue por esto que el documental fue visto por más de 34 millones de espectadores en Estados Unidos solamente en sus 10 primeros días después de su estreno (Spangler, 2020). Netflix anunció en abril que The Tiger King se ubicó como el título más popular del servicio en Estados Unidos durante las dos semanas posteriores a su estreno.

Sin embargo, a veces la plataforma también lanza uno o dos capítulos por semana con algunas docuseries, lo que puede lograr que la conversación alrededor de la temática del documental aumente cada vez más ante la espera de cada capítulo, los comentarios en redes sociales y el famoso boca en boca. Así pasó por ejemplo con “The Last Dance”, sobre la carrera del basquetbolista más famoso de todos los tiempos, Michael Jordan, que consistió en diez episodios estrenados fuera de los Estados Unidos entre abril y mayo de 2020, dos por semana, siempre un día después de su emisión por el ESPN, canal coproductor del documental. En Estados Unidos, el documental se estrenó primero en ESPN y luego se lanzó en Netflix a mediados de julio. A fines de abril se convirtió en el documental más demandado a nivel mundial, superando al mencionado “The Tiger King”, se volvió el documental más visto de la historia de ESPN y fue visto por más de 23 millones de usuarios durante su primer mes en Netflix (Bassam, 2020).

Prácticamente todos los documentales nombrados por los entrevistados son docuseries, ya sea sobre casos criminales como “Making a murderer” y “The Staircase” o deportivos, como “The Last Dance”, “Sunderland: Hasta la muerte” o “Boca Juniors confidencial”. La predilección de la gran mayoría de los usuarios por las series disponibles en el servicio se vio traducida en una mayor inversión en este tipo de títulos, pero también en su contraparte en el ámbito de los documentales, ya sea de producción propia o bajo licencia. Netflix sabe que el formato docuserie resulta más atractivo para sus usuarios que el típico largometraje documental

y es notoria la aparición de muchísimos títulos de este estilo en los últimos meses. Por ejemplo, ante la expansión de la pandemia de COVID-19, el servicio actuó rápidamente y estrenó en abril de 2020 su docuserie de tres capítulos “Coronavirus, en pocas palabras”, en el que se abordaron distintos temas alrededor del virus y los esfuerzos por combatirlo. Luego de su estreno en noviembre de 2020, “Carmel: ¿Quién mató a María Marta?” causó mucho revuelo en nuestro país, ya que reabrió la polémica acerca de uno de los asesinatos más misteriosos de la historia argentina. Afortunadamente para Netflix, su apuesta por las docuseries rindió sus frutos, ya que fueron protagonistas en los dos documentales más vistos a nivel mundial en el año a nivel mundial, “The Tiger King” y “The Last Dance”.

Si bien en su mayoría son docuseries las que encabezan la lista de grandes éxitos de audiencia en su catálogo de documentales, hay también en Netflix algunos documentales en formato largometraje que son mencionados por varios encuestados y entrevistados. Algunos de ellos son documentales sobre alimentación y hay un título en particular que se repite bastante. Se trata de “What the health”, un documental con un mensaje pro veganismo bastante polémico en el que se analiza el impacto de la carne y los lácteos en la salud, el funcionamiento de distintas organizaciones de salud y se critica la relación entre las industrias de la carne, los lácteos y la industria farmacéutica. Constanza (24), por ejemplo, habló acerca de él: “Yo vi muchos documentales en Netflix de lo que es veganismo y vegetarianismo para ver si realmente está basado en algo cierto. Por ejemplo vi ‘What the health’, es medio polémico y pensé ‘Che, ¿cuántas fuentes chequearon?’”. Federico (25), por su parte, vio el muy comentado documental “Nada es privado”, que analiza el trabajo realizado por Cambridge Analytica, una compañía especializada en análisis de datos para el desarrollo de comunicación estratégica en procesos electorales, que acumuló de manera ilícita una enorme cantidad de datos acerca de usuarios de Facebook para luego ofrecerlos a distintas campañas electorales, como la de Donald Trump en 2016 o la campaña por el Brexit en el Reino Unido: “Engancho algún documental que es más para informarme, como el de ‘Cambridge Analytics’ o algo así. Si quiero contenido muy jugoso de algo así, soy más de leer que verlo en Netflix”. Como sucede con Federico (25), en las palabras de algunos entrevistados se puede entrever, a veces de manera más explícita y otras menos, que el consumo que hacen de documentales en el servicio suele ser esporádico, ya que lo que suelen ver comúnmente son series, en primer lugar, y luego películas. Seguramente por esto es que tardan unos momentos en recordar qué documentales vieron, y que todos suelen recordar más la temática del documental antes que otros factores como su nombre, país de procedencia o quiénes participan en él. Franco (22) es uno de ellos: “De repente justo entro con intenciones de ver algo y me topo con otra cosa, me pasó recientemente que creo que abrí

Netflix para ver ‘Bojack Horseman’ o no sé qué cosa, y me encontré en primera plana con un documental de Quincy Jones”.

Cuando le pregunté su opinión acerca de los documentales disponibles en Netflix a Constanza (24), la entrevistada que más documentales parece ver, aunque afirma ver muchas más series y películas, ella explicó: “Son muy buenos. El tema también es dónde van a poner el foco. Me parece que donde tienen que buscar la fortaleza es en la producción propia y que sea buena, de calidad como para que la gente lo elija”. Hasta el momento, algunos contenidos propios como “Making of a murderer” y, más recientemente, “The Tiger King” así como también títulos bajo licencia como “The Last Dance” han logrado atrapar a muchísimos usuarios a lo largo del mundo con su formato de docuserie y, teniendo en cuenta que la plataforma ha tenido también cierto éxito con algunos largometrajes documentales como “What the Health”, “The Great Hack” y “The Social Dilemma”, solamente resta ver cómo será la inversión en este tipo de contenidos en los próximos años. Si sigue la dirección general marcada por las series y las películas del servicio, todo parece indicar que no hará más que aumentar.

## Capítulo 8. El momento posconsumo

En esta sección se procederá a analizar las actividades que llevan adelante estos jóvenes luego de ver contenidos en Netflix, a las que definimos como actividades posconsumo. Rara vez sucede que nuestra relación que tenemos con lo que miramos en la plataforma se corte luego de que aparezcan los créditos. Coincidimos con el académico Guillermo Orozco Gómez (1996) cuando afirma que la televidencia es:

Un proceso complejo que conlleva múltiples interacciones de la audiencia con la televisión a distintos niveles y que es objeto también de múltiples mediaciones. Es un proceso largo que no está circunscrito al momento preciso de contacto directo entre televisión y audiencias. (p.27)

Muchas veces tomamos rápidamente nuestro celular para googlear de dónde conocemos a un actor, leemos una crítica de algún medio especializado que sigamos, vamos a YouTube a ver una entrevista con los protagonistas o su director o tantas otras acciones. Como podremos ver a continuación, para algunas de estas actividades estos usuarios utilizan las redes sociales, por lo que luego de presentar un panorama general acerca de las mencionadas actividades posconsumo, analizaremos más en profundidad qué hacen en ellas.

### 8.1. Actividades posconsumo de Netflix en general

Al preguntarles sobre qué actividades realizan luego de ver algo en Netflix<sup>47</sup>, más de la mitad (62,9%) contestaron que charlan con amigos de lo que vieron. Frases como “¿Viste la nueva de ‘Stranger Things’?”, “Ayer terminé ‘La Casa de Papel’” o “Ahora estoy viendo...” seguramente fueron utilizadas por muchos de nosotros en los últimos tiempos. ¿Cuántas veces quisimos hablar con alguien luego de ver esa revelación en el final de la temporada de nuestra serie del momento? Desde el misterio de la escotilla de “Lost” en 2005 (y antes también) al final de “Dark” en junio de 2020, ¿no es verdad que cada vez hablamos más de lo que vemos? Algunos entrevistados así lo hacen, como Tomás (21): “Normalmente lo charlo con un amigo. Si es una serie que no está basada en nada, siempre está bueno discutir el tipo de teorías de cómo van a terminar las cosas, o qué personajes así o asá”. También Federico (25): “Generalmente cuando quedo muy manija con lo que vi, lo comparto con alguien”.

---

<sup>47</sup> Ver gráfico 36 de la sección A.4. del anexo.

Las opciones “Charla con familiares” y “Charla con su pareja” también lograron una adopción considerable por parte de los encuestados, con 37,2% y 29,5% respectivamente. Sin embargo, guiándonos por los porcentajes obtenidos y por los dichos de algunos entrevistados, estos jóvenes suelen hablar más de lo que vieron con sus amigos (62,9%).

En segundo lugar se ubica una opción que viene de la mano de la más elegida, ya que muchas veces en una conversación con amigos o familiares terminamos recomendando la película que acabamos de ver o esa serie “que no te podés perder”. Así, “Recomendar los contenidos” logró el 57,5% de adhesión por parte de estos jóvenes, que muchas veces dan recomendaciones ya sea en persona o por internet, tanto a personas cercanas como también a completos desconocidos a través de redes sociales como Twitter, en tweets propios o sumándose a los de alguna página o influencer, o mismo en comentarios de publicaciones de algún perfil de entretenimiento en Instagram. Martín (24) la recomienda a sus amigos: “Normalmente la recomiendo o no la recomiendo. Y la charlo si alguien más la vio para compartir la opinión pero no pasa mucho más allá de eso”. Recordemos que, para estos jóvenes, muchas veces vale más la recomendación de sus familiares y amigos que las de los medios, como explicaban Federico (25): “Generalmente me llaman más las series o películas que me recomiendan conocidos que yo sé que entienden” y Tomás (21): “La recomendación del medio a veces, y tristemente, no es una recomendación sino que alguien realmente pone plata para hacer campaña y es más una publicidad que una recomendación real”.

Casi la mitad de los encuestados (48,6%) afirmaron investigar acerca de la película, serie o documental luego de verla. Investigan cuestiones como las biografías de los protagonistas del título en cuestión, quién fue su director, el detrás de escenas del rodaje, preguntas acerca del argumento o el final de una película, la historia de vida de la figura en la que se basa el documental que vieron, entre muchas otras. Por ejemplo, Rosalía (25): “Lo que más hago, que es medio raro, es buscar datos mientras estoy mirando algo o después quién es la actriz o el actor. Busco terminología de la serie o la película o a la gente que está actuando”.

En cuarto lugar, con un considerable 27,2% por parte de los encuestados se ubica la opción “Leer críticas o reseñas”. Vale aclarar que ninguno de los entrevistados afirmó escribir críticas pero sí algunos expresaron que en ciertas ocasiones suelen leerlas, como Federico (25), que explica:

No leo tanta crítica. De hecho no conozco muchas páginas de crítica de tipos que son críticos de cine. Te busco la película en Sensacine, miro los puntajes y abajo veo los comentarios que te dicen ‘Una nueva gran producción de Spielberg’. Otro que te pone ‘Gran narración, pero muy malas actuaciones’, todo ese tipo de cosas”.

De todos los entrevistados, únicamente Constanza (24) afirmó que lee críticas más habitualmente: “Me gusta leer antes de ver y después. Más que nada de los documentales”.

Es interesante el hecho de que todos los que afirman leer críticas en ciertas ocasiones tienen 24 o 25 años, es decir, son los jóvenes más grandes del target analizado. Pero más allá del caso de Constanza (24), una asidua lectora de críticas comparada con los demás, el resto de los entrevistados suele utilizar más las críticas para ayudarse a elegir qué ver, principalmente para terminar de decidirse, en un momento previo a la visualización y no tanto como una actividad posconsumo, como ya se pudo observar al preguntarles acerca de cómo eligen lo que van a ver luego en la plataforma. Así lo hace Federico (25): “Busco generalmente series o películas de géneros que me gustan. Cuando tengo cuatro o cinco googleo, y me fijo en Sensacine o alguna de esas alguna crítica y el puntaje y me la juego por esas”.

Cabe destacar también la adhesión a la opción “Comentarios en redes sociales” (21,3%). De entre todos los entrevistados, nuevamente sólo Constanza (24) explicó que algunas veces suele comentar algo sobre lo que vio en redes sociales: “Por ejemplo ahora que estoy viendo ‘Dark’ puse en Twitter tipo ‘Dark me está volando el bocho’”. Como veremos en las respuestas del próximo eje, estos jóvenes suelen leer tweets o *likear* (dar *like* o “Me gusta”) publicaciones en redes sociales más frecuentemente que escribir algo sobre una película u opinar sobre algún personaje de una serie. Finalmente, un 8,1% afirmó solamente ver Netflix y no hacer nada relacionado a dicho consumo más tarde.

Todas estas actividades posconsumo, desde charlar con amigos sobre lo que vieron, leer alguna crítica o comentar en redes sociales, se ubican dentro de lo que Orozco Gómez (2001) definió como “televidencias de segundo orden”, acciones que se enmarcan dentro del complejo proceso de la televidencia, que transcurre también por “diversos escenarios en donde los televidentes, manteniendo un contacto con el referente televisivo, se reapropian, reproducen, negocian, resisten o aceptan los sentidos propuestos por la televisión y construyen y reconstruyen los suyos propios” (p.165). ¿Qué es una crítica sino el proceso de reconstrucción de sentido de quien la escribe? ¿Acaso recomendar una serie a alguien no es volver a apropiarse de lo que vimos?

A este tipo de actividades hace referencia Heram (2012) cuando habla de la “poscrítica”, la tercera etapa que presenta en su periodización de la crítica televisiva, luego de las que denomina “paleo crítica” y “neo crítica” en clara alusión a Eco (1983). En esta última etapa, “una parte de los telespectadores pueden formar parte del discurso crítico. Son ellos quienes escriben, opinan e intercambian información acerca de determinado programa” (p.265).

Pudimos observar que en el mundo de las redes sociales la mayoría de estos jóvenes no suelen comentar tanto acerca de lo que vieron, es decir, la mayor parte de ellos no expresa de manera explícita su opinión acerca de las idas y vueltas de la trama de una serie o lo que piensan sobre algún personaje, pero como veremos a continuación, el hecho de que no acostumbren a emitir sus propios comentarios no significa que no realicen ninguna actividad en redes sociales como Twitter e Instagram luego de ver una película, una serie o un documental.

Es así como se les preguntó, de manera más específica, cómo utilizaban las redes sociales luego de ver algo en Netflix. Si bien muchos volvieron a afirmar no utilizar las redes en este sentido (35,2%), como aquel casi 80% que no eligió la opción "Comentar en redes sociales" en la pregunta anterior, aquí sí fueron más los jóvenes que hicieron referencia a otras acciones que llevan adelante en algunas ocasiones en redes como Twitter e Instagram.

## 8.2. Actividades posconsumo de Netflix en redes sociales

En cuanto a estas actividades<sup>48</sup>, en primer lugar, ver memes en las redes (44,7%) es algo sumamente extendido entre aquellos encuestados que utilizan las redes posconsumo de Netflix. Sin embargo, en los entrevistados solamente Tomás (21) afirmó realizar esto, como veremos a continuación. Más tarde, "Recomendar" (29,5%) y "Buscar críticas" (27,5%) sobre lo que vieron son otras actividades recurrentes. Con porcentajes considerables similares, otras acciones que llevan adelante son "Leer comentarios sobre los contenidos" (18,6%), "Ver entrevistas a los actores y directores" (16,3%), "Ver grupos sobre los contenidos" (15,4%), principalmente grupos de usuarios en Facebook y "Comentar" (15,2%) sobre lo que vieron.

Constanza (24), la única entrevistada que a veces comentaba en Twitter, hizo referencia a los hilos o cadenas de Twitter sobre un determinado tema de una serie. Los hilos (*threads* en inglés) son grupos de tweets que se leen de manera continuada, lo que permite abordar un tema en profundidad más allá de la limitación actual de 280 caracteres que impone la plataforma por cada tweet. Como ella afirma: "Me gusta mucho ver hilos de Twitter, entonces quizás te ponen 'Cosas que te perdiste de tal serie' y ahí sí entro, leo y a veces comento". Por otra parte, Tomás (21) explicó: "Normalmente después de ver contenido, en redes sociales a veces trato de buscar teorías que podrían haber pasado 'en vez de', y me gusta a veces también ver las similitudes, si es una serie basada en otra cosa". También sigue a algunos actores y directores "pero muy pocos, trato de mucho no seguir porque a veces tiran un spoiler de alguna serie o peli". Cada película y serie tiene antes y después de su estreno una campaña de marketing, a veces más

---

<sup>48</sup> Ver gráfico 37 de la sección A.4. del anexo.

importante, otras veces más acotada, en la que los actores y el director involucrados realizan entrevistas acerca del proceso de rodaje, anécdotas de situaciones en el set, entre otras cuestiones. Sobre este punto Tomás (21) marcó una distinción importante: “Veo muy poco del ‘Making of’. Normalmente veo alguna entrevista larga con los actores pero antes de que salga alguna peli que me tiene muy hypeado, tipo ‘The Joker’”. Esto tiene sentido ya que estos videos suelen lanzarse en los meses previos al estreno de las películas y series, y su cantidad se intensifica mucho más cuanto más cerca está dicha fecha. Su utilización de redes sociales posconsumo de Netflix no parece ser muy importante: "Después de eso, si veía en Twitter o en algún lado una entrevista, sí le daba un like, pero no retwitteaba. Por ahí sí retwitteaba algún meme que salió de la película o de alguna escena en particular, o darle like en Instagram. Pero después no" y declara con seguridad "Nunca escribí cosas ni arrojando a nadie ni en ningún foro ni en ninguna página ni de una película ni de una serie. Pero sí capaz sentarme a leer, likear algunas cosas".

El concepto original de prosumidor acuñado por el futurólogo Alvin Toffler (1980) apuntaba a la idea de un individuo que fusiona los roles de productor y consumidor. Desde ese entonces, la investigación acerca de esta figura se incrementó exponencialmente y diversos autores y organizaciones hicieron referencia a los distintos grados de participación que pueden tener estas personas.

En referencia al análisis de los consumos de recepción en América Latina, el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL, 2012) encontró que en la comunicación que se da tanto por parte de emisoras o canales de televisión como por parte de las audiencias, en espacios como las redes sociales o plataformas propias de las emisoras, se constata la apropiación de temas y de tramas de las ficciones televisivas por parte de las audiencias, acciones que relevan grados distintos de implicación. Asimismo, la autora Paola Fernández (2014) afirmó: “El rol del prosumidor abarca acciones, interacciones, intercambios, transacciones comerciales, vínculos sociales, entre otros” (p.90).

Es entre estas acciones que se ubican los tweets, retweets, memes, likes, historias y otros hechos digitales realizados por estos jóvenes usuarios de Netflix. Todas estas actividades remiten a las hipermediaciones de las que habla Scolari (2008), a las que define como: “Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (p.113).

Si bien es verdad que uno podría reconocer más rápidamente a un prosumidor en aquellos jóvenes que realizan una crítica de una película en Twitter u otros que publican en

YouTube un compilado de las mejores escenas de acción de una serie, como venimos afirmando también entran dentro de esta categoría los que realizan acciones más sutiles, si se quiere, como darle like a un meme o dar retweet a un comentario. Es dentro de estos prosumidores que se ubica la mayoría de aquellos jóvenes que utilizan las redes sociales para hacer algo relacionado a su consumo de Netflix, ya sea leer críticas, conocer datos sobre el rodaje, ver memes graciosos, etc. Así, estos individuos a veces retwittean y comparten en sus historias de Instagram entrevistas a los protagonistas y memes o ponen like al hilo que hizo algún fanático, pero generalmente no suelen escribirlos.

Ya sea al dar su opinión acerca de una película, crear un video gracioso sobre una serie o simplemente distribuir y retransmitir lo dicho o creado por alguien más, estos jóvenes prosumidores encuentran en las redes sociales una verdadera comunidad virtual que los agrupa bajo el mismo interés en un determinado momento. Como explica Fernández (2014):

El prosumidor o prosumidores, expuesto a un extenso repertorio de recursos multimedia, emprenden determinadas acciones comunicativas, como expresar sentimientos, difundir información, gestionar información, compartir conocimientos (...) para propiciar las condiciones necesarias de vinculación comunitaria con otro prosumidor o prosumidores, que bien pueden formar parte de una red social. (p. 94)

Si algunos de estos jóvenes hacen algo en redes sociales en un momento posconsumo de Netflix, suele ser valorar lo que otros han dicho sobre la película o serie en cuestión, más que brindar sus propios comentarios directamente. Aquí se ubican sus likes, retweets, respuestas a algún tweet polémico y/o con el cual se sienten identificados, compartir una publicación de algún sitio especializado en cine en sus historias de Instagram, entre otras acciones. De esta manera, a menos que el contenido en cuestión sea una serie que logró un éxito extraordinario, como fue “Game of Thrones” en HBO o “Stranger Things” en Netflix, donde muchas veces estos jóvenes iban twitteando a medida que veían la serie el día de su estreno (algo conocido como *live-tweeting*) o publicaban comentarios en Instagram dando sus reacciones luego de cada capítulo, lo que se repite en mayor medida es una cantidad limitada de personas o medios, desde jóvenes como ellos hasta críticos y sitios especializados, que realizan comentarios en redes sociales acerca de algún contenido disponible en la plataforma y es a estos comentarios que muchos jóvenes se suman demostrando su acuerdo o desacuerdo con los mismos en forma de likes, retweets, respuestas y más.

## Capítulo 9. Conclusiones

A lo largo de la presente tesina de investigación fuimos analizando distintos aspectos del consumo de Netflix que llevan adelante estos jóvenes, desde sus dispositivos de preferencia, sus días y horas de mayor uso, los tipos de contenidos y géneros que eligen con mayor frecuencia, la duración de sus sesiones con la plataforma, el modo en que eligen aquello que van a ver en el servicio, entre muchas otras cuestiones. Las respuestas que brindaron en la encuesta llevada a cabo de manera online permitieron obtener un panorama general de este tipo de temas, así como también ciertos detalles interesantes que fueron aprovechados para investigar en mayor profundidad en las entrevistas que se realizaron posteriormente. Estas entrevistas dieron lugar a una gran cantidad de reflexiones por parte de los propios jóvenes acerca de su relación con la plataforma y originaron, además, muchas otras en quien escribe. Algunos de estos hallazgos confirmaron ciertas ideas que tenía previo a la realización de esta tesina, otras fueron refutadas e incluso hubo algunos descubrimientos sorprendentes que ni siquiera habían sido contemplados en un principio.

En primer lugar, pudimos encontrar que los días en que miran más Netflix son los viernes, sábados y domingos, es decir, el fin de semana, ya que los viernes suelen utilizar el servicio por la noche. En promedio, estos usuarios suelen mirar unas cuatro horas por semana, lo que equivale aproximadamente a dos películas por semana, cuatro capítulos de series de una hora u ocho de series de media hora. Más del 80% de estos jóvenes utiliza el servicio tres o más días a la semana e incluso un 13% lo hace los siete días de la semana, un dato que podemos comprender más fácilmente al ver la nula relación que tienen algunos de ellos con la televisión que conocemos desde siempre, la televisión lineal.

Paradójicamente, el dispositivo que más utilizan para ver Netflix es la televisión, con casi un 70% de adhesión por parte de estos jóvenes, una cifra totalmente entendible dada la proliferación de televisores inteligentes (smart TVs) que salen de fábrica con el servicio ya instalado en ellos, así como también los decodificadores de los principales proveedores de cable que poseen la aplicación de Netflix integrada a sus interfaces. En segundo lugar, como uno de aquellos datos que me sorprendieron realmente, no fueron las computadoras o las laptops quienes ocuparon dicho puesto sino sus celulares, utilizados por más de la mitad de ellos, un 51,6% específicamente. En el tercer puesto se ubica esta vez sí la laptop, con un 43% (su contraparte de escritorio lograría el 11,8%), seguida de dispositivos de streaming como el Amazon Fire Stick y el Google Chromecast, que obtuvieron un 15,2%, algo considerable dado

el relativo conocimiento y adopción que tienen estos dispositivos en nuestro país, por lo menos por ahora.

Ver Netflix es una actividad que estos jóvenes realizan mayormente en solitario, tomando en cuenta el 92% de los encuestados que utilizan habitualmente el servicio estando solos. Sin embargo, aproximadamente uno de cada tres afirmó usar Netflix junto a su pareja (35,9%), seguido de un 30,5% que lo hace junto a su familia y de alrededor de uno de cada cuatro jóvenes que utiliza la plataforma con sus amigos (23,6%).

Otra de las cuestiones que pudimos comprender a partir de este trabajo son los motivos por los que estos jóvenes utilizan Netflix. ¿Con qué objetivo lo hacen? Se pudo observar que usan el servicio para satisfacer múltiples necesidades, desde relajarse luego de un largo día de trabajo y/o estudio hasta aprovechar alguna serie extranjera para practicar idiomas. Dentro de la llamada teoría de los usos y gratificaciones, tomando en cuenta la categorización de las necesidades que llevaron adelante Katz, Gurevitch y Haas (1973), por la cual se agrupaban en cognitivas, afectivas, de integración personal, de integración social y de liberación de la tensión, estos jóvenes miran Netflix en búsqueda de satisfacer tres de las anteriores.

En primer lugar, cinco de los diez entrevistados afirmaron ver Netflix para desenchufarse un poco (en sus propias palabras) ya sea en la hora del almuerzo o al final del día durante la semana o directamente durante el fin de semana, cuando tienen más tiempo libre disponible. Algunos incluso afirman reservarse un espacio durante el fin de semana para pedir comida y sentarse tranquilos a ver algo en la plataforma. De esta manera, para estos jóvenes, Netflix representa principalmente una vía de escape a su rutina diaria, algo que les permite satisfacer las necesidades de liberación de tensión que analizan los autores, un "momento para ellos" en el que pueden despejar su mente de sus preocupaciones diarias y disfrutar de alguna película o serie.

Por otro lado, bastante relacionado al uso anterior, con la diferencia de que esta vez lo realizan junto con sus amigos, pareja o familiares, estos jóvenes utilizan el servicio para satisfacer las mencionadas necesidades de integración social, ya que en algunas ocasiones suelen utilizar el servicio al juntarse con ellos. En dichos momentos, como lo define Tomás (21), Netflix se transforma en un "generador de experiencias", que les permite reforzar los vínculos familiares y de amistad al llegar a un consenso con el otro para elegir qué ver y así compartir un momento entre todos alrededor de una buena historia.

En último lugar, dos de estos jóvenes explicaron que a veces ven Netflix para satisfacer determinadas necesidades cognitivas que tienen, como aprender más acerca de un tema en

particular, por ejemplo, al ver un documental o incluso practicar otros idiomas como el portugués, al ver una serie de origen extranjero.

Si bien durante las entrevistas algunos de ellos dijeron al pasar que habían visto alguna que otra vez una película romántica para emocionarse (necesidades afectivas) o que habían visto en algún momento una serie de la que estaba hablando todo el mundo (necesidades de integración personal), es evidente que los objetivos principales que se plantean al momento de utilizar la plataforma se reflejan en mayor medida en los tres mencionados anteriormente.

Al preguntarles acerca de lo que les gustaba de la plataforma, poder ver lo que quieran cuando quieran fue la opción más repetida con un 83,1% y tres de cada cuatro encuestados (76,8%) resaltaron el hecho de que Netflix no tenga cortes publicitarios, a diferencia de la televisión convencional. Como era de esperar, estos factores son dos de los grandes puntos fuertes del servicio para estos jóvenes, que valoran realmente la libertad que otorgan este tipo de plataformas y para quienes estos cortes son uno de los puntos que más les disgustan sobre la televisión lineal y que muchas veces los hacen alejarse cada vez más de ella. Varios entrevistados destacaron también la libertad que permite el servicio, el hecho de poder ver lo que quieran, cuando quieran y donde quieran. Esto obviamente es uno de los puntos en los cuales Netflix así como también otros servicios de streaming rompen con la televisión lineal y su ya anticuada grilla de programación. A través de plataformas como la analizada, todo su catálogo está disponible para ser consumido en cualquier momento y, algo también novedoso, en prácticamente cualquier pantalla que desee utilizar el usuario, desde un smart TV hasta su celular o tablet. Como mencionamos anteriormente, el contenido está al alcance de nuestra mano y somos nosotros los que decidimos cuándo, dónde y cómo hacernos de él. Incluso es posible ver algo en varias sesiones, ya que podemos pausar o volver a empezar un programa y continuar viéndolo hasta desde otro dispositivo. A diferencia de la televisión, la modalidad de *all you can eat* o tenedor libre que presentan este tipo de plataformas le otorgan al usuario un poder extraordinario para organizar y llevar adelante su consumo televisivo como prefiera.

Otro de los puntos que más valoran sobre la plataforma es la facilidad de acceso al contenido que tiene la plataforma (65,7%), lo que les permite comenzar a ver un determinado título en apenas unos pocos pasos, algo que distingue claramente a Netflix de otros modos de acceder a dicho contenido, como puede ser buscar y reproducir una serie luego de cerrar varios anuncios en una página de streaming ilegal gratuita como Pelispedia o incluso encontrar y descargar el archivo torrent adecuado de una película y sus respectivos subtítulos. El hecho de poder utilizar la plataforma en distintos dispositivos, como ya dijimos, se presenta como algo muy valorado también por estos jóvenes (60,4%), seguido de otras cuestiones como que el

servicio estrene temporadas enteras de sus series en un mismo día (45,2%), el contenido disponible (45,2%), la posibilidad de crear un perfil para cada usuario (44,1%), así como también las recomendaciones que brinda la plataforma en base a su consumo previo, que obtuvo apenas un 9,8% de adhesión entre los encuestados pero que fue destacado en repetidas ocasiones por varios entrevistados.

Por el contrario, al preguntarles a los entrevistados acerca de aquello que menos les gusta de la plataforma, fueron cuatro los puntos de reclamo principales. En primer lugar, cuatro de los diez entrevistados indicaron que la compañía tarda demasiado tiempo en subir nuevas películas y temporadas de sus series a la plataforma, ya sea títulos originales del servicio o bajo licencia. Sobre estas últimas, aclaran, hay ocasiones en las que Netflix sube parte de las series y no todas las temporadas que se hicieron al momento. Como ya vimos, en general estas series se emiten por otras cadenas y luego de un tiempo de emisión específico llegan al catálogo de la plataforma. Asimismo, puede suceder que las negociaciones por estas licencias refieran a algún país en específico, como Estados Unidos, y no a todos, razón por la cual en algunos países esos títulos pueden encontrarse al día, por así decirlo, y en otros no. También relacionado a los acuerdos por estas licencias, varios jóvenes explican que la plataforma da de baja algunos títulos, lo que en ocasiones impide que puedan terminar de ver una serie o directamente no llegar a ver un contenido en particular que sabían que estaba disponible.

Un tercer reclamo gira en torno a la falta de determinados títulos en el catálogo, en mayor medida películas, ya sea obras recientes o títulos que consideran clásicos que deberían estar en el servicio y, por último, dos de los entrevistados no se muestran completamente satisfechos con las recomendaciones que les brinda Netflix, ya que se les hace difícil elegir entre un título u otro ante la multiplicidad de opciones que presenta la plataforma, muchas de las cuales no consideran verdaderamente apropiadas para ellos.

Al respecto de si utilizan o no otras plataformas de streaming de video, un poco más de uno de cada tres encuestados (37,5%) afirmó utilizar solamente Netflix. Un 33,1% eligió la opción "Cablevisión Flow" y, relacionada a esta, "Cablevisión OnDemand" obtuvo un 15%. Entre los entrevistados, pudimos observar que cuando usan un servicio de streaming extranjero y otro nacional, siempre se trata de Netflix y Cablevisión Flow, respectivamente. Por otro lado, aproximadamente uno de cada tres encuestados (30,9%) utiliza páginas de streaming piratas como Cuevana, Pelispedia y PopcornTime. Un número menor de encuestados usa otros servicios de streaming por suscripción pagos, entre los que se destacan HBO Now (10%), Fox Play (7%), Amazon Prime Video (1,3%) y el argentino Qubit (0,6%).

Otra de las cuestiones abordadas durante este trabajo fue si acaso estos jóvenes realizan otras actividades mientras ven Netflix. En este caso las respuestas fueron bastante parejas, con un 51,6% de los encuestados que respondieron positivamente frente a un 48,6% que afirmó no hacer otra cosa mientras utilizaban la plataforma, lo que coincide seguramente con un fenómeno de visualización más atenta por la mitad de ellos. Igualmente, como aclaran algunos entrevistados, el grado de atención que tienen para con aquello que están viendo varía de acuerdo con el género del contenido (aquí destacan que no siempre prestan mucha atención al ver sitcoms como “Friends”) o si están volviendo a ver algo que ya vieron. En estos casos, suelen prestarle menos atención a lo que están viendo y ser más proclives al multitasking. Entre aquellos encuestados que afirmaron hacer otras cosas en simultáneo, hay dos tipos de actividades: las actividades online, entre las que se destacan utilizar redes sociales (79,8%), chatear (73,7%) y navegar por internet (46,5%), y las offline, como comer (64,3%), cocinar y ordenar su casa, ambas con un 34,3%.

En cuanto a la relación de estos jóvenes con la televisión lineal, un 55,9% afirmó ver televisión de manera habitual frente a un 44,1% que no lo hace. El porcentaje más que considerable que obtuvo esta última opción fue otra de las cuestiones que me sorprendieron realmente, ya que si bien creía que una parte de estos jóvenes no veía televisión habitualmente, no pensé que prácticamente la mitad de ellos no lo hiciera. Pero cuando tomamos en cuenta sus respuestas a la hora de afirmar si miran más televisión o Netflix, este dato se vuelve mucho más entendible.

Por otro lado, al preguntarnos qué ven aquellos que sí suelen ver televisión, como era de esperar, los noticieros ocupan el primer lugar, con un 53,9%. Las películas, disponibles tanto en canales abiertos como de cable, fueron el segundo contenido más elegido por ellos, con un 36,8% y, en tercer lugar, los programas de actualidad, que fueron nombrados por varios de los entrevistados, obtuvieron el 28,8%. Casi pegados a estos programas se encuentran los deportes (28,6%), uno de los pilares históricos de la televisión lineal, seguido de las series (21,1%), cuyo consumo en televisión fueron abandonando para hacerlo a través de plataformas como Netflix pero que en ciertas ocasiones sí mantuvieron cuando estos títulos no se encontraban disponibles en estos servicios. Los programas de talento como "America's got Talent" y "La Voz", con un 20,6% de adhesión, cierran el conjunto de contenidos más elegidos por estos jóvenes en la televisión lineal.

Como se anticipó anteriormente, al averiguar qué veían más estos jóvenes, si televisión o Netflix, sus respuestas nos permiten comprender más fácilmente porque muchos de ellos ya no ven televisión habitualmente, ya que la mayoría de ellos, un 76,4% específicamente, afirmó

ver más Netflix que la televisión lineal (23,6%). Más allá de un primer momento de impacto frente a estos resultados, cuando uno tiene en cuenta los dichos de varios entrevistados, que valoran la posibilidad de ver lo que quieran en cualquier momento y lugar que les ofrece Netflix, sumado al desagrado que expresan para con la programación televisiva actual, sus noticieros, programas de farándula, películas desactualizadas, programas de actualidad en los que "todo es un circo" y los cortes publicitarios constantes, entre otras cuestiones, la amplia diferencia que se observa entre una opción y otra parece incluso no ser suficiente. Los motivos de su elección son claros y marcan una tendencia que seguramente no dejará de aumentar en los próximos años.

Al preguntarnos cómo eligen estos jóvenes lo que van a ver, las recomendaciones de conocidos aparecen en primer lugar (77,7% de los encuestados). Igualmente, algunos entrevistados aclararon que no se ponen a ver algo solamente porque se lo haya recomendado un amigo o un familiar. Sí valoran más las recomendaciones de conocidos que en su opinión entienden de cine y series, incluso más que las recomendaciones de sitios especializados (15,7%) y de críticos o periodistas (13,9%) ya que entienden que sus familiares y amigos les pueden dar recomendaciones más acertadas en base a sus gustos porque los conocen personalmente. El interés que tienen por el argumento se mostró como otro factor sumamente importante para estos jóvenes (71,6%). En tercer lugar, se ubica el género del título en cuestión (53%), seguido de dos opciones muy relacionadas entre sí que lograron prácticamente la misma adhesión: trailers de los diferentes contenidos (46,1%) y los comentarios en redes sociales (45%) que muchas veces acompañan a dichos avances, en redes como Twitter e Instagram, así como también el interés que tienen estos jóvenes por los actores y/o directores involucrados (41,8%). Por último, aunque los usuarios se encuentren con estas recomendaciones cada vez que utilicen el servicio, las propias recomendaciones de Netflix lograron una adhesión relativamente baja (28,2%).

Tras investigar qué veían más en la plataforma, si series, películas o documentales, la predilección casi absoluta de estos jóvenes hacia las series funcionó como una confirmación de una tendencia que venía observando desde hace varios años por distintos motivos, desde artículos periodísticos mes a mes acerca de "las nuevas series que hay que ver" y columnas de opinión sobre la era dorada de la televisión, el incremento constante en la oferta de series de televisión e incluso la creciente conversación alrededor de distintas series que se fue dando con amigos y familiares. Es evidente que no era el único que entendía que estamos vivenciando un gran momento en la historia de la ficción en televisión, pero el altísimo grado de preferencia que obtuvieron las series por sobre las películas y los documentales entre estos jóvenes, con un

87,3% de adhesión entre los encuestados, me sigue pareciendo impresionante. Muy a lo lejos quedaron las películas con un 11,1%, y con un ínfimo 1,6% dijeron presente unos pocos fanáticos de los documentales.

En relación con el *binge-watching*, fenómeno por el cual los usuarios miran tres o más capítulos de una serie de manera seguida, hemos comprobado que se trata de un modo de consumo muy presente en estos jóvenes, dado el 68,7% que afirmó llevar adelante esta práctica habitualmente, al igual que nueve de los diez entrevistados. En cuanto a la cantidad de días a la semana que realizan *binge-watching* habitualmente, un tercio de los encuestados respondió dos días, un 23,6% lo hace una sola vez y un 21,4% tres veces. Sumando múltiples opciones, el 76,4% de los encuestados lo hace al menos dos días por semana. Los entrevistados por su parte, suelen hacerlo una o dos veces, los fines de semana. Dichos porcentajes, como así también las palabras de varios de los entrevistados, nos permiten afirmar que el *binge-watching* lentamente se está convirtiendo en el modo típico de consumo de estos jóvenes. Ciertamente ya lo es para algunos de ellos que afirman ver más de tres capítulos seguidos cada vez que utilizan el servicio, mientras que otros hacen referencia a series puntuales que los llevaron a completarlas en muy poco tiempo.

La utilización de recursos narrativos como el *cliffhanger*, aquel desenlace abierto que se introduce al final de cada capítulo, ha incrementado exponencialmente este tipo de consumo, ya que como ellos mismos explican, siguen viendo capítulo tras capítulo porque se "enganchan" con estas incógnitas que las series van planteando en sus distintos episodios. La facilidad con la que es posible seguir viendo una serie también tiene su cuota de responsabilidad en esto, ya que el usuario ni siquiera debe apretar un botón para continuar sino que es la propia plataforma quien pasa al próximo capítulo luego de una cuenta regresiva que casi no le da tiempo a negarse.

Teniendo en cuenta la amplia preferencia que tienen estos jóvenes por las series y el hecho de que tanto el 68,7% de los encuestados así como también nueve de los diez entrevistados afirmaron que *binge-watching* habitualmente, podemos afirmar que hemos comprobado nuestra hipótesis de partida, la cual sostenía que lo que más miraban estos jóvenes en la plataforma eran series de televisión y que el *binge-watching* era un modo de consumo habitual en la mayoría de ellos.

Con respecto a sus géneros de películas favoritos, la comedia obtuvo el primer lugar al ser elegida por el 61,2% de los encuestados, seguida de "Romance" y "Drama" empatados con un 55,1%. Esta última opción también fue muy nombrada entre los entrevistados. El género "Thriller" logró un 46,9%, seguido de "Acción y aventuras" (40,8%) y la ciencia ficción (32,7%). Las películas que miran estos jóvenes suelen venir en mayor medida de Estados

Unidos (95,9%), como imaginábamos, seguido de España (61,2%), un país que tiene una creciente cantidad de títulos en la plataforma, Argentina (51%) e Inglaterra (40,8%).

Cuando de géneros favoritos de series se trata, el drama, que había logrado el segundo lugar en películas, se muestra como el más elegido con un 64,3%. El éxito de algunos títulos como “Breaking Bad”, “Mad Men”, “Peaky Blinders” y “Grey's Anatomy” nos recuerdan lo importante que es dicho género para estos jóvenes (y las audiencias en general). Invertiendo también el orden obtenido en las películas, las comedias obtuvieron el 54,9%, seguidas del policial (52,6%), thriller (44,5%) y, muy cerca uno del otro, la ciencia ficción (37,2%), el género romántico (36,2%) y acción y aventuras (33,3%). Así como sucedió con las películas, Estados Unidos se ubica nuevamente como el país de donde provienen en mayor medida las series que ven estos jóvenes (95%), seguido de España (61,5%) que también repite el segundo lugar. Por otro lado, Inglaterra (46,3%) cambia de lugar con Argentina, opción elegida por el 24,4%. De aquel 87,3% de los encuestados que veían series con mayor frecuencia que películas y documentales en la plataforma, prácticamente todos (90,6%) han visto o siguen viendo series originales de Netflix. Algunos de los entrevistados destacaron estas series como un punto alto del servicio y elogiaron también el abordaje de temáticas novedosas en algunas de ellas, como la educación sexual y la sexualidad en los jóvenes. Entre las series originales de Netflix más nombradas se encuentran “House of Cards”, “Stranger Things”, “Sex Education” y “Mindhunter”.

También se analizó qué actividades posconsumo realizan estos jóvenes a partir de ver contenidos en la plataforma. Dentro de estas televidencias de segundo orden, como las definiría Orozco Gómez (2001), se encuentra en primer lugar charlar con amigos (62,9%), en mayor medida acerca de series, algo que se ha vuelto moneda corriente desde hace tiempo, con la proliferación de series de televisión en servicios como este y la conversación que se crea alrededor de ellas con el estreno de cada temporada. Muy relacionada a la anterior, "Recomendar lo que vieron" (57,5%) suele venir acompañado de una charla con conocidos pero también puede darse de distintas maneras en un contexto digital, como destacaremos más adelante. Investigar sobre lo que vieron, su temática, director, actores involucrados, entre otras cuestiones, se ubicó en tercer lugar (48,6%). Más tarde, muy relacionadas una con la otra, se ubican "Charla con familiares" (37,2%) y "Charla con su pareja" (29,5%). Finalmente, otras de las más recurrentes fueron "Leer críticas" con 27,2% (vale aclarar que ningún entrevistado afirmó redactar críticas propias) y "Comentar en redes" (21,3%), una de las varias actividades que llevan adelante en las redes sociales, como veremos a continuación.

Dentro de ellas, “Ver memes” es la principal (44,7%), seguida de recomendar lo que vieron (29,5%) y buscar críticas (27,5%). Algunos entrevistados afirman leer y/o hacer retweet a hilos o cadenas de Twitter sobre curiosidades o a algún meme de una serie, ver algún video en Instagram sobre teorías alternativas a lo que sucedió en un determinado título y entrevistas con actores y directores en YouTube. Más allá de ver este tipo de contenidos, estos jóvenes siguen a algunos de sus actores favoritos en Instagram y likean sus publicaciones, así como también las de perfiles especializados en cine y series e incluso comentarios de otros espectadores como ellos. Suelen difundir y aprobar con sus likes videos de curiosidades, entrevistas, memes y publicaciones con distintas opiniones, más que dar las propias.

Es evidente que ver Netflix se ha vuelto una actividad más que habitual en la vida de estos jóvenes. En dicho servicio encuentran un lugar de descanso, un punto de encuentro con su pareja, amigos y familiares alrededor de una historia que pueden compartir juntos y/o discutir luego de verla, así como también un espacio en el que pueden aprender algo sobre un tema que les interese. Al menos esto es lo que sucede por ahora, ya que como explicaron algunos entrevistados, para continuar utilizando la plataforma como lo vienen haciendo (o con mayor frecuencia), lo más importante es que el servicio posea nuevos contenidos que les sigan llamando la atención. En una era en la que si uno quiere tener acceso a la mayor cantidad de películas, series y documentales posibles debe suscribirse a una pluralidad de servicios que parece no dejar de aumentar, lo que determina dónde estos jóvenes ponen su dinero (o el de sus padres, en algunos casos) es el contenido disponible en sus catálogos. Por el momento Netflix se erige como el que prefieren en mayor medida. Pero ante el fortalecimiento de viejos y nuevos servicios de streaming, los eventuales embates de una televisión lineal que no está lista para tirar la toalla, los sitios de streaming piratas y la progresiva masificación de los archivos torrent, todo puede pasar en la batalla por los ojos de estos espectadores.

Como temáticas interesantes a abordar en futuras investigaciones quedan cuestiones como el cambio en el modo de consumo de Netflix de estos jóvenes a partir de la pandemia de COVID-19, si acaso hubo más modificaciones en el mismo más allá del incremento del *binge-watching* registrado, así como también los que se originaron con la llegada y expansión de Disney+ a nuestro país en noviembre del 2020. Quizás en un mundo poscoronavirus, con la quita de las restricciones a todo tipo de actividades como la realización de conciertos y la apertura total de estadios, discotecas, teatros y salas de cine, estos jóvenes quieran salir más de sus hogares y reducir el uso de plataformas como la analizada, en pos de hacer actividades al aire libre o en distintos espacios junto con sus parejas, familiares y amigos. Al menos durante los primeros meses. Por último, nuevamente en relación al *binge-watching*, un estudio más

exhaustivo acerca de sus efectos en la salud en caso de transformarse en una práctica diaria se muestra verdaderamente interesante.

## Bibliografía

- Alexander, J. (8 de septiembre de 2020). *Netflix still on track to release more originals in 2021 than this year, but production woes are setting in*. The Verge. <https://www.theverge.com/2020/9/8/21427544/netflix-originals-2021-films-tv-shows-production-europe-asia-united-states>
- Bassam, T. (21 de mayo de 2020). *The Last Dance scores 23.8m viewers globally on Netflix*. SportsPro. <https://www.sportspromedia.com/news/the-last-dance-netflix-viewing-figures-michael-jordan-espn>
- Becerra, M. (2017). *La TV resiste*. Martín Becerra (Blog personal). Recuperado el día 08/10/2020 de <https://martinbecerra.wordpress.com/2017/12/04/la-tv-resiste/>
- Bermúdez, E. (2001). *Consumo cultural y representación de identidades juveniles*. En Congreso LASA 2001, celebrado en la ciudad de Washington DC, Estados Unidos.
- Bertran, A. (22 de abril de 2019). *Cablevision integra Netflix a Flow en Argentina*. Nextv News. <https://nextvnews.com/cablevision-integra-netflix-a-flow-en-argentina/>
- Bhushan, N. (06 de diciembre de 2019). *Netflix to Invest \$400M in Indian Content Over Two Years, CEO Reed Hastings Says*. Hollywood Reporter. <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-invest-400m-indian-content-says-ceo-reed-hastings-1260159>
- Bocock, Robert (1993), *El Consumo*, Madrid, España: Ediciones Talasa, 1era Edición.
- Bourdieu, Pierre (1998), *La Distinción*, Madrid, España: Editorial Taurus, 2da Edición.
- Bowman, J. (24 de enero de 2020). *3 Reasons Investors Don't Need to Worry About Netflix's Growth*. <https://www.fool.com/investing/2020/01/24/3-reasons-investors-dont-need-to-worry-about-netfl.aspx>
- Brown, M. (06 de abril de 2017) *Netflix & Millennials: Viewers, Not Subscribers*. LendEDU. <https://lendedu.com/blog/netflix-millennials-viewers-not-subscribers/>
- Carlón, M. (2009). “¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era”, en *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (Mario Carlón y Carlos Scolari, ed.). Buenos Aires, La Crujía.
- Carlón, M. (2016), *Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-TV, el post-cine y YouTube*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Carlón, M. (2020), *El gigante del streaming hogareño*. En Línea FADU UBA. <https://enlinea.fadu.uba.ar/netflix/>
- Casetti, F. y Odin, R. (1990), “De la paléo- à la néo-télévision” en *Televisions mutations, Communications, N° 51*. (Traducción de María Rosa del Coto, Cátedra de Semiótica 11, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA).
- Cines Argentinos (s.f.) *Rankings de Espectadores en el 2019*. Cines Argentinos. <https://www.cinesargentinos.com.ar/ranking/2019/>
- Clarín Espectáculos. (31 de diciembre de 2019). *Netflix: cuáles fueron las películas y series favoritas de los argentinos en 2019*. [https://www.clarin.com/espectaculos/tv/netflix-peliculas-series-favoritas-argentinos-2019\\_0\\_5lb8-dzp.html](https://www.clarin.com/espectaculos/tv/netflix-peliculas-series-favoritas-argentinos-2019_0_5lb8-dzp.html)
- Clark, T. (12 de febrero de 2020). *Netflix has lost 3,000 movies in the last decade, but its originals catalog has soared to 1,100*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/how-netflix-movie-and-tv-show-catalog-changed-over-time-2020-2>
- CNBC Television (6 de noviembre de 2019). *Netflix CEO Reed Hastings speaks at New York Times DealBook Conference – 11/6/2019*. Youtube. Traducción propia.

Recuperado el día 06/04/2020 de

[https://www.youtube.com/watch?v=8oVl3gyIaeI&ab\\_channel=CNBCTelevision](https://www.youtube.com/watch?v=8oVl3gyIaeI&ab_channel=CNBCTelevision)

- Deloitte (2015), *Digital democracy survey 9th Edition*, Estados Unidos.
- Deloitte (2016), *Digital democracy survey 10th Edition*, Estados Unidos.
- Douglas, Mary (1998), *Estilos de pensar: Ensayos críticos sobre el buen gusto*, Barcelona, España: Gedisa.
- Eco, U. (1983) "TV: la transparence perdue", en *La guerre du faux*. Paris: Grasset. (Trad. Esp. (1994), "TV: la transparencia perdida", en *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen.
- Esains, I. (31 de marzo de 2020). *Las series españolas vs. el COVID-19*. CortaCable. <https://cortacable.substack.com/p/las-series-espaolas-vs-el-covid-19>
- EY (Diciembre de 2018). *Summary of EY report, "The Relationship Between Movie Theater Attendance and Streaming Behavior"*. NATO. <http://www.natoonline.org/wp-content/uploads/2019/01/EY-NATO-Report-Executive-Summary-12-14-18.pdf>
- Fernández, P.(2014). "Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente", *Revista Question, Vol.1, Número 40*, La Plata, Argentina.
- Finder (18 de septiembre de 2019). *Netflix International: What movies and TV shows can I watch, and where can I watch them?*. Finder. <https://www.finder.com/global-netflix-library-totals>
- Fool (16 de octubre de 2019). *Netflix Inc (NFLX) Q3 2019 Earnings Call Transcript*. Fool. Traducción propia. <https://www.fool.com/earnings/call-transcripts/2019/10/16/netflix-inc-nflx-q3-2019-earnings-call-transcript.aspx>
- García Canclini, Néstor (1999), "El Consumo cultural, una propuesta teórica", en Sunkel, G. (edit.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Convenio Andrés Bello.
- García Fanlo, L. (2019). *El lenguaje de las series de televisión*. Jornadas de investigadores del Instituto de Artes del Espectáculo (IAE, Facultad de Filosofía y Letras, UBA). Instituto de Artes del Espectáculo, Buenos Aires.
- Goldberg, L. (12 de noviembre de 2019). *'Friends' Reunion Special in the Works at HBO Max (Exclusive)*. <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/friends-reunion-special-works-at-hbo-max-1254331>
- Gómez Ponce, A. (2018). "¿Cómo interpelar las series televisivas? Una reflexión semiótica sobre las narrativas artísticas de consumo". *Actas III Coloquio Patagónico: El Arte en los Confines*, Instituto Universitario Patagónico de las Artes.
- Guthrie, M. y Rose, L. (7 de agosto de 2015). *FX Chief John Landgraf on Content Bubble: "This Is Simply Too Much Television"*. Hollywood Reporter. Traducción propia. <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/fx-chief-john-landgraf-content-813914>
- Heram, Y. (2012). "Paleo, neo y pos-crítica. Análisis de tres momentos de la crítica televisiva" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 16, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNREditora.
- Heram, Y. (2018). "¿Por qué 'Showmatch'? Un acercamiento al consumo televisivo de uno de los programas más vistos en Argentina" en *Fonseca, Journal of Communication, n. 16, 2018, pp. 177-190*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Holloway, D. (3 de agosto de 2018). *FX Boss John Landgraf Talks 'Narrative Exhaustion' in TV's 'Gilded Age'*. Variety. <https://variety.com/2018/tv/news/fx-boss-john-landgraf-tca-netflix-1202894641/>

- Johnson, C. (05 de abril de 2017). *Goodbye Stars, Hello Thumbs*. About Netflix. <https://about.netflix.com/en/news/goodbye-stars-hello-thumbs>
- Kafka, P. (17 de abril de 2017). *Amazon? HBO? Netflix thinks its real competitor is... sleep*. Vox. <https://www.vox.com/2017/4/17/15334122/netflix-sleep-competitor-amazon-hbo>
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38 (2), 164-181. Retrieved from [http://repository.upenn.edu/asc\\_papers/267](http://repository.upenn.edu/asc_papers/267)
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In E. Katz & J. Blumler (Eds.), *The Uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (Vol. 3)*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1985). “Usos y Gratificaciones de la Comunicación de Masas”, en M. De Moragas (Ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas (Vol. 2, pp. 127-172)*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.
- Keating, G. (2013). *Netflixed: The Epic Battle for America's Eyeballs*. New York, Penguin Publishing Group.
- Keating, G. (21 de febrero de 2014). *Five myths about Netflix*. The Washington Post. [https://www.washingtonpost.com/opinions/five-myths-about-netflix/2014/02/21/787c7c8e-9a3f-11e3-b931-0204122c514b\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/five-myths-about-netflix/2014/02/21/787c7c8e-9a3f-11e3-b931-0204122c514b_story.html)
- Laswell, Harold (1927). *Propaganda Technique in the World War*. Connecticut, Estados Unidos, Martino Fine Books, 2013.
- Lazarsfeld, P., Berelson B. y Gaudet, H. (1944). *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P. y Katz, E. (1955) *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, IL, Estados Unidos, Free Press.
- Lee, E. (04 de diciembre de 2018). *Netflix Will Keep 'Friends' Through Next Year in a \$100 Million Agreement*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2018/12/04/business/media/netflix-friends.html>
- Lexico. (s.f.) *streaming*. Lexico UK Dictionary. Traducción propia. <https://www.lexico.com/definicion/streaming>
- Martín Barbero, J. y Rey, G. (1999). *"Otros lugares para la cultura en las relaciones Colombia-Venezuela"*, texto mimeografiado. Colombia.
- McAlone, N. (22 de marzo de 2017). *TV is in for a huge battle over the next few years — here's why*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/comscore-millennials-watch-less-live-tv-2017-3>
- McLuhan, M. y Nevitt, B. (1972) *Take Today: the Executive As Dropout*. New York, 1ª Ed: Harcourt Brace Jovanovich.
- Merriam Webster. (s.f.) *binge-watch*. Merriam Webster Dictionary. Traducción propia. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/binge-watch>
- Netflix Investors. *Long-Term View*. <https://www.netflixinvestor.com/ir-overview/long-term-view/default.aspx>
- Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (2012). *Transnacionalización de la ficción televisiva en los países iberoamericanos*, Brasil: Meridional Ltda. Recuperado el 12 de agosto de 2020 de <http://blogdoobitel.files.wordpress.com/2011/04/obitel2012espanhol-120912131100-phppapp02.pdf>
- Orozco Gómez, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. México: Universidad Iberoamericana/Ediciones de la Torre.

- Orozco Gómez, G. (2001). Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la ‘televidencia’ y sus mediaciones. En: *Revista Iberoamericana de educación*, No. 27. Septiembre- Diciembre, OEI.
- Orozco Gómez, G. (2012). “Televisión y producción de interacciones comunicativas” en *Comunicación y Sociedad N°18*, México, Nueva época.
- Ortega Villa, L. M. (2009). "Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis" en *Culturales*, Vol. 5, Nro. 10, Mexicali, Universidad Autónoma de Baja California.
- Page, D. (4 de noviembre de 2017) *What happens to your brain when you binge-watch a TV series*. NBC News. <https://www.nbcnews.com/better/health/what-happens-your-brain-when-you-binge-watch-tv-series-ncna816991>
- Peters, J. (1999). *Speaking into the Air*. Chicago, University of Chicago Press.
- Picker, L. (3 de noviembre de 2015). *Netflix’s Reed Hastings Sees Need for More Content*. New York Times. <https://www.nytimes.com/2015/11/04/business/dealbook/netflixs-reed-hastings-sees-need-for-more-content.html>
- Sandvine (Septiembre de 2019). *The Global Internet Phenomena Report*.
- <https://www.sandvine.com/press-releases/sandvine-releases-2019-global-internet-phenomena-report>
- Santos, M. (5 de febrero de 2020). *Netflix’s US Library Has Shrunk by More Than 5,000 Titles in Less Than 10 Years*. UpNext by Reelgood. <https://blog.reelgood.com/netflixs-us-library-has-shrunk-by-more-than-5000-titles-in-less-than-10-years>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Scolari, C. (2009). "This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión", en *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (Mario Carlón y Carlos Scolari, ed.). Buenos Aires, La Crujía.
- Slater, D. (1997). *Consumer culture & modernity*, 2da edición, Cambridge, Office Polity Press.
- Smith, G. (6 de noviembre de 2019). *Netflix CEO Vows to Spend Even More on Content*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-11-06/netflix-ceo-vows-to-spend-more-on-content-as-competition-grows>
- Spangler, T. (15 de julio de 2019). *Netflix Subscribers Say ‘Orange Is the New Black,’ ‘Stranger Things’ Are Their Favorite Shows on the Service*. Variety. <https://variety.com/2019/digital/news/netflix-orange-is-the-new-black-stranger-things-most-poular-1203267573/>
- Spangler, T. (6 de noviembre de 2019) *Netflix CEO Reed Hastings: Disney Is Streaming Competitor ‘We Have the Most to Learn From’*. Variety. <https://variety.com/2019/digital/news/netflix-ceo-reed-hastings-disney-competitor-learn-from-1203395181/>
- Spangler, T. (14 de noviembre de 2019). *Ted Sarandos Says Disney Plus Launch Changes ‘Nothing’ for Netflix*. Variety. <https://variety.com/2019/digital/news/netflix-ted-sarandos-disney-plus-launch-changes-nothing-1203404839/>
- Spangler, T. (08 de abril de 2020). *‘Tiger King’ Nabbed Over 34 Million U.S. Viewers in First 10 Days, Nielsen Says*. Variety. <https://variety.com/2020/digital/news/tiger-king-nielsen-viewership-data-stranger-things-1234573602/>
- Spangler, T. (7 de septiembre de 2020). *Reed Hastings on New Book, Netflix’s Future and One of His Toughest ‘Keeper Tests’*. Variety.

<https://variety.com/2020/digital/news/reed-hastings-book-netflix-cfo-keeper-test-1234755643/>

- Sunkel, G. (2002). "Una mirada otra. La cultura desde el consumo", en *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Buenos Aires, CLACSO.
- Tassi, P. (20 de agosto de 2015). *Netflix Saves Users From Watching 130 Hours Of Commercials Per Year*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2015/08/20/netflix-saves-users-from-watching-130-hours-of-commercials-per-year/?sh=23213be635b5>
- Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. México, Edivisión.
- Trainer, D. (19 de julio de 2019). *Netflix's Original Content Strategy Is Failing*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2019/07/19/netflixs-original-content-strategy-is-failing/?sh=55ac1f403607>
- Vary, A. (20 de mayo de 2020). *Study Shows 70% of Consumers Would Rather Watch New Movies at Home*. Variety. <https://variety.com/2020/film/news/new-movies-better-at-home-than-in-theaters-performance-research-1234611208/>
- Vasallo de Lopes, I. (2012). "Un estudio de caso de recepción transmediática; comunidades de fans en Facebook y temas sociales de la telenovela brasileña *Passione*", en *Colaborarte - Medios y arte en la era de la producción colaborativa*, Buenos Aires, La Crujía.
- Verón, E. (2007). "Semiótica como sociosemiótica. Entrevista a cura di Carlos A. Scolari", en *Mediamérica. Semiotica e analisi dei media a America Latina*, Carlos A. Scolari y Paolo Bertetti (ed.). Torino: Cartman edizioni.
- Verón, E. (2009). "El fin de la historia de un mueble", en *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (Mario Carlón y Carlos Scolari, ed.). Buenos Aires, La Crujía.
- Watson, A. (3 de diciembre de 2020). *Most popular movie genres among adults in the United States as of December 2018*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/264127/favorite-movie-genre-in-the-us/>
- Whitten, S. (08 de abril de 2019). *Netflix isn't killing movie theaters: Viewers who stream more also go to cinemas more*. CNBC. <https://www.cnb.com/2019/04/08/netflix-isnt-killing-theaters-people-who-stream-more-see-movies-more.html>
- Wortman, Ana (2010). "Cambios culturales, cambios de consumos culturales", en *Cultura, inclusión y transformación social*, Argentina, Instituto de políticas culturales Patricio Lóizaga de la Universidad Nacional Tres de Febrero.
- Yahoo Finance (23 de enero de 2020) *Edited Transcript of NFLX earnings conference call or presentation 21-Jan-20 11:00pm GMT*. Yahoo Finance. <https://finance.yahoo.com/news/edited-transcript-nflx-earnings-conference-135303188.html>

## Anexo

### Índice

<b>A.1. Línea de tiempo de Netflix.....</b>	<b>128</b>
<b>A.2. Principales competidores.....</b>	<b>135</b>
A.2.1. Amazon Prime Video.....	135
A.2.2. HBO.....	136
A.2.3. Hulu.....	137
A.2.4. MUBI.....	138
A.2.5. Cablevisión Flow.....	138
A.2.6. Qubit.....	139
A.2.7. Pluto TV.....	140
A.2.8. Disney+.....	140
A.2.9. The Pirate Bay, Kickass Torrent, YTS y similares.....	141
A.2.10. Páginas web y aplicaciones como Cuevana, Pelispedia y Popcorn Time.....	141
A.2.11. YouTube.....	142
A.2.12. Televisión lineal.....	144
<b>A.3. Modelo de encuesta.....</b>	<b>146</b>
<b>A.4. Gráficos.....</b>	<b>151</b>
<b>A.5. Transcripciones de las entrevistas.....</b>	<b>170</b>
A.5.1. Entrevista a Constanza (24).....	170
A.5.2. Entrevista a Fátima (19).....	183
A.5.3. Entrevista a Tomás (21).....	193
A.5.4. Entrevista a Martín (24).....	212
A.5.5. Entrevista a Valentina (19).....	223
A.5.6. Entrevista a Franco (22).....	233
A.5.7. Entrevista a Ludmila (22).....	246
A.5.8. Entrevista a Federico (25).....	256
A.5.9. Entrevista a Rosalía (25).....	268
A.5.10. Entrevista a Leandro (23).....	277

## **A.1. Línea de tiempo de Netflix**

A continuación, se brindará una línea de tiempo con los hitos más importantes en la historia de la compañía, así como también algunos sucesos referentes a otras compañías del mundo del streaming.

### **1997:**

29 de agosto: Marc Randolph y Reed Hastings cofundan Netflix. Randolph actuó como el primer CEO de la compañía y Hastings, mientras tanto, estudiaba en Stanford el segundo semestre del programa de educación para graduados.

### **1998:**

14 de abril: Netflix lanza su página web con un catálogo de casi mil películas para alquilar a través de un modelo de pago por alquiler de 50 centavos por envío. Fue la primer tienda de alquiler de DVDs online. Algo que también los diferenciaba de los videoclubes más comunes, más allá de trabajar online y con alquileres que llegaban por correo postal, era que sus clientes tenían hasta 7 días para devolver la película, contra las 48 horas habituales de un videoclub. En ese momento la empresa tenía solamente 30 empleados. Para principios de 2018, esa cifra ascendió a más de 5500.

### **1999:**

Julio: Junta 30 millones de dólares de capital de riesgo.

Septiembre: Netflix lanza su concepto de suscripción mensual. Marc Randolph le deja el puesto de CEO a Hastings y se concentró en el desarrollo de producto.

Randolph ceded the CEO post to Hastings in 1999 and turned to product development

### **2000:**

Netflix presenta un sistema de recomendación de películas personalizado, que utiliza los puntajes de los miembros para predecir elecciones de los futuros alquileres para todos los usuarios.

Reed Hastings ofrece Netflix a Blockbuster para su compra por 50 millones de dólares. El CEO de Blockbuster, John Antioco, rechazó la oferta alegando que Netflix, una compañía que estaba perdiendo dinero, solamente era un “negocio de nicho muy pequeño”. En septiembre de 2010, Blockbuster se declararía en bancarrota, con más de 900 millones de dólares en deudas. En ese entonces, Blockbuster estaba valuada en 24 millones de dólares. ¿Y Netflix? Unos 13 mil millones.

### **2002:**

Se funda Redbox, que ofrece alquileres de DVD a través kioscos automatizados.

Mayo 29: Netflix inicia su IPO (u oferta pública de venta, en español) vendiendo 5,5 millones de acciones al precio de 15 dólares. Obtienen 82,5 millones de dólares de ingresos.

**2003:**

La compañía llega al millón de suscriptores.

**2004:**

Blockbuster lanza Blockbuster Online para competir con Netflix, ofreciendo alquileres de DVD ilimitados a una tarifa mensual de 19,99 dólares.

**2006:**

7 de septiembre: Amazon lanza el servicio de video a demanda Amazon Video.

1 de octubre: Netflix ofrece una recompensa de 1 millón de dólares al primer desarrollador de un algoritmo de recomendación de video que pueda ganarle a su algoritmo Cinematch, al predecir las puntuaciones de los clientes por más de 10%.

**2007:**

15 de enero: Netflix anuncia el lanzamiento de su servicio de streaming (o transmisión) de video.

Febrero: Netflix entrega su DVD número 1 billón y empieza a alejarse de su negocio núcleo original de enviar DVDs al lanzar su servicio de streaming de video a demanda por Internet.

**2008:**

Marzo: Hulu, un servicio competidor de streaming online, se abre a acceso público en los Estados Unidos.

Agosto: Netflix sufre un problema gigante de corrupción de su base de datos. Esto hace que muevan toda su información a la nube de Amazon Web Services. Completa su cambio hacia la nube para enero del 2016.

**2009:**

Netflix llega a la PlayStation 3 y Smart TVs, a través de aplicaciones especializadas para cada tipo de dispositivo.

**2010:**

Abril: Netflix presenta su app para las tablet iPad, que son lanzadas ese mismo mes.

Agosto: Lanzan la app para celulares iPhone.

22 de septiembre: Netflix empieza a expandir su servicio de streaming al mercado internacional, empezando con Canadá.

Diciembre: The FCC Open Internet Order prohíbe a los proveedores de servicios de televisión por cable y teléfono prevenir el acceso a competidores o a determinados sitios web como Netflix.

**2011:**

Abril: La distribuidora digital y compañía de tecnología de medios Vudu anuncia el lanzamiento de su servicio de streaming online.

Junio: El CEO de Netflix, Reed Hastings, se une a la junta de directores de Facebook.

Septiembre: Un mes importante para la empresa en Latinoamérica

Netflix lanza su servicio de streaming en países de América Latina como Brasil, Argentina, Uruguay, Chile, Bolivia, Perú y México.

5: Netflix lanza su servicio de streaming en Brasil.

7: Netflix lanza su servicio de streaming en Argentina, Uruguay y Paraguay

8: Netflix lanza su servicio de streaming en Chile y Bolivia.

9: Netflix lanza su servicio de streaming en la región andina, incluyendo Perú y Ecuador.

12: Netflix lanza su servicio de streaming en México, América Central y el Caribe.

18: Reed Hastings dice en una publicación en el blog de Netflix que la sección de DVD de Netflix sería separada y renombrada como Qwikster, y el único cambio mayor serían los sitios web separados para los servicios. Este cambio sería retractado un mes después.

Noviembre:

Las acciones de Netflix caen de los U\$D42,16 por acción en Julio a los U\$D9,12 por acción en Noviembre, a medida que 800.000 suscriptores abandonan el servicio, debido a un aumento de la tarifa del 60%, que llevó el precio de la suscripción a \$7,99 dólares mensuales.

**2012:**

4 de enero: Netflix comienza su expansión por Europa, lanzando su servicio en el Reino Unido e Irlanda. Para el 18 de septiembre Netflix ha llegado a Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia.

Diciembre: Netflix sufre un corte masivo en Nochebuena, debido a su hosting en Amazon Web Services. Amazon se disculpó días después. No tan importante.

**2013:**

1 de febrero: Netflix estrena House of Cards, su primer contenido original. La serie es protagonizada por Kevin Spacey y Robin Wright. (Ver extracto sobre la serie en la página ... cuando lo haga)

1 de agosto: Netflix anuncia una característica de “Perfiles” que permite crear y organizar hasta cinco perfiles de usuario por cuenta, asociados ya sea a individuos o temas de su propia elección (por ej.: “Noche de cita”).

Noviembre: Dish Network anuncia que Blockbuster cerrará sus tiendas remanentes para fin de año.

#### **2014:**

Febrero: Netflix descubre que Comcast Cable había estado reduciendo la velocidad de su tráfico y anuncia que le pagará a Comcast para terminar con la reducción.

10 de septiembre: Netflix participa en la “Reducción de Internet” reduciendo sus velocidades a propósito, anunciando su oposición a los cambios propuestos en la neutralidad de la red, reglas que actúan contra la neutralidad de la red al darle a sitios web de su preferencia la opción de pagarle a compañías de telecomunicación a cambio de un carril rápido garantizado, en efecto, reduciendo la velocidad de sitios web que no pagan por dicho carril.

#### **2015:**

Durante este año, Netflix fue responsable del 37% del tráfico de internet de Estados Unidos.

Julio: Netflix anuncia que sus acciones se han disparado hasta un punto récord (casi 100 dólares por acción), un crecimiento del 574% a lo largo de los últimos cinco años.

2 de septiembre: Netflix lanza su servicio de streaming en Japón.

Octubre: Netflix anuncia que elevará el precio de su plan HD standard a 10 dólares por mes, en vez de los 9 dólares por mes para clientes recientes. Este aumento se extenderá gradualmente, una estrategia que llaman “un-grandfathering”.

#### **2016:**

Enero: Netflix anuncia que lanzará contenidos originales para niños. Hoy en día, Netflix ya lanzó unos 100 programas y series para niños, aproximadamente, como Skylanders Academy, Turbo Fast y Trollhunters.

Reed Hastings declara que los usuarios han *streameado* (o visto vía streaming) 42,5 mil millones de horas de video en 2015. Esto es igual a 4,8 millones de años, aproximadamente. Para lograr una dimensión de la enorme cantidad de tiempo que esto representa, las pirámides de Egipto, por ejemplo, fueron construidas en apenas 20 años o 175.200 horas, con el esfuerzo de más de cuatro mil esclavos que trabajaron día y noche.

El tiempo que vieron Netflix los usuarios en 2015 es 240 mil veces el tiempo que se necesitó para construir las pirámides.

6 de enero: En el Consumer Electronics Show, Hastings anuncia una gran expansión internacional hacia 130 nuevos territorios. Con dicha expansión, la compañía promocionó que su servicio ahora estaría disponible casi a nivel mundial, con las notables excepciones de China y regiones sujetas a sanciones de los Estados Unidos, como Crimea (Ucrania), Siria y Corea del Norte.

11 de Febrero: Netflix termina su migración masiva de sus servidores de datos a los servicios web de Amazon / a los Amazon Web Services.

Marzo: Netflix declara que estuvo transmitiendo video de menor calidad a los suscriptores de celular de las redes de AT&T y Verizon por los últimos 5 años. Algunos acusan a Netflix de hipocresía acerca de la neutralidad de la red.

Mayo: Netflix se alía con Univision para emitir la primera temporada de su show original “Narcos”, probando si transmitir viejas temporadas en televisión tradicional puede atraer a la gente a registrarse al servicio antes de la próxima temporada.

Noviembre 30: Después de años de pedidos de los suscriptores, Netflix lanza una función de reproducción sin conexión para todos sus suscriptores en todos sus mercados.

### **2017:**

Durante este año, alcanza los 100 millones de miembros en todo el mundo. También gana su primer premio Óscar, por “The White Helmets”, en la categoría “Mejor Corto Documental”. La empresa logra más de 11 mil millones de dólares en ingresos.

30 de Mayo: La compañía está valuada en 70 mil millones de dólares.

29 de Agosto: Vigésimo aniversario de Netflix.

Octubre: Un estudio de la consultora PwC demostró que el número de suscriptores de Netflix en Estados Unidos es ahora igual al de los suscriptores de cable combinados, totalizando o sumando el 73% de todos los hogares estadounidenses.

### **2018:**

Netflix estrena contenido original de países como Dinamarca (The Rain), México (La Casa de las Flores) y España (La Casa de Papel, Elite).

12 de Julio: Se convierte en el servicio más nominado en los Emmy Awards, con 112 nominaciones.

17 de Septiembre: Empata con HBO en cantidad de estatuillas llevándose 23 premios por series como The Crown y Black Mirror.

### **2019:**

Llega a los 154 millones de miembros en todo el mundo.

El precio del plan standard de Netflix (que incluye dos vías HD, como un televisor y un celular en simultáneo) aumenta de \$10.99 a \$12.99. El plan Premium, que incluye hasta cuatro vías

Ultra HD, aumenta de \$13.99 a \$15.99. El plan básico (una vía no HD) aumenta por primera vez, de \$7.99 a \$8.99 por mes.

21 de Diciembre: Se anuncia que la comedia Friends, uno de los títulos históricamente más vistos de la plataforma, dejará de estar disponible a partir de enero de 2020. La serie pasará a HBO Max, el nuevo servicio de HBO.

## **2020:**

31 de enero: Se lanza la segunda parte de la sexta y última temporada de la serie animada Bojack Horseman. Es recibida con un enorme reconocimiento por parte de la crítica y sus fanáticos. Medios como Time, Rolling Stone y Entertainment Weekly la llamaron una de las mejores series de la década.

Abril: Con la expansión de la pandemia mundial a causa del virus COVID-19 y la implementación de cuarentenas en muchísimos países, Netflix reportó la adición de 15,77 millones de suscriptores pagos en el primer cuarto del año, el doble de los nuevos suscriptores que esperaban. El precio de sus acciones aumenta en más de un 65%.

3 de abril: Se estrena la cuarta temporada de “La Casa de Papel”, la serie española que se convirtió en la serie de habla no inglesa más vista de la historia del servicio.

9 de abril: Disney anuncia que su servicio de streaming, Disney+, superó los 50 millones de usuarios.

16 de junio: El servicio lanza la miniserie de género documental “Coronavirus, en pocas palabras” sobre el virus COVID-19 y cómo está afectando a todo el mundo.

27 de junio: Se lanza la tercera y última temporada de Dark, una serie alemana del género ciencia ficción.

23 de octubre: Se estrena “Gambito de dama”, que se convirtió en la serie limitada más vista en la historia del servicio.

## **2021:**

19 de enero: Netflix presenta sus resultados del último cuarto de 2020 e informa que superaron los 203 millones de suscriptores.

## **Bibliografía consultada**

- Keating, G. (2013). *Netflixed: The Epic Battle for America's Eyeballs*. New York, Penguin Publishing Group.
- Wikipedia. (s.f.). *Timeline of Netflix*. Wikipedia, the free encyclopedia. Recuperado de [https://en.wikipedia.org/wiki/Timeline\\_of\\_Netflix](https://en.wikipedia.org/wiki/Timeline_of_Netflix)
- Office Timeline (25 de agosto de 2017). *Netflix History Timeline*. <https://www.officetimeline.com/blog/netflix-history-timeline>

## **A.2. Principales competidores**

En este apartado se brindará un panorama general acerca de los principales competidores del servicio, tanto internacionales como nacionales. Parecería que todos los días se lanza un servicio de streaming nuevo, así que se tomaron en cuenta los servicios más importantes de la actualidad, junto con aquellos que presentan alguna particularidad relevante, como es el caso de la plataforma MUBI.

### **A.2.1. Amazon Prime Video**

Como parte de su suscripción a Amazon Prime, un servicio que ofrece envíos gratis de dos días y el acceso a ofertas exclusivas en todo tipo de productos, entre otros beneficios, Amazon también incluye el acceso a su propio servicio de video on demand, llamado Amazon Prime Video. También es posible suscribirse solamente a Amazon Prime Video, con una semana de prueba gratis, luego 2,99 dólares por mes y 5,99 dólares, al pasar los seis meses.

Amazon Prime Video ofrece series de televisión y películas para alquilar o comprar y Prime Video, una selección de contenido original de Amazon Studios y programas bajo licencia incluidos en la suscripción.

En enero de 2020, Amazon Prime llegó a los 150 millones de suscriptores. Cabe destacar igualmente que no todos estos suscriptores utilizan el servicio de Amazon Prime Video. Amazon siempre fue muy reservado a la hora de dar a conocer su número de suscriptores y no se conoce el dato preciso de cuántos de estos suscriptores utilizan el servicio de streaming. Según la agencia de noticias Reuters, en marzo de 2018, tenía 26 millones de usuarios en Estados Unidos. En nuestro país, el servicio aún no es muy conocido y no se conocen cuántos suscriptores tiene. Igualmente, en diciembre de 2019, la compañía anunció que bajaría su precio en Argentina, además de pesificar el costo de la membresía, lo que hizo que pasara de unos 6 dólares a 219 pesos argentinos en ese momento. Una maniobra que seguramente le hizo ganar unos cuantos adeptos en nuestro país.

En 2015, Amazon lanzó el programa “Amazon Channels” (“Canales de Amazon”), una plataforma que permite la suscripción de canales y servicios de streaming ajenos a la compañía (o third-party) a los suscriptores de Amazon Prime a través de la plataforma Amazon Video. Actualmente, el servicio tiene canales como Showtime, HBO, Cinemax y Boomerang.

Hasta hace poco, en nuestro país la oferta de contenido era mucho menor a la de Estados Unidos, con muchas series y películas no disponibles para la región e incluso algunos títulos que no cuenta con subtítulos en español. A partir de fines de 2019, la compañía pesificó y bajó el precio de la suscripción, que pasó de costar unos ocho dólares a los \$219 por mes. También aumentó sustancialmente la variedad de títulos disponibles, con series como la comedia británica “Fleabag”, clásicos como “Seinfeld”, “The Office” y “The X-Files”, y la antología de ciencia ficción “Tales from the loop”. Por una cuestión de derechos, todavía no es posible acceder al catálogo de canales como HBO o FX, uno de los puntos más atractivos de la plataforma.

Algunos de sus programas originales más conocidos son “Transparent”, una comedia-drama protagonizada por Jeffrey Tambor, quien ganó un Golden Globe y un premio Emmy por su papel como una mujer trans, la comedia de época “The Marvelous Ms. Maisel”, ganadora del Golden Globe a “Mejor serie musical o comedia” y el Emmy por “Mejor serie de comedia” y el drama de superhéroes “The Boys”, basado en el cómic homónimo.

### **A.2.2. HBO**

El servicio de televisión paga HBO también tiene su contraparte en el mundo de streaming de video por internet, con dos servicios distintos: HBO Now (próximamente HBO a secas) y el recientemente lanzado HBO Max. Hasta julio de 2020 también tenía un tercer servicio, HBO Go, pero debido a que los usuarios no podían distinguir los servicios entre sí, algo completamente entendible, WarnerMedia, la empresa propietaria de HBO, decidió abandonarlo para concentrarse en los dos anteriores. En dichos servicios están disponibles las producciones originales de HBO, ya sea películas, series de televisión, documentales o especiales de comedia, como “Game of Thrones”, “Westworld”, “The Sopranos”, “True Detective”, entre otros contenidos.

HBO Now, que pasará a llamarse simplemente HBO en un intento de eliminar la confusión provocada por los nombres, cuesta 15 dólares por mes pero no necesita una suscripción de cable para su uso. El extinto HBO Go, por otro lado, venía incluido dentro de una suscripción a los canales de cable de HBO. Una suscripción de televisión por cable que incluya HBO puede costar de 50 dólares en adelante, como DirecTV (54 dólares el primer año), pero incluyen otros canales premium y conexión a internet.

Incluso se puede acceder a HBO desde otras opciones como Amazon Prime Video y Hulu, pagando 15 dólares extra para habilitar el canal y su contenido en dichas plataformas. En nuestro país era posible acceder a HBO GO si teníamos contratado el paquete HBO en nuestro proveedor de cable, como Cablevisión o Telecentro. Igualmente, el contenido al que se puede acceder en Argentina es menor que el de Estados Unidos, como suele ocurrir con estos servicios.

Por último, en su nuevo servicio HBO Max también se puede ver el catálogo de los canales premium de HBO (como en los otros servicios) así como nuevos títulos exclusivos que se llamarán “Max Originals” y contenido de otros canales de WarnerMedia, como CNN, TNT, Cartoon Network, entre otros. Este es el gran caballo de batalla de la compañía, con la mayor cantidad de títulos de cualquier servicio que haya tenido, que incluye platos fuertes como la saga de Harry Potter, muchas de las películas animadas de Studio Ghibli, la serie “Rick and Morty” y la ultra popular comedia “Friends”, disponible en Netflix hasta 2020 en Estados Unidos, y por la cual cerró un trato histórico por 425 millones de dólares para tener los derechos de transmisión por cinco años.

### **A.2.3. Hulu**

Surgido en 2007, se trata de un servicio de streaming de video que en 2019 llegó a tener más de 75 millones de usuarios en Estados Unidos. Si bien nació como fruto de una alianza entre News Corporation, NBC Universal, Providence Equity Partners y, más tarde, Walt Disney, hoy en día es controlado por Disney, el socio mayoritario. En este servicio se puede encontrar series de televisión y películas de canales como NBC, ABC, Fox, Syfy, Disney Channel, Disney Junior y National Geographic Channel.

Si bien incursionó en la producción de contenidos propios, entre los cuales se destacan la polémica “The Handmaid’s Tale” y “Castle Rock”, Hulu se destacó siempre por ofrecer a sus suscriptores más contenido actual que cualquier otro servicio de streaming, al presentar episodios de programas en progreso, en vez de esperar a que termine la temporada completa. ¿Qué pasó ahora con Hulu, ahora que Disney, su dueña, lanzó su propio servicio de streaming Disney+? Simplemente se ofrece Disney+ en paquete, con un descuento, combinado con ESPN Plus y Hulu, con un costo de 13 dólares mensuales, el mismo precio del plan de Netflix más popular en Estados Unidos. Es que en la guerra del streaming de video está todo pensado.

#### **A.2.4. MUBI**

Surgida en 2007, The Auteurs (más tarde cambiaría su nombre a MUBI) nació como una red social exclusiva para cinéfilos, que tiene hoy también un servicio de streaming. Se destaca por ofrecer una colección de treinta películas que va cambiando constantemente al agregarse un título por día, en base a un detallado proceso de curación con el que seleccionan películas de calidad de todas partes del mundo. Al estrenarse un nuevo título, el usuario tiene treinta días para verlo hasta que es sustituido por otro. Como explica Efe Çakarel, su CEO: “Lo que hacemos en MUBI se acerca mucho más a lo que hace un cine local o un programador de un festival, buscamos gran cine por todo el mundo y te lo traemos.” Poco a poco el servicio se está haciendo más conocido en nuestro país, donde fue gratuito durante todo 2019. Su valor por mes es de \$249, pero suele tener promociones por varios meses (3 meses a \$100) o un año (\$149).

#### **A.2.5. Cablevisión Flow**

Flow es el servicio de Cablevisión que permite ver canales de televisión abierta, cerrada y contenido a demanda desde cualquier dispositivo, ya sea la televisión, computadora, tablet o celular. Previo a este servicio, Cablevisión lanzó Cablevisión Play, una plataforma web donde se puede acceder a películas, series y eventos deportivos. Cablevisión Flow viene a sumar la posibilidad de ver, por ejemplo, televisión en vivo en el celular, o programas ya transmitidos.

Además de acceder a programas y series que ya fueron transmitidos, también sucede como en Netflix que suben temporadas enteras en un mismo día para poder ser vistas en continuado, sin tener que esperar a la próxima semana, como pasaba en la era pre-Netflix. Así se hizo con la tercera temporada de “The Handmaid’s Tale” y la primera de “Pose”, entre otras. Asimismo, se puede alquilar por 24 horas películas estrenadas recientemente.

La app está disponible de manera gratuita para todos los usuarios de Cablevisión que ya cuentan con el servicio OnDemand (que incluye alquileres y streaming de contenido ya transmitido). Los que tienen el paquete básico de televisión tienen que pagar un adicional de \$100. Se puede utilizar hasta dos dispositivos en simultáneo. También se puede contratar el servicio Flow Box, que incluye un decodificador especial que permite acceder a la aplicación y todo su contenido desde la televisión, además de 200 canales, desde canales abiertos a canales premium como Fox Premium Action y HBO, estos últimos pagando un precio adicional. Con dicho decodificador también se puede grabar programas para verlos luego, o incluso retroceder

en la programación hasta 24 horas, así como pausar en vivo, retroceder y continuar luego. Existe la posibilidad también de acceder a Netflix y YouTube desde el propio decodificador.

En abril de 2017, la plataforma ya había sumado más de 700.000 usuarios entre la app y Flow Box, con más de medio millón optando por la aplicación móvil. Estos 700.000 usuarios equivalen a una quinta parte del total de sus abonados de televisión por cable. Según datos de iProfesional, para ese entonces, el 65% había accedido a Flow a través de un smartphone, un 22% desde la web y el 13% restante desde una tablet.

Por último, algo a destacar de la plataforma es su fuerte apuesta por los contenidos nacionales, con series que se estrenaron de manera completa en el servicio como “El lobista” y “Rizhoma Hotel”. Cablevisión también produjo otros títulos disponibles en Flow, como “La fragilidad de los cuerpos”, “El maestro” y “Un gallo para Esculapio”.

#### **A.2.6. Qubit**

Este servicio de streaming argentino se presenta como “el mejor cine del mundo, seleccionado por expertos” en su página web. Entre su contenido se puede encontrar desde “Casablanca” a “El Resplandor” de Kubrick, de “Conduciendo a Miss Daisy” a “Buenos Muchachos”. Afirman tener un catálogo pensado para amantes del buen cine, con películas de grandes directores, algunos estrenos y joyitas que difíciles de encontrar, ya sea en internet o en cualquier otro servicio, como “El espectro del río” de Fritz Lang o “Yojimbo” de Akira Kurosawa. Por otro lado, el servicio no cuenta con contenido original como Netflix, pero sí es posible alquilar una variedad de títulos estrenados recientemente, como “Creed II” y “Detective Pikachu”.

Su catálogo no incluye por el momento series de TV, aunque sí cuenta con películas que son difíciles (por no decir imposibles) de encontrar en otros sitios, incluyendo varios títulos del cine argentino, como “El verso”, “El asalto” y “La terraza”.

En enero de 2019 la plataforma tenía unos 10 mil usuarios pagos, y con un promedio de 1000 usuarios nuevos por mes, busca llegar a los 60 mil usuarios en 18 meses.

### **A.2.7. Pluto TV**

A diferencia de otros servicios de streaming como Amazon Prime Video y Disney+, Pluto TV se caracteriza por ser una plataforma gratuita de canales digitales lineales, es decir, que siguen una programación en días y horarios determinados. Otro aspecto del servicio es que no requiere de registros ni suscripciones de ningún tipo, aunque sí posee cortes publicitarios como ocurre en la televisión convencional, a través de los que se financia. El servicio, propiedad de ViacomCBS, tiene canales de películas, entretenimiento, deportes, tecnología, y noticias, entre otros tipos de programas. En su catálogo puede encontrarse contenidos de distintas propiedades de la empresa, como Paramount Pictures, MTV, Nickelodeon y la cadena argentina Telefe. En agosto de 2020, el servicio reportaba unos 26,5 millones de usuarios activos mensuales.

### **A.2.8. Disney+**

Podría decirse que este es el servicio de streaming pago al que más respeto le tiene Netflix. Se trata del nuevo servicio de Disney, lanzado en noviembre de 2019. En él está disponible el enorme catálogo de películas y series de televisión de Disney, así como también títulos de propiedades más nuevas de la compañía, como Marvel y Star Wars. Esto incluye muchísimas de las películas más taquilleras de los últimos años, como “Star Wars: Episode VII - The Force Awakens”, “Avengers: Infinity War” y “Avengers: Endgame”.

Por supuesto tiene también producciones originales, como la serie “The Mandalorian”, basada en las películas de Star Wars, y series que se relacionan con el universo cinematográfico de Marvel, como “WandaVision” y “Hawkeye”, con protagonistas que ya han aparecido en múltiples películas de la compañía, como las mencionadas “Avengers: Infinity War” y “Avengers: Endgame”. Hasta el momento, Disney había incursionado en la producción de series sobre personajes de Marvel, como “Daredevil” y “Luke Cage”, pero todas estas fueron lanzadas en Netflix. Previo al lanzamiento de su propio servicio, canceló dichas series y decidió no estrenar nuevas producciones en Netflix. Asimismo, películas de Pixar como “Coco”, “Buscando a Dory” y “Los Increíbles 2” fueron retiradas del catálogo de Netflix y solamente pueden ser encontradas en Disney+. Con este tipo de jugadas, Disney está reuniendo todo su contenido en su propia plataforma, para lograr componer una oferta lo más atractiva posible. Para diciembre de 2020, el servicio ya contaba con 87 millones de suscriptores en todo el mundo.

### **A.2.9. The Pirate Bay, Kickass Torrent, YTS y similares**

Se trata de motores de búsqueda para archivos torrent, que a su vez son archivos que permiten descargar películas, series y todo tipo de contenido a través de clientes o programas como BitTorrent o uTorrent. El más conocido de estos sitios es The Pirate Bay, que fue creada en Suecia en el año 2003 y sigue vigente, casi dos décadas más tarde, con decenas de persecuciones y normativas regulatorias que buscaron su cierre debido a que, como su nombre lo indica, fomenta la piratería y la violación de los derechos de autor. Sus cuatro creadores fueron llevados a juicio y tras un largo proceso legal fueron condenados a un año de prisión y al pago de unos 3,5 millones de dólares en multas y daños. Podría decirse que a principios de la década del 2000, The Pirate Bay fue quien abrió el camino para la existencia de plataformas (legales) como Netflix y Amazon Prime.

### **A.2.10. Páginas web y aplicaciones como Cuevana, Pelispedia y Popcorn Time**

Se trata de sitios web y aplicaciones desde donde se puede ver películas y series, incluso los estrenos más recientes, de manera online o incluso descargando los distintos contenidos. Hay que aclarar que dichos contenidos, si bien son gratuitos para sus usuarios, están disponibles de manera ilegal ya que violan los derechos de autor correspondientes. Para evitar los obvios problemas legales que surgen de esa situación, las películas y series no se encuentran almacenadas en las propias páginas, sino que los sitios funcionan básicamente como bibliotecas y menús que dirigen al usuario a servidores externos donde se alojan los archivos. Como constantemente son denunciadas por las grandes compañías de entretenimiento como Warner Bros y Universal, también suelen cambiar sus direcciones o incluso tener varios puntos de acceso por si les dan de baja algún sitio.

En muchas de estas páginas es posible hacerse un usuario para poder sumar contenidos a su lista para ver más tarde y debatir en secciones de comentarios acerca de cada título. Popcorn Time, de origen argentino, es otro ejemplo, con la particularidad de ser una aplicación con un reproductor de video incorporado, que va reproduciendo los archivos del torrent a medida que los carga, vía streaming. La utilización de este tipo de sitios se expandió exponencialmente a lo largo de los últimos años, no solo en nuestro país sino en toda Latinoamérica donde, por citar un caso, Cuevana logró pasar el medio millón de visitas diarias en 2011.

Podría decirse que debido a su condición de servicio de streaming (aunque ilegal) Cuevana y similares fueron los predecesores de servicios como Netflix y Amazon Prime Video. Ciertamente fueron los primeros que muchos de nosotros utilizamos.

### **A.2.11. YouTube**

¿Quién no conoce YouTube hoy en día? Desde sus orígenes allá por el año 2005 en San Bruno, California hasta el día de hoy, este sitio web dedicado a compartir videos se convirtió en la página más utilizada de su tipo en internet.

En YouTube cualquier persona puede subir sus videos fácilmente para que usuarios de todo el mundo puedan verlos. Desde los típicos videos de gatitos, resúmenes de goles y jugadas de fútbol, a vlogs (videoblogs), tutoriales, covers musicales, gameplays de videojuegos e incluso transmisiones en vivo, la variedad de contenido es casi infinita, excepto por videos de temáticas que exhiban actos de violencia gráfica o contenido explícito para adultos. El contenido también es casi infinito, ciertamente nadie podría ver todo lo que hay disponible ni en una ni en cientos de vidas, ya que más de 500 horas de video son subidas a la plataforma cada minuto, una cifra que no hace más que crecer año a año. Más del 70% de lo que miran los usuarios es determinado por su algoritmo de recomendación y nuevamente más del 70% de la utilización de la plataforma se da en dispositivos móviles. Este último punto no se repite en Netflix en absoluto, pero tampoco el consumo en dispositivos móviles es despreciable.

En el año 2006, la compañía fue adquirida por Google por la enorme suma de 1650 millones de dólares. De esta manera, la plataforma obtuvo los recursos e infraestructura necesarios para llevar adelante su proceso de internacionalización. A principios de 2020, YouTube ya tenía más de dos mil millones de usuarios que se conectan todos los meses y solamente el 15% de su tráfico provenía de los Estados Unidos. Introdujeron su sistema de anuncios publicitarios en 2007 y, a lo largo de 2020, obtendrán más de 5,5 mil millones de dólares gracias a él. Lo que dicen, un buen trato.

A los creadores de contenido que suben videos a la plataforma se los conoce como youtubers y en muchos casos, obtienen ganancias millonarias por ingresos de publicidad, sponsors y venta de productos, entre otras cuestiones. Los usuarios pueden suscribirse a sus canales para ser notificados cuando estos suban nuevos videos. El youtuber con la mayor

cantidad de suscriptores es el sueco Félix Kjellberg, más conocido como PewDiePie, con más de 108 millones.

Si bien no se trata de un servicio de streaming por suscripción pago, ya que es gratuito, Netflix ve a YouTube como uno de sus principales competidores. Algo completamente entendible ya que, por ejemplo, en jóvenes de 18 a 34 años de los Estados Unidos, ya se ubica como la segunda plataforma favorita para ver video en televisión luego de Netflix, según una encuesta de Cowen & Co de febrero de 2019 (Spangler, 2019).

Como explica Todd Spangler de la revista Variety sobre dicha encuesta, YouTube ya supera no solamente a los canales de cable básicos sino también a las cadenas de radiodifusión como Fox y NBC como la fuente preferida de entretenimiento entre los millennials de Estados Unidos.

Desde Netflix lo ven como uno de sus grandes adversarios, más allá de servicios como Amazon Prime Video y HBO Max, más similares a Netflix, al ser pagos y tener contenidos como películas y series y no una enorme variedad de videos relativamente cortos, como suele haber en YouTube. Reed Hastings, su CEO, hace referencia comúnmente al tiempo de uso de los usuarios para compararse con otras plataformas, y en ese sentido YouTube los supera ampliamente, como explicó en julio de 2019: “YouTube es siete veces más grande que nosotros, a grandes rasgos, en horas de visualización, y un servicio fenomenal. Por supuesto, es gratis. Así que la pregunta real es, ¿podemos producir suficiente contenido que la gente esté dispuesta a pagar?” (Alexander, 2019). Por ahora, cuando de servicios de streaming pagos se refiere, Netflix lleva la delantera, con más de 195 millones de suscriptores en todo el mundo según cifras de noviembre de 2020, contra los más de 150 millones que tenía Amazon Prime Video en diciembre del 2020.

Igualmente, en el año 2014 YouTube probó su suerte en el mundo de los servicios de streaming por suscripción con YouTube Premium, anteriormente conocido como YouTube Red, que permite a los usuarios ver videos sin publicidades, descargarlos, la utilización del servicio YouTube Music (similar a Spotify) y el acceso a series y películas exclusivas llamadas YouTube Originals, como “Cobra Kai”, basada en la saga de películas de Karate Kid y la serie de ciencia ficción “Impulse”.

Sin embargo, la inversión que realizaba YouTube en estos contenidos era sustancialmente menor que las de otras compañías, con cifras en torno a los cientos de millones de dólares en comparación a los miles de millones que invierten Netflix y Amazon. Debido a esto, la empresa anunció en 2018 que a partir del año 2020 reducirá su presupuesto para contenidos originales. La intención detrás de esta decisión es la de apostar más fuertemente en su modelo con publicidad al seguir ofreciendo videos financiados a través de anuncios. Los programas originales que salieron a partir de entonces se hicieron disponibles para ser vistos de manera gratuita, pero hasta la actualidad el servicio YouTube Premium sigue activo con sus otras funcionalidades.

#### **A.2.12. Televisión lineal**

Si bien muchas veces se nombra a Amazon Prime Video y Disney+, entre otros servicios de streaming, como los competidores más importantes de Netflix, no hay que olvidar la batalla constante que se da por nuestro tiempo entre estos servicios y la denominada televisión lineal, es decir, la televisión que se ve de acuerdo con una programación establecida. La “TV pre-Netflix”, si se quiere. La que conocemos todos. Múltiples estudios indican que muchos jóvenes ya utilizan más Netflix que la propia televisión en vivo. Por ejemplo, un reporte realizado por comScore reveló en 2017 que los jóvenes de EEUU pasan más tiempo viendo contenidos audiovisuales en plataformas digitales (30 mil millones de horas en 2016) que en tv en vivo (19 mil millones). Como veremos más adelante, los propios ejecutivos de la compañía la ven como el lugar de donde mayor crecimiento se puede lograr todavía.

Dentro de esta guerra del streaming en la que se ven inmersos todos estos jugadores, la batalla real que se da día a día es la batalla por el contenido, cada vez más feroz, con empresas que pagan millones de dólares para hacerse con los derechos exclusivos de transmisión de muchísimas series y películas, así como también la incorporación de los actores y directores más famosos del mundo para realizar sus propios contenidos, como es el caso de Martin Scorsese, a quien Netflix le otorgó 159 millones de dólares para realizar su película “The Irishman”, con Robert De Niro, Al Pacino y Joe Pesci como protagonistas.

Como se puede observar, el mundo del streaming de video es cada vez más grande, con un número siempre creciente de competidores que se renuevan a diario para ganar la adhesión de millones de usuarios ávidos de contenido audiovisual.

## **Bibliografía consultada**

- Spangler, T. (3 de marzo de 2019). *YouTube Now Has 2 Billion Monthly Users, Who Watch 250 Million Hours on TV Screens Daily*. Variety.  
<https://variety.com/2019/digital/news/youtube-2-billion-users-tv-screen-watch-time-hours-1203204267/>
- Alexander, J. (17 de julio de 2019). *Netflix CEO Reed Hastings on a poor Q2 and the streaming wars: 'Our position is excellent'*. The Verge.  
<https://www.theverge.com/2019/7/17/20698537/netflix-streaming-wars-disney-warnermedia-hbo-amazon-apple-nbc-universal-youtube>

### **A.3. Modelo de encuesta**

A continuación, se presenta un modelo de la encuesta que se realizó a estos jóvenes de manera online.

#### **1.Sexo:**

1) Hombre 2) Mujer

#### **2. ¿Qué edad tenés?**

1) 18 2) 19 3) 20 4) 21 5) 22 6) 23 7) 24 8) 25

#### **3. Nivel de educación alcanzado**

1) Secundaria incompleta 2) Secundaria en curso 3) Secundaria completa 4) Universidad incompleta 5) Universidad en curso 6) Universidad completa  
7) Posgrado

#### **4. Situación laboral**

1) Estudio 2) Trabajo 3) Estudio y trabajo 4) Estudio y estoy desempleado/a 5) Estudio y busco trabajo 6) Estoy desempleado/a 7) Estoy desempleado/a y busco trabajo

#### **5. ¿Tenés una cuenta propia de Netflix o usás una compartida?**

1) Propia 2) Compartida

#### **6. Si es una cuenta compartida, ¿con quién la compartís? Marcá las opciones correctas.**

1) Con mi familia 2) Con amigos 3) Con mi pareja

#### **7. ¿Qué dispositivo utilizás para ver Netflix? Marcá las opciones correctas.**

1) TV 2) Celular 3) Laptop 4) Dispositivos de streaming (Amazon Fire Stick, Apple TV, etc.)  
5) Tablet 6) Consolas de videojuegos 7) PC de escritorio

#### **8. Cuando ves Netflix, generalmente lo hacés... Marcá las opciones correctas**

1) Solo/a 2) En pareja 3) Con familiares 4) Con amigos

#### **9. ¿En qué lugares ves Netflix? Marcá las opciones correctas.**

- 1) Casa propia 2) Casa de pareja 3) Casa de amigos 4) Casa de familiares 5) Colectivo 6) Subte  
7) Tren 8) Trabajo 9) Gimnasio 10) Otros

**Días y horas de uso:**

**10. En promedio, ¿cuántos días a la semana ves Netflix? Marcá solo una opción.**

- 1) Uno 2) Dos 3) Tres 4) Cuatro 5) Cinco 6) Seis 7) Siete

**11. ¿Qué días ves Netflix? Marcá las opciones correctas.**

- 1) Lunes 2) Martes 3) Miércoles 4) Jueves 5) Viernes 6) Sábado 7) Domingo

**12. ¿Cuántas horas a la semana ves Netflix? Marcá solo una opción.**

- 1) Hasta 5 2) Entre 6 y 9 3) Entre 10 y 15 4) Entre 16 y 20 5) Entre 21 y 25 6) Entre 26 y 30 7)  
Más de 30

**13. En promedio, ¿cuántas horas mirás cada vez que utilizás Netflix?**

- 1) Menos de 1 2) Una 3) Más de 1 y menos de 2 4) 2 5) Más de 2 y menos de 3  
5) 3 6) Más de 3 y menos de 4 7) 4 8) Más de 4 y menos de 5 9) Más de 5

**14. En promedio, ¿cuántas horas ves el día en que más utilizás Netflix en la semana?  
Marcá solo una opción**

- 1) Menos de 1 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 6) 5 7) 6 8) 7 o más

**Los jóvenes y el binge-watching:**

**15. ¿Ves comúnmente tres o más capítulos seguidos de una serie en la misma ocasión?  
Marcá solo una opción.**

- 1) Sí 2) No

**16. En general, ¿cuántos días por semana llevás adelante esta práctica? Marcá solo una  
opción.**

- 1) Uno 2) Dos 3) Tres 4) Cuatro 5) Cinco 6) Seis 7) Siete

**17. ¿En qué días de la semana lo hacés? Marcá las opciones correctas.**

- 1) Lunes 2) Martes 3) Miércoles 4) Jueves 5) Viernes 6) Sábado 7) Domingo

**18. ¿Qué te gusta de la plataforma Netflix en general? Marcá las opciones correctas.**

1) Poder ver lo que quiera cuando quiera 2) Que no tenga cortes publicitarios 3) Que en pocos pasos se pueda ver algo 4) Que se pueda usar en distintos dispositivos 5) Que estrenen temporadas enteras en un día 6) El contenido disponible 7) Que cada usuario se pueda tener su propio perfil 8) El precio 9) Las recomendaciones 10) Otros

**19. ¿Qué es lo que más te gusta sobre el contenido disponible para ver en Netflix? Marcá las opciones correctas.**

1) Las películas originales de Netflix 2) Las películas bajo licencia 3) Las series originales de Netflix 4) Las series bajo licencia 5) Los documentales originales de Netflix 6) Los documentales bajo licencia 7) Los especiales de comedia stand-up 8) Los reality shows 9) Los programas de cocina 10) Otros

**20. ¿Usás algunas de las siguientes plataformas de streaming de video? Marcá las opciones correctas.**

1) No uso ninguna otra 2) Cablevisión Flow 3) Cablevisión OnDemand 4) Telecentro Play 5) HBO Now 6) Fox Play 7) Amazon Prime Video 8) Qubit 9) CINE.AR 10) MUBI 11) Hulu 12) Sitios como Cuevana, Pelispedia y Popcorn Time 13) Otras

**21. ¿Ves televisión de manera habitual? Ya sea canales de aire como Canal 13 y Telefe o de cable como ESPN, MTV y Warner Channel.**

1) Sí 2) No

**22. ¿Qué mirás cuando ves televisión? Marcá las opciones correctas**

1) Noticieros 2) Programas de actualidad 3) Deportes 4) Películas 5) Series 6) Documentales 7) Programas de talento 8) Programas de cocina 9) Reality show 10) Programas de moda 11) No veo televisión 12) Otros

**23. ¿Mirás más la televisión o Netflix?**

1) Netflix 2) Televisión

**24. ¿Hacés otra cosa mientras ves Netflix en tu casa?**

1) Sí 2) No

**25. ¿Cuáles son esas actividades?**

1) Usar redes sociales 2) Chatear 3) Comer 4) Navegar por internet 5) Ordenar la casa 6) Cocinar 7) Estudiar 8) Planchar 9) Hacer ejercicio 10) Otras

**26. ¿Cómo elegís lo que vas a ver en Netflix? Marcá las opciones correctas.**

1) Recomendación de conocidos 2) Interés en el argumento 3) Género 4) Trailers 5) Comentarios en las redes sociales 6) Interés en los actores y/o directores 7) Recomendación de sitios web especializados 8) Recomendación de Netflix 9) Críticas 10) Recomendación de críticos y periodistas 11) País de origen 12) Noticias en diarios o TV 13) Otras

**27. De los criterios de la pregunta anterior, ¿cuál es el más importante para vos a la hora de elegir lo que ves en Netflix?**

1) Recomendación de conocidos 2) Interés en el argumento 3) Género 4) Trailers 5) Comentarios en las redes sociales 6) Interés en los actores y/o directores 7) Recomendación de sitios web especializados 8) Recomendación de Netflix 9) Críticas 10) Recomendación de críticos y periodistas 11) País de origen 12) Noticias en diarios o TV 13) Otras

**28. ¿Qué ves más en Netflix, películas, series o documentales?**

1) Películas 2) Series 3) Documentales

**29. ¿Cuáles son tus géneros de películas favoritos? Incluir hasta 4 opciones por favor.**

1) Drama 2) Comedia 3) Romántico 4) Thriller/Suspense 5) Acción y aventuras 6) Ciencia ficción 7) Terror 8) Fantasía 9) Policial 10) Otros

**30. ¿De qué países provienen las películas que mirás en Netflix? Marcá las opciones correctas.**

1) Estados Unidos 2) Argentina 3) España 4) Inglaterra 5) Francia 6) Italia 7) México 8) Brasil 9) Canadá 10) Alemania 11) Turquía 12) Suecia 13) Japón 14) Corea del sur 15) NS/NC

**31. ¿Cuáles son tus géneros de series favoritos? Incluir hasta 4 opciones por favor.**

1) Drama 2) Comedia 3) Romántico 4) Thriller/Suspense 5) Acción y aventuras 6) Ciencia ficción 7) Terror 8) Fantasía 9) Policial 10) Otros

**32. ¿De qué países provienen las series que mirás en Netflix? Marcá las opciones correctas.**

- 1) Estados Unidos 2) Argentina 3) España 4) Inglaterra 5) Francia 6) Italia 7) México 8) Brasil  
9) Canadá 10) Alemania 11) Japón 12) Corea del sur  
13) NS/NC 14) Otros

**33. ¿Por qué dejaste de ver series? Marcá las opciones correctas.**

- 1) Falta de interés en la trama 2) Preferí ver otras series 3) Falta de interés en los personajes 4) Estudio 5) Actuaciones 6) Trabajo 7) No dejé de ver ninguna 8) NS/NC 9) Otros

**34. ¿Estás viendo actualmente o viste contenidos originales de Netflix? Como “House of Cards”, “Stranger Things”, “The Crown”, “13 Reasons Why”, “La Casa de Papel”, entre otras.**

- 1 Sí 2) No.

**35. ¿De qué países provienen los documentales que mirás en Netflix? Marcá las opciones correctas.**

- 1) Estados Unidos 2) Inglaterra 3) Argentina 4) España 5) Francia 6) NS/NC

#### **Actividades posconsumo**

**36. ¿Qué hacés luego de ver películas, series y/o documentales en Netflix? Marcá las opciones correctas.**

- 1) Charla con amigos 2) Recomendar los contenidos 3) Investigar sobre lo que vio 4) Charla con familiares 5) Charla con su pareja 6) Leer críticas 7) Leer grupos o foros de discusión 8) Comentarios en redes sociales 9) Participar en fanpages de los contenidos 10) Escribir críticas/reseñas 11) Comentar en grupos o foros 12) Ninguna de las anteriores 13) Otros

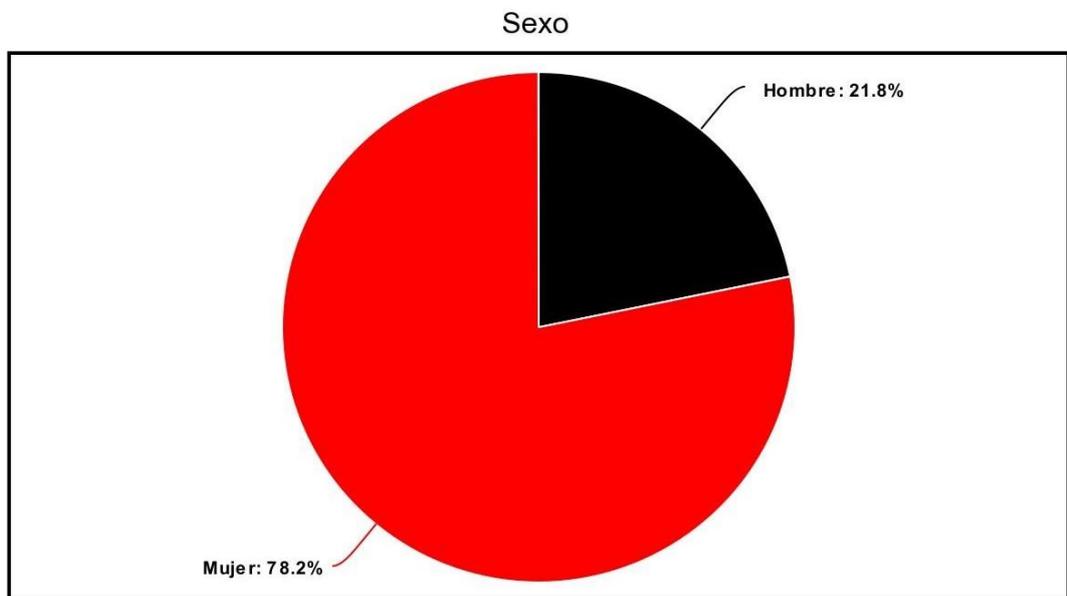
**37. Luego de ver algo en Netflix, ¿qué hacés relacionado a eso en redes sociales? Marcá las opciones correctas.**

- 1) No uso las redes en este sentido 2) Ver memes 3) Recomendar 4) Buscar críticas 5) Leer comentarios sobre los contenidos 6) Ver entrevistas a los actores y directores 7) Ver grupos sobre los contenidos 8) Comentar 9) Seguir a actores y directores 10) Participar en páginas oficiales o fanpages 11) Escribir críticas 12) Hacer memes 13) Otros

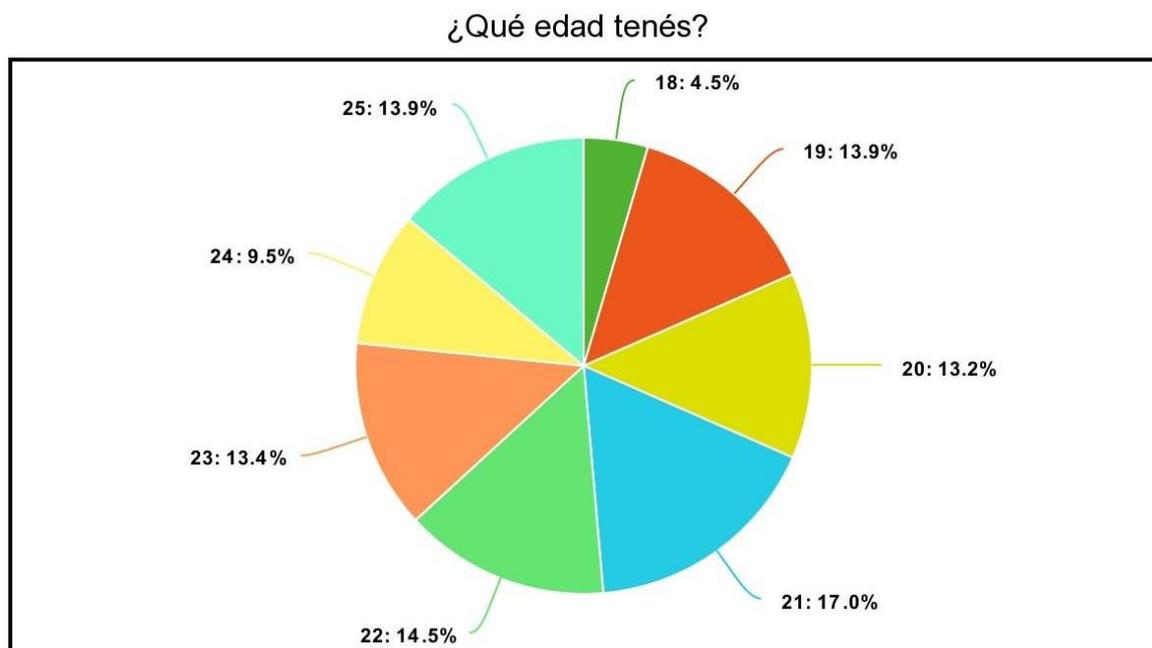
## A.4. Gráficos

En esta sección podrán encontrarse los gráficos que surgieron a partir de las respuestas de los encuestados.

### 1. Sexo

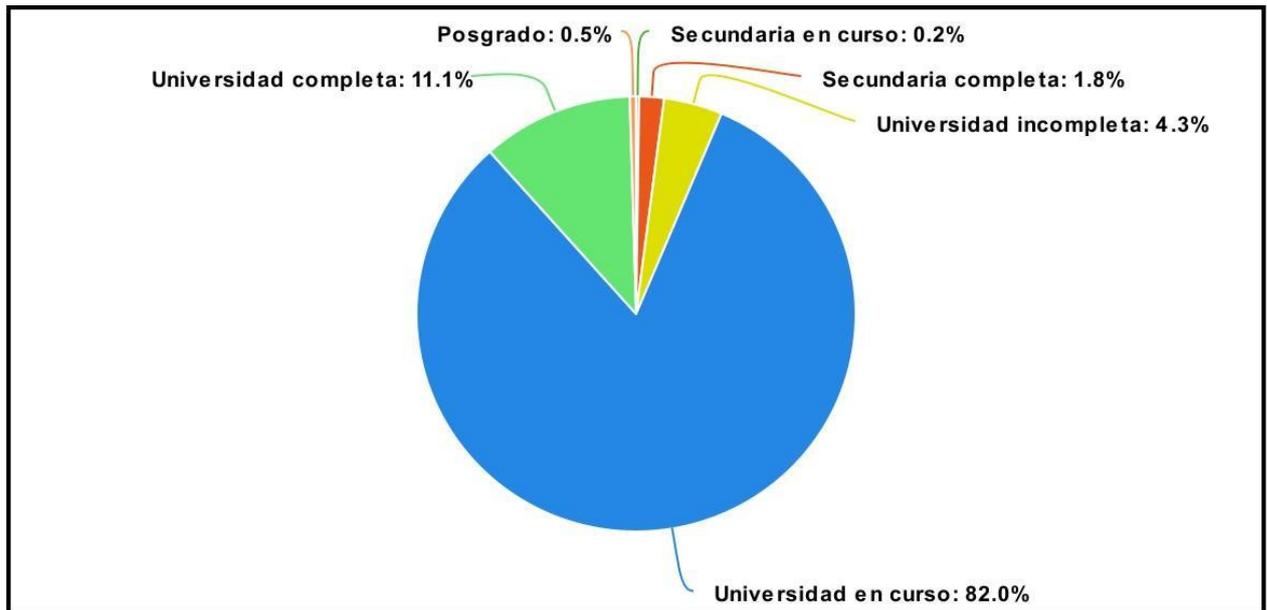


### 2. Edad



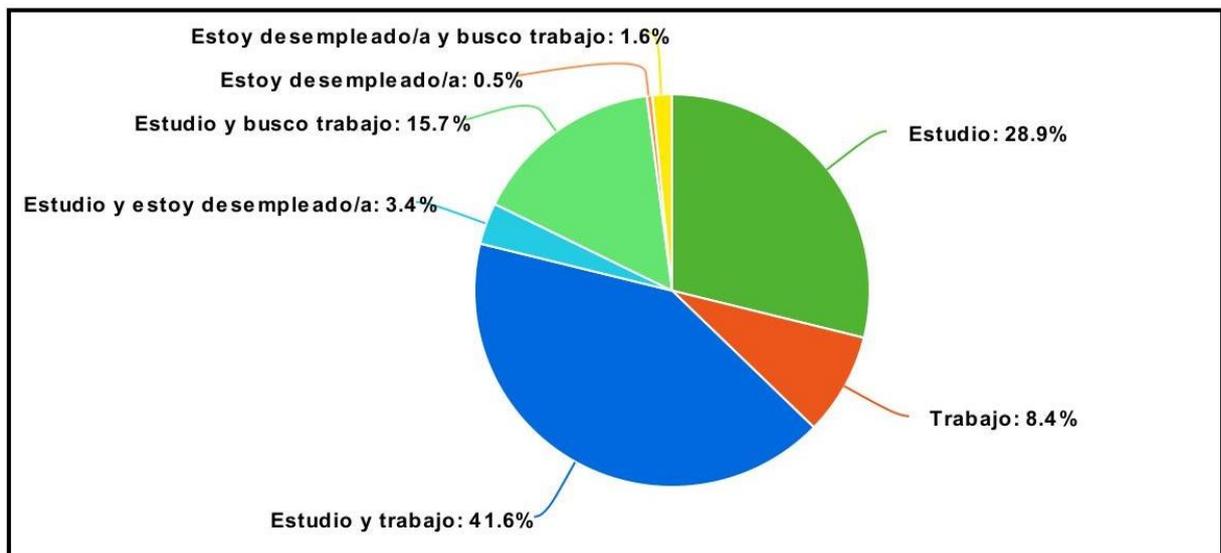
### 3. Nivel de educación alcanzado

Nivel de educación alcanzado



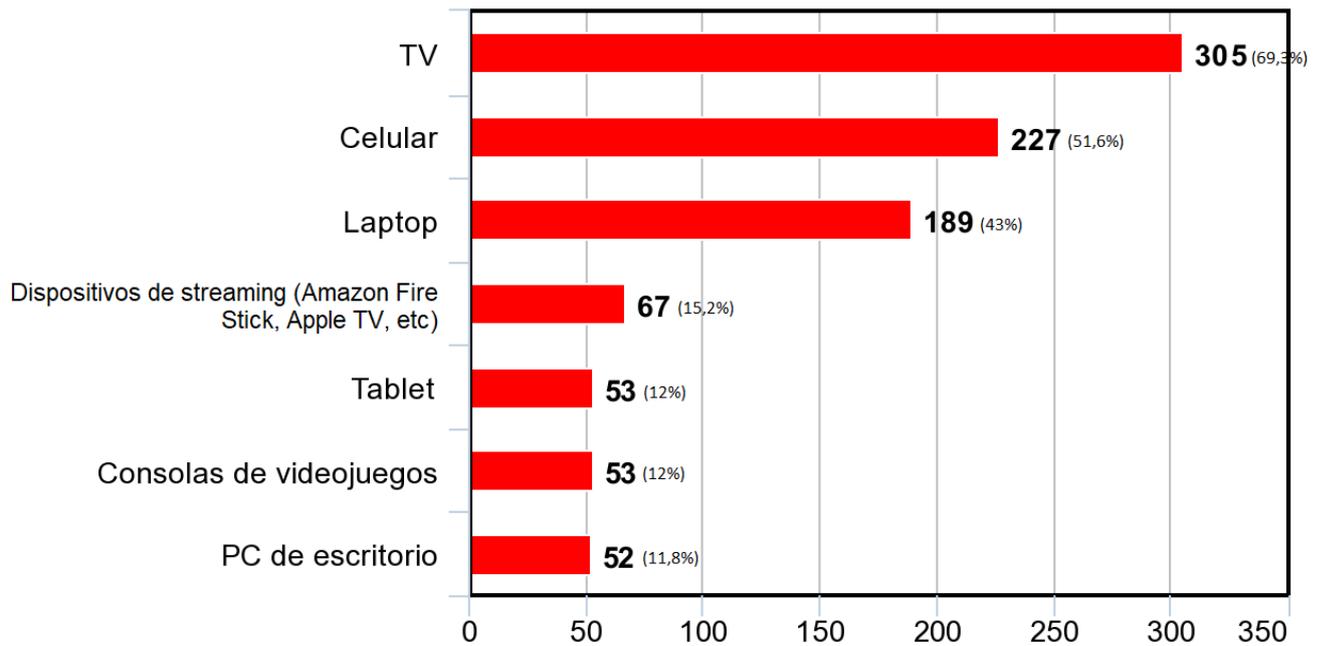
### 4. Situación laboral

Situación laboral



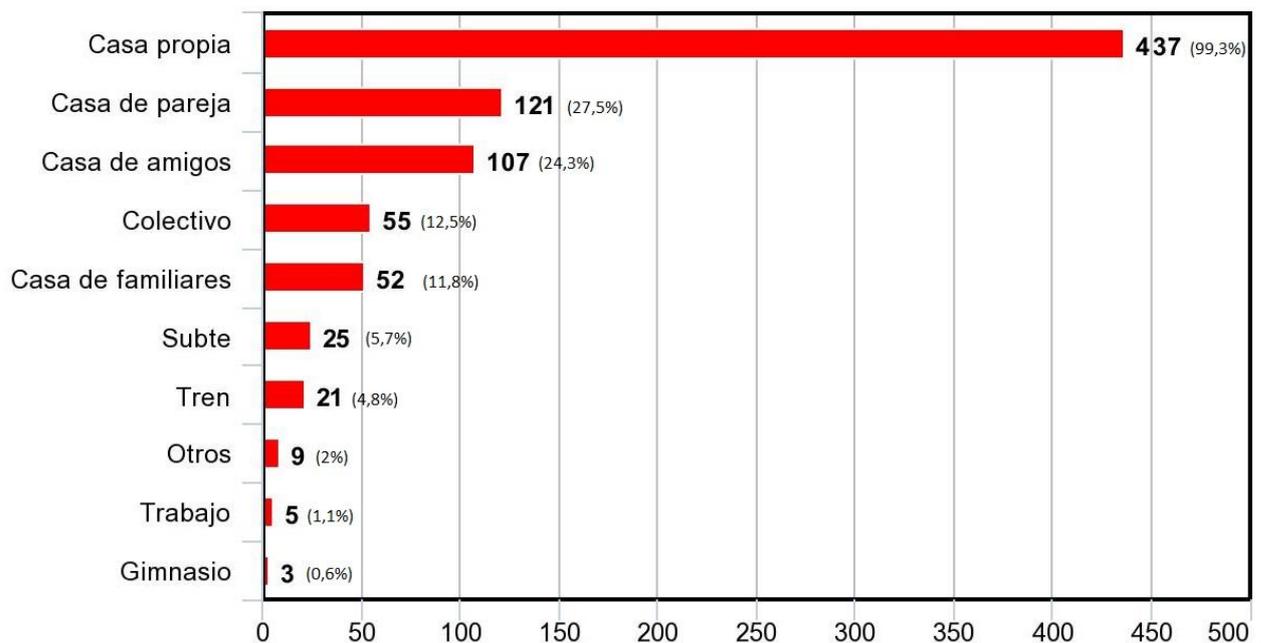
## 5. Dispositivos que utilizan para ver Netflix

¿Qué dispositivo utilizás para ver Netflix? Marcá las opciones correctas.



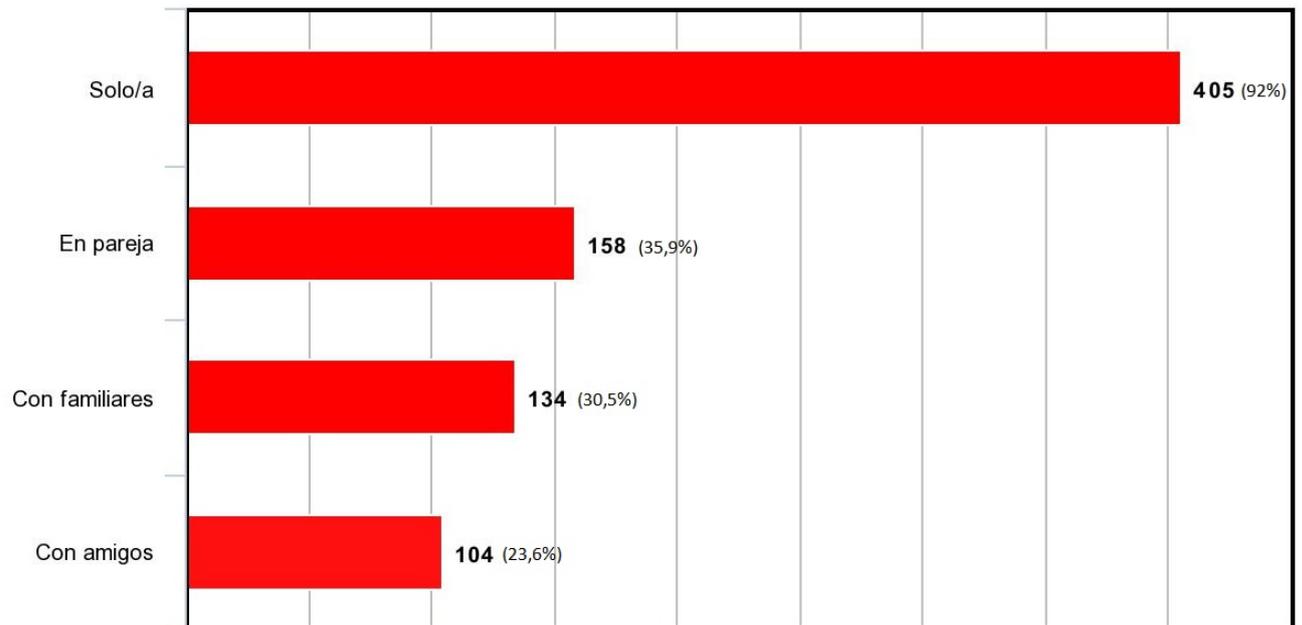
## 6. En qué lugares ven Netflix

¿En qué lugares ves Netflix? Marcá las opciones correctas.



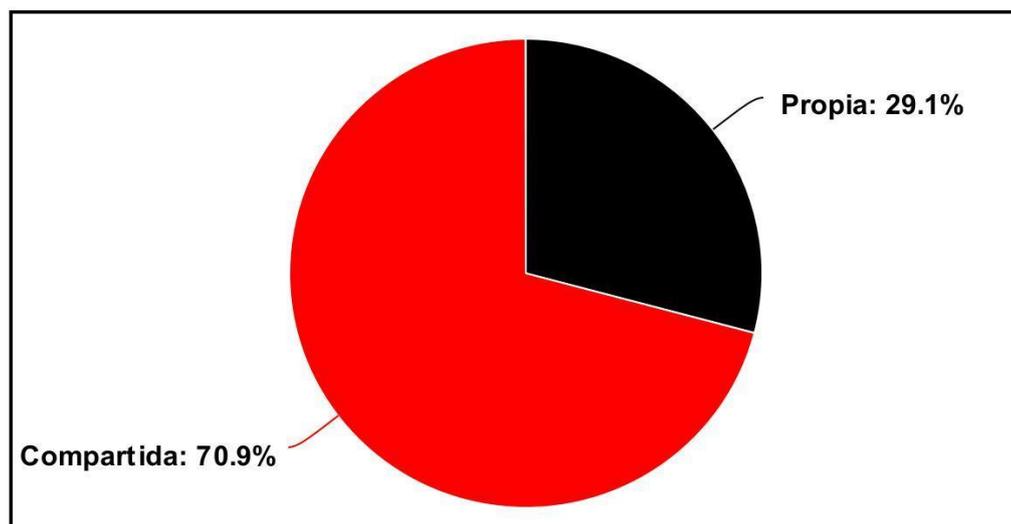
## 7. Con quién ven Netflix

Cuándo ves Netflix, generalmente lo hacés... Marcá las opciones correctas.



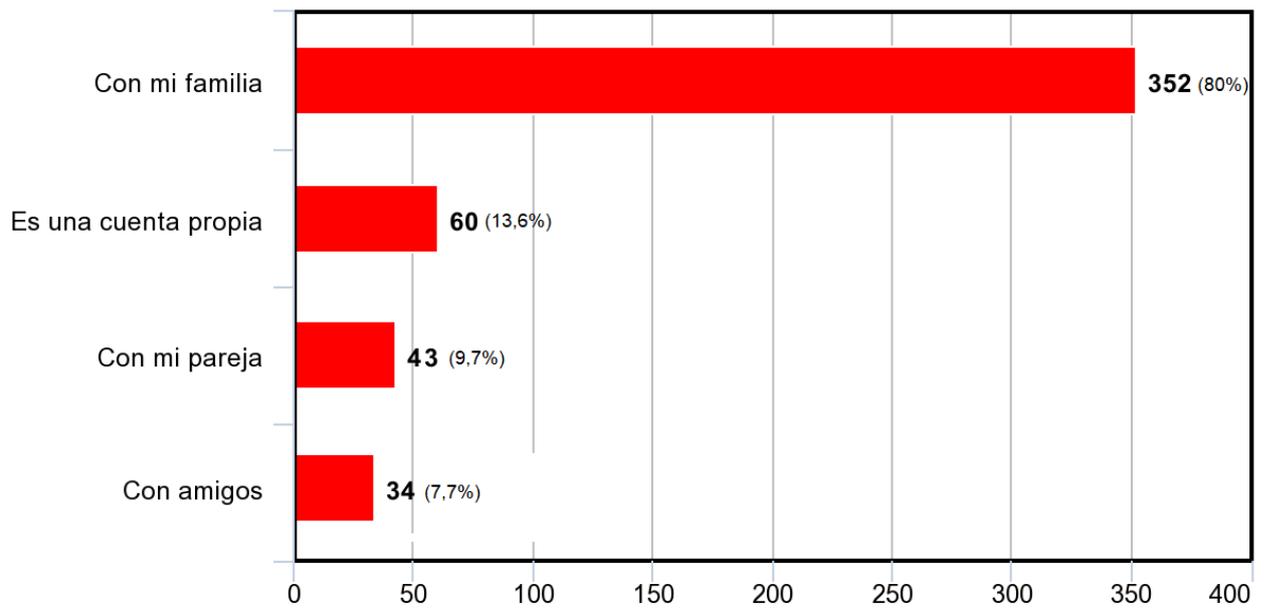
## 8. Propiedad de las cuentas

¿Tenés una cuenta propia de Netflix o la compartís con alguien más?



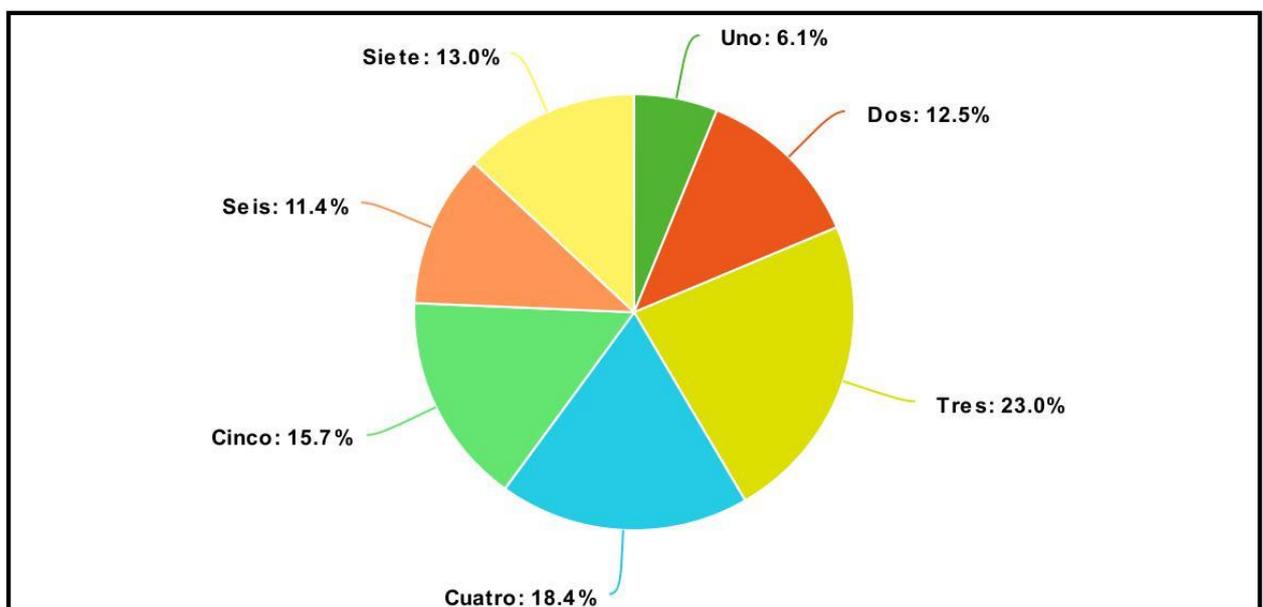
### 9. Con quién comparten la cuenta

Si es una cuenta compartida, ¿con quién la compartís? Marcá las opciones correctas.



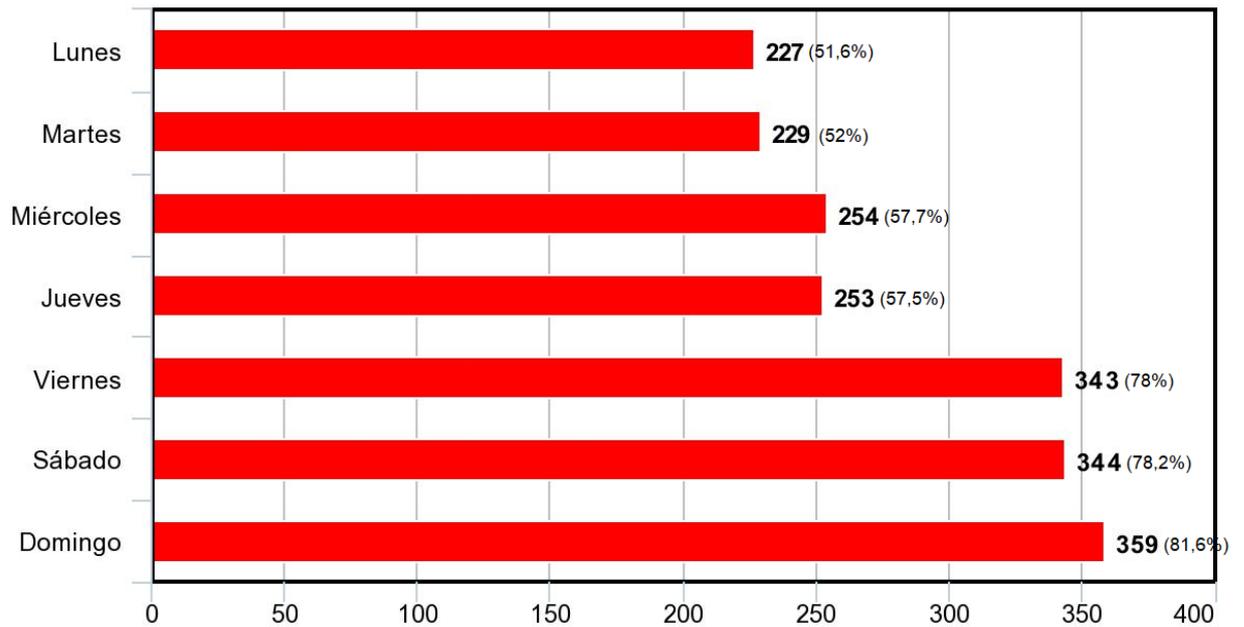
### 10. Cantidad de días a la semana que ven Netflix

En promedio, ¿cuántos días a la semana ves Netflix? Marcá solo una opción.



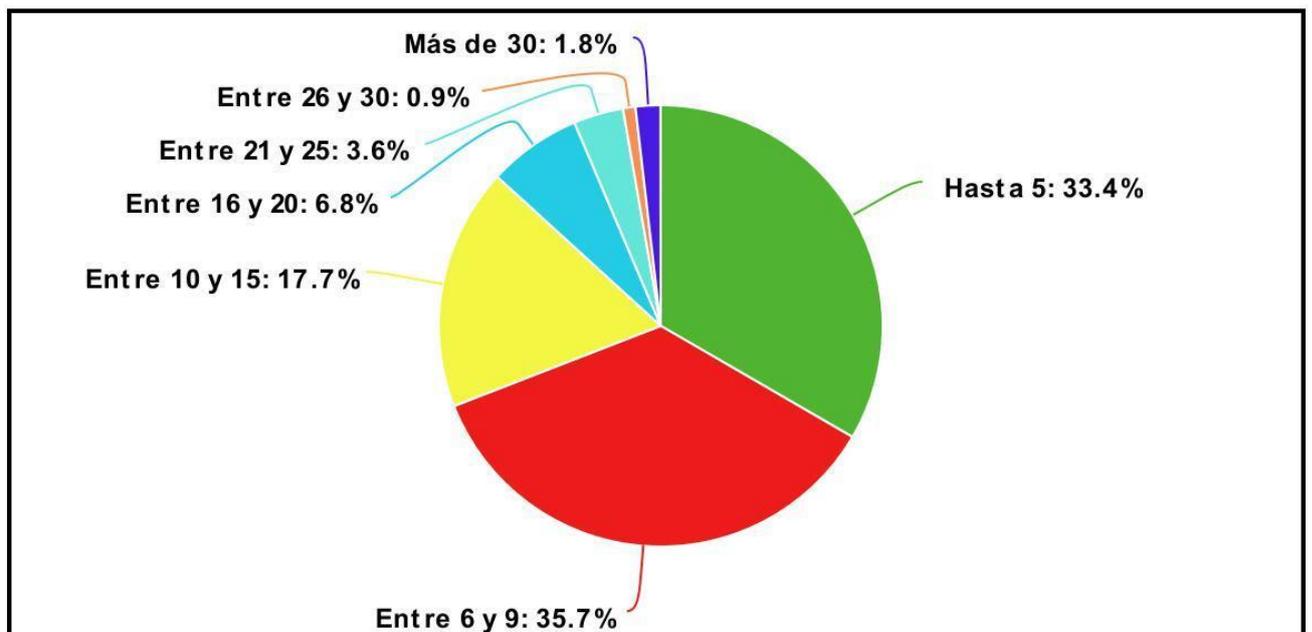
## 11. ¿Qué días?

¿Qué días ves Netflix? Marcá las opciones correctas



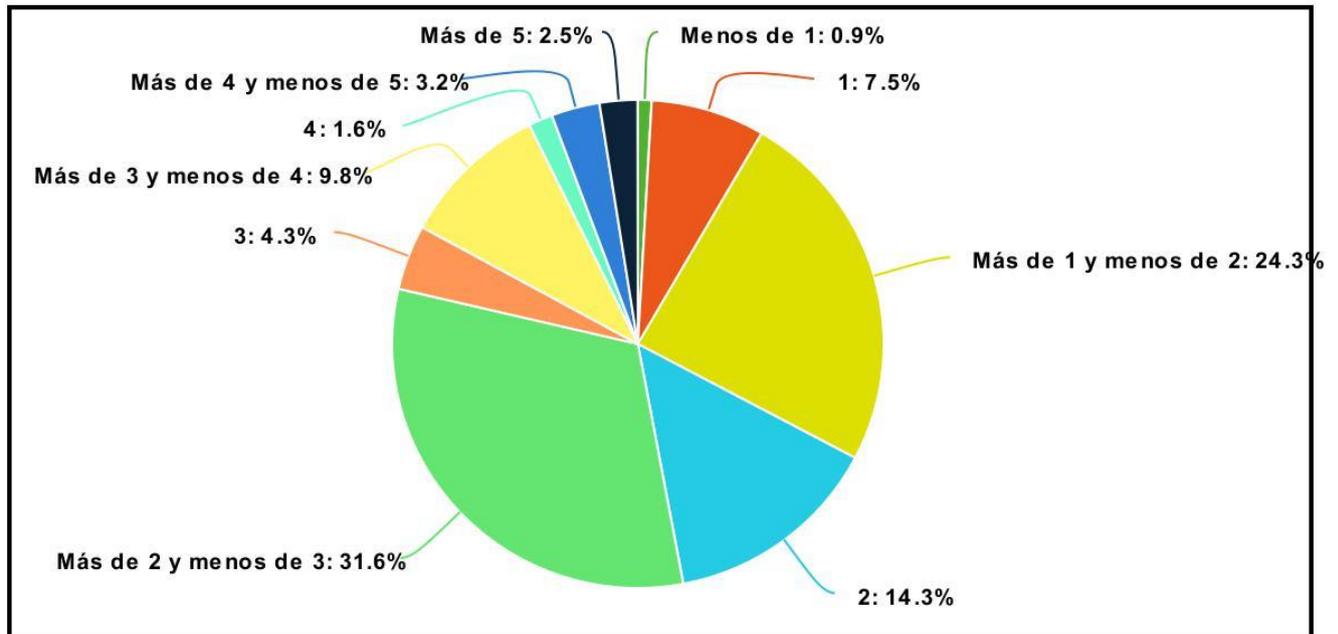
## 12. Horas a la semana

¿Cuántas horas a la semana ves Netflix? Marcá solo una opción.



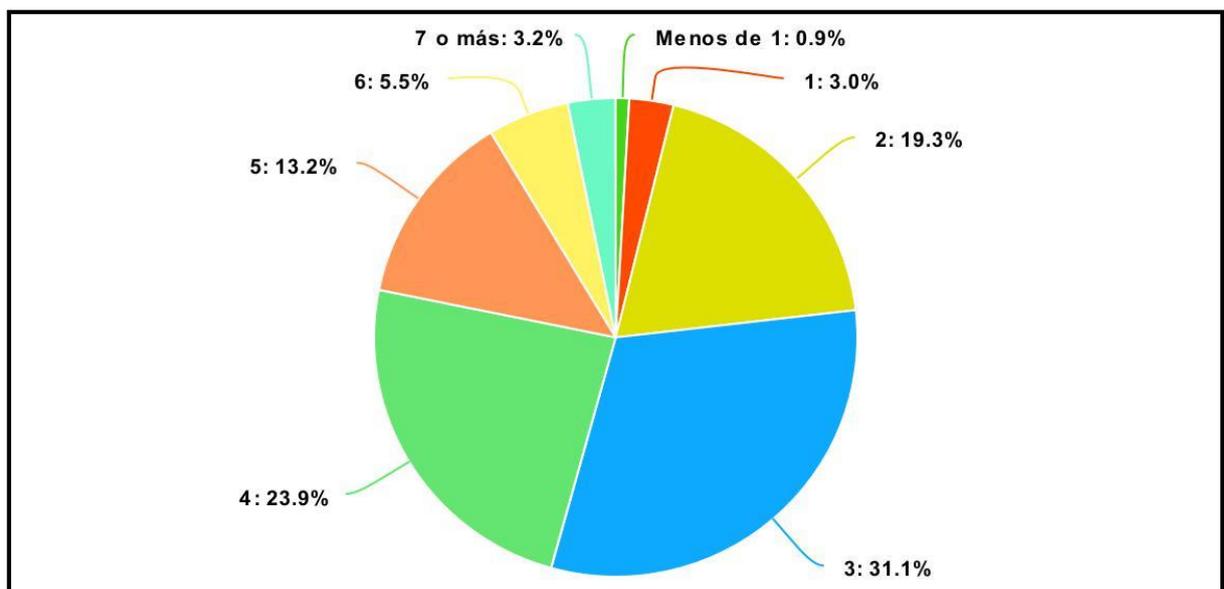
### 13. Horas cada vez que utilizan el servicio

En promedio, ¿cuántas horas mirás cada vez que utilizás Netflix?



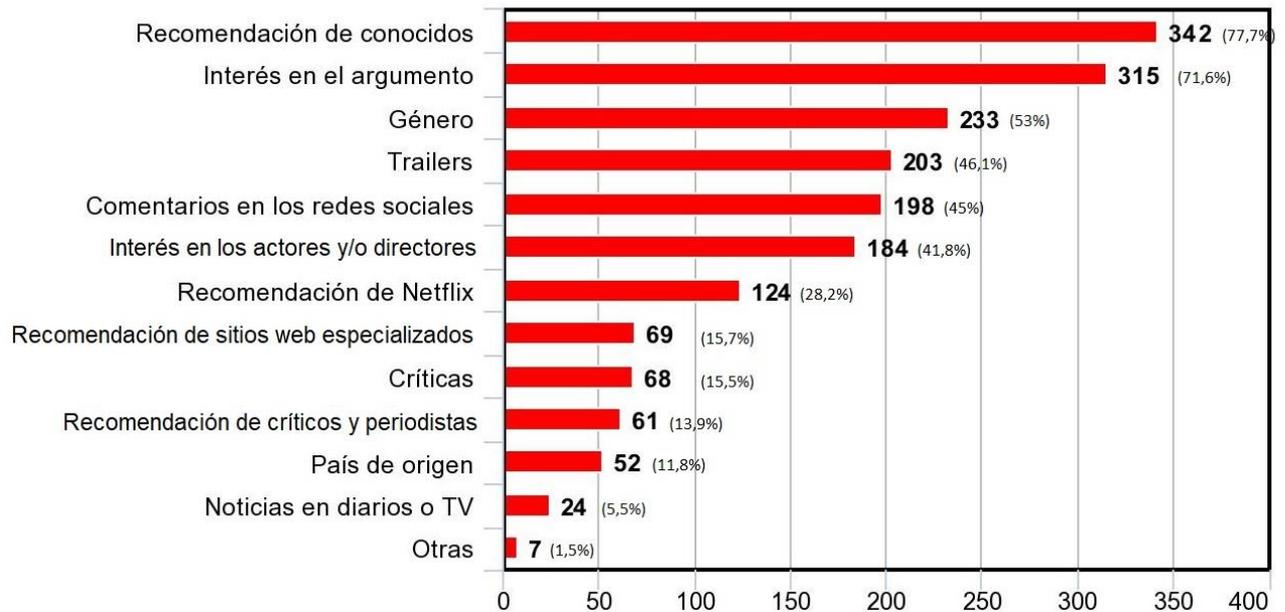
### 14. Cantidad de horas el día que más usan Netflix a la semana

En promedio, ¿cuántas horas ves el día en que más utilizás Netflix en la semana? Marcá solo una opción.



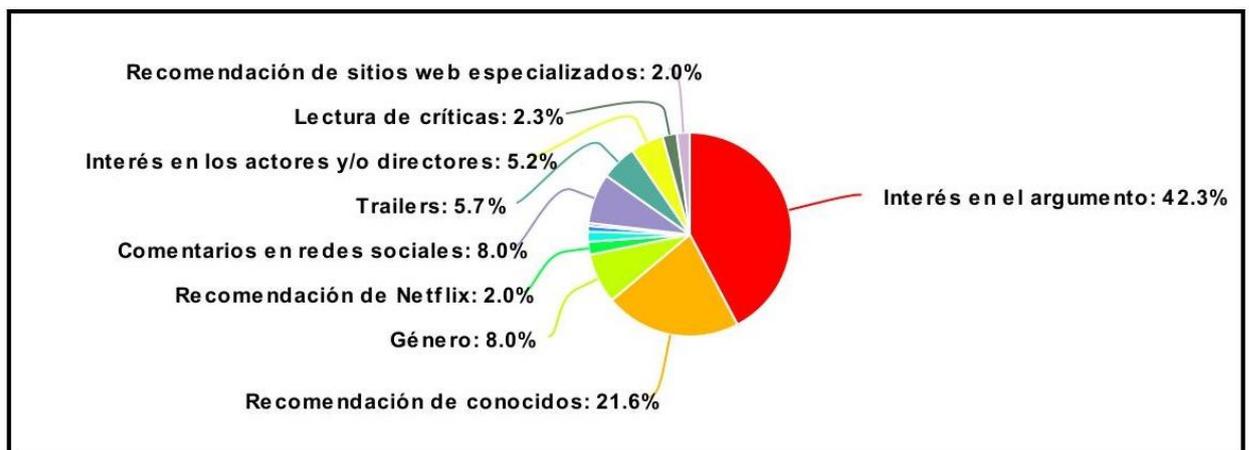
## 15. Cómo eligen lo que van a ver

¿Cómo elegís lo que vas a ver en Netflix? Marcá las opciones correctas.



## 16. El criterio más importante al elegir algo para ver

De los criterios de la pregunta anterior, ¿cuál es el más importante para vos a la hora de elegir lo que ves en Netflix?



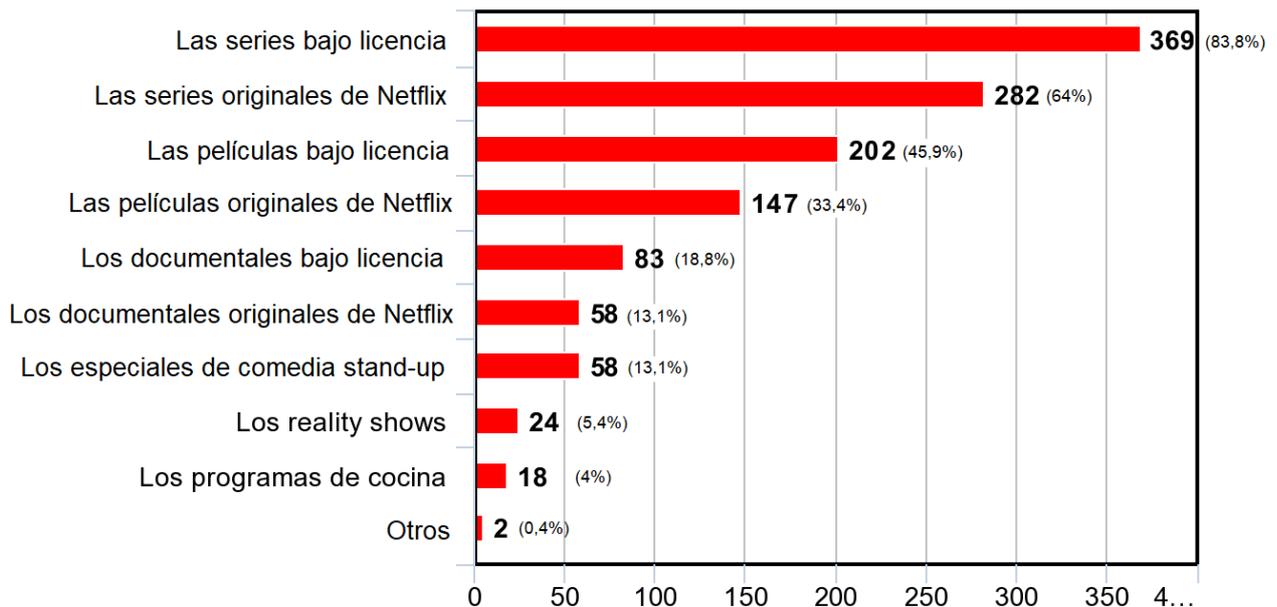
## 17. ¿Qué les gusta de la plataforma?

¿Qué te gusta de la plataforma Netflix en general? Marcá las opciones correctas.



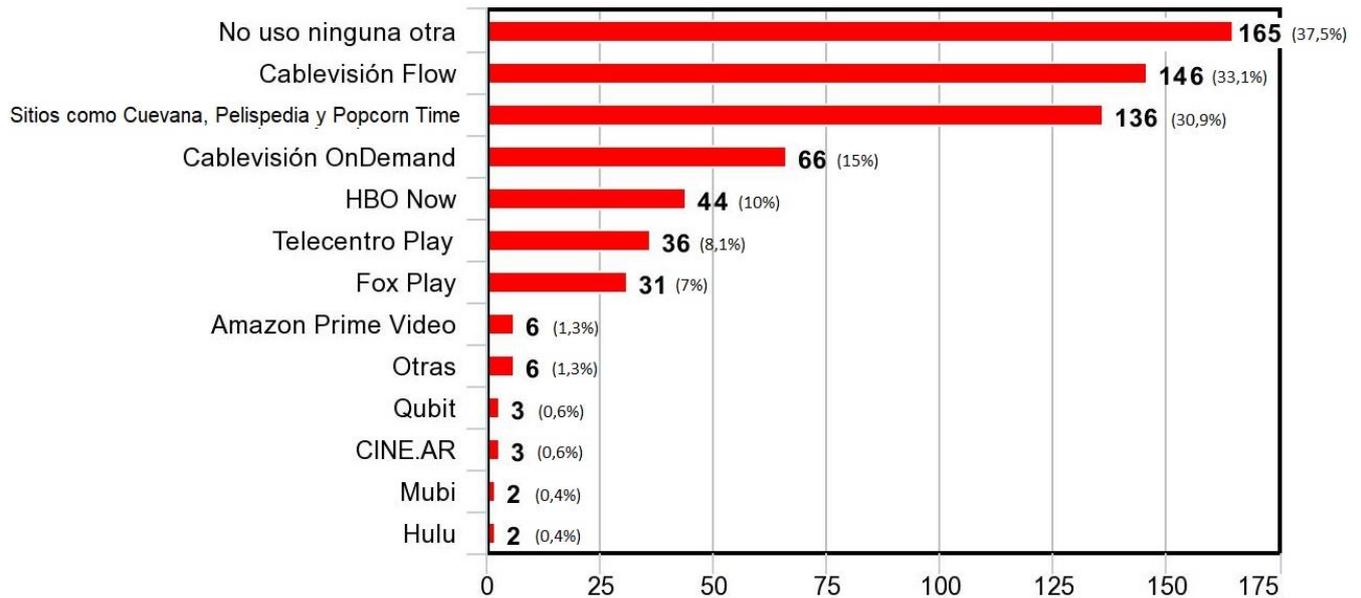
## 18. Qué les gusta del contenido disponible en Netflix

¿Qué es lo que más te gusta del contenido disponible para ver en Netflix?  
Marcá las opciones correctas



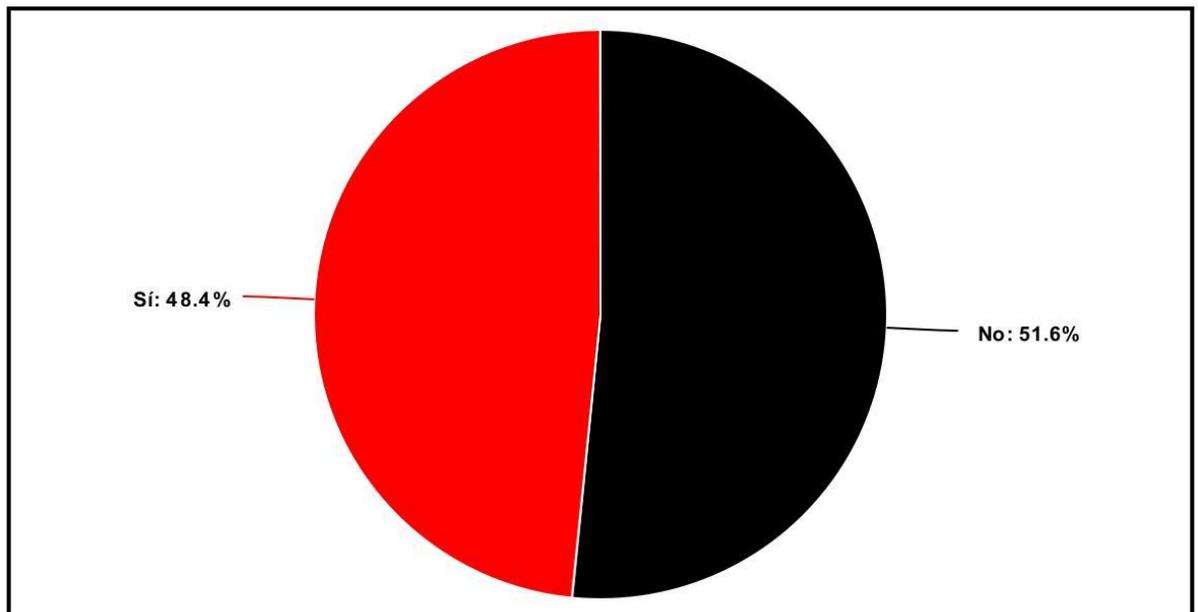
## 19. Otros servicios de streaming de video

¿Usás algunas de las siguientes plataformas de streaming de video?  
Marcá las opciones correctas.



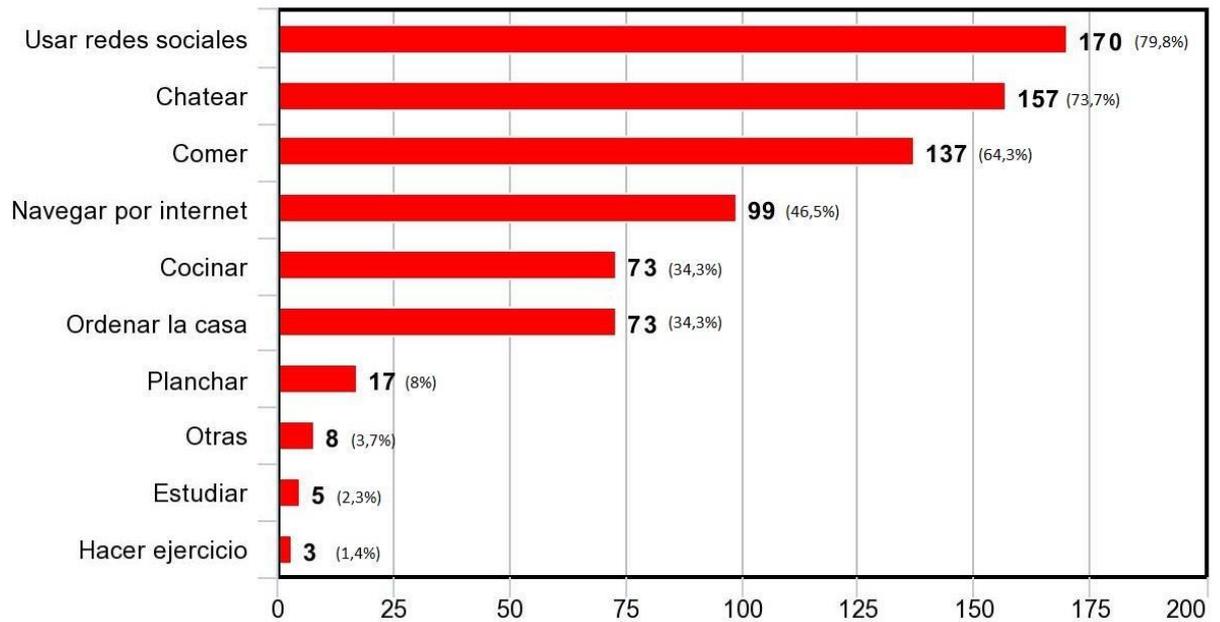
## 20. Multitasking: ¿Sí o no?

¿Hacés otras cosas mientras ves Netflix en tu casa?



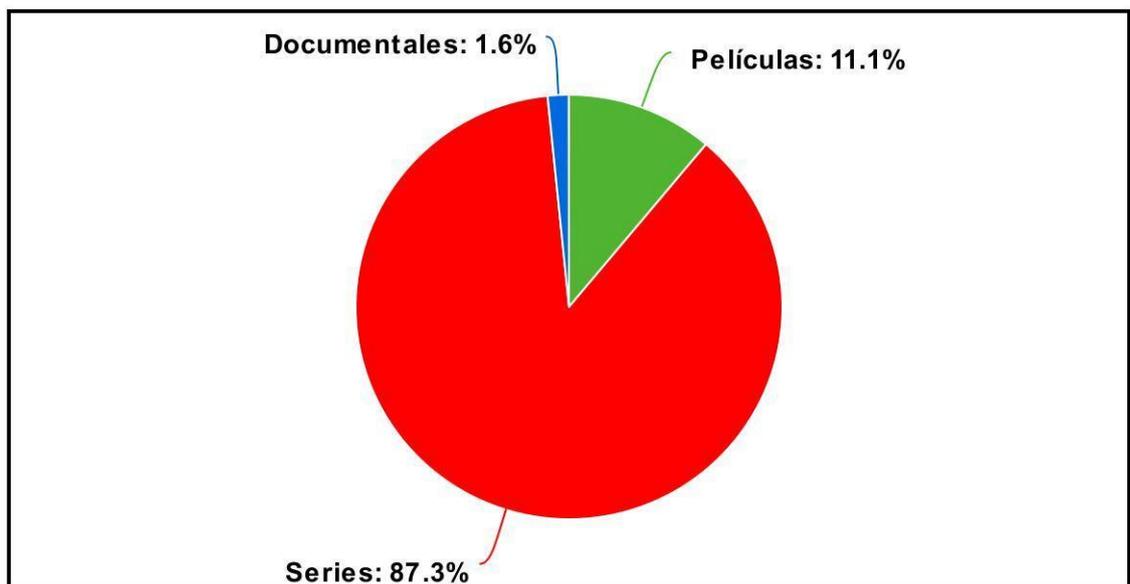
## 21. Actividades mientras ven Netflix

¿Cuáles son esas actividades?



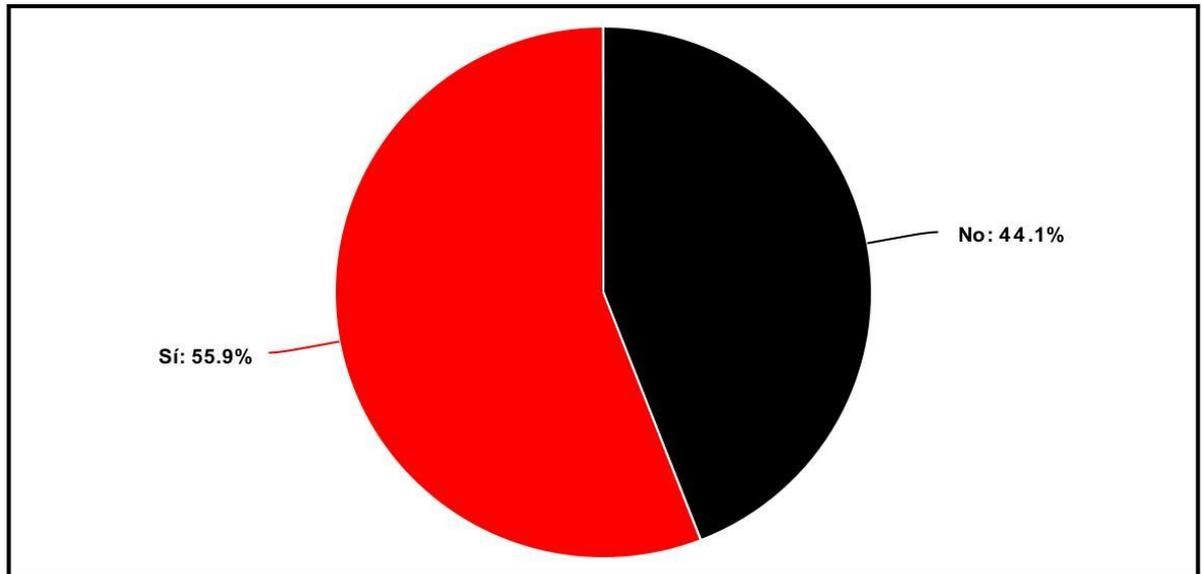
## 22. ¿Películas, series o documentales?

¿Qué ves más en Netflix, películas, series o documentales?



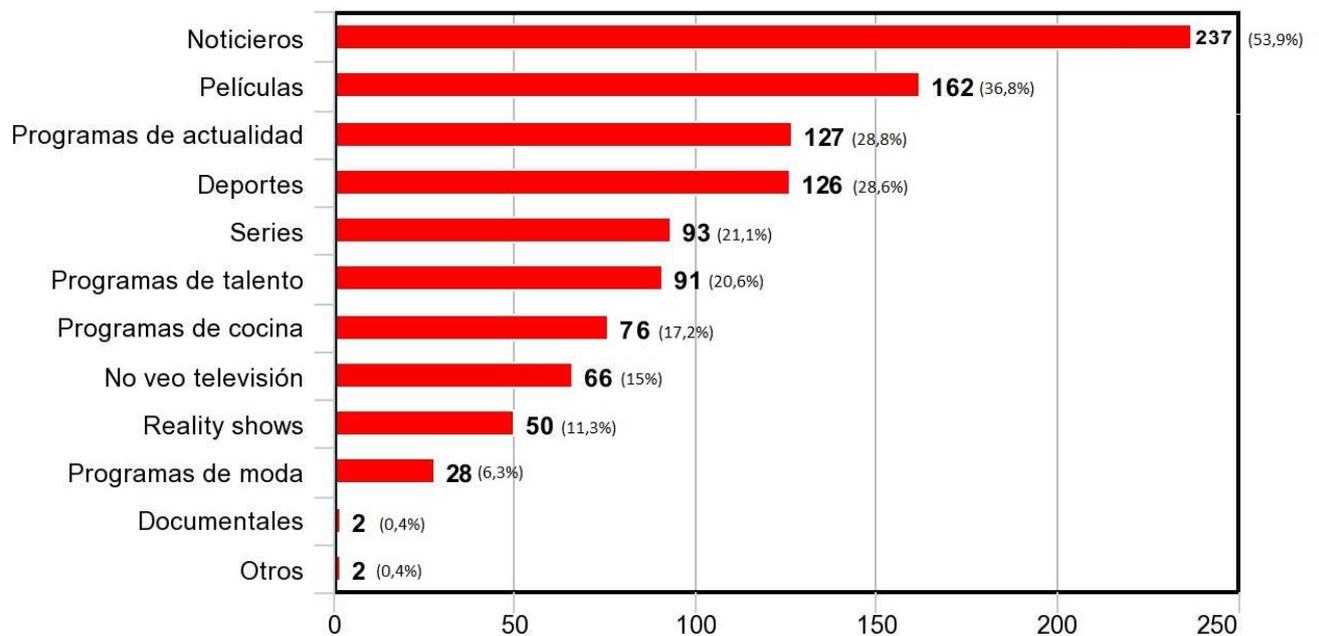
### 23. ¿Ven televisión de manera habitual?

¿Ves televisión de manera habitual? Ya sea canales de aire como Canal 13 y Telefe o de cable como ESPN, TNT, MTV y Warner Channel.



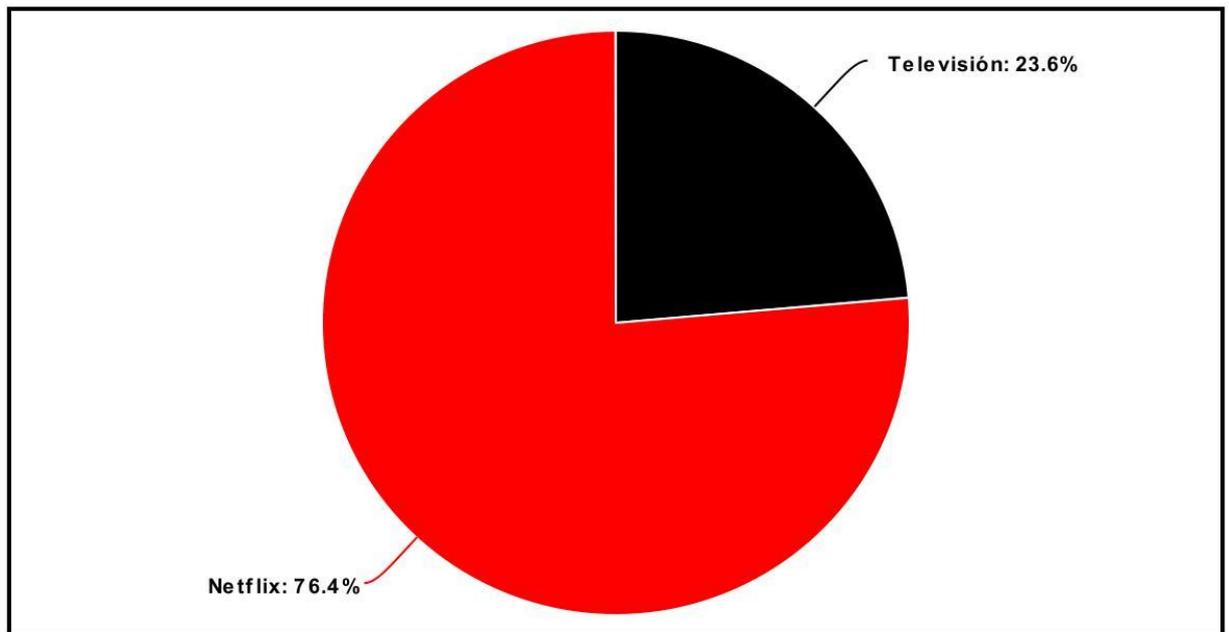
### 24. Qué miran cuando ven televisión

¿Qué mirás cuando ves televisión? Marcá las opciones correctas.



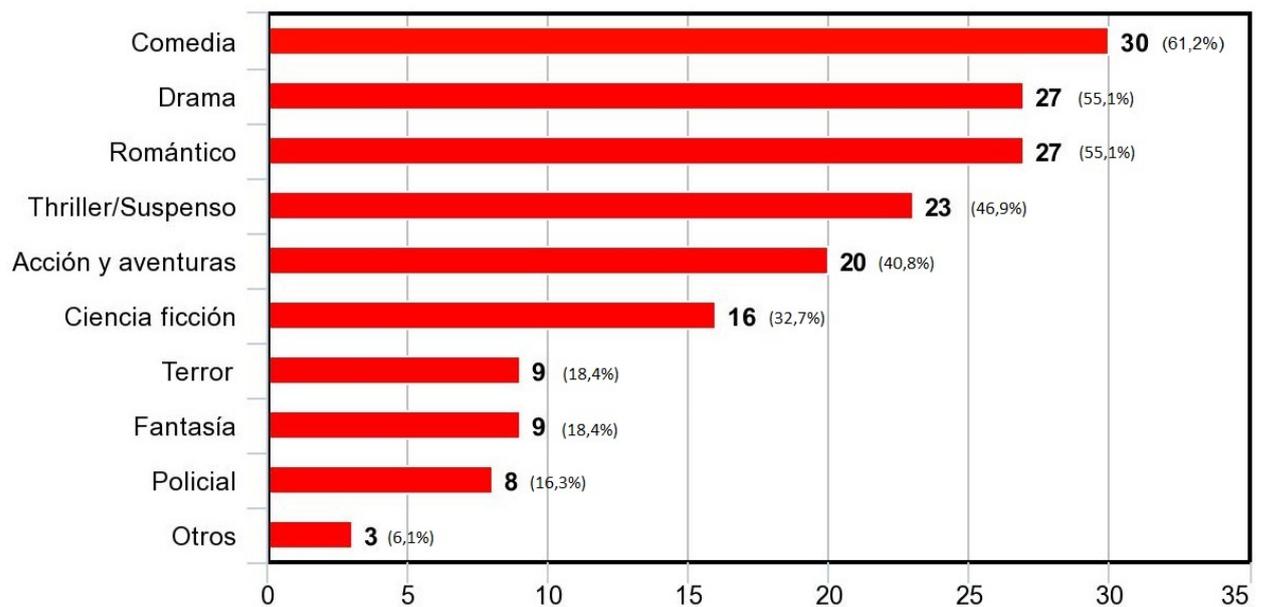
## 25. ¿Televisión o Netflix?

¿Mirás más la televisión o Netflix?



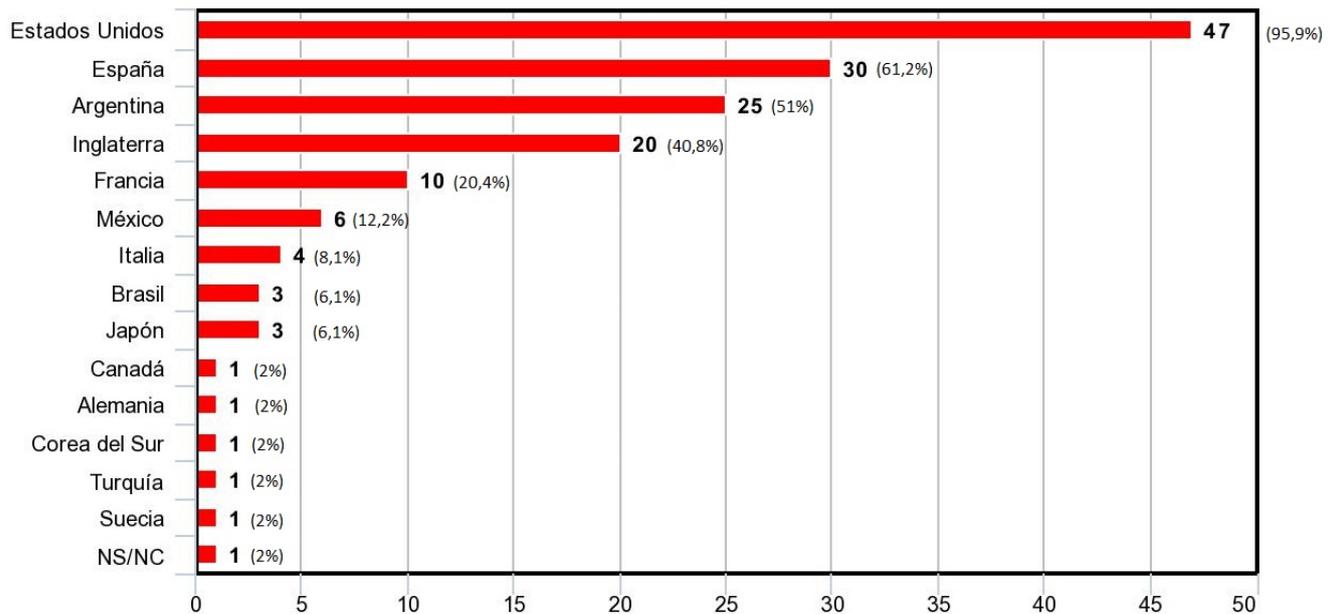
## 26. Géneros de películas favoritos

¿Cuáles son tus géneros de películas favoritos? Incluí hasta 4 opciones por favor.



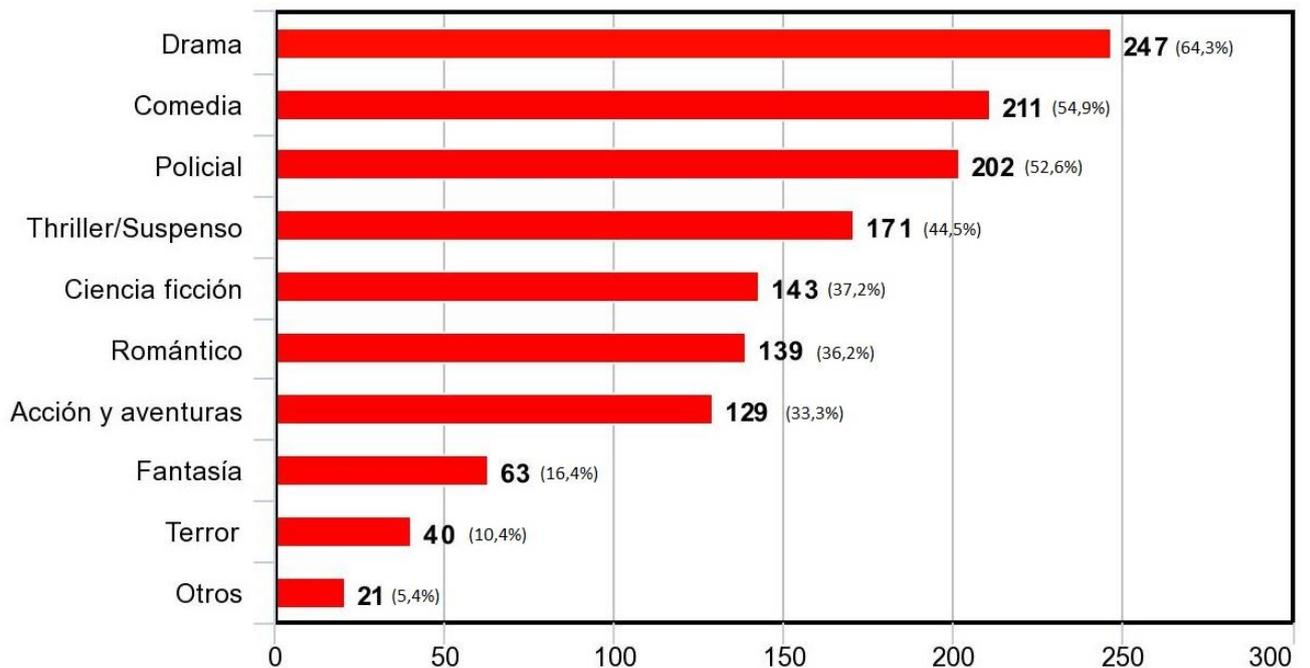
## 27. Países de origen de las películas que ven

¿De qué países provienen las películas que mirás en Netflix? Marcá las opciones correctas.



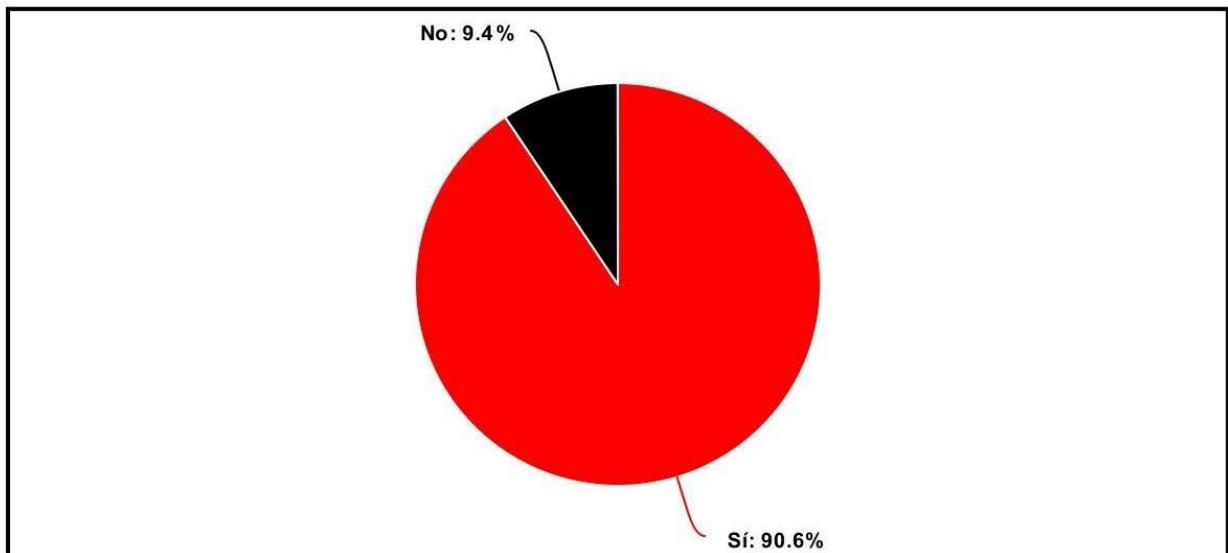
## 28. Géneros de series favoritos

¿Cuáles son tus géneros de series favoritos? Incluí hasta 4 opciones.



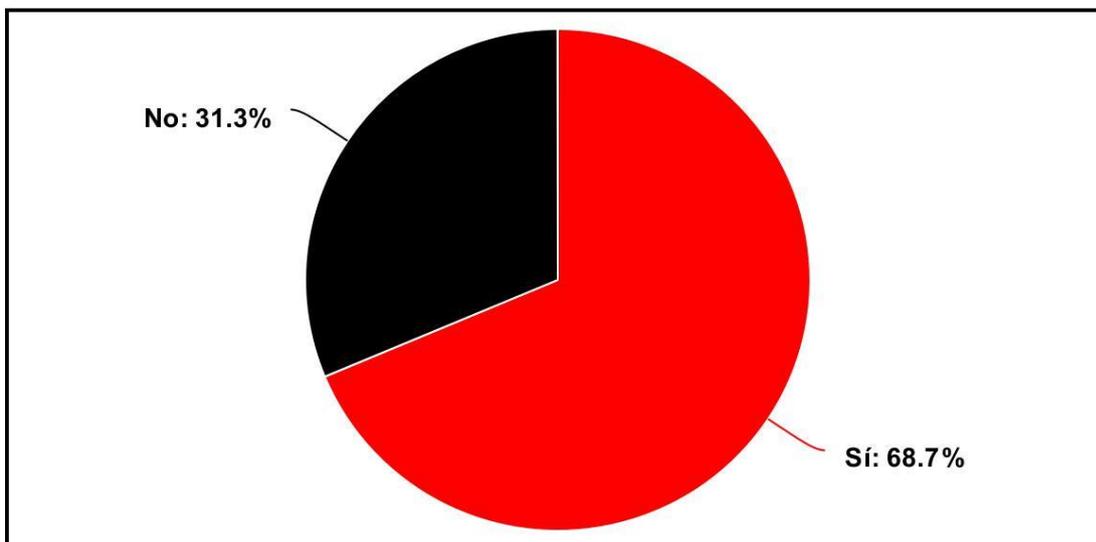
## 29. Los jóvenes y los contenidos originales de Netflix

¿Estás viendo actualmente o viste contenidos originales de Netflix? Como "House of Cards", "Stranger Things", "The Crown", "13 Reasons Why", "La Casa de Papel", entre otras.



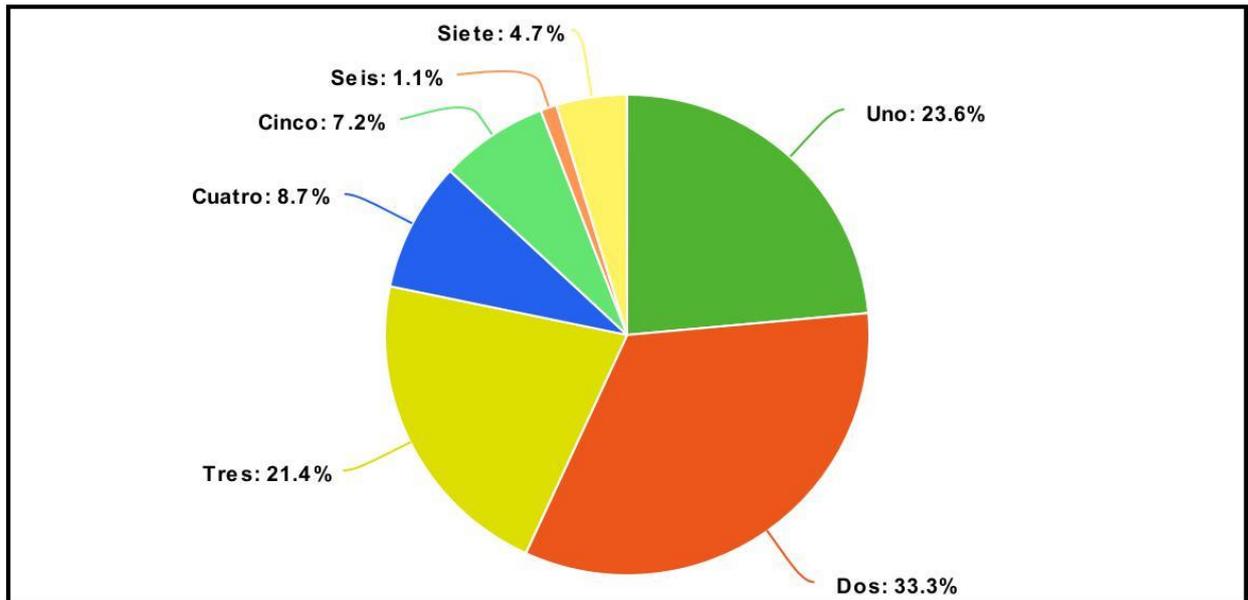
## 30. Bingewatching: ¿Sí o no?

¿Ves comúnmente tres o más capítulos seguidos de una serie en la misma ocasión?  
Marcá solo una opción.



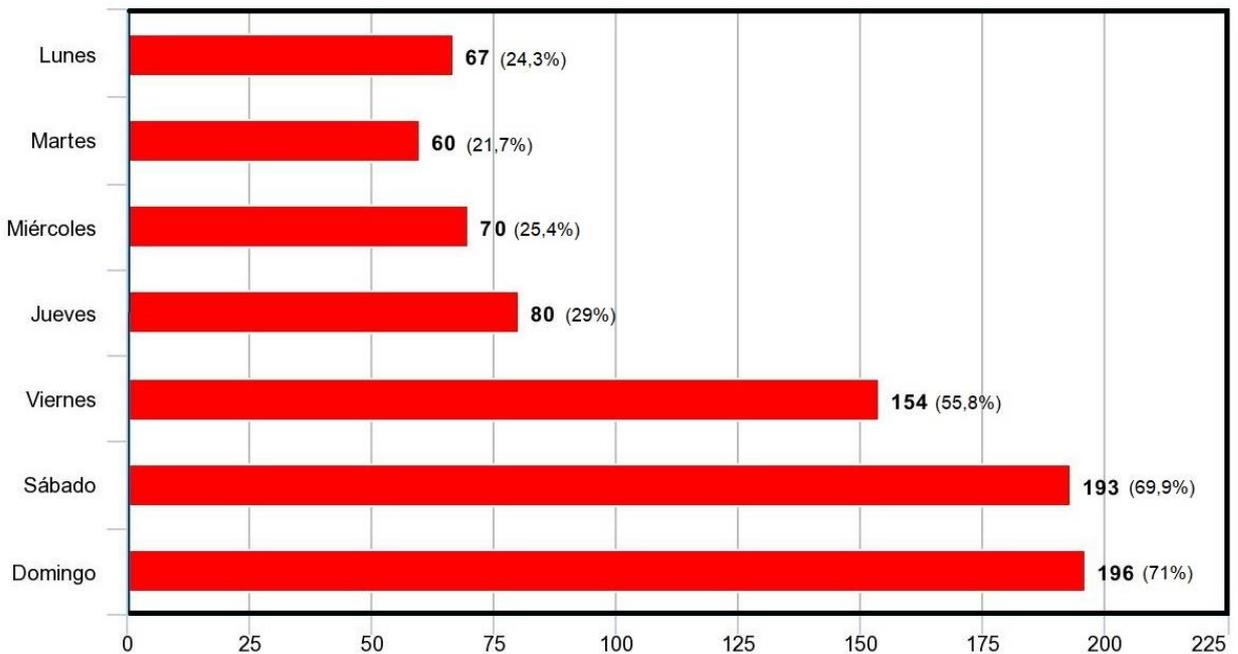
### 31. Cantidad de días de binge-watching por semana

En general, ¿cuántos días por semana llevás adelante esta práctica?  
Marcá solo una opción.



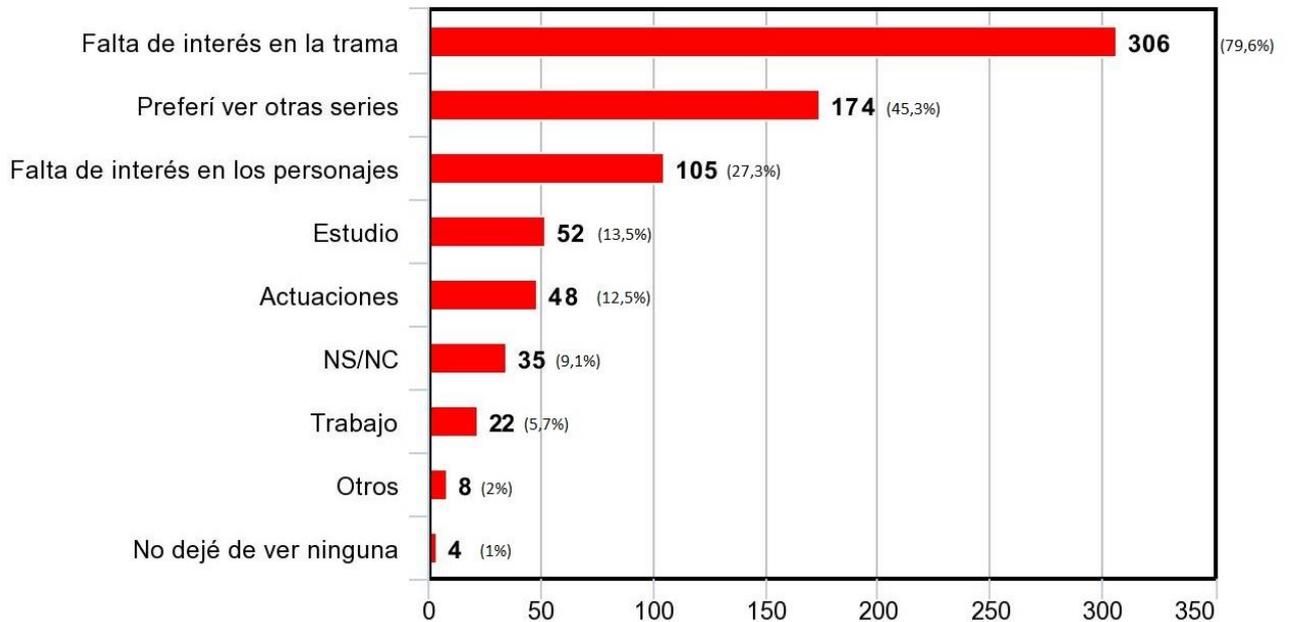
### 32. Días de binge-watching

¿En qué días de la semana lo hacés? Marcá las opciones correctas.



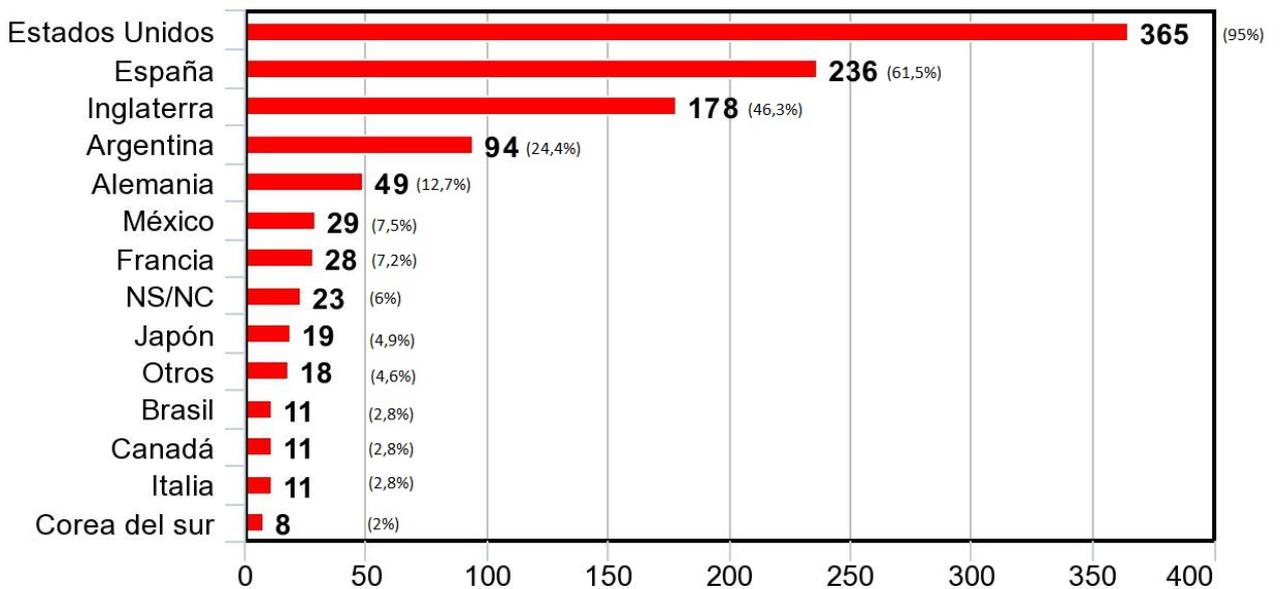
### 33. Por qué dejan de ver algunas series

¿Por qué dejaste de verlas? Marcá las opciones correctas.



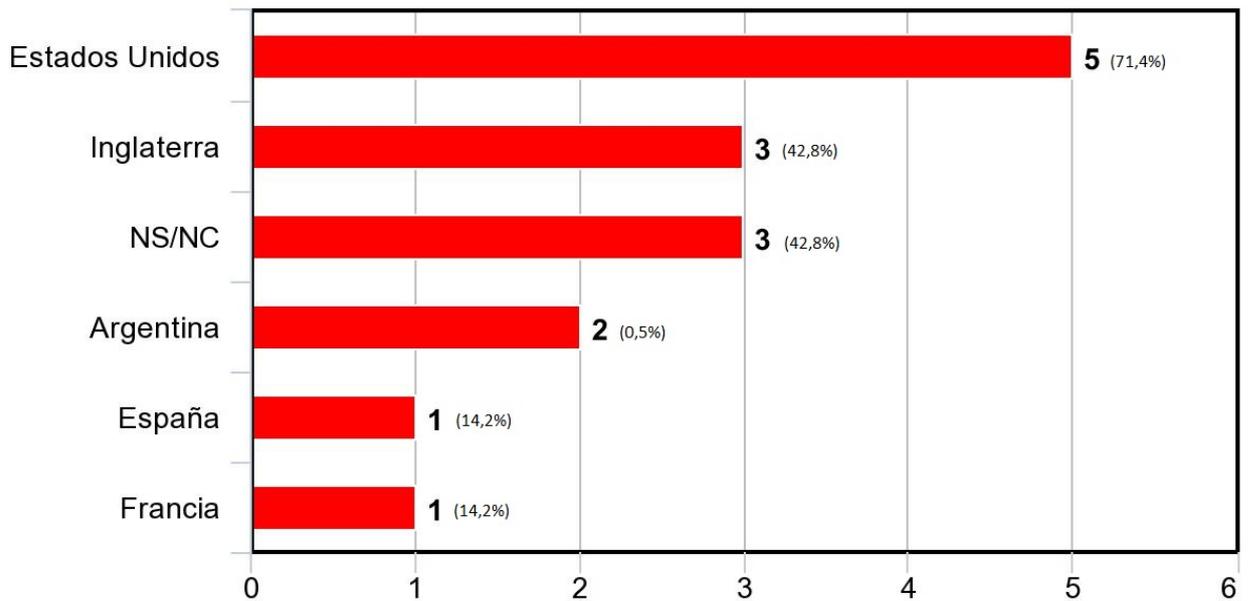
### 34. Países de origen de las series que ven

¿De qué países provienen las series que mirás en Netflix? Marcá las opciones correctas.



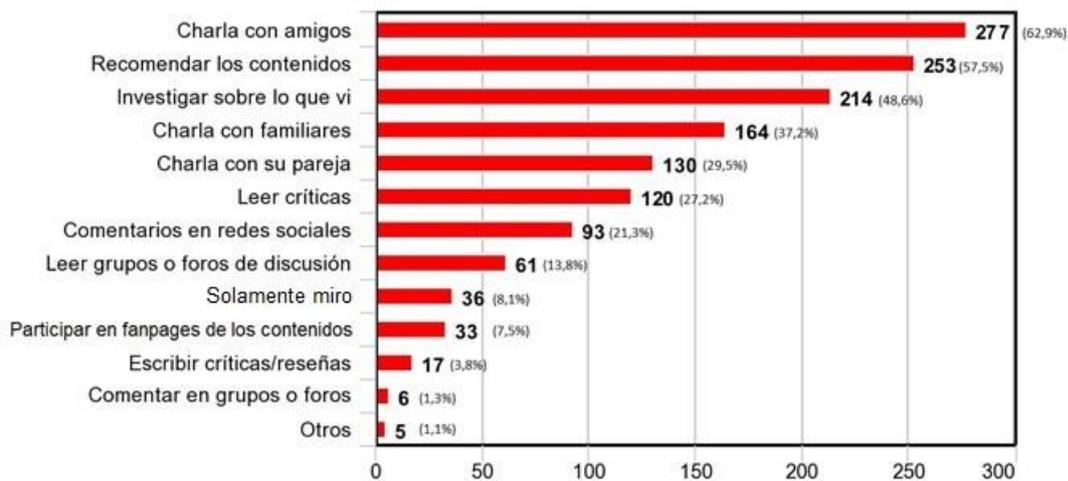
### 35. Países de origen de las documentales que ven

¿De qué países provienen los documentales que mirás en Netflix? Marcá las opciones correctas.



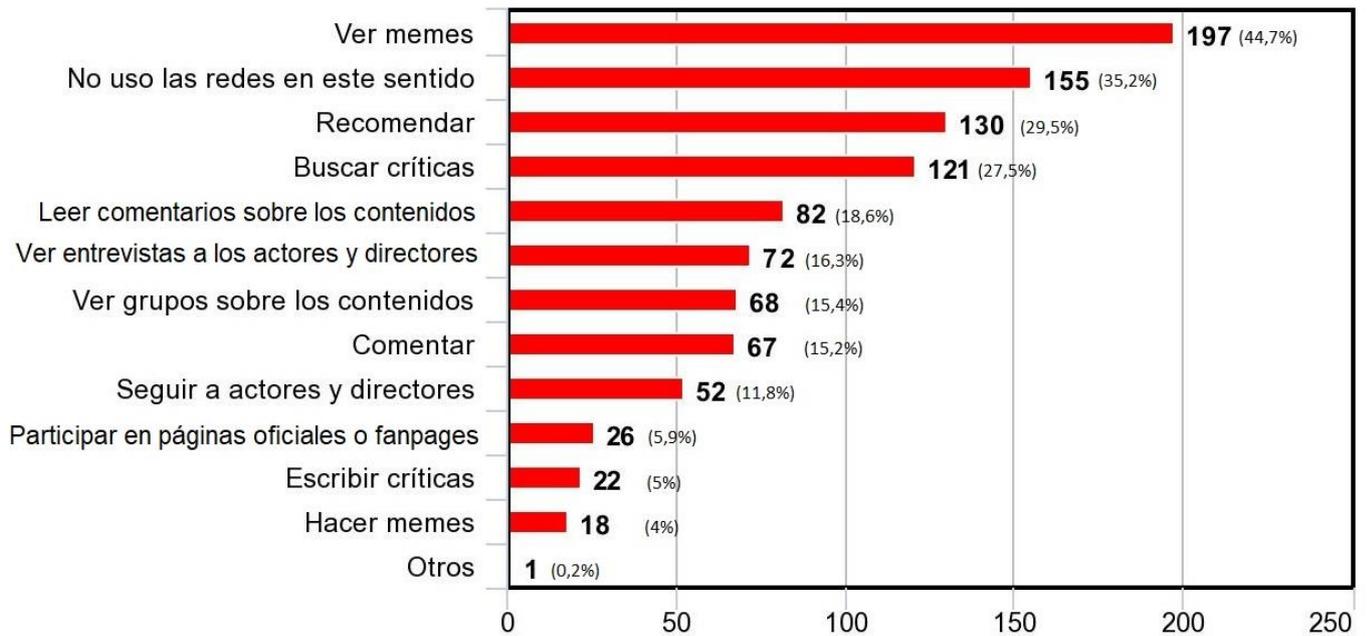
### 36. Actividades posconsumo de Netflix

¿Qué hacés luego de ver películas, series y/o documentales en Netflix? Marcá las opciones correctas.



### 37. Actividades posconsumo de Netflix en redes sociales

Luego de ver algo en Netflix, ¿qué hacés relacionado a eso en redes sociales? Marcá las opciones correctas.



## **A.5. Transcripciones de las entrevistas**

### **A.5.1. Entrevista a Constanza (24)**

**- ¿Cuándo empezaste a usar Netflix? ¿O qué fue lo primero que viste, te acordás?**

-Sí, me acuerdo más o menos cuando salió Netflix, no sé en qué año fue, pero desde que empezó hice la prueba piloto para ver cómo era, que era un mes gratis, para ver si valía la pena pagarlo por mes. Y en ese momento no había mucha gente, entonces era como apostar a algo que no se sabía si iba a funcionar. Me acuerdo que una de las primeras series que vi fue una que ya estaba viendo en la tele, como que la empecé desde el principio. Era una sitcom tipo Friends, por así decirlo. Algo así.

**-Muy bien. ¿Y por qué te inscribiste? ¿Qué pasó que dijiste, "Quiero probar"?**

-Me acuerdo que en la publicidad que había era super amplia, en todos lados te bombardeaban con Netflix y, nada, surgió de la experiencia de los demás en otras redes, como a partir de la experiencia ajena uno puede llegar a eso y decir "Che, bueno, quizás está bueno, voy a probar" y lo otro que estaba bueno era esto de que tenías un mes de prueba gratis. O sea si no te gustaba listo, ya está, quedaba ahí el mes, pero lo bueno era eso, que vos decías "Bueno, voy a chusmear, si veo que me gusta lo pago". Capaz que el precio en ese momento era bastante barato, o sea, no era muy caro. Me acuerdo que la primer cuenta que tuvimos fue con mi papá y teníamos toda la familia metida ahí adentro, porque podías tener hasta cinco personas más o menos, todos con su perfil. Y después, con el tiempo, cuando fue estallando Netflix, cada uno se hizo su cuenta y apostó a algo más privado, por así decirlo.

**-Claro. Y hablando de lo que más te gusta, ¿qué es lo que más te gusta de Netflix? Puede ser, no sé, el contenido, funciones, que no tenga cortes, cualquier cosa...**

-Hoy en día creo que lo que más me gusta es el Netflix Party, porque en esta cuestión de cuarentena te permite estar conectado con otra gente y poder ver cosas al mismo tiempo.

**-Sí, ¿pero es de Netflix o es una extensión de Google Chrome medio pirata?**

-Es de Netflix. Te lo bajás en la compu y se sincroniza con Netflix entonces la otra persona te manda un link. Vos entrás y los dos pueden ver la misma serie, tipo, uno tiene el control, y va pausando o adelantando, dependiendo de lo que sea, pueden tener los dos el control y van los dos jugando con eso. Y tenés un chat al costado para poder hablar y discutir la serie o la película, lo que estés viendo. Eso es lo que a mí hoy más me gusta porque es como que, aún en cuarentena, sigo viendo cosas con mis amigas o comentando lo mismo, estamos como lejos pero al mismo tiempo estamos cerca. Está buena esa opción. Y después en general de la plataforma, me gusta que es como super propia, personalizada, o sea, es algo que vos entrás y sabés que lo que te recomienda es algo que te puede llegar a gustar de acuerdo a lo que ya viste. Y después estuve viendo un par de features nuevos que tiene, uno es como un aleatorio, está bastante bueno, que es básicamente "Che, llegó un punto en el que no tenés nada más para ver porque ya te viste todo, te vamos a hacer un aleatorio de lo que te puede gustar", entonces metés "Sí" y es como que se te reconfigura y quizás te sugiere una película que nunca viste, pero que te puede llegar a gustar, basado en lo que consumiste.

**-Para que estés todo el día.**

-Claro, para que nunca pares. Después, otra cosa que también me gusta es esto de los perfiles, o sea, que vos tenés tu perfil y quizás son tres o cuatro los que usan Netflix y tu perfil es tu perfil, está todo configurado como a vos te gusta. Si entra otra persona y te ve una película y se te reconfigura eso te das cuenta al toque, "Che, esto no es mío, esto no lo vi", o sea, es como que en ese sentido está bueno lo personalizado.

**- ¿Y qué te parece que no tenga cortes? ¿Te parece que mejora la inmersión que podés tener o te gustaría que cada tanto pause porque sino seguís horas y horas?**

-Tiene como una opción que es como "Che, ¿seguís viendo Netflix?", después de cuatro capítulos seguidos. Me gusta pero al mismo tiempo no. Es como que uno se da cuenta cuando ya está hartito. Llega un punto en el que decís "Bueno, ya me vi cinco, estoy aburrida, voy a hacer otra cosa". Ahora con la cuarentena uno está más ahí pendiente, más pegado, pero...

**- ¿Pero te parece algo positivo que no tenga cortes o no te importa mucho?**

-No siento que dependa de la plataforma. Siento que depende de uno. Es como con la televisión, o sea, tiene cortes publicitarios, pero todo el mundo quisiera que no existieran esos cortes también. Es lo que más te embola de la tele, entonces que esta plataforma no tenga cortes y todo lo demás, creo que está bueno porque lo manejas vos a tu criterio. Es como bueno, "Te damos todo esto, vos hacé lo que vos quieras con esto". Siento que está bueno desde ese lado.

**-Muy bueno. Y al revés, ¿qué es lo que menos te gusta de Netflix? Por ahí no hay nada, pero por ahí algo te jode...**

-Puede ser el catálogo amplio de películas pero a su vez no. Como que quizás te tira nueve temporadas de Modern Family, pero no te tira la diez y la once. Entonces quizás vos estás re enganchado con Modern Family, te la fumaste toda y llegás al final de la serie y decís "Ah, pero me faltan dos temporadas, ¿dónde las miro?". Y te querés pegar un tiro. Es lo que me pasó. Entonces creo que está bueno que si suben algo... Si es que la serie no está porque no está o porque no se estrenó esa temporada todavía está todo bien, porque todavía no se estrenó. Pero si es algo, por ejemplo, son diez temporadas de Friends, y me ponés hasta la quinta, me cortás las piernas. ¿Por qué hacés eso? ¿Dónde la veo? Y es así. Y también que hay cosas que sacan, quizás, no sé, tenés una película. En su momento estaba "En búsqueda de la felicidad", que es una película re linda y la sacaron. Quizás yo tenía ganas de verla, y la busco y no está.

**-¿Viste que te reconoce igual el título y te pone otra cosa?**

-Sí, eso sí.

**-Es como que ponés "Matrix" y no está, pero te recomienda tal otra película de acción...**

-Claro, eso quizás está bueno, pero si vos tenés en la cabeza que querés ver "Matrix" la vas a ver por otro lado. Ahí ya cambiás de plataforma y ya te caga la experiencia.

**-Sí, eso es un tema más de licencias, que las tienen por determinado tiempo y ahora con todos estos servicios, por ejemplo, "Friends" se fue a HBO Max.**

-Sí, incluso con otras plataformas. Ahora hay una nueva que es de Disney, que es todo Disney, que eso creo que compraría porque amo, pero es todo Disney. Y Disney es una empresa que tiene muchísimas cosas, tiene Fox, Universal...

**-Tiene Marvel.**

-Tiene Marvel. O sea, es una empresa gigante, y si empieza a comer todo lo que hay, en Netflix va a quedar muy poco de lo bueno porque, nada, es de otra empresa. Las licencias para mí les van a salir muy caras y no les va a ser rentable.

**-Bueno, leyendo para esto, leí una llamada de inversores y un alto ejecutivo dijo "En el futuro, tal vez, es solamente contenido de Netflix, porque nos sale mucha plata pagar estas licencias". "Friends" por ejemplo, el año pasado se quedó en Estados Unidos porque la gente lo pidió y pusieron 100 millones de dólares para que se quede un año más y ahora se fue a HBO. Pero lo que quieren evidentemente en el futuro es contenido nada más de ellos.**

-Bueno, el tema es que tiene que estar a la altura y ser muy bueno. Las cosas que vi de Netflix están buenas. O sea, hay series que vi solo de Netflix que están muy buenas como Sex Education, creo que está muy buena. Aparte temas vanguardistas, que rompen un poco con lo que es la sociedad, la cultura y todo eso. Pero también vi cosas que no me gustaron. Es como que, tienen que buscar un punto donde seguir por el buen camino, porque si es todo de Netflix y el contenido no es tan bueno...

**-Claro.**

-Lost estaba en su momento, ahora ya no está más. Si me sacás todas las cosas que realmente consumo y veo, y me dejás solo lo otro, no sé si seguiría pagando quizás.

**-Se va.**

-Me voy a Disney (risas).

**-Hay que pagar todo. Hay que tener 16 servicios, ese es el futuro (risas). Te iba a preguntar, ¿qué buscás cuando ves Netflix? No te digo de buscar películas, sino, ¿qué buscás? ¿Es un momento para vos? ¿Querés liberarte del estrés? ¿A veces tenés un tiempo libre y no sabés qué hacer? ¿Cómo lo tomás?**

-Generalmente voy por dos cosas. Un break, un descanso de lo que esté haciendo, en el laburo, de lo que sea, de una lectura, o mismo de lo cotidiano. Y generalmente lo consumo en momentos donde estoy comiendo, entonces quizás me hago el desayuno y veo un capítulo de Friends o un capítulo de algo corto, que pueda terminar en media hora, veinte minutos, listo, terminé de desayunar y me pongo a hacer otra cosa. Eso es como más de descanso. Y sino también cuando tengo ganas de relajarme y decir, "Che, tengo ganas de ver una peli" o "Tengo ganas de hacer un plan" o algo así, en esos casos también, hablo con una amiga, vemos "Netflix Party" o algo así, cuando tengo ganas de hacer un plan, que no puedo ir al cine, no puedo hacer otra cosa, es como bueno, vamos a hacer esto. Generalmente para esas dos cosas.

**- Bien. ¿Y en qué dispositivos ves Netflix?**

-En todos. En la tele, tipo, el Smart. En la compu, y en el celu.

**- ¿En el celular también?**

-En el celular veo, a la noche, cuando ya me acosté, quizás veo un rato para ya dormirme.

**-Ok. ¿Pero te ves una película en el celular?**

-No, generalmente capítulos cortos, las Kardashian.

**-¿Están las Kardashian? Mirá vos...**

-Sí, pusieron un par de temporadas, nada más. ¿Ves? Eso. Te ponen las Kardashians y te ponen dos temporadas nada más.

**-Hay que pagar la plata.**

-Claro.

**-¿En el transporte público ves?**

-No, escucho música. Yo me mareo, no puedo.

**-Pensé que era más porque es medio molesto o cuidado con la mano ajena...**

-No, no. Si es un viaje largo, que me voy a la costa o algo así, sí me descargo una peli o en el avión, si sé que ahí no tengo nada para ver. Me he descargado capítulos para verlos. Viajes cortos, de una hora, prefiero escuchar música, leer, hacer otra cosa, porque sino me mareo en el bondi o lo que sea.

**-¿Cuántas horas mirás cada vez que ves Netflix aproximadamente?**

-Seis horas. No por día, pero si estoy todo el finde, sí.

**-¿Seis horas? ¿Pero cada vez que ves? El promedio, en general, no el día que más ves.**

-¿El día que más vi? 24 horas.

**-Después lo vamos a hablar. Pero imaginá “Cada vez que veo veo dos horitas, porque son dos capítulos”, ¿vos cuánto ves? ¿Te anoto como seis horas?**

-¿Todos los días? Seis horas, anotame como seis horas. Sí, porque quizás a la mañana veo medio hora de un capítulo, al mediodía me veo medio de otro o quizás una hora, a la tarde cuando como una hora más y a la noche me veo dos capítulos de otra serie y ya son como seis horas.

**-O sea, no es el consumo máximo sino que en promedio si veo un día, veo seis horas, ¿así?**

-Sí.

**-Perfecto.**

-¿Es que qué voy a hacer?

**-No, yo te estoy preguntando más como en tiempos normales, ¿cuánto ves?**

-En tiempos normales, tres horas ponele. Sí, porque no me da el tiempo sino. Aparte entreno, voy a trabajar, lo único que me queda es a la noche.

**-Bien. ¿Y tenés una lista de cosas por ver o es algo más mental?**

-Tengo mi lista con algunas cosas pero nunca las veo. Es como que lo pongo y digo "Ah, lo voy a ver en algún momento porque me copa, algún documental o algo así" y nunca lo veo. Siempre son cosas que estoy viendo, o tendencias o cosas que me recomienda.

**-Bien. Y después, sobre televisión, ¿ves televisión comúnmente?**

-Noticieros. Por la profesión, porque el periodismo me lo inculcaron en la facu. Lo mismo que leer el diario. Ni vería. La verdad que no me llama la atención la televisión.

**-Bien. ¿Mirás más tele o Netflix?**

-No, Netflix. Sí.

**-¿Por mucho?**

-Sí, gana Netflix.

**-¿Cuál dirías que es el estado actual de la televisión? ¿Cómo la ves? Puede ser frente a Netflix o por sí sola, como quieras.**

-Yo creo que la televisión se tiene que adaptar como la radio. Son medios que siento que no van a morir, porque marcaron un hito en lo que son los medios de comunicación y la comunicación en sí, audiovisual. Pero sino se adaptan lo más probable es que mueran. El tema es que ahora por ejemplo, la televisión mecha mucho lo que es redes sociales, entonces lo que quizás salió en una red social... Porque para mí, lo primero, siempre está Twitter. Entonces vos en Twitter te vas a enterar primero de cualquier cosa. Y después todo el resto levanta de ahí. Todos los diarios, tipo, todo lo que es online. Y si se sabe adaptar y poder jugar con esas cosas creo que se va a mantener, pero lo obsoleto de la noticia en televisión o el programa de chimento y eso, no sé. Yo por ejemplo películas ya no veo en la televisión. Esas cosas no veo.

**-¿Por qué?**

-Y no sé, quizás antes veía, por ejemplo, cuando estaba "The Walking Dead", allá por 1920, que la ponían en Fox todos los jueves, me ponía Fox a las 8 de la noche los jueves, pero estás en eso, de depender de otro medio para ver algo que te gusta. Tenés que esperar, como la telenovela, al día siguiente para ver otro capítulo. Creo que eso ya murió.

**-Bien. Porque hay algunos autores que hablan del fin de la televisión, como que en unos años no va a existir más. ¿Vos estás de acuerdo con ellos?**

-O sea, para mí no. Todos los medios evolucionan y se adaptan, sino ya hubiese muerto la radio también. Porque existe Spotify, existen un montón de plataformas que te ayudan a escuchar música. Pero hay algo de la radio que es lo que a vos te hace sentir bien, no sé, vas a trabajar y escuchar la radio. Te hace sentir bien porque hay otra gente del otro lado, es como que va un poco más allá, me parece, el concepto. Lo mismo con la tele siento, no creo que se extinga.

**-¿Y qué va a permanecer te parece? Porque por ahí películas y series no ves más, pero otras cosas...**

-Más que nada lo que son programas de interacción, o que levantan cosas de otros medios, noticias y eso para mí va a quedarse. En la radio también.

**-Bien. Bueno, esta es más una sección de contenidos. ¿Qué ves más, películas, series o documentales? ¿Y por qué?**

-En general veo más series. Me parece que es porque me gusta una historia un poco más desarrollada, no tanto algo que empiece y termine. Hay gente que es al revés, que le gusta algo que empiece y termine y ya está. Algo que puedo empezar y terminar en el mismo momento y quedó ahí. A mí me gusta que se desarrolle un poco la historia, entender un poco, conocer a los personajes, como que entiendo que me gusta entender un poco más eso. Y hay series que están muy buenas, entonces es como que también podés ver la creatividad del otro lado, yo como estudié comunicación veo un poco más allá. Veo la banda sonora, la banda de imagen, veo los planos, como que me gusta más disfrutarlo en todo sentido.

**-Perfecto. ¿Y cómo elegís lo que vas a ver? ¿Recomendaciones de críticos, leés críticas, recomendaciones de conocidos, recomendaciones de Netflix?**

-Creo que es un poco de todo. Veo desde recomendaciones de gente, quizás pongo una pregunta en Instagram y digo "Che, alguno me recomienda una serie?", que lo he hecho y han salido buenas series de ahí desde la experiencia con otro. Y también de las tendencias que muestra "Che, todo el mundo en Netflix Argentina está viendo esta serie", ¿por qué todo el mundo la está viendo? Y ahí ves si la trama te llama la atención o no. Hubo una película que salió hace poco, que se llama "365", algo así. Estaba como las más vistas de Netflix, pero era una película horrible y todo el mundo salió a criticarla. Entonces también puede ser que se de a la inversa, que algo esté muy bueno y por eso todo el mundo la ve o algo que esté horrible y que todo el mundo la vea para ver qué tan horrible es y criticarla y demás.

**-Claro. El consumo irónico ponele.**

-De los lados, claro.

**-Y a qué le prestás más atención, ¿a la recomendación de conocidos o a la de los medios?**

-Siento que un poco de todo porque quizás te la recomienda un conocido porque al conocido se la recomendó un medio. Entonces quizás estás retomando cosas que no sabés de donde surgieron. Lo que sí no me gusta cuando algo se pone muy de moda, como "Game of Thrones", no me gusta ir a verla en el momento en que todo el mundo la está viendo.

**"-La Casa de Papel"...**

-La vi antes de que se pusiera de moda. Entonces cuando ya se puso de moda, yo ya la había visto. Y me pasó con muchas series. Entonces nada, ahora lo único que rompí con mis principios y estoy viendo "Dark". Está muy buena.

**-Mirá vos. La tengo que ver.**

-Pero generalmente es porque me lo recomendó otra gente, no porque la recomiendan los medios o algo así.

**-Claro, te molesta que te digan "Tenés que ver esta serie, es la serie del momento"...**

-Pasa que a mí me gusta investigar y ver. Por ejemplo yo vi una serie que no está en ningún lado, pero antes de verla como que leí las críticas, para ver si me iba a gustar o no, para no invertir tiempo en algo que no me gusta. Y con "Dark" me pasó, que la empecé a ver cuando salió recién y no me llamó la atención y la dejé. Pero ahora la retomé y no sé, me cambió la cabeza, y me gustó. Entonces también siento que es el momento de cada uno. Es como que tenés que estar preparado para verla "Dark". No es una serie light. No es super compleja tampoco, pero juega mucho con el espacio tiempo. Entonces es como que si no le estás prestando atención, te perdés, si le prestás atención la entendés, el tema es que, bueno, hay premisas que no se terminan de cerrar porque es la idea de la serie que le queden cosas inconclusas, pero la seguís re bien sino. Tiene el efecto asombro, eso es lo que me gusta, mirás un capítulo y te quedás como "No, wow" y tenés que ver otro, ¿me entendés?

**-Bien. ¿Y sos de leer críticas? Algo me dijiste...**

-Sí. Me gusta leer antes de ver y después. Más que nada de los documentales que veo. Yo vi muchos documentales en Netflix de lo que es veganismo y vegetarianismo y para ver si realmente el documental está basado en algo real. Por ejemplo vi What the health, es medio polémico y pensé 'Che, ¿cuántas fuentes chequearon? Y demás... Veo las críticas o veo si algún otro se percató de lo mismo que yo o si esa información es real. Trato de buscarlo.

**-Bien. Si empezás una serie, ¿sos de las que la terminan o la podés llegar a dejar incompleta?**

-Si veo un capítulo y no me gusta, la dejo. Si veo uno o dos y no me gustó, la dejo, no me molesta. Pero si ya vi una temporada la tengo que seguir viendo.

**- ¿Y te cuesta empezar a ver una serie? Porque hay algunos que lo ven como un compromiso, otros por ahí ponen el primer capítulo y si no les gusta lo sacan.**

-Claro. Me cuesta quizás empezar a ver una serie nueva, por eso quizás vuelvo a las mismas que ya vi. Que sé que me van a gustar sí o sí. Como que voy a lo fácil, por ejemplo ahora estoy entre series. Terminé una muy buena serie y no tengo nada para ver, me pongo a ver capítulos de Friends, que sé que me van a gustar, no me molesta. Estoy viéndola de nuevo porque ya la vi.

**-Así en épocas normales, no con el COVID, ¿cuántos días a la semana ves Netflix y qué días?**

-Generalmente los fines de semana. Quizás algún día en la semana también, a la noche, cuando estoy por irme a dormir, me veo algún capítulo como para irme a dormir.

**-Me decías que unas tres horas cada vez, ¿y el día que más ves cuanto ves?**

-¿El día que más veo? Pasa que hoy en cuarentena estoy completamente descarrilada. Un día normal ponele que cuatro horas, cinco horas, si estoy muy al pedo.

**-Bien. Y bueno, la pregunta es, ¿alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida?**

-Sí.

**-¿Es común en vos esto?**

-Sí, he terminado series.

**-¿En un día?**

-Sí.

**-¿Y por qué te parece que seguís viendo un capítulo más y un capítulo más...?**

-Porque es como que te engancha. Que te metés en ese universo, como cuando vas al cine, ¿viste? Que vas a ver una película, pero te metés tanto en ese universo que cuando salís te creés el personaje de la película. A mí me pasa eso, si estoy todo el día viendo y la termino es como... Soy parte ya de ese mundo, ¿entendés? Si la voy cortando es como que se va... "¿Che, qué había pasado antes? No me acuerdo". Me tiene que pasar la recapitulación de lo que me perdí porque no entiendo sino. Ya está, liquidala de una. Si tiene 24 capítulos no igual, pero bueno.

**-Una miniserie de ocho...**

-Bueno, la de "Poco ortodoxa", que tiene cuatro capítulos la vi en un día.

**-Y cuando dejás de ver así muchos seguidos, ¿cómo te deja eso? ¿Querés más? ¿O decís "Bueno, ya está porque tengo una vida y hay que ir a laburar" o qué te pasa?**

-Es como que también es la dinámica de decir "Bueno, basta", tipo, ya está, hay que seguir con la vida, a veces me da un poco de culpa. No cuarentena, sacando este momento, porque ahora no me da culpa nada porque no tengo nada para hacer, pero si estás en un día lindo y estoy viendo Netflix me da culpa de no estar afuera, tomando sol o algo. Pero a veces digo "No, lo necesito. Necesito estar acá, sin pensar en nada, pensando en esto y ya está". O sea me pasan esas dos cosas.

**-Hablaste de culpa y justo viene una pregunta culposa que es si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer para seguir viendo una serie. Por ejemplo, dejaste de estudiar, o arreglar tu casa, o dormir incluso...**

-Sí, me ha pasado, pero soy muy responsable con mis cosas, eso me pasa. Como que si sé que tengo que hacer algo lo hago, trato de hacerlo lo más rápido posible y después descanso. Pero si hago de tardar un poco en hacer algo.

**-¿Qué cosa por ejemplo?**

-Sí, no sé, por ejemplo, ponerme a entrenar. "Cuando termine este capítulo entreno" o lo que sea. Generalmente cuando es algo que me da un poco de fiaca hacerlo y me cuesta... Tengo que ir a hacer la cama o arreglar el cuarto o lo que sea bueno, un capítulo más y después lo hago. Como que ahí sí.

**-Pero algo más groso como una salida, ¿cancelaste alguna vez para seguir viendo?**

-No, no. Si la salida no me llamaba la atención sí. Me quedo haciendo otra cosa. Pero eso en cualquier caso. Pero si me divierte no, ni en pedo. Prefiero salir.

**-Por ahora nadie dijo "Sí, yo cancelé esto..."**

-Igual me ha pasado que si se cancelaba no me jodía tanto

**-¿Te ha pasado eso?**

-Obvio, también dependen las condiciones. Si está el día como está hoy, y el plan era en la loma del orto y era hacer algo que no me interesa tanto es como "La puta madre, ojalá se cancele", ¿entendés?

**-¿Y cuál es tu género de cine y series favorito? ¿Y por qué?**

-¿De cine o de series?

**-Ambas.**

-De cine me gusta lo que es acción y drama. Me gustan los dos géneros, son medio contrapuestos pero me gustan. Acción nivel Marvel, nivel tiros, que se cagan a trompadas, ese nivel. Y drama nivel "Mujercitas", ¿entendés? Llanto, lágrimas, dolor, películas de perros que te hacen sufrir.

**-¿Y en series?**

-En series me suelo enganchar más con lo que es suspenso, misterio, más así. Como que hay una trama que se tiene que ir desarmando y llega otra cosa. O comedia también.

**-¿Te gustan las series españolas? Viste que ahora se habla del boom de las series españolas...**

-Sí, vi un par. Me gustaron, sí. Vi Las chicas del cable, me gustó mucho.

**-¿Qué opinás del famoso boom, existe o por qué se da, te parece?**

-No sé por qué, pero es verdad, hay un montón de series españolas. Me pasa que me gusta cómo está contado. Como que tiene una forma de narrar muy similar a la nuestra o a lo que es occidental, americano, que va rápido. Por ejemplo lo británico o una peli británica, va mucho más lento y lo sentís absolutamente, decís "Che, esto es super predecible y va re lento además".

**-Más denso.**

-Sí. Pero creo que es similar. Las películas españolas que he visto en Netflix me gustaron bastante. Un par más o menos, pero están buenas, tienen buena producción para mí. Algunas son medio oscuras igual. Tal vez no las iría a ver al cine porque no conozco tanto a los actores, pero en Netflix ya están ahí y la ves.

**-El sistema de Netflix, viste que antes era con estrellas, ahora hay un porcentaje de relevancia, ¿qué te parece?**

-Creo que me gusta "Es tal porcentaje para vos". Esta misma dinámica de que sea personalizado. Las películas en sí es algo super subjetivo eso, quizás a vos te gusta algo y a mí no, y es super subjetivo esa opinión. Entonces quizás que se base en algo que sabe que te gusta y demás, está bueno porque sabés que probablemente te vaya a gustar lo que te está recomendando.

**-Bien.**

-Ahora quizás si la pifiás y ves algo que no te gusta, o es una peli que quizás no está tan buena y la viste para joder, y te recomienda cosas similares. No sé, por ejemplo, la otra vez me puse a ver Naruto, me empezó a recomendar cosas de anime y la verdad que mi cosa no es el anime.

**- ¿Te está gustando?**

-Vi un par de capítulos. Pero porque a mi hermano le gusta mucho y me comentó la trama y dije "Bueno, voy a probar". Más o menos.

**-Claro. Bueno ya entramos a la última parte de las preguntas. Sobre redes sociales, ¿seguís las cuentas de Netflix en redes sociales? ¿O de series, o de actores?**

-De actores sí, algunos. Y a la cuenta de Netflix la sigo en Twitter, pero porque me parece gracioso lo que pone.

**-Me han señalado eso, que se ríen con lo que pone.**

-Es que a veces te pone cosas como memes de Netflix, como que juega muy bien con el lenguaje, está bueno.

**-Se ríe de sí mismo, claro. Y de actores, ¿qué actores por ejemplo?**

-Y de actores tengo a casi todos los de "Friends", Jennifer Aniston, Courteney Cox y después algunos, bueno, Robert Downey Jr., todos los de Iron Man, Capitán América, cosas así.

**-¿Y participás en algún grupo de alguna serie, comentás algo?**

-No.

**-Claro. Pero por ejemplo, cuando ves contenidos en Netflix, ¿después lo hablás con alguien, posteás algo en redes sociales, escribís una crítica o nada?**

-Sí, por ejemplo ahora que estoy viendo "Dark" puse en Twitter tipo "Dark me está volando el bocho", o me gusta mucho ver hilos en Twitter, entonces quizás te ponen "Hilos de cosas que te perdiste de tal serie" y ahí sí entro, leo y a veces comento. O bloopers también me gusta ver en YouTube, los bloopers de Friends son lo más. De "Modern Family" también vi. O "Cosas que te perdiste de Modern Family" o "Cosas en común de los personajes de Modern Family..."

**-Los Top 10...**

-Exacto.

**-¿Y hablás con alguien por ejemplo o no hablás mucho de series con alguien?**

-En general no, pero ahora en modo cuarentena sí. Porque estoy viendo con gente, entonces, con un amigo nos ponemos a ver una serie y hablamos mientras vemos la serie, con esto del Netflix Party. Pero en general, en la vida cotidiana no.

**-Y para seleccionar lo que vas a ver, ¿usás las redes sociales? Por ejemplo ves trailers, lees comentarios... ¿O no influye en tu elección?**

-No, no influye mucho.

**-¿Vas al cine comúnmente? ¿Qué tipo de películas ves?**

-Sí. La verdad que he ido a ver cualquier película, pero por el mero hecho de ir al cine. Me gusta ir al cine, me gusta la acción de ir, lo cultural, la experiencia, como el ritual de ir al cine, los pochoclos. He ido a ver películas de Disney, como infantiles hasta dramas, Marvel, todo. Me encanta.

**- ¿Y vas menos ahora que tenés Netflix, te parece?**

-Pasa que está caro, o sea el tema es ese. Que en la Argentina es re caro ir al cine, es re caro ir a una salida. He ido sola al cine, o sea, a ese nivel que me gusta. Pero si estás vos solo es re caro para una persona sola, porque de última vas de a dos y pagás 2x1 y ya está, pero hay pocos beneficios para uno.

**-Pero te parece que vas menos, ¿entonces?**

-Más o menos. Si hay una película que vale la pena voy. No me influye. Y aparte en Netflix no está lo nuevo.

**-Y acá sí está lo bueno, en sitios como Cuevana y Popcorn Time, ¿ves películas ahí?**

-Sí, veo en Cuevana3, me he descargado una vpn para ver el Netflix de Estados Unidos y la otra, Pelispedia, creo que se llama.

**-¿Y usás menos esas páginas ahora que tenés Netflix?**

-Depende de la serie que quiera ver. Si la serie no está en Netflix la miro en otro lado.

**- ¿Usás otros servicios como Cablevisión Flow, Amazon Prime, HBO?**

-Cablevision por internet, porque está todo junto.

**- ¿Qué te parece Cablevisión Flow?**

-En Flow no, creo que no.

**- ¿Qué significa entonces? ¿Ver la tele decís por internet?**

-Cablevisión solo creo que es. Que te viene con los canales digamos y películas, por wi-fi.

**-Claro. Me decías que ves mucho Netflix mientras comés. La pregunta es, ¿hacés otras cosas mientras mirás Netflix? Comer, cocinar, redes sociales, chatear...**

-Sí, a veces hago la doble pantalla. ¿Cómo se llama? ¿Multipantalla? No me acuerdo...

**-Picture in picture sería en la propia tele. Si es el celular podríamos decir multipantalla.**

-Claro. Sí, a veces sí. Pero por eso te digo, también depende de la serie que esté viendo. Si no le estoy prestando atención y es como que está de fondo, sí. Y sino, sí, comer. Porque ponele que veo Friends, como ya la vi no necesito prestar tanta atención la verdad, aparte no son series donde tenés que estar super atenta, siempre las cosas se resuelven en un capítulo, son para reírse un rato y volverlas a ver cada tanto.

**-Y me quedan dos preguntas. La primera, una que había quedado colgada, hablando con algunos entrevistados me dijeron que las comedias que ven en Netflix son comedias que en realidad ya vieron, y no son nuevas. ¿Te pasa eso a vos?**

-Sí.

**-¿Qué son? ¿Películas que ya viste hace años en otro lado?**

-Con "Friends", sí. Las de comedias románticas ya las vi todas, pero a veces las vuelvo a ver porque me hacen acordar de ese momento.

**-Mirá qué bien. Y la última es, ¿cómo podría mejorar el servicio que brinda Netflix? Alguna característica, más contenidos, contenidos de Argentina, de algún tipo, alguna función, lo que sea...**

-Siento que sí, el contenido es clave. Porque cuantas más opciones tenés, mejor. Pero al mismo tiempo no. Es como que cuantas más cosas quizás te perdés más en el mar que hay de cosas. Quizás esto que hablamos hace un rato de poder evolucionar en algo que termine, no sé, si son producciones propias o algo así, pegarla con eso creo yo. Porque va a ser el único escape que tengas si se queda sin licencias o sin contenido ajeno, digamos, para publicar. Creo que sería seguir pegándola con lo que es producciones propias. También porque destaca un montón de

actores y personas que quizás no son conocidos y laburan re bien, y eso está bueno también. Producciones también de otros países, no solamente de Estados Unidos.

**-Ellos dicen que tienen mucho hecho en series pero que ahora le están metiendo a full a lo que son películas y documentales.**

-Sí, documentales he visto y son muy buenos. Creo que el tema también es dónde van a poner el foco. Me parece que lo que tienen que hacer y donde tienen que buscar la fortaleza es en la producción propia y que sea buena. Que sea de calidad como para que la gente lo elija.

### **A.5.2. Entrevista a Fátima (19)**

**-Cuándo empezaste a usar el servicio? ¿O qué fue lo primero que viste?**

-No quiero decir pavadas pero ponele que por 2017, porque era mi primer año en Capital, yo soy originalmente de Mercedes. Siempre fui más fan de las películas que de las series pero todo el mundo estaba enloquecido con las series. En ese momento se había estrenado "Stranger Things", así que esa fue la primera que vi, que encima no fue una muy buena experiencia, porque no sé por qué flasheé que eran diez capítulos y eran nueve. Entonces estaba viendo el último creyendo que faltaba uno más.

**-Ahí me fijé, 2016, ¿vos la viste ese mismo año cuando salió?**

-No, en 2017 porque me acuerdo que ya estaba en Capital.

**-Entonces la viste un poquito más tarde.**

-Sí.

**- ¿Y por qué te anotaste al servicio?**

-Creo que más que nada porque se hizo algo muy popular. La verdad que no me acuerdo bien cómo fue que me enteré que estaba o qué día fue que dije "Bueno, dale". Pero algo que todo el mundo estaba hablando, en Twitter, Instagram. En todas partes era "Netflix, Netflix, Netflix". Y creo un poco, que el boca en boca te despierta un poco de curiosidad, de decir "Bueno che, si todo el mundo dice que está bueno, debe estar bueno, vamos a probarlo". Así que básicamente por eso y porque sabía que había muchas pelis y buenas, y a mí que me re gustan, me pareció que estaba bueno.

**- ¿Y qué es lo que más te gusta de la plataforma? Puede ser el contenido, o el tema de la facilidad de acceso, que no tenga cortes, ¿qué te parece?**

-Creo que es el hecho de poder ver lo que quiera cuando yo quiera. Que es como la principal diferencia con la televisión, que vos prendés y está algo y listo. Acá podés agarrar y prender, usarlo cuando vos quieras, poner lo que vos quieras, frenarlo, retomarlo. Como la libertad de manejo que tenés en la plataforma, eso me parece lo mejor. Y obviamente también el contenido, la variedad, como que hay de todo. Tenés desde infantil hasta drama, suspenso, lo que sea. Como que hay un poco de todo. La otra vez vi un programa de cocina tipo Guerra de Muffins, ni sabía que había de esos en Netflix. Estaba bueno pero hay mejores en la tele.

**-Bien. ¿Qué te parece que no tenga cortes? ¿Mejora la inmersión que podés tener? ¿O decís "No, me gustaría que tenga cortes"?**

-Sí, re. Me parece que está buenísimo que no tenga. Pero porque además, ponele que lo único bueno de que haya cortes en la televisión es que te corten en la mejor parte y te dejan así con el suspenso. Pero en Netflix la mayoría de los contenidos pasa lo mismo aunque no tenga corte, como que tiene suspenso, tiene como esta intriga que te genera. Me parece que publicidad, información, bla bla bla, tenemos en todas partes. En las redes, en la tele, en cualquier sitio de

internet. Entonces está bueno que haya un lugar donde sea como libre de eso, como que veas lo que quieras y nada te interrumpa.

**-Y al revés, ¿qué es lo que menos te gusta? Por ahí nada pero por ahí te molesta algo.**

-Creo que lo que menos me gusta es que hay tanto, tanto, tanto que me cuesta elegir y saber qué es bueno y qué es malo. Como que me ha pasado muchas veces de buscar y buscar y decir "Bueno, ya fue, veo esta película". Y al final era malísima. Como que la variedad, si bien es algo re positivo, a veces puede ser contraproducente porque es difícil elegir. O me ha pasado a mí. Me ha costado elegir, o ver cosas que estaban buenas buenas.

**-Bien. ¿Y qué buscás cuando ves Netflix? No digo de una película, sino qué buscás, tenés tiempo y querés ver algo. ¿Otras veces vas a algo directamente? ¿Qué te pasa con eso?**

-Generalmente es más por una cuestión de tiempo libre y entretenimiento. Entonces entro y veo qué hay y ahí empiezo a elegir. Obviamente siempre pueda pasar que alguien te recomiende una película o una serie y vas a ver algo puntual. Pero la mayoría de veces es, tengo un rato libre, quiero ver algo, a ver qué hay. Más que nada por una cuestión de entretenimiento.

**- ¿En qué dispositivos ves Netflix?**

-Mayormente en la compu o en la tele. No lo tengo en el celu porque me parece incómodo.

**- ¿O sea en el transporte público no ves?**

-No, no veo. Es peligroso para el celular (risas).

**-Hay algunas preguntas que son considerando un promedio. ¿Cuántas horas mirás cada vez que usás Netflix?**

-Dos horas.

**- ¿Y tenés una lista de cosas por ver? ¿Viste que está la lista de Netflix, la usás o es algo más mental?**

-No, uso esa lista. Por ahí estoy buscando cosas, me decido por una peli, pero vi otra que podía ser que algún día la vea y la agrego a mi lista.

**- ¿Y la usás finalmente? Yo por ejemplo tengo un montón de cosas y después no entro nunca a la lista.**

-A veces, es verdad. A veces me llama la atención algo que salió nuevo y la cuelgo pero hay veces que sí la uso.

**- ¿Ves televisión comúnmente?**

-No.

**- ¿Por qué?**

-En realidad porque no tengo tanto tiempo, y el tiempo que tengo prefiero invertirlo en algo que yo elija y no tipo andar buscando qué hay en la tele. Y segundo porque me parece que no hay muy buen contenido. Por ejemplo, el único momento que tengo libre del día para ver televisión es a la noche, tipo once, doce, y en los principales canales hay pavadas, programas como no sé, el de Gudio Kaczka que ni loca me siento a ver eso (risas). Así que prefiero ir y buscar una película en Netflix.

**- ¿Y no ves nada de tele, noticieros, deportes?**

-Noticiero a veces, que está de fondo mientras ceno como para saber qué pasa. Pero la verdad que no...

**-Bueno, eso me interesa. Eso también. ¿Ves tele por ejemplo de esa manera, como dejándolo o está apagado todo el día, como si no tuvieras tele?**

-En Capital está apagado casi todo el día. Cuando vuelvo a veces a Mercedes ponele almorzamos con el noticiero de fondo, pero porque está. No es que yo voy, lo prendo y lo dejo.

**- ¿Y cómo te informás?**

-Más que nada por el celular. Entro a Infobae o a un par y leo.

**-Entonces la pregunta de si mirás más tele o Netflix, obviamente Netflix...**

-Sí.

**-Y está bien que no mirás mucha tele pero viste toda tu vida imagino, ¿cuál dirías que hoy es el estado actual de la televisión?**

-Es una tele creo que un poco deteriorada, podría decir. Creo que hubo cosas como Netflix que la superaron ampliamente.

**- ¿En qué sentido?**

-En el sentido de que son, o sea no sé si son mucho más los usuarios que la consumen, pero creo que quedó como desfasada en el tiempo la tele, respecto a la tecnología y el mundo actual como se maneja. Creo que la tele con su estructura de "Te pongo un programa a tal hora y tal hora", así, creo que quedó muy desfasada hoy en día de lo que la sociedad busca o necesita. Como que generalizando digo, no sé, mi abuela ve la tele, ¿entendés? Después mis papás ni siquiera ven tanto y yo o mi generación, casi nada. Y también creo que, bueno ahí ya es como un dilema más complejo, ¿no? Pero en la tele tenés entretenimiento, que en mi punto de vista es malísimo y después tenés información, que como hoy en día los medios también están maso maso, no sé por ahí prendés Telenoche y con todas las cosas importantes que hay te pasan el video del perrito que saltó la tranquera, y vos decís "Esto es una joda". Como que hasta los medios de comunicación están medio descuidados o hechos cualquier cosa, me parece a mí.

**-Te preguntaba esto porque hay algunos autores que hablan del fin de la televisión, como que en unos años no va a existir más, ¿vos estás de acuerdo con ellos?**

- ¿En unos años muy a largo plazo? Sí, me parece que sí. Sería una posibilidad, la verdad.

-Y hasta llegar a ese momento, ¿qué le va a ir pasando a la tele te parece?

-Y un poco esto, que cada vez menos gente la mire, que internet o plataformas como Netflix vayan como aplastándola o dejándola de lado. Básicamente eso, que la gente deje de mirarla.

**- Estoy de acuerdo con vos, pero mi duda es qué va a pasar con los noticieros y los deportes, ¿me entendés? ¿Te parece que va a permanecer eso todavía o se va a ir a una plataforma nueva? ¿Qué pensás que podría pasar?**

-Y la verdad es que no me lo había planteado, pero puede ser que se vaya a una plataforma nueva. O sea, de deportes no tengo ni idea, pero las noticias, un poco esto que te digo, o sea, todo lo que vos ves en la tele hoy lo podés encontrar en internet en un segundo. Entonces creo que re podría irse, de alguna forma, no sé cuál, para internet.

**-Claro, o que lo único que exista sean los noticieros.**

-Sí, puede ser. Sí, re.

**-Ahora vamos a pasar a la sección contenidos, que algo ya me adelantaste, que viste más películas, pero bueno veamos cómo respondés a lo siguiente que es, ¿qué ves más películas, series o documentales?**

-Películas.

**- ¿Y por qué te parece que ves más películas que una serie, por ejemplo?**

-Es más por una cuestión de gusto personal. Y me parece una cuestión de tiempo. Como que una película, si tenés dos horas, te sentás, arranca, la ves, termina, tiene un hilo conductor, bla bla bla. Una serie, quieras o no, te termina requiriendo más tiempo, porque por ahí en dos horas te ves dos capítulos, o tres si es muy cortita, pero una temporada tiene diez, entonces necesitás otro día para tener más tiempo y ver de nuevo. Y también por la cuestión de que a veces tenés que esperar que estrene la otra temporada un año después, que igual he visto series, pero veo mucho más películas. Más que nada por eso, una cuestión de tiempo y la ansiedad de esperar que salga la otra temporada y bla bla bla.

**- ¿El ranking sería películas, series y documentales?**

-Sí.

**- ¿Y cómo elegís lo que vas a ver? Porque tenés recomendaciones de críticos, o leés críticas, o algún conocido te recomienda o vas vos y ves, ¿cómo te parece que elegís ahí?**

-Creo que un poco de todo. Un poco de recomendaciones de amigos o familiares de "Uh, vi tal peli y creo que te va a gustar" o "Está buena". O por Twitter o las redes sociales que dicen "Che, tal película, peliculón". Igual siempre antes de tirarme a verlas o me miro el trailer o me busco una reseña para ver que la opinión de tal persona sea más o menos bien. Y después un poco también yo entro a investigar, como que me tomo un rato para ver los géneros y mirar la descripción, ver el trailer. Como que me tomo un rato, no me gusta ver lo primero que encuentro. El otro día me reía porque en mi casa todos ven un montón de películas pero ponele

mis papás ven lo primero que encuentran. Ponele el otro día era "La boda de la abuela", y yo digo "Hijos de mil, no pueden estar viendo 'La boda de la abuela'". Como que no quieren perder tiempo en buscar, entonces aparecen y listo. (Risas). 15:55

**- ¿Y a qué le prestás más atención? ¿A la recomendación de conocidos o a la de los medios?**

-De conocidos, creo.

**- ¿Por qué te parece que elegís eso?**

-Creo que porque por ahí, al ser de conocidos, conozco sus gustos y puedo saber si coinciden con los míos o no. En cambio si veo que en una red social, alguien que conozco una película por ahí, busco, le doy una oportunidad, pero ni idea, qué gustos tiene esa persona. En cambio si me lo dice una amiga, con la que he visto pelis y nos ha gustado lo mismo, sí, más o menos compartimos gustos o preferencias.

**-Y me dijiste que sos de leer críticas, ¿lo hacés siempre antes o lo hacés después también?**

-No, creo que antes. Busco tipo "Reseña tal película" a ver si más o menos es buena o mala.

**- ¿Y después de ver películas no te dan ganas algunas veces de leer alguna crítica?**

- ¿Vos sabés que no? Nunca se me había ocurrido.

**-Perfecto. Es para ver algún análisis de lo que viste o algo así.**

-Claro. Bueno, por ahí me ha pasado de... Eso sí me ha pasado. De ver una película y que después en las redes haya teorías conspirativas del final o esas cosas, que voy a googlear a ver si algún crítico salió a hablar de eso. Pero es más por si veo algo en las redes.

**-Ahí hablando un poquito de series, ¿si empezás una serie, sos de las que la terminan o la podés dejar incompleta?**

-No, he dejado. Un montón.

**- ¿Un montón? ¿Por qué?**

-Porque me pasa eso, de que no tengo tanto tiempo, entonces es como "Bueno, ya fue". Me tengo que enganchar mucho para terminarla. Me ponen mal las series largas, largas es como "No, ya está, chau, me olvido".

**- ¿Más de dos temporadas no?**

-No. Tres como mucho. Pero tengo que estar muy enganchada.

**-Y hablando de esto, ¿te cuesta empezar a ver una serie? Porque hay algunos que lo ven como un compromiso, otros si no les gusta el primer capítulo chau.**

-Sí, yo creo que sí. Tengo que saber esto, si voy a tener tiempo, que va a estar buena, que me va a enganchar.

**- ¿La investigás también un poco?**

-Sí, busco a ver de qué se trata. Sí, sí, re. Es que igual ya te digo el 95% de las veces entro a Netflix y voy por las películas, como que ni trato con las series.

**-Bien. Y estas también son de "En promedio". ¿Cuántos días a la semana ves Netflix? ¿O qué días?**

-Los fines. Ponele que dos veces por semana.

**- ¿Día de semana no ves?**

-En realidad es depende. Ponele. Puede ser que algún día de la semana sí. Tres veces por semana.

**-Me dijiste que cada vez que usás Netflix mirás unas dos horas porque es una película. Y el día que más ves, ¿cuántas horas ves?**

- ¿Cómo si fuera una maratón?

**-No, ahora vamos a hablar de eso, pero el día que más ves, ponele, el domingo, ¿cuántas horas metés ahí generalmente?**

-Cuatro. Me puedo ver dos pelis seguidas, pero más de eso es un montón.

**-Y hablando de esto que dijiste, de maratones, ¿alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida? Pueden ser series de media hora o de una hora.**

-Sí, he visto. No te rías pero una serie con la que me enganché posta posta fue con "Las Chicas del cable" y me he visto cuatro capítulos seguidos ponele.

**-Cuatro. ¿Qué día era? Fin de semana.**

-Un fin de semana seguro.

**- ¿Por qué pensás que seguís viendo? Uno más, uno más, ¿qué es lo que pasa ahí?**

-Que saben muy bien cortártela dejándola picando, digamos. O por lo menos en esta serie que yo me enganché me pasó eso, que no era que terminaba un capítulo y listo, no te quedabas con dudas o intrigas de qué está pasando. Como que siempre termina una situación tensa o importante o a punto de responder una pregunta, situaciones así que vos decís "Ay, necesito saber qué pasa".

**-Claro. Los cliffhangers. Cuando dejás de ver muchos capítulos seguidos, ¿cómo te deja eso? ¿Querés ver más? ¿O decís "Bueno, ya está, tengo que hacer otra cosa"?**

-No, bueno, ya está. Si corto tengo sueño o bueno, listo, vamos a dejar un par para después.

**-Ok. Y esta es una pregunta medio culposa, ¿si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer para seguir viendo una serie? Por ejemplo, estudiar, te fuiste a dormir más tarde, arreglar tu casa, cocinar, cualquier cosa...**

-Sí, yo creo que sí. No me acuerdo alguna situación concreta, pero hay veces que te enganchás, como un "No importa, lo hago mañana".

**-Claro, ¿y qué era eso? Irte a dormir más tarde**

-Sí, irme a dormir más tarde creo. Que sabés que al otro día te tenés que levantar a estudiar y al final no te levantás porque te quedaste hasta tarde viendo.

**- ¿Cuál es tu género de cine favorito o de series también? ¿Y por qué?**

-Vos sabés que es una buena pregunta que nunca terminé de definir bien.

**-Es difícil para mí, sí.**

-Es difícil. Porque me gustan las pelis de drama ponele, me gustan las pelis románticas, no me gustan tanto la comedia, me gustan las de acción pero no sé cuál es mi favorito. Podría ser el drama.

**-Claro. Y de última pensá qué ves más. ¿El drama?**

-Sí, el drama.

**- ¿Y por qué te parece que es el drama? ¿Qué tiene ese género?**

-Creo que va por la diversidad de historias. Como que en el drama te podés encontrar cualquier cosa, puede ser drama de, no sé, algo familiar, o algo de romance o de no sé, la sociedad, que le pasa algo. Como que puede haber mucha diversidad en las historias.

**- ¿Qué te parece el sistema de puntuación de Netflix? Viste que antes era lo de las estrellas y ahora tiene como un porcentaje que te dice, no sé, 98% para vos, como que te va a gustar.**

-Sí, no sé, la verdad. Le doy bola no si el porcentaje es alto sino si es muy bajo. Si me dice 20% para vos yo digo "Mmm, esto debe ser cualquier cosa" (risas). Pero después si es 70, 80 o 90 me da igual.

**- ¿Y qué preferís, las estrellas o el porcentaje?**

-La de las estrellas.

**-Mirá. Sos la primera que me dice las estrellas. Otros me dicen que tal vez tiene cuatro estrellas, la ponen y no les gusta. Como que es medio relativo, hay un montón de gente poniéndole cinco estrellas a algo, ya está, se arruina el sistema.**

-Sí.

**- ¿Con quién ves Netflix? ¿O ves sola?**

-Sola. Sola o con mi familia.

**- ¿Y con tus amigas ven Netflix si se juntan o algo así?**

-No, la verdad es que no.

**- ¿Y con tu familia es difícil elegir algo?**

-Es medio difícil. Porque generalmente pasa esto, de que mis papás se irritan fácil si nosotras estamos media hora buscando una película, ¿entendés? Es como "No, dale, poné cualquier cosa" y nosotros con mi hermano "No, no pongas cualquier cosa, porque después terminamos viendo La boda de la abuela". Entonces a veces sí es medio polémico.

**-(Risas). ¿Hacés otras cosas mientras mirás Netflix? Como ver el celular, chatear, cocinar, cualquier cosa.**

-No, cocinar no. Ver el celular cada tanto, pero tampoco.

**-Hablando de películas, ¿ves en la tele películas o ya no?**

-No.

**- ¿Y de qué países son las películas que solés mirar?**

-La verdad es que no sé muy bien, creo que norteamericanas. El otro día vimos una francesa con mi papá que era muy mala. Vi algunas, pero soy más pochoclera en ese sentido.

**-Bien. Hablaste de "Las Chicas del cable" y hablando del famoso boom de las series españolas, ¿qué te parece eso? ¿Hubo un boom, es real eso?**

-Sí, yo creo que sí. No sé por qué. Pero sí de repente se pobló de series españolas y que fueron furor.

**-Y entonces no es por qué pero, ¿qué te parece que es lo que atrapó a tanta gente de estas series y películas españolas?**

-No sé, las tramas pero como que todo.

**-Bien. Tengo algunos que me dicen la cuestión del idioma, como que es más cercano a nosotros.**

-Puede ser eso.

**- ¿Mirás stand up o programas de cocina?**

-No, nada.

**-Sobre redes sociales, ¿seguís las cuentas de Netflix o de series de Netflix?**

-En Twitter sigo la cuenta de Netflix Argentina y la de no sé si es de Latinoamérica creo. En Twitter nada más.

**- ¿Qué te parece la comunicación que llevan?**

-Es original. Sobre todo es original, como que se rebuscan para dar contenido como más específico, no es algo de Netflix en general sino para Argentina. O para Latinoamérica y eso está bueno porque genera como identificación. Me gusta porque hacen contenido más personalizado. Che Netflix, la cuenta argentina de Netflix, le habla a los argentinos, y arman contenido específico para ellos. No es lo mismo que Netflix de España o de Estados Unidos, que es algo más mundial o, no sé, en España hablan español.

**- ¿Vas al cine comúnmente? ¿Y qué tipo de películas ves comúnmente, qué género?**

-Si, voy al cine más o menos una o dos veces por mes me gusta ir al cine. Y la verdad es que veo el mismo contenido que buscaría en Netflix, películas de dramas, de acción.

**-Bien. ¿Y vas menos al cine te parece ahora que usás Netflix?**

-Yo creo que la gente en general sí, pero yo no. No siento que dejé de ir al cine por Netflix, me parecen dos cosas distintas, dos programas distintos, y que una cosa no afecta la otra.

**- ¿Ves películas online en sitios como Cuevana y PopcornTime?**

-No, hace mucho que no uso una de esas plataformas, porque la verdad es que prefiero o Netflix para eso o ir al cine. Como que la mayoría de las películas que están ahí son películas más recientes, que recién se estrenaron en el cine entonces prefiero ir a verlas al cine antes que entrar en una de esas páginas.

**-Bien. ¿Y le ves alguna ventaja a esos sitios respecto a Netflix?**

-Sí, creo que tienen las películas como mucho más rápido, una peli que recién se estrenó en el cine dos semanas después ya está en uno de esos sitios y en Netflix pasa no sé cuánto tiempo hasta que llegue. Así que en ese sentido sí tienen los estrenos, digamos.

**-Claro. ¿Y alguna desventaja, al revés?**

-Que te pueden llenar de virus la computadora o el dispositivo donde entres porque son medio ilegales. Generalmente por eso mismo funcionan como más lento, en Netflix por ahí lo bueno que tiene también la plataforma es que es muy inmediata tipo, ponés play y la peli arranca, y a menos que tengas mal internet no se frena nunca. Y en esos sitios tenés que dejar cargando la peli o por ahí se traba, o por ahí la imagen como que funciona mejor.

**-Bueno. No ves mucho, pero va la pregunta, si estás viendo menos películas en estos sitios ahora que tenés Netflix.**

-Sí, creo que sí. Netflix sabés que es algo seguro, que funciona mejor, que no te va a hackear la computadora ni mucho menos. Yo creo que usaba esos sitios cuando era más chica me parece, que o no existía Netflix o no se usaba tanto y de vez en cuando entrabas a uno de esos. Pero ahora que está Netflix es como que vas a Netflix de una.

**- ¿Usás otro servicio de streaming? Como Cablevisión Flow, Fox Play, todo este tipo de servicios...**

-No, no uso ninguno.

**-Bien. Es el único servicio. ¿Lo compartís con alguien? ¿Con toda la familia?**

-Sí, con la familia. Yo tengo mi propio perfil, mi hermana tiene el suyo, mi hermano tiene el suyo, mi mamá y papá juntos porque ven casi todo juntos y el otro lo tiene mi abuela.

**-Qué grande la abuela, ¿no me digas que ve Netflix la abuela?**

-Te lo juro por dios. El pack familiar y cada uno tiene su perfil. Nosotros le enseñamos un poco pero le cuesta. Entonces ella pone Netflix y lo primero que le aparezca ahí ella pone play.

**-Esta es una pregunta que había quedado, en su momento la suscripción pasó de 11 dólares por mes a 13, ¿vos creés que el precio que vale Netflix, que vale unos \$300, \$400 por mes, está bien? ¿Si lo aumentaran un poco, seguirías pagando por el servicio que brinda?**

-Sí, yo creo que sí. La verdad que no sé si el pack que usamos nosotros vale eso, pero más o menos sí. Me parece que seis personas usando una misma plataforma por ese precio está super bien. Super barato, porque lo super exprimimos, entonces me parece que re contra vale la pena.

**-Tendría que aumentar muchísimo para que te des de baja o algo así...**

-Claro, yo creo que tendría que ser una locura pero me parece que es super razonable, que puede aumentar bastante que la gente todavía va a seguir usándolo.

**-Ver con amigas me habías dicho...**

-No, no es un plan muy normal. Soy por ahí de ir al cine con mis amigas pero nos juntamos a ver Netflix.

**-La última que queda es, ¿cómo te parece que puede mejorar el servicio que brinda Netflix? Esto puede ser una característica más, una función, viste que ahora podés descargar capítulos, ¿cómo podría mejorar en general?**

-Yo creo que, entiendo que debe ser super difícil, pero lo que lo llevaría a que termine de ser mejor aún es esto que te decía hace un ratito de tener pelis más actuales más rápido. Creo que eso sería un re contra plus, que también entiendo igual que es difícil, pero me parece que eso sería espectacular, que las cosas se estrenen no te digo enseguida, pero que al tiempo, a los meses ya puedas tenerlo ahí para verlo. Y corregime si digo una pavada, pero entiendo que Netflix es como que va cambiando su contenido y por ahí cosas que tenía en el catálogo las saca y pone otras nuevas. He leído en Twitter o por redes sociales que la gente se queja de "Uh, iba a ver tal cosa y ya no está más en Netflix", igual nunca son el furor, me parece que nunca van a sacar algo que sea furor, excepto que sea de otra compañía, como Disney, que ahora tiene Disney+ y todo eso que va a ser un tema seguramente para Netflix pero el hecho de que vaya cambiando y sacando algunas cosas medio de la nada, creo que eso a algunos usuarios no les gusta tanto entonces por ahí que eso no pase, pero eso.

### **A.5.3. Entrevista a Tomás (21)**

#### **- ¿Cuándo empezaste a usar Netflix? O qué fue lo primero que viste...**

-Lo primero que vi en Netflix? ¿Cuándo? Aproximadamente fácil hace tres años, sí. Y lo primero que vi en ese momento creo, porque estaba muy de moda Stranger Things, creo que lo primero que vi fue la primera temporada de Stranger Things.

#### **- ¿Y por qué te anotaste o te inscribiste al servicio?**

-Primero que nada porque a mí me gusta mucho ver películas, y como por ahí no voy siempre o muy seguido al cine, estos servicios, si bien no tienen las películas super nuevas o las más actuales, las podés conseguir mucho más rápido, y porque aparte el tema de tener series además de películas, que son de producción propia, como películas de producción propia, que las hacen ellos y no las podés ir a ver al cine también me gustó mucho. Además de que después en el servicio un poco más adelante empezaron a incluir algunas cosas como anime y esas cosas que está bueno.

#### **- ¿Y qué es lo que más te gusta de la plataforma?**

-Lo que me gusta son principalmente dos o tres funciones. Principalmente me gusta que busque cosas, que el algoritmo entre comillas esté basado en cierto sentido de afinidad, o sea que te sugiera cosas similares a las que ya estuviste viendo. Eso está bueno, porque va creando un patrón que vos decís tipo "Viste tal película, por ejemplo, una película donde aparece Tom Cruise" y te sugiere Misión Imposible o te sugiere Top Gun, y así. Solamente porque está Tom Cruise. Y después te va sugiriendo cosas según géneros que vas viendo. Entonces te pone terror, de acción, y basado en lo que vas viendo te pone la afinidad que tenés con eso según otras cosas que viste. Como que ya se toma directamente el trabajo de evitarte elegir, que también está bueno, que a veces es medio un quilombo a la hora de elegir, "Che, ¿qué quiero ver? Y ya si tenés como una preselección hecha es mucho más fácil elegir. Y lo otro que tenés que está muy bueno en la plataforma es el hecho de que te permite descargar cosas para que las puedas ver en otro lugar. O sea, por ahí no en el subte o en el bondi que por ahí no lo escuchás muy bien pero si de repente te vas a otro lado, te vas de viaje y sabés que vas a estar mucho tiempo en un bondi, por ejemplo te vas a la costa, está bueno poder ver una peli o poder ver un capítulo de la serie que estás viendo como para estar al día y aparte no embolarte.

#### **-Claro. ¿Y qué te parece que no tenga cortes publicitarios?**

-Me parece bueno. O sea me parece un re contra plus de la plataforma, pero no por el hecho de que o sea si bien la publicidad es algo que ya de por sí se ha convertido en algo muy masivo en el último tiempo, ya es como molesto por decir así. Hasta cierto punto tener que comerte dos, tres anuncios publicitarios de los que no podés saltar para ver un video en YouTube por ejemplo, es muy molesto. Hay otras plataformas que tienen su versión premium, paga, donde la versión paga no tiene publicidad. Pero la versión libre, o sea la versión gratis tiene diez tandas publicitarias por un video de veinte minutos, es muy molesto.

#### **-Ya que hablaste de lo que más te gusta, ¿qué es lo que menos te gusta?**

-Lo que menos me gusta es que tiene un catálogo bastante acotado a veces porque si vos vas a buscar una película o una serie muy específica, probablemente no la tengan, yo entiendo que

es por un tema de que tienen que pagar licencias, que a veces no hay plata para las licencias, y eso también es un problema. Porque por ahí a veces vos querés ver una serie, que la empezaste a ver ahí, pero por un tema de licencia la dieron de baja de la plataforma y te quedaste sin la serie. Que es algo que también, es lo que menos me gusta. Es algo sobre lo que claramente no tenemos mucho control. Algo que también molesta bastante, es el tema de no sé si son las series o las películas que si vos empezás a ver el video, a partir de que vos empezás a ver, creo que tenés cinco o siete días para verlo, y si vos no lo terminás de ver se te vence y lo tenés que volver a descargar. Me ha pasado de bajarme temporadas enteras de una serie, empezar a ver dos o tres capítulos y después cuando la quiero ver, para mi sorpresa, se me habían vencido los capítulos, y los tenía ocupándome lugar en el teléfono. El hecho de que se te vengzan y queden ahí ocupando espacio de memoria también es molesto.

**-Bien. Después te quería preguntar qué es lo que buscás cuando ves Netflix, no estoy hablando de contenido, sino que a veces uno quiere distenderse un poco del laburo, otras veces vas por una recomendación que te hicieron, ¿qué solés buscar cuando te ponés a ver Netflix? ¿Para qué ves Netflix?**

-Bueno, primeramente porque me gusta todo el ámbito cinematográfico, las películas a mí me gustan mucho. Soy muy pelicularo. De por sí me llama mucho la atención ver películas, así que lo que busco es ver algo que sea primeramente de buena calidad, más allá de la película que vaya a ver, me gusta que el video sea de calidad, que no sea pixelado, que no se corte y también me gusta porque es una experiencia. O sea, ya sentarse a ver una película o una serie es también, generás un clima, apagás la luz, te sentás, por ahí te buscás algo para comer porque sabés que vas a estar un rato, te traés algo para tomar, te creás una experiencia y esto está bueno. Otra cosa que también está buena es que así como lo hacés vos solo, también podés hacer un clima con algún amigo o un grupo de amigos que digan "Che, ¿vemos una película", "Sí, bueno", elegimos, es otra dinámica porque no es "Me siento y ya sé lo que voy a ver", es qué vamos a ver, nos ponemos de acuerdo, llegamos a un consenso por decir así. Elegimos entre todos, bueno, es otro clima, lo mismo que si estás viendo Netflix con tu pareja, "Che, ¿qué vamos a ver?", "Bueno, yo empecé esta", "Bueno, vamos a ver una serie juntos", que es otra dinámica totalmente distinta de las anteriores dos. Yo creo que también está bueno porque es un generador de experiencias y, no cuenta como una salida con amigos o con pareja, como vos quieras, pero también es un generador de experiencias y es lo que uno también busca. Más allá de que sea una página de internet o una aplicación.

**-Muy interesante lo que dijiste, "Es un generador de experiencias". Después volviendo un poquito a esto que hablamos de que no tiene cortes, a nivel de la inmersión que te da el hecho de que no tenga cortes, ¿qué te parece? Comparado con la tele por ahí que sí tiene.**

-Está bueno, a mí me gusta mucho porque, primero, al no tener una tanda publicitaria como la tele y no tener cortes publicitarios que tenés que esperar para tocar un botón, saltar el video, ya con la ansiedad que manejamos los millenials es un montón, está bueno y me gusta porque o sea podés ver la película, si no tenés que levantarte, podés ver la película entera de principio a fin. Lo que hace que no te pierdas nada porque a veces en la tele si comparamos con la tele donde entre una tanda publicitaria y que siga la película pueden pasar, no sé, dos, tres minutos, que por ahí te olvidaste qué había pasado en la última escena, no tenés como esos cortes en la continuidad y tampoco te rompe las pelotas a nivel verlo en un video de YouTube que sabés que ves el cosito de la barrita amarilla, y decís tipo "Se viene un corte publicitario y tengo que esperar cinco segundos, apretar un botón, tengo que ver al señor de Trivago que me va a

explicar cuál es la mejor opción". Ya te evitás ese saber que va a haber un corte. Entonces te podés ver toda la película entera, no vas a cortarla en ningún minuto. No vas a tener por decirlo así, errores en tu continuidad mental de cómo va a seguir la película. Y a la vez a veces es complicado, porque si estás viendo una serie por ejemplo, cuando corta y termina un capítulo, y sabés que va a empezar el otro a veces tenés ese dilema de "Bueno, ¿la sigo viendo? ¿No la sigo viendo? Bueno, es el último capítulo y son las cuatro de la mañana", pero está bueno, a nivel de inmersión está bueno porque genera eso. Esa continuidad, ese querer seguir viendo. Mismo cuando terminan las películas, a veces empieza, te ponen para empezar otra película y por ahí también genera esa continuidad y está bueno, que sigas consumiendo el servicio.

**-Bien. Te voy a hacer un par de preguntas más de dónde mirás, cuánto y demás. Por ejemplo, ¿en qué dispositivos ves Netflix?**

-90% de mi consumo de Netflix puedo asegurarte que es en el celular porque paso mucho tiempo fuera de mi casa, entonces por ahí a veces en la hora del almuerzo en la oficina veo un capítulo de algo o, qué sé yo, me voy a otro lado y voy viajando en el tren o no tengo que manejar, siempre voy mirando alguna cosa. Y sino bueno, ya cuando estoy en casa, los fines de semana, más, sí en la compu, desde la página o hace poco me bajé la aplicación de escritorio para Windows, que no sabía que existía y uso la aplicación. Pero casi siempre la pantalla que más uso es la del celular.

**-Mirá vos, sos la primera persona que me dice que usa más el celular que otras cosas. O sea, con tanta diferencia, 90%, es un montón.**

-Y pasa que, o sea consumo la plataforma, uso el servicio, pero como estoy casi siempre fuera de casa, lo hago donde puedo.

**-Muy bien. ¿Y en el transporte público me decías por ejemplo?**

-Sí, cuando tengo que viajar en tren que sé que es un viaje largo, o en el subte, alguna cosa así, que por ahí no va tan lleno, podés ir sentado, un poco más cómodo, siempre miro. Suelo mirar algo más corto, por ahí no te miro una película en un viaje de tren o algo, pero un capítulo de algún anime que duran veinte minutos o de una serie que dura cuarenta minutos o un poco menos, el capítulo, ahí sí te miro.

**-Y esto la otra vez lo hablaba con otro entrevistado. A mí que me gusta ver las cosas en una pantalla grande, en mi casa tranquilo, no voy a verlo en el subte B en la estación Pueyrredón. A vos, el hecho de verlo en esa pantalla, ¿te hace perder algo de la experiencia? ¿No te molesta? Tal vez estás muy enganchado y lo mirás igual...**

-Es distinto. Pero a la vez estás viendo una serie, por eso te digo que no te puedo ver una película. Yo una película te la veo acá, en casa, con parlantes o me pongo los auriculares surround 7.1 digital, todos los chiches, es otra cosa, estás en el cine básicamente. No es lo mismo que quejándose del tren muerto de calor mirando con auriculares. Obvio que es una experiencia distinta, pero es como que por decir así, yo lo que miro cuando voy en el subte o en el tren es como el contenido más normal. Lo que sé que es distinto o especial me lo guardo para verlo en mi casa.

**-Bueno, esa es la pregunta que venía después. Si tal vez el contenido que ves ahí, que estás medio más distraído, es contenido como no tan serio, ponele, o que no hay que involucrarse tanto, ¿viene por ahí?**

-Claro, tiene que ver más con eso. Si sabés que es una serie en la que todos los capítulos son autoconcluyentes, que no tiene una trama que tenés que estar siguiendo capítulo tras capítulo, que no tenés que estar siguiendo la trama porque es super intrincada, super complicada, si no es una película, porque la película por ahí si la arrancás a ver en un viaje de subte y la tenés que cortar, aunque te queden diez minutos cuando la volvéis a arrancar no te acordás de nada. O por ahí justo tenés que cortar en un momento que es clave y no querés cortar, te pasás una estación, o sea, genera medio como un despelote ahí, pero todo lo que sea contenido más light, por decirlo así, si podés, más para viajar. Y si hay contenido que sí lo querés mirar en tu casa, con otra calidad, en una pantalla más grande, buen audio.

**- ¿Y cuáles serían un par de ejemplos de cada uno de estos dos tipos de contenido?**

-A ver, si yo tuviera que ver, te voy a tirar contenido que no sé realmente si está o no en la plataforma, pero te voy a poner ejemplos bien claros como para más o menos marcar un estándar. A ver si yo estoy viajando en el tren te puedo ver, no sé, un capítulo de "Full Metal Alchemist", que yo digo: "Bueno, es un anime viejo, la trama no es tan complicada, los capítulos duran veinte minutos, puedo ver dos o tres si quiero, no tengo que cortar a la mitad ninguno" o te ves un capítulo de "Suits", que son todos capítulos autoconcluyentes, que empieza y termina la trama o "White Collar", que aparte son todas series muy estándar, que no tienen una trama muy complicada, no es como ver "Sherlock", que todos los capítulos si bien son autoconcluyentes tienen un pedazo de trama metido en el medio que lo tenés que seguir porque si no lo enganchaste por ahí perdiste algo importante o no estás viendo "Game of Thrones", esa clase de cosas que tienen una continuidad que si no la seguís, perdiste. O que tienen muchos personajes, esa clase de cosas. Distinto sería ver una película, una superproducción, qué sé yo, "John Wick", no te la ves en el tren, te sentás en tu casa, ponés la tele, el estéreo, apagás todas las luces y ves la película. A nivel serie, algo que tenga que ver así con "Me siento y la veo", podría ser "Sherlock", alguna serie bien producida, muy buena, que esté bien filmada, que los actores sean buenos, vos decís, "Esto me tengo que sentar a verlo y prestarle atención".

**-Claro. "El Irlandés" ponele, ¿la viste?**

-No todavía.

**- ¿La verías en un celular?**

-No, ni a palos. Primero porque dura tres horas. Es una película larga. Segundo, porque tiene un muy buen director. Y tercero, porque tiene muy buenos actores también. Son películas que son para verlas sentado, tranquilo, en tu casa, con buena calidad, o sea. Si bien uno dice "Bueno, es una película que hizo Netflix". Sí, sí, pero flaco, la filmó Scorsese, te calmás (risas).

**-Claro, ahí sos más de los míos. Otros si tienen ganas de verla en el celular, lo hacen y listo.**

-No, yo no puedo. Hay algunas cosas que me reservo para verlas en mi casa. Las pongo en mi lista de pendientes y las veré cuando tenga tiempo. Pero lo que es así, una cosa nueva o está

medio de moda, por ejemplo, cuando empecé a ver Dark, dije "Bueno, veo un capítulo en el viaje". Y es una serie complicada, la trama es jodida, los personajes tienen un desarrollo importante. Es una serie que está buena y dije "No puedo ver esto en el subte porque me voy a perder algo, la veo en mi casa". Me pasó. Por ahí a veces hacés el experimento y por ahí te sale y por ahí no te sale.

**-Está muy bien. Siguiendo con la próxima, ¿tenés una lista de cosas por ver todavía? ¿Es la lista de Netflix o es una lista mental?**

-No, tengo una lista de Netflix que es gigante. En un momento empecé a acumular series, la sigo, pero el problema es que cuanto más encuentro más se va apilando en la lista y a veces pasa que por ahí terminaste de ver una serie que sabés que va a tener otra temporada, la dejás en la lista y cuando estás viendo otra cosa que te re enganchaste, sale la otra temporada de esa serie y la tenés que volver a poner en la lista para que te quede primera. Trato de seguirla, me pasó con "Titans", estaba viendo otra cosa y justo salió la segunda temporada de "Titans", que todavía no la vi, pero está ahí en la lista, por ejemplo.

**- ¿Y tiene películas y series?**

-Tiene películas y tiene series. Lo que es malo es que Netflix, por ejemplo, en la plataforma no te discrimina, no te deja hacer una lista de series y una lista de películas. Te pone todo junto, entonces ahí vos tenés que ver, con cuánto tiempo contás como para decir "Arranco una serie o veo una peli". A nivel plataforma, por ahí, tal vez es una cosa meh (sin importancia) que a Netflix no le mueve la aguja pero si yo pudiera hacer una lista y filtrarla y poner solo películas o solo series la verdad estaría bárbaro. Que de hecho ni siquiera sé si lo tiene, no lo investigué mucho tampoco, así que por ahí lo tiene y después me tengo que callar la boca. Pero digo "Bueno, tengo dos horas, arranco una serie o veo una peli" y estás medio en esa disyuntiva, arrancás a scrolllear por la lista y decís "Bueno, veo esto, ya fue".

**-A mí lo que me pasa es que no termino eligiendo nada. Digo "Podría ver esto, y esto también".**

-Claro, empezás a barajar opciones entonces decís "Tengo dos horas, bueno, veo una peli" y ya filtrás por película y decís "Listo, bueno, veo esta". Por ahí acotando la cantidad de opciones que tenés te hace más fácil la elección. A veces pasa que tenés tantas cosas que no te terminás decidiendo y perdés el tiempo más eligiendo que viendo.

**-Claro. ¿No te pasó que decís "Bueno, a ver qué voy a ver"? Y estoy veinte minutos buscando y después digo "Listo, no veo nada".**

-A mí me pasa pero a medida que voy scrolleando voy poniendo cosas en la lista para ir viendo, ir viendo, y te das cuenta que lo que vas a ver después por ahí no es nada de lo que pusiste en la lista porque son cosas viejas que tenías en tu lista que arrancaste y no terminaste nunca.

**- ¿Hacés otras cosas mientras ves Netflix?**

-No, miro mucho cuando viajo entonces estoy viajando. Pero si estoy en mi casa, me concentro.

**-Claro. ¿Ves televisión comúnmente?**

-No, de hecho, para ser te bien sincero, yo di de baja el servicio de cable en mi casa. No lo usaba, o sea, lo usaba más mi mamá y lo que hicimos fue...

**- ¿Por qué? ¿No lo usaban?**

-No lo usábamos, o sea, lo usaba más mi mamá y literal tenía la tele prendida para hacer casi ruido de radio así que compramos una antena para agarrar canales de aire y el servicio de cable lo di de baja porque la verdad no lo estábamos aprovechando más. De hecho hasta la idea era dentro de poco, yo comprarle un Chromecast, conectárselo a la tele y que vea YouTube o Netflix desde la tele porque no vemos casi nada de tele. Ni siquiera tele de cable, los canales de cable que pasan películas, series, todo eso, no, tampoco.

**- ¿Y noticieros no ves por ejemplo?**

-No, pero ya es por una elección personal, prefiero enterarme de las cosas por otro lado. Más allá de eso, sí, para informarme, en vez de ver noticieros leo portales de noticias y estoy mucho tiempo en Twitter cuando puedo, y me informo por ahí. Sigo a periodistas en Twitter y me informo por ahí, los mismos canales de noticias que leo en internet también los sigo en Twitter así que me informo por ahí.

**-Bueno, la pregunta que viene es obvia: ¿Mirás más tele o Netflix?**

-No, más Netflix, obviamente.

**- ¿Y cuál dirías que es el estado actual de la televisión? Puede ser comparándola con Netflix o no, ¿cómo está la televisión hoy en día?**

-A ver, tendríamos que partir la pregunta en un par de ejes. Yo creo que haría tres ejes como para marcar varias diferencias. Podríamos empezar hablando de calidad del contenido de la tele, no evolucionó en nada, gráficamente desde los últimos diez años, más que HD no tiene. Sí tiene todas las cosas extras tipo te ponés un decodificador y grabás un programa y después lo ves. Y lo que es televisión on demand que es casi como Netflix, solamente que se lo estás pagando a tu proveedor de cable. Eso es a nivel, por decir así, calidad. A nivel contenido, es lo mismo. Casi lo mismo que está en la tele, que no sea noticiero, programa de chimentos o novelas, todo el resto, serie, mal que mal, lo podés encontrar en Netflix. Películas que estuvieron en el cine también. Sí o no por un tema de licencias, como te decía al principio. Y después, la verdad, a nivel comodidad, pierde totalmente, Netflix te ofrece portabilidad que la tele no. Por más que tengas las aplicaciones como la del 13, o de HBO Plus o lo que vos quieras, si no tenés de lo que vos querés ver, la aplicación del canal o lo que sea, perdiste. Entonces en la cuestión portabilidad, también pierde un montón la tele. Yo, o sea, no quiero decir que la tele se está muriendo ni eso, como dice todo el mundo. Pero sí, de verdad, realmente está perdiendo mucho terreno, y hay gente que ya no lo mira. También por el tema de la publicidad, o sea, el corte publicitario, que si bien abre un espacio para que si bien no vas a mirar la publicidad, te vayas a buscar algo para tomar, vayas al baño, lo que vos quieras, te ofrece un corte en el contenido, a veces ya se hace tan invasivo y tan repetitivo que te molesta. Y eso genera el zapping, que es lo que no tenés en las plataformas digitales. No hay zapping en las plataformas digitales porque no tenés cortes publicitarios. Si tenés un corte publicitario sabés que vas a seguir viendo lo mismo, no vas a ver otro video u otra película o serie. Y es lo que también le gana mucho a la tele, evitás el zapping, que la tele bueno tiene el tema del rating y

todo eso, acá no. Estás todo el tiempo consumiendo lo mismo, veas una serie, veas una película, veas lo que veas, estás siempre consumiendo el mismo servicio.

**-Sí, coincido. Y el hecho de tener que estar en un horario específico quedó demodé, como se dice.**

-Sí, es que es como que te estás poniendo casi una cita con un programa de televisión. En 2020 no existe, antes sí los horarios eran mucho más cuadrados, por decir así, uno sabía a qué hora entraba y salía del laburo, si tenía que hacer horas extra lo sabía de antemano, "Ah bueno, hoy nos tenemos que quedar un rato más porque tenemos que sacar esto". Hoy es más plástico el horario de la gente, más el horario de la gente de nuestra edad, que de repente decís "Hoy salimos", "No, tengo Fútbol de primera", no, flaco, ¿qué es eso? No te vas a ir a tu casa a ver la tele. Como mucho te puedo aceptar que hay gente que sí, es re contra de ver los partidos de su equipo en vivo y todo eso. Bueno, sí, eso se entiende, porque esto está en vivo, pero programas como... Nadie vuelve a su casa a ver el Bailando y después sale con los amigos, nadie que yo conozca.

**-Claro, o una serie los jueves a las 10 de la noche.**

-Yo creo que sí se logró en un momento con Game of Thrones...

**-Bueno, te estaba por decir eso justo.**

-Sí, que eran los famosos DominGOT. Eso sí lo lograron, pero porque era una serie muy buena, muy bien producida, basada en un libro por un escritor muy bueno, o sea, tenía mucho a su favor. Si bien empezó muy lenta, no era tanto el fanatismo que había, a medida que fueron pasando las temporadas sí se creo este ritual de juntarse a ver la serie, de ir a una casa, que también terminaron creando una experiencia totalmente nueva. Pero tiene que ser eso, algo que mueva realmente a mucha gente, que mucha gente se junte y que vos sabés que el capítulo sale en tal lugar, tal día, tal hora.

**-Antes dijiste que no ibas a decir que se va a morir la tele, y justo la pregunta que viene es la siguiente. Porque hay autores que hablan del fin de la televisión, algunos dicen que en algunos años la tele no va a existir más, ¿vos estás de acuerdo con ellos?**

-Yo creo que es muy probable pero por cómo está avanzando el tema del contenido en general. Todo lo que fue 2019 y lo poco que va del 2020, me estoy dedicando mucho a ver cómo es esto de la creación del contenido, pibes que se sientan enfrente de una cámara y empiezan a hacer su propio contenido. Y es verdad que es muy poca la gente que realmente mira... Hay programas que ya tienen un formato definido, por ejemplo Mirtha Legrand hace lo mismo hace 30 años, el Bailando, Videomatch, lo que vos quieras, también, es lo mismo hace mil años. Lo siguen haciendo porque el formato les funciona y les vende. No deben tener el mismo rating que hace tantos años obviamente, pero siguen siendo un rating competitivo. Pero es verdad que está perdiendo mucho terreno con todas las plataformas digitales de streaming de contenido, ya hecho, series, películas, todo. Y me animo a decir que hay otras plataformas que también están empezando a ganar un poco más de terreno, son más de nicho, pero todo lo que es streaming de videojuegos está empezando a ganar un poco más de contenido, sobre todo en los más jóvenes, en un sentido de que, vos ves una persona que por ahí hace algo que vos no podés hacer, o que juega un juego que vos no tenés porque no te lo podés comprar o lo que vos quieras. Y es una persona real, como vos, haciendo cosas que vos podrías hacer, que a ver, yo

me imagino que en un futuro, tema televisión no va a existir, hasta te puedo decir que tranquilamente Mirtha Legrand podría hacer un streaming, no sé, todos los domingos en internet, y que quede guardado, más que salir por la tele, y tendría muchas más personas que la verían, personas con acceso a internet. Es lo que yo pienso, pero creo que la tele se está de a poco yendo para atrás, y que en algún momento todo esto le va a terminar ganando. O sea las teles van a quedar para ver eso nada más, van a ser pantallas, ya no van a ser televisiones.

**-Y a nivel de noticieros o eventos deportivos en vivo, ¿todo eso va a seguir existiendo? ¿Va a tener sus plataformas? ¿O qué te parece?**

-Yo creo que ya cuando hablás de noticieros y deportes en vivo ya es otro deporte porque por ahí ya no es tanto contenido de entretenimiento, bueno todo lo que es deportivo sí, pero lo que es contenido informativo, bueno, siempre el tema de la noticia para que sea noticia necesitás que tenga cierta inmediatez, porque si vos te enterás algo por Twitter a las diez de la mañana y tenés que esperar al noticiero de la noche para enterarte bien qué pasó... La noticia, si bien te va a mantener interesado, por ahí pierde esa inmediatez, esa chispa de "Uh, qué pasó, quiero saber", la curiosidad o te dicen "El dólar se va a tantos mangos" y leés un tweet nada más, y a la noche te enterás que es porque se cayó la bolsa en Pakistán y no sé qué cosa, ¿entendés? Por ahí ya cuando llegaste a tu casa ya lo leíste en otro lado, ya te enteraste la noticia y solamente estás viendo un poquito más. A nivel noticiero, por ahí si te mantiene la tele viva, pero es como la radio, hay gente que solamente escucha los programas de noticias de la radio, o siguen un locutor, por ejemplo. Que eso también es lo que mantiene un poco la tele viva, las figuras que se hicieron en la tele. La gente que vos sabés que está en la tele, que no está en ningún otro lado, que solamente las vas a encontrar en la tele. Ahí sí, eso es lo que la mantiene viva. Y todo lo que es deporte, que son eventos en vivo, que se filman y se transmiten en vivo también, todo lo que es fútbol, cualquier deporte, boxeo, los eventos especiales de deportes como Mundiales de fútbol, de rugby, los Juegos Olímpicos, todo eso te genera más... Ahí es donde ves las crecidas en usuarios de televisión, cuando son eventos especiales. Si bien también quedan guardados en algunas plataformas, como qué sé yo, si lo transmite ESPN, tenés la plataforma ESPN+ que te guarda los contenidos y todo, la mayoría de la gente prefiere verlo en viva a esas cosas.

**-Bien. Ya fuiste describiendo esa televisión del futuro, que queda con noticieros, eventos deportivos... ¿En algún momento va a dejar de tener películas y series, te parece?**

-Yo creo que sí. Primero porque los canales creo que para pasar las películas y todo, a menos que sean canales de un estudio como Fox, que tiene los derechos de las películas y no creo que los tengan que pagar para transmitirlos, no van a tener problemas pero qué sé yo, Telefe que hace 10 años está pasando Harry Potter y la Piedra Filosofal, yo creo que en ese sentido no tienen mucho futuro. Son películas muy viejas, hay gente que ya las vio, algún fanático de la saga por ahí que lo siga viendo, pero yo creo que películas y series no, a menos que sea como esto de HBO que eran exclusivas y solamente salían si tenías el canal de HBO. Ese tipo de contenido, así como especial, por ahí sí. Pero todo el resto, yo creo que si no lo pasan a un contenido virtual, dentro de poco se muere, porque el problema que tiene la tele es que el contenido es muy efímero, si no lo guardaste ya pasó. Todas las reacciones de los programas o todo eso que vos ves después hecho meme en las redes sociales, como el programa de Guido Kaczka que toda la gente que va ahí pobre después aparece hecha meme por todas las páginas de Instagram, esa inmediatez de la tele si no la capturás o la grabás se pierde. Queda en el éter. Que es lo que pierde muchísimo con las plataformas digitales. En la plataforma digital el contenido queda ahí guardado, almacenado en un servidor. Obviamente le estás llenando un

servidor a Google o a YouTube, pero queda pseudo-inmortalizado, pero si vos querés ir a buscarlo lo tenés ahí. Tenés una biblioteca gigante de contenido para buscarlo. Que en la tele en realidad no lo tenés. A menos que tengas esto de guardar el programa y lo grabo y lo veo, no lo tenés.

**-Pasamos a la sección contenidos, ¿qué ves más, películas, series o documentales? ¿Y por qué?**

-Yo creo que lo que más veo son películas y es por un tema de, si bien son más largos que la serie, tienen el tema de que comienzan y concluyen. Por más que sea una saga de varias películas, la película empieza y termina, chau. No hay después, que tenés que seguirla, porque por ahí a veces si la serie tiene dos o tres capítulos medio lentos, te pasa eso. Te empezás a achancar, no la querés ver, se te hace tedioso porque por ahí es un capítulo donde no pasa absolutamente nada y te embolás y decís "Che, el capítulo este fue una cagada, no me gustó" y te la baja un poco. En cambio la película hacés una media, decís "Estuvo buena" o no. Y listo. Se terminó la película. Y de documentales, la verdad no tengo una opinión formada porque no suelo mirar mucho documental, casi ni veo documentales. Soy más de por ahí verte un programa tipo Discovery Channel pero no hay en Netflix, lo miraré en YouTube. Por ejemplo eso, lo terminás viendo en YouTube cuando es algo que en realidad está en la tele pero porque alguien lo grabó y lo subió a YouTube.

**-Y a nivel de recomendaciones, ¿a qué le prestás más atención? ¿A la recomendación de conocidos o de medios, críticos?**

-Yo prefiero siempre preguntarle a alguien que sepa, casi siempre pregunto por películas, no por series por lo que te decía, que miro muy pocas series, tiene que estar muy buena la serie para que la vea o me tiene que gustar mucho cuando la veo así en un primer capítulo. Si no es amor a primera vista, chau serie.

**-Claro, o sea que le prestás más atención a la recomendación de conocidos, te parece, ¿por qué?**

-Primero porque si es alguien que sabe de películas, actores y directores y eso a mí me llama mucho la atención porque siempre te tiran algún dato como "La filmó tal, que filmó tal otra película" o "Está guionada por tal que hizo tal otra", y si la otra también te gustó entonces decís "Bueno, va a estar bueno". Más tarde brinda su opinión sobre las críticas de medios especializados e incluso influencer: "Además la recomendación del medio a veces, y tristemente, no es una recomendación sino que alguien realmente pone plata para hacer campaña y es más una publicidad que una recomendación real. Por ahí a veces, habiendo dinero de por medio, te recomiendan ver una película en los medios, en la tele, algún influencer, algún instagrammer que vos sigas, que hable sobre eso y después realmente te das cuenta que por ahí hubo un dinero de por medio o un canje, lo que sea, que también al medio, al periodista o al instagrammer/influencer les sirve pero que en realidad no está dando una recomendación 100% real sino que es más un negocio. Tampoco sigo la recomendación de lo que mira la mayoría de la gente, porque todo el mundo hace cosas por moda y muchas veces ver una serie es por moda, por ejemplo La casa de papel, todo el mundo estaba fanatizado por esa serie, todos estaban locos y a mí cuando la vi me pareció meh. No me mueve ni un pelo esto. Me la vendieron como que era una locura y la verdad vi dos capítulos y dije "No me gusta". Me pasa eso, como que la mayoría de la gente te da esa recomendación medio como agarrada de los pelos que vos decís "¿Pero qué tiene de bueno?" y ahí se les terminó el argumento entonces decís "Bueno, entonces

por ahí tan buena no está. Pero te agarra otro porque tiene estos actores, bla bla bla, como "¿Viste Sherlock? La versión de Benedict Cumberbatch", "No", "Pero el chabón es un actorazo, es actor de teatro, hizo un montón de personajes, es un tipo que se pone en el papel, aparte lo tenés al otro pibe, que hizo de Bilbo, ya compartieron escenas juntos cuando hicieron 'El Hobbit'", ya tenés como un aura alrededor de la serie que sin verla por ahí decís "Che, pará, pinta buena", si te gustan los libros de Sherlock Holmes, si leíste algo de Arthur Conan Doyle más o menos sabés de qué va la trama, sabés cómo es el personaje de Sherlock, decís "Me gusta, lo voy a ver, le voy a dar una oportunidad".

### **-Y hablando ya más del lado profesional, ¿sos de leer críticas?**

-Trato de que no, porque a veces por ahí la crítica de una persona está muy polarizada y termina como polarizando la opinión propia. Prefiero leer la crítica después de haber visto la película o la serie, lo que sea. Como para ir con la visión lo más objetiva posible, por decir así. No ir como con una visión más subjetiva basada en lo que otra persona le parece porque las opiniones varían en cada uno y por ahí vos me decís tipo "Vamos a ver Aquaman" y yo digo "Uy, el universo cinematográfico de DC, es medio malo, no sé qué", después terminás viendo la película y es una masa, está buenísima, está bien filmada, los actores están bien, se meten en papel, está buena, la trama medio flojeli pero toda película tiene algo que se cae por algún lado, pero si por ahí si leíste diez críticas de Aquaman antes de verla por ahí ni vas, ni le das una chance. Porque todo el mundo está bardeando todas las películas anteriores de DC, entonces ya vas como con una negativa. Ya vas pensando "No, esto va a ser una cagada", le empezás a buscar los errores antes de que arranque la película, vas ya como medio mal predispuesto. Entonces si vas como situación neutral por decir así estás listo para que te sorprendan. A mí me pasó por ejemplo, todo el mundo cuando salió el Joker, todo el mundo hablando de la película, yo no quería leer una sola crítica porque dije "A ver, Joaquin Phoenix me parece un actorazo", yo soy fanático del universo Batman, vamos a ver qué onda esto porque no es una película de superhéroes, es otro género de película, está filmado totalmente distinto, dije "O va a salir muy bien o va a salir muy mal", solamente iba con eso. Bueno, Joaquin Phoenix actorazo, Joker de Batman me gusta, por ahora vamos bien. Después vamos a ver qué pasa con la película y la verdad, después me llevé una buena experiencia. O sea, la trama está buena, los personajes están bien desarrollados, la verdad me gustó, está bien filmada, tiene una fotografía y una iluminación muy buena. Tiene una banda sonora que es discutible, por algunas cosas que no tienen nada que ver con las canciones sino con la gente que escribió las canciones y todo eso.

### **-Siguiendo con esto de qué ves y cuánto, ¿cuántos días a la semana ves Netflix? ¿Y qué días, sabés más o menos?**

-Los días que sí más miro seguramente son jueves, viernes y sábados. El jueves porque el viernes ya arranca el fin de semana, viernes porque al otro día no tenés nada que hacer y sábado a la noche si no salgo, nada, alguna peli o algo meto. Y aparte porque si vas a lo de algún amigo o algo y si no hay un asado o algo, siempre algo ponés, una peli, aunque sea como para que haga ruido, ¿viste? Pero los días que más miro suelen ser jueves, viernes y sábados, que son los más cercanos al fin de semana porque normalmente en la semana o llego muy tarde a mi casa o tengo que hacer cosas, hay días que voy a la facultad, y como ya no me muevo tanto en transporte público porque ando en moto, tampoco tengo la chance de mirar ahí. Pero qué sé yo, algunos días en el almuerzo por ahí te miro un capitulito pero es más esporádico.

### **- ¿Y te cuesta empezar a ver una serie por ejemplo?**

-No. Depende quién me la recomiende y qué tantas ganas tenga de verla, por eso te digo, si me la recomienda alguien que tiene mucha cancha es muy probable que mire el primer capítulo y ahí ya queda todo supeditado a si es amor a primera vista como te decía. Si a mí ya después no me gusta se va, cancelada.

**-Mirá, porque te iba a preguntar justamente, porque hay algunos que lo ven medio como un compromiso, como que la arrancaron y ya la tienen que ver, otros ponen el primer capítulo y si no les gusta, lo sacan.**

-No, o sea, a lo único que me puedo llegar a comprometer entre comillas, es a ver el primer capítulo, porque normalmente el primer capítulo que es el piloto es lo que se filma para presentarle a los inversores a la hora de ver si van a hacer una temporada entera o no. Eso más a nivel industria cinematográfica, dato de color, nada que ver, pero los primeros dos, tres capítulos siempre son los que mejor se filman, en los que se gasta un poco más en producción porque es lo que se les muestra a los tipos que van a poner la guita para hacer la serie.

**-Exactamente.**

-Entonces si los primeros capítulos están muy buenos, yo sé que después a lo largo de la temporada va a bajar un poco la calidad pero si la trama ya me interesa, si está bien contada la historia, etc, me la juego. La veo entera, porque te gusta. Pero me ha pasado de arrancar una serie y ver... Me pasó por ejemplo con Suits, vi la primera temporada, me pareció super interesante, la segunda, la tercera y cuando vi que ya era todo lo mismo dije "No, no la quiero ver más". Porque ya se te hace tedioso, ¿viste? Ves siempre lo mismo, los tonos son siempre los mismos, la temporada tiene veinte capítulos, como para hacerlo redondo, los primeros diez son autoconcluyentes, no pasa nada, después en el capítulo once empezás a ver como una leve continuidad en los episodios que se va como haciendo una tensión y se resuelve en el último episodio, en los últimos diez minutos y se resuelve super fácil algo que estuviste nueve, diez capítulos viendo cómo crecía toda esa tensión.

**-Sí, es verdad que hay muchas series que siguen una fórmula.**

-Sí, pero creo que no lo veo como un compromiso, te puedo arrancar una serie, no me cuesta nada, pero si no me gusta no te la sigo, puedo abandonar una serie. Lo que es difícil no es arrancar una serie, sino dejar de ver una serie y después volver a verla donde la dejaste. Ahí sí es complicadísimo.

**-Volviendo a esto de días y horas, me decías que por ejemplo jueves, viernes, sábado, y a nivel de cada vez que usás Netflix, ¿cuántas horas ves más o menos? En general cada vez que te sentás a ver Netflix.**

-Mínimo dos horas. Porque seguramente una peli te ves y la peli dura, qué sé yo, ¿hora y media? Y entre que elegís la peli y todo, estás un ratito, pero mínimo dos horas, y después de ahí para arriba. Si estoy un día entero adentro de mi casa y no tengo absolutamente nada para hacer, te puedo mirar 6 horas de Netflix tranquilamente, no es la media, pero ponele como media dos horas, dos horas y medias.

**-El día que más horas ves, ¿mirás seis horas?**

-Sí, tranquilamente.

**-Porque eso viene de la mano de la siguiente, que dice si alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida.**

-Sí, cuando estaba viendo Arrow, he visto literal, en un fin de semana, tres temporadas al hilo, una atrás de la otra. Y son temporadas de treinta capítulos.

**- ¿Pero cuánto dura cada capítulo?**

-Creo que dura media hora, 45.

**-Y el día que más viste ahí, viste nueve capítulos en un día, ponele...**

-Sí, una locura. Tipo, estaba tirado en la cama mirando Netflix todo el día. Un fin de semana entero, viernes, sábado y domingo. Y el lunes creo que metí home office.

**- ¿Y cuántos capítulos metiste en un día?**

-Y, estuve todo el día, fácil, doce capítulos. Es un montón, pero estaba muy enganchado. Tenía algunas cosas interesantes. De hecho, a la par que iba viendo la serie, no leía los comics porque no los tengo, pero buscaba algunas cosas en la Wiki de Arrowverse. Trataba de no spoilearme mucho porque era como que la Wiki iba demasiado rápido y yo tipo leía hasta ahí, algunos guiños que por ahí en la serie estaban pero que si no habías leído algunas cosas del cómic medio que te los perdías, eran más para los hardcore fans de Arrow. No me considero uno de ellos pero algunos datos estaban piolas. De hecho el tatuaje que tengo es de una frase que vi en "Arrow".

**- ¿En serio?**

-El proverbio este ruso está ahí en uno de los capítulos.

**- ¿Cómo era?**

-El mismo martillo que rompe el vidrio forja el acero.

**-Está buena la frase.**

-Está en un capítulo de "Arrow", dije "No, ¡frasón!". Me lo anoté, te juro.

**-Mirá. ¿Y generalmente sos de ver tres o más capítulos seguidos?**

-Sí, sin mentirte, por ahí no de series pero de anime, aunque también son series, he visto treinta capítulos de anime al hilo, en un fin de semana. Ahora estoy viendo "Naruto" en Crunchyroll, ya te digo por qué capítulo voy, voy por el 395, y estaba por el 350. Esto fue hace dos semanas.

**- ¿Y en un día cuántos ves por ahí?**

-Y... En un día, porque son más cortitos aparte, duran veinte minutos, entonces clavás diez re tranquilo. Tres capítulos son una hora recién.

**- ¿Y por qué pensás que seguís viendo capítulo tras capítulo? Ya sea “Naruto” o “Arrow”. ¿Por qué te parece que te dice "Seguir viendo" y ponés sí, aceptás?**

-Primero porque, bueno, ahí ya depende mucho de la serie también. Si te dejan una incógnita al final del capítulo que tiene cierta inmediatez, que tu ansiedad no te permite ir a dormir a menos que la resuelvas. O sea, los famosos cliffhangers, si está bien hecho... Si lo hacen en todos los capítulos te rompe las bolas. Pero si está bien hecho y está bueno, y suma a la trama, y no es malo el remate, te llama la atención. Querés seguir viendo, porque querés saber cómo continúa la historia de ese personaje. Si se está por morir en el capítulo, y justo te lo cortan, o si aparece un villano nuevo, o un personaje nuevo, y querés ver qué hace, qué poderes tiene, cómo se presenta, si es bueno, si es malo, si salvó al personaje principal porque lo quiere matar él o porque realmente es un amigo al que no veía hace mucho tiempo y querés saber quién carajo es. Todo eso te llama la atención para seguir viendo. Tiene ese contenido, pero depende mucho de lo que estás viendo. Hay veces que por ahí en realidad lo seguís viendo y el próximo capítulo es un relleno, y lo sacás a la mierda. O lo ves dos minutos y decís: "No, me voy a dormir". Pero ahí ya cuenta mucho qué estás viendo. Pero sí, te llama eso, el contenido y la continuidad del contenido.

**-Y cuándo dejás de ver, decís "Ya está, basta". ¿Cómo te deja eso? Con ganas de más, estás re cansado, ¿cómo es?**

-Depende. Si terminaste yéndote a dormir y terminaste una temporada o la serie, lo que sea, estás como un sentimiento, como el síndrome de abandono, estás triste porque terminó la temporada, sabés que van a hacer otra pero no sabés cuándo va a salir. Si te fuiste y todavía te queda contenido estás como "Uy, bueno, me voy a dormir porque necesito descansar" porque mi cuerpo necesita reponer energía, pero tengo ganas de seguir. Quiero ver más, quiero saber cómo sigue, y decís "Mañana veo un capitulito o dos antes de irme a dormir y ya". Pero depende el estado de lo que estás viendo. Si viste una peli y quedaste re manija porque la peli está buena y querés ser un navy seal, bueno, ya es tema tuyo (risas). Normalmente con las series pasa eso, como que si estás en el inicio de la temporada estás más manija, querés ver más capítulos. Si estás ya terminando la temporada, empezás a dosificar un poco, porque sabés que se termina. Si no hay próxima temporada sabés que estás medio en bolas. Y si te gusta mucho ves medio capítulo por día ya, porque sabés que no hay más nada después.

**-Claro, es verdad. No querés que termine.**

-Te agarra un poco de eso. Sabés que se está terminando la temporada, no avisaron si va a haber próxima temporada y no sabés nada, y no querés saber nada, con respecto al final de temporada de una serie porque sabés que te vas a comer un spoiler entonces estás ahí también, con esa incertidumbre...

**- ¿Y qué hacés luego de ver algo en Netflix? Por ejemplo hablar con alguien, ver el detrás de escenas...**

-Normalmente lo charlo con un amigo. Si es una serie que no está basada en nada, siempre está bueno discutir el tipo de teorías de cómo van a terminar las cosas, o qué personajes así o así.

**- ¿Y en redes sociales?**

-Normalmente después de ver contenido, en redes sociales a veces trato de buscar teorías que podrían haber pasado 'en vez de', y me gusta a veces también ver las similitudes, si es una serie basada en otra cosa. Pero muy pocos, trato de mucho no seguir porque a veces tiran un spoiler de alguna serie o peli. Veo muy poco del 'Making of'. Normalmente veo alguna entrevista larga con los actores pero antes de que salga alguna peli que me tiene muy hypeado, tipo 'The Joker'. Después de eso, si veía en Twitter o en algún lado una entrevista, sí le daba un like, pero no retwitteaba. Por ahí sí retwitteaba algún meme que salió de la película o de alguna escena en particular, o darle like en Instagram. Pero después no.

**-No sos tanto de escribir vos...**

- Nunca escribí cosas ni arrobando a nadie ni en ningún foro ni en ninguna página ni de una película ni de una serie. Pero sí capaz sentarme a leer, likear algunas cosas.

**-Claro. Y esta es una pregunta medio culposa, ¿alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer para seguir viendo una serie?**

-(Interrumpe) Recontra. (Risas).

**-Puede ser estudiar, dormir, salir con amigos...**

-Salir con amigos nunca. Dormir seguramente sí. He ido muy dormido a la facultad o al laburo, con muy pocas horas de sueño pero no muy dormido, por haberme quedado viendo una serie o algo. Estudiar, muy pocas veces. No he dejado de estudiar por una serie porque sino la facultad no la terminás más. Pero sí he dejado de hacer cosas importantes por ver una serie, pero tiene que ser una serie que esté muy muy buena. Como te decía, depende mucho del contenido. Y eso que le agarra a todo el mundo eso de "Bueno, la serie va a estar ahí, no la van a sacar. Va a seguir existiendo, Netflix la va a seguir teniendo". Sí, es verdad, pero como que te agarra un poquito esa cosa de, la quiero ver. A veces te cuesta anteponer la responsabilidad a darte el gusto.

**-Ya estamos en la última parte, hablemos un poco más de contenidos y después van a ser de redes sociales las preguntas. ¿Cuál es tu género de cine y de series favorito? Puede ser más de uno, no te vuelvas loco.**

-Creo que lo que más miro es acción, y muy a la par viene todo lo que sería "Policial/Detectivesco". Pero soy muy específico, con lo que es medio policial, por ejemplo no sé si entro a CSI, pero sí entro a Criminal Minds, que son muy parecidas, pero tienen dos enfoques totalmente distintos. Uno más ligado a todo lo que es la psicología de la mente del criminal que está muy buena y otro que es más tipo policia científica, pruebas, ADN, laboratorio, nerds en la policía. Lo otro te llama un poco más la atención, esto que te decía, por ejemplo Sherlock, que más allá de resolver un caso estás viendo también cómo funciona la mente del tipo este que está totalmente loco, es un loco de mierda, pero es un genio a la vez.

**-Bien. ¿Y por qué te parece que atrae eso?**

-La acción porque primeramente todo lo que sea, si la trama está buena, o sea, tiros y explosiones hay en todas las películas, pero si la trama está buena, si los personajes están buenos, si los actores son más o menos copados y la saben llevar, siempre es divertido. Son

muy pochocleras, bien yankis, entonces para verlas estando solo o en compañía está bueno. Es como "la vieja y confiable", el género acción y después si sos del género acción pero aparte tenés un actor favorito, ponele, a mí me gustan mucho las películas de "Misión Imposible", que aparte tiene todo este tema de espionaje y gadgets, y cosas raras, te puede saltar de ver un "Misión Imposible" a un 007, tranquilamente, porque es medio lo mismo, pero no me llevo bien con Daniel Craig, no me gusta el actor, por ejemplo. Pero, qué sé yo, iría más por ese lado. Y ya después viene un poco más abajo viene la comedia, después super abajo de todo drama, y después ya puede venir cualquier otra cosa. Hay géneros que no miro tanto, por ejemplo musicales no te miro, pero de repente me ponés una película, que es un musical que está bueno, por ejemplo "Pitch Perfect", que es todo canto a capella, que decís "Qué raro" que entre como una película que me gusta pero también tiene partes de comedia, tiene personajes que son realmente muy graciosos, tiene buenos actores de comedia, que son comediantes en la vida real, entonces, como que le suma también a la trama y a la película porque le ponen su condimento personal y, no hace que el género suba, pero decís "Esta película está totalmente fuera de mi radar" y de repente se convierte en una de las que me gustan dentro del género "Musicales".

**-Qué te parece el sistema de puntuación de Netflix? Viste que antes era con cinco estrellas, ahora está basado en un porcentaje.**

-La verdad, te voy a ser sincero, trato de no puntuar las películas. O sea no les pongo ni pulgarcito abajo ni arriba, ni bardeo películas porque, al fin y al cabo, si la vi me gustó o no me gustó. No la voy a ver dos veces claramente. No soy de repetir las cosas que veo, entonces es como si lo vi o no lo vi, ya... Pero si ya viene medio mal puntuada y está muy baqueta, yo le doy a veces una chance. La verdad no le presto mucha atención al sistema de puntuación de Netflix. Yo miro más o menos un poquito la reseña que tiene ahí arriba y si me la recomendó alguien. Después a veces te tirás un piletazo y te comés un garrón pero por no mirar. Pero la verdad casi ni la uso.

**-Bien. Hay un par que me dijeron que lo del porcentaje no les gusta mucho, que preferían las estrellas.**

-O sea, las estrellas son como algo más gráfico. Estás acostumbrado a verlo desde mucho antes por un tema de "Bueno, vamos a ir a un hotel dos estrellas, tres estrellas", dos estrellas sabés que estás re jugado, tres estrellas puede que haya un poquito de humedad. Después para arriba bueno, es un lujo. Por ahí estás más acostumbrado a eso. Casi todo se rankea en estrellas, en el cine también, las películas también. El porcentaje es un poco peligroso en el sentido en el que si votaron dos personas y una votó que sí y otra que no, ya tenés un 50%. Entonces es como poco objetivo en ese sentido.

**-Igual creo que no es en ese sentido el porcentaje, sino que es de afinidad. Como que te dice que a vos, de todo lo que viste, esto te gustaría en un 79%. Una cosa así es.**

-Sí, igual es totalmente subjetivo. Porque por ahí te dicen "Esto te gustaría un 23%", pero porque, es como que te diga, no miro musicales. Y a mí, si entro ahora en musicales, "Pitch Perfect" me va a aparecer en un, no sé, 12%, porque no miro musicales. Pero la veo y te digo "Che, es un peliclón". A veces corrés ese riesgo.

**-Es que eso es lo que pasa también. Que está como acostumbrado a lo que vos ver, y nunca te recomienda nada medio distinto.**

- Y pero es el problema de los algoritmos, con Spotify pasa lo mismo. Siempre te va a recomendar música similar a la que estás escuchando, pero lo que tiene de bueno Spotify, o sea, al ser una plataforma de streaming de música, tiene la sección Radar de novedades, que de los géneros que vos escuchás te recomienda artistas que nunca escuchaste. Pero siempre dentro de los mismos géneros. Ese es el problema. Las películas, si no mirás drama no te va a recomendar drama pero te va a recomendar otras películas dentro de los mismos géneros que ya viste.

**-Bien. ¿Vas al cine comúnmente? ¿Qué tipo de películas ves?**

-Ya no tanto, porque el hecho de ir solo al cine sale caro. Es más una salida con amigos, y aparte todo el tiempo tenés 2x1, y si vas solo con 2x1 es medio triste.

**-O podés ir un miércoles, está a mitad de precio.**

-Hay muy pocas películas que voy a ver al cine. Tienen que ser películas que me tienen que llamar mucho la atención o sino ya tienen que ser salidas con amigos, "Che, vamos a ver tal cosa".

**-Claro. ¿Y suelen ser algún tipo de películas o género en especial o ves de todo?**

-En el cine, lo que más suelo ir a ver son muchas películas de superhéroes. Todo lo que es universo Marvel, algunas de DC, no todas, creo que la única que vi en el cine de hecho fue Aquaman, sí. Después tiene que ser muy especial o una salida planificada de "Vamos a ir al cine a ver tal película", pero muy específica. Pero sino al cine normalmente voy a ver películas de superhéroes. Muy característico. O por ejemplo las que no tienen nada que ver, fueron por ejemplo la saga del Hobbit.

**-Claro. Qué fiasco las últimas.**

-Sí, la verdad que sí.

**-Bueno, de películas pero esta vez online. ¿Usás sitios como Cuevana, PopcornTime, todos esos? ¿Y les ves alguna ventaja respecto a Netflix?**

-Cuando es una película que no está en la plataforma de Netflix, y la querés ver, sí, obviamente. No voy a mentir, sí, soy un pirata digital. Llénenme preso, vénganme a buscar. Sí porque por ahí es contenido que querés ver, no está disponible donde ves normalmente, bueno nada, lo voy a buscar en otro lado. A ver, ventajas, no. A veces tienen publicidad, a veces no. A veces tenés que esperar cinco minutos para empezar el video, a veces se corta. A veces tenés que esperar que esté, y ahí sí pierde, a que esté bajado en la calidad DVD, sino está grabado en el cine, tenés el ruido del pochoclo, el pelado que se levanta y aparece una cosa redonda negra en el medio de la pantalla que es un tipo que se paró. Eso sí te arruina totalmente la película. El audio está muy saturado, está grabado como el culo. O sea, eso te molesta para ver una película que vos decís "Uh, debe estar buena". Te arruina la experiencia.

**-Bien. Bueno, esas serían las desventajas. ¿Alguna otra?**

-Bueno, tiene la función que te lo podés descargar, poder bajarte la película si querés llenar tu computadora de virus, ya cada uno ahí elige. Pero sino de última, tiene la ventaja de que tenés

un catálogo mucho más grande. Obviamente tenés lo que está en Netflix, lo que no está en Netflix, tenés un catálogo gigante pero nada, tenés el problema que por temas de copyright te dan de baja el sitio y ya está, perdiste. O dan de baja los servidores donde está subida la película y ya está, tampoco la podés ver nunca más. Y a veces por ahí suben la película y no es algo que están actualizando todo el tiempo y resubiendo, entonces si no la ves en cierto tiempo ya después, películas muy viejas ya no las podés ver porque todos los links están dados de baja y no es algo que tenga mantenimiento constante, entonces ya está, te la quedaste sin ver.

**-Es verdad. Y ahora que tenés Netflix, ¿te parece que usás menos este tipo de sitios?**

-Sí, obviamente. Tiene que ser algo que sí esté fuera del catálogo, sí o sí. Si está fuera del catálogo de Netflix y no lo podés encontrar por ningún lado y lo querés ver, que te lo recomendaron y todo eso, obviamente vas y buscás afuera. Pero ya tiene un catálogo bastante amplio, tanto sus series como películas como para que te quedes adentro y seas medio un usuario cautivo de la plataforma. De hecho a veces cuando buscás algo en Netflix, que sabés que no está, mismo Netflix, o sea, te reconoce el término de búsqueda y te busca cosas parecidas a lo que estás buscando, como para sugerirte algo como "No tengo lo que vos estás buscando, pero esto es más o menos parecido", como para que también te quedes en la plataforma. Eso también está bueno.

**-Sí. Pero qué bronca cuando te tira el título y no está, ¿no?**

-Sí.

**- Bueno, dejame ver. ¿Usás algún otro servicio? Como Cablevision Flow, Amazon Prime, HBO...**

-No, me ofrecieron Flow un millón de veces pero como no tenemos la tele, nunca la usé. Sé que lo podés ver por la tele y todo, pero no. Para lo único que usé Flow, una vez, que ni siquiera fue mío, me prestaron la cuenta, fue para ver los partidos de River en la Libertadores, que fue un fiasco. Porque vi dos partidos, en uno River ganó y en el segundo perdió la Copa (risas). Así que bueno nada, malísimo.

**-Vienen ganando hace mil años, no te podés quejar.**

-Sí, (risas).

**-Y bueno, usás Crunchyroll**

-Ah, sí. Claro. Probablemente en algún momento empiece a usar YouTube Premium y de de baja Spotify. Todavía no lo sé. Porque YouTube Premium cuando te bajás la versión premium te dan una aplicación que se llama YouTube Music, y por el mismo precio que pagás el contenido de videos sin publicidad y todo eso de YouTube, te dan una aplicación que es para escuchar música en segundo plano y tiene mucha más música que en Spotify. Porque tenés pibes que suben su música a YouTube y la tenés en YouTube Music.

**-La última es, ¿cómo te parece que podría mejorar el servicio que brinda Netflix? Podría ser, no sé, agregando más contenido de tal cosa o alguna funcionalidad, ¿qué te parece?**

-Yo creo que, no sé si Netflix puntualmente, porque cada uno tiene su servicio de streaming y hacen dinero con eso obviamente, pero estaría bueno lograr que, no sé si Netflix, pero que se haga un solo gran sistema de streaming donde seguramente vas a tener que pagar un poco más, pero donde puedas acceder a todos los contenidos. Porque por ejemplo yo quiero ver "The Mandalorian", pero no voy a pagar el servicio de Disney solamente para ver esa serie, o no voy a pagar HBO para ver "Westworld". En cuanto a eso me gustaría que el catálogo sea un poco más grande o que pudieran hacer una colaboración de repente así como para tener mucho más contenido disponible y no tener que tener tres o cuatro plataformas o suscripciones, pero bueno, es por un tema de licencias, dinero, etc, que bueno ya corren muy por encima de todo lo que es usuario, experiencia del usuario, ya es un tema monetario y de decisiones administrativas. Sí dentro de la plataforma estaría bueno dividir el tema de las listas, como te decía, que lo puedas dividir en películas y series, que te haga recomendaciones por ejemplo, capítulos de más de veinte minutos, de menos, como para que sepas tipo "Che, tengo poco tiempo, quiero ver contenido, ¿qué me recomendás?" y que puedas ir filtrando así. Distintos filtros como para decir "Che, tengo tanto tiempo, quiero ver una serie de drama con tal actor, con un capítulo de más o menos veinte minutos", es un flash, que probablemente no exista. O quiero ver una película de acción con Liam Neeson, y que me tiren todas las películas de Liam Neeson que son de acción, por ejemplo. Que puedas acceder al contenido mucho más acotado, porque lo que tiene de problema es que si bien el catálogo que tiene es chico, tiene muchas opciones. Y a la hora de, esto de lo que hablamos, que vos te sentás y estás veinte minutos eligiendo, y por ahí a veces no terminás viendo nada, o sea, a los tipos les sirve porque estuviste veinte minutos consumiendo el servicio pero no viste absolutamente nada, simplemente estuviste como haciendo window shopping, estuviste mirando vidrieras. Entonces si ellos ya te pudieran ofrecer el contenido lo más filtrado posible como para que vos puedas elegir y ponerte en vez de 25 opciones, cinco, para hacerte la decisión mucho más fácil, yo creo que eso le serviría muchísimo más. Tendrías mucho más cautivo al público, o sea, ya poder filtrar por lo que realmente quieren venir a ver. Ponele, ahora que se está por venir "Top Gun 2", la gente está super manija, todo el mundo está viendo "Top Gun 1", etc., bla bla bla. Si sos muy fanático de la saga, qué sé yo. Termina esa y que te pongan "Pearl Harbor", mínimo. O que te la pongan dentro de la misma opción.

**-Claro, porque sino es como que te marea, o no elegís nada, dentro de tanta oferta...**

-Es que aparte sería mucho más simple enganchar el algoritmo. Porque por ejemplo, "Quiero una película de acción con Tom Cruise", bueno, tenés mil, elegís, como para decirte cómo haría yo el algoritmo, si fuera un genio, ¿no? (Risitas) Ves esa. Después te enganchás Pearl Harbor, y ahí enganchaste el algoritmo de películas de guerra o de época y viste cincuenta películas de lo mismo, terminás viendo Platoon. Más o menos también lo que te hace YouTube.

**-Como que te sigue un recorrido.**

-Claro. YouTube te hace eso. Te va generando un algoritmo medio al azar hasta que engancha uno que existe posta y ahí te mete en el loop. Y terminás mirando videos en ruso de cómo hacer, no sé, una bomba en Chechenia con un fosforito y una pila.

**-Sí. (Risitas). Coincido también pero el tema de la duración no es lo mismo estar en un loop de videos de cinco minutos que verte una hora y una hora, cosas distintas...**

-Sí, eso es verdad también. Pero por eso también estaría bueno poder separar, como te decía entre series y películas. Hacer no digo dos catálogos separados, pero que puedas filtrar. Es lo que todavía no sé si lo tiene, me tengo que fijar, te juro.

**-No, creo que no.**

-Porque creo que está muy tirado así como "Hola, esto es todo lo que tengo".

**-No, para mí es así. Y tenés la serie de Boca y después no sé una película, la serie You, un montón.**

-Claro. Si está tirado así no es muy...

**-La lista son todas las carátulas de todo pegadas.**

-Claro, es que te termina confundiendo, porque no sabés si estás viendo una película, una serie, qué estás eligiendo, o sea, te dice igual cuántas temporadas tiene y decís "Ah, bueno, eso es una serie", pero el hecho de que esté todo así como muy tirado, te termina dando más desconcierto a veces.

**-Sí. ¿Y a nivel de contenidos te parece que le faltaría algo, que estaría bueno sumar otras cosas?**

-Yo creo que está a bueno a nivel de contenidos, pero siempre, siempre le va a faltar contenidos. Primero que nada todo el día sale contenido nuevo, cuando empezaron a incorporar anime dije "Bueno, listo, doy de baja Crunchyroll", pero después te das cuenta que tiene dos, tres animes y ya. Pero por ahí tiene alguno que no está en la otra plataforma entonces decís "Bueno, tengo las dos por un tiempo", pero después no sabés en cuál van a sumar. Por ejemplo, yo "Seven deadly sins" la vi en Netflix porque en Crunchyroll no está.

**-Con esto terminamos, muchas gracias.**

-No, por nada.

#### **A.5.4. Entrevista a Martín (24)**

**- ¿Usás una cuenta propia o prestada? Si es prestada, ¿con quién?**

-Sí, uso la cuenta de mi hermana y la compartimos con mis viejos que tienen un usuario, mi hermana tiene otro y yo tengo otro. Paga mi hermana, pero yo pago Spotify.

**-Cuándo empezaste y qué fue lo primero?**

-No sé si Netflix lo dice, pero empecé por mi hermana. No sé, tendré Netflix hace 3 o 4 años. La primera serie que veía era Dr. House, no en Netflix. Y en Netflix debo haber visto algo tipo Sherlock. Veía Dr. House a las 10 de la noche.

**- ¿Qué es lo que más te gusta de Netflix? Puede ser el contenido, recomendaciones...**

-El fácil acceso al contenido. A ver, el contenido está en internet pero viste que de repente tenés que meter a una página, tenés que entrar a tres links. Esas boludeces. Que ya no pasa tanto. Pero lo tengo conectado en una aplicación directo en el Apple TV. Y también lo tengo en el celu, etc. Claramente veo más en el Apple TV que en el celu. O sea el fácil acceso sería.

**-Y te señalé recién que no tiene cortes, ¿qué te parece? Ya sea a nivel de tiempo o la inmersión que podés tener viendo**

-Está bueno que al ser una aplicación paga no tenga cortes publicitarios. Claramente lo vale. Si me dijeras que Netflix me ofrece pagar menos pero ponerme publicidad, te diría que prefiero seguir pagando lo que pago.

**- ¿Y a nivel inmersión qué te provoca?**

-Creo que está bien manejado, está bueno. Justamente por eso también cuando termina el capítulo ya te ponen el próximo así no te desconectás. Sí, en el nivel de inmersión creo que está bien trabajado.

**-Y al revés, ¿qué es lo que menos te gusta? Tampoco lo odiás pero por ahí decís "Che, me jode esto".**

-Habría de la dimensión de la puntuación, por ahí podrían combinar las dos anteriores (estrellas y porcentaje) para hacer algo más preciso, podrían decir "Este es un género que te gusta y este es el valor que le asignó toda esta gente al género que te gusta" y poder verlo diferenciado, puntuación en general y puntuación por género, por decirlo de alguna manera, y por otro lado "De este género viste estas últimas películas parecidas". O sea, hacer una recomendación más personalizada, total tienen la información claramente, no es un dato no sacable, pero en el afán de reducirlo a un solo puntaje, es como más complicado de que sea un rating valorable de verdad.

**-Después te pregunto qué es lo que buscás al ver Netflix, puede ser que querés ver algo, o que volvés del laburo y querés relajarse con eso, ¿qué te pasa con eso?**

-Entretenimiento y a veces ver algo tipo "La Casa de Papel", después no me gustó, pero no importa. Y otras veces poner algo como si fuera radio. Agarro y pongo una película vieja, verla

un poco de nuevo, esa sensación de agarrar y prender la tele a las doce de la noche y ves una película en Cinemax que ya la viste claramente. Un poco esas dos cosas. No tengo cable también así que... Si te sirve.

**-Sí, ahora te voy a hacer preguntas sobre eso. Bueno, estas son más rápidas, como por ejemplo, ¿en qué dispositivos ves Netflix? ¿Celular, TV, laptop?**

-Normalmente solo en la tele y desde esta cuarentena para salir un poco de la cama en el celu o en la compu en algún momento laboral que esté al pedo.

**-Bien. ¿Y en el celular lo usás en el transporte público?**

-No. He visto mucha gente viendo en el subte o el bondi una serie porque tienen treinta minutos de viaje y se meten, no sé, en How I met your mother.

**-Porque tengo dos perfiles, esos, y los que dicen "No, para mí es un sacrilegio", yo estoy de ese lado, pero entiendo que hay algunas series más boludas...**

...Que las podés disfrutar.

**-Claro. Tipo Friends.**

-Sí, igual algo que ya viste, es para distraerte. No verías la de Al Pacino con Robert De Niro en el bondi porque te vas a comer veinte minutos, te tose la mina de al lado, la puteás, te vienen bolígrafos y portasubes por \$20 y vos estás diciendo "Callate que está hablando Al Pacino la concha de tu madre".

**-Sí, te entiendo (risas) Exactamente. Ahí cero inmersión, hablando de los cortes, pero bueno...**

-Y sí, pero bueno, justamente estás buscando desconectarte, no necesariamente inmersionar.

**-Exactamente. ¿Y cuántas horas ves cada vez que te ponés a ver Netflix? En promedio.**

-Dos horas, sí. Nunca miro más de tres capítulos seguidos. No me interesa comerme una serie en un día.

**-Bien. O no te pasó todavía. No te volviste loco todavía con alguna (risas).**

-Cuando había salido esta de los pibes de los 70, 80...

**-Stranger Things.**

-Stranger Things, sí. Cuando había salido Stranger Things, la había visto esa sí, un poco más apurado. Habré visto 6 capítulos en una tarde, noche. Creo que me la habré terminado en un fin de semana.

**-Bien. A lo loco.**

-Estaba aburrido. Sí, manija.

**- ¿Y tenés una lista de cosas? Viste que está la lista de Netflix... ¿o es más mental?**

-Tengo esa lista, pero es más para cuando después de ver 20 minutos en Netflix qué voy a ver y no encontré nada, voy a la lista y no termino viendo algo de la lista normalmente, como todo el mundo, ya lo sé.

**-(Risas) Sí, muy bien. Bueno, recién te me adelantaste pero la pregunta era si ves televisión comúnmente y cualquiera sea la respuesta, por qué. En tu caso sería no, supongo.**

-En mi caso es no, no veo tele. Tampoco la veo online. Viste que está TN en vivo, esas cosas. El otro día un amigo me dijo "Pongan TN, pongan TN", y dije "Qué pasa boludo?" y agarré y busqué TN online como para ver un segundo de qué estaban hablando y estaban hablando de Estados Unidos y la cantidad de muertos. Ok, avisame la próxima, no importa. No suelo mirar tele ni siquiera online, y no miro tele desde hace seis meses que me mudé y antes de eso iba dos meses. Fue una decisión antes de mudarme.

**- ¿Y por qué no?**

-Porque me di cuenta de que consumía basura que me chupaba tiempo, así como lo chupan las redes sociales, pero las redes sociales creo que tienen un contenido a veces más interesante o que me conectan con otras cosas. La tele, al ser sólo de ida, siento que me genera menos beneficios. Me es menos interesante. Y sé que los contenidos que están en la tele suelen estar en internet. Y lo veía más para poner algo de fondo, para no estar en silencio, que generalmente pongo música

**-Mirá, es muy interesante que dijiste, por ahí no te diste cuenta, que la tele es algo de ida nada más, no te devuelve nada, o vos no devolvés nada hacia la tele, está bueno eso.**

-Sí, nunca participé con las boludeces que dicen "Sumate a nuestro hashtag #Intratables y comentanos qué opinás sobre...". Nunca me sumo un carajo, ni cuando era Dr. House y decía momentos Universal, no me acuerdo cómo era. Nunca me incorporé a la tele en ese sentido. Más allá de que no es la principal razón por la cual no lo veo, sino es más por una elección de contenido, cuándo y cómo quiero. Y sabiendo que tengo contenidos más interesantes para ver que no están en la tele.

**- ¿Y fútbol o noticieros tampoco?**

-Hace mucho tiempo que no veo fútbol. Normalmente fútbol lo vi por internet, si había un partido de River o algo lo veía por internet y sino me juntaba en una pizzería o algo a verlo con alguien. O no me acuerdo si la otra vez fui a ver el partido a lo de alguien, creo.

**- ¿Y noticieros?**

-Noticieros no miro, sigo en las redes sociales por ejemplo Filo News y leo Ámbito Financiero en la compu del trabajo.

**-Bien, perfecto. Y está bien que no mirás vos, pero hace poco que dejaste de ver, ¿cuál dirías que es el estado actual de la televisión? ¿Cómo la ves? Puede ser comparado a los servicios como Netflix también.**

-Sí. (Duda). Creo que la televisión hoy en día es un formato más apuntado a la gente que no usa tanto internet. Léase mayores de 45, que están acostumbrados a cierto formato y no están acostumbrados a buscarlo de otra forma y no les interesa buscarlo de otra forma porque así es como lo conocen y ahí es donde está la gente que siguen, por decirlo de alguna forma. Que escuchan a Mauro Viale, o que escuchan a Leuco, yo qué sé, mi abuela escuchaba a Leuco y decía "Escuchalo a Leuco que tiene algunas opiniones interesantes". Son influencers de su época y que quedaron marcados como el conductor de tele, el periodista, el no sé qué. Y ven un poco la realidad a través de seguirlos a ellos. Y tienen una forma de pensar parecida, tienen una ideología alineada.

**-Perfecto. Porque hay algunos autores que hablan directamente de que se viene el fin de la televisión, como que en unos años no va a existir más, ¿vos estás de acuerdo con ellos?**

-Es que televisión como formato televisivo probablemente sí. Es lo mismo que te diga que en unos años, en una década, por ahí YouTube no existe. Va a ser otra plataforma. Van a seguir siendo videos, van a seguir cambiando la forma de contenido. La imagen audiovisual claramente no va a dejar de existir. En ese sentido la tele no deja de existir como canal de transmisión audiovisual. Sí va a dejar de existir como canal. El contenido no, probablemente siga siendo en un sentido parecido. Las noticias sean en ese sentido, no me imagino unas noticias en las que esté todo el mundo votando en el momento "Bueno, cuál creés que va a ser el clima en tu opinión, danos tu opinión con el hashtag #VaALlover #VaAHaberSol". No sé, después habrá juegos donde sí, la gente votará en el momento y será más interactivo pero no creo que digan "Y acá vemos cómo murió la señora Cristina Fernández de Kirchner y pueden votar si el cajón va a ser violeta o rosa, y ahí vemos cómo en Casa Rosada le están haciendo el funeral". Y bueno, como que esas noticias no van a tener voto o influencia de la gente. Después habrá otras cosas que sí sean más participativas como hablábamos antes y será más divertido, no sé, pero no creo que muera lo audiovisual, sí claramente va a morir la tele como canal o se va a tener que reinventar ya que las pantallas son táctiles. Se llamará tele u otra cosa.

**-Bueno, eso me interesa. ¿En qué sentido reinventar?**

-Si me vas a sacar ideas para después venderlas a las grandes empresas, no te voy a contestar (risas). No sé, por ahí lo que tienen las redes sociales hoy en día es eso que hablábamos de interacción, elegir el contenido en el momento y el lugar, poder repetirlo. Viste que Flow va un poco más para ese lado, de elegí el momento, el contenido, cuándo, cómo, qué, y si querés guardarlo, guardalo. Está perfecto. Ahora, no sé por qué Flow no funciona, se ve que no está tan bien posicionado frente a la competencia. La idea es reinventar la tele, pero no necesariamente es la tele el contenido que se tiene que salvar. ¿Se entiende?

**-Sí.**

-O sea, no es mantener el canal, por ahí, sino entender que es algo que cambio y que hoy en día se prioriza más al proveedor de contenidos que al canal. El nuevo canal es el influencer por decirlo de alguna forma, sobre todo con los más chicos calculo. Te pasará con tu hermana que sigue a un par de personas que no conocés o conocés por tu hermana, y que de repente un día debe decir "Qué boludo este que está haciendo esta cosa", pero de repente hizo el challenge la persona que ella sigue y dice "Vamos a hacer el challenge, tiene que salir y voy a etiquetar a tal, tal y tal". Entonces por lo menos hoy pasa más por influencers y por ese tipo de canales y no los canales formales.

**-Bien, perfecto. Esa es una gran teoría con la que estoy de acuerdo que es uno no sigue tanto el medio, sino al periodista. Cosas así. O escritores.**

-Sí, por eso te decía antes de Leuco.

**-Bien. Bueno, vamos a la sección...**

-A ver, esto se reduce a que vos puedas elegir. Claramente vos tenés un mismo influencer que habla en tres radios distintas y escuchás una, por decírtelo de alguna forma. Entonces tiene que estar disponible, si después solo tuvieras a ese influencer en tele, probablemente verías tele porque algo de esa persona te enganchó, algo te identificó. Tiene que ver con ese sentido de pertenencia. Pero si tuvieras opción de elegir, claramente por ahí te vas por tal radio que tenés más afinidad o por tal programa aunque el tipo aparezca en cinco radios y te caiga bárbaro el tipo, no escuchás cinco veces lo mismo.

**-Sí, es verdad. Esto es más de contenidos, por ejemplo, ¿qué ves más películas, series o documentales?**

-Películas.

**- ¿Y por qué te parece que ves más películas?**

-(Piensa). Calculo porque tiene un principio y un fin marcado y tiene una mayor posibilidad, eso es mentira, teiba a decir tiene mayor posibilidad de desarrollo, pero una serie también la pueden planificar entre tres a seis meses y producirla entre tres a series meses, por lo cual es mentira. No sé, me cierra más como formato. La serie puede estar muy bien hecha, normalmente tiene mayor posibilidad de contar, al igual que un libro, pero la película tiene un formato para mí bastante cerrado. de en una hora y media a dos horas y media, si bien hay películas más largas. Creo que el formato me convence.

**-Perfecto. ¿Y cómo elegís lo que vas a ver? ¿Tenés recomendaciones de críticos, leés críticas, conocidos, te recomiendan o investigás vos solo? ¿qué te pasa con eso?**

-Me sale *guts* en inglés. Instinto. Veo una película, veo si lo que la breve descripción que te pone Netflix me interesa o no, si me llama la atención la gráfica que muestra de portada y si alguna vez escuché algo o alguna recomendación, pero no leo críticas, a lo sumo escucho recomendaciones de amigos, pero tampoco me guío tanto por eso, porque suelo tener un gusto diferente.

**-Ok.**

-No mejor.

**-Bueno, la pregunta esta más o menos la respondiste, si le prestás más atención generalmente a la recomendación de conocidos o a la de los medios y por qué te parece que hacés eso.**

-La verdad que no leo ninguna crítica, no abro el diario Clarín y leo la sección de cine para ver eso. Eso lo hacía mi vieja. Las recomendaciones las tomo mucho con pinzas y suelo preguntar una recomendación. "Che, te recomiendo "Poco ortodoxa"". "Ok, ¿qué te gustó de la serie,

de qué trata? Contame un poco, convenceme. Yo no soy un "Te la recomiendo", "Dale, la voy a ver". Tenés que decirme por qué para ver si yo me enganchó por eso. Yo no consumo porque me digas "Está bueno". Puede estar excelente para vos y no tanto para mí, depende qué estés buscando ver o que te identifique.

**-Bien. Y si empezás una serie, no sé si verás muchas series, ¿sos de los que la terminan o si no te gusta, ya está, la dejás incompleta?**

-Lo suelo manejar por temporadas. Por ejemplo, algo que vi fue "Bojack", la vi entera. La vi bastante tranquilo igual pero la debo haber visto en seis meses, más o menos, un poco menos por ahí, cinco. Y otra que vi es "Mad Men", pero la dejé en la primer temporada. "Breaking Bad" también hace unos años, creo que fue una de las primeras series que vi, la dejé en el segundo capítulo de la segunda.

**-¿Qué pasó con "Mad Men"?**

-No sé, le di un cierre. No me engancharon tanto los últimos capítulos y creo que terminó bien la temporada. O sea, termina atrapante la temporada pero ya el desarrollo de los capítulos era, me ponía a mirar el celu. Probablemente la vuelva a agarrar en algún momento pero no me moría por seguir viéndola.

**-Bien. Y te iba a preguntar, ya que ves pocas, si te cuesta empezar a ver una serie. Porque hay algunos que lo ven medio como un compromiso, como "Bueno, vamos a ver esto", y otros que dicen "Vamos a probar, tiramos la caña de pescar y si pica, adelante".**

-Emmm. Tengo que creer que hay algo que me interesa de la serie para empezar a verla. Sí me ha pasado de empezar a ver cosas y ver que no me enganchó y dejarlo a los 15 minutos. Me habrá pasado dos o tres veces, pero no me molesta empezar algo y decir "Ok, lo intenté, no era para mí", y no es que le doy tres horas o dos temporadas de "Te juro que en la última se pone buena y vale la pena todo", esa me la habían dicho con "Bojack", "La segunda temporada está muy buena" y dije "Ok, vamos a darle una posibilidad", había visto un capítulo, no me interesó en absoluto. Dejé de verla, pasó un tiempo. Necesitaba ver algo corto mientras hago tal o cual cosa y lo puse de fondo. Terminé la primer temporada así y le fui entendiendo el humor, pero lo raro de "Bojack" era que no iba tanto por el humor, iba más por las observaciones agudas por decirlo de alguna forma, pero también lo curioso que tenía "Bojack" era que te deja un poco hecho mierda con esas observaciones a veces, y entonces por eso un poco la regulé. No es que vea capítulos todos los días, sabía que era como "Ok, pegó bajón la serie" y la habré cortado un poco en la tercer temporada, creo que a la mitad la frené un poquito. Tipo, de venir viendo dos o tres capítulos por día, todo ok, vamos a frenar, no hay que ver esto en la mitad de la semana o nos vamos a dar un corchazo.

**-Sí, a las dos de la mañana no hay que ver "Bojack". (Risas)**

-Es que está buena, es interesante, atrapa, pero tiene momentos muy bajón que ni siquiera es tanto por lo que pasa, pero la sensación que te deja es como que quedás muy bajo, y no quedás en un buen ánimo para otras cosas y es como "Hay manejarlo eso".

**-Y así, estás son medio ping pong, ¿cuántos días a la semana ves Netflix?**

-A la semana, uno o dos, como mucho.

**-¿Qué días?**

-No, diferente. Fin de semana no suelo mirar, por ahí un viernes y un miércoles, por decirte dos días al azar.

**-Perfecto. Y el día que más ves, ¿cuántas horas ves?**

-Más de dos no. Una película o dos capítulos de algo.

**-Bien. Y esto antes medio lo respondiste pero es para pensar qué te pasa con esto. Es si alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida.**

-Sí, a veces sí.

**-Bien, me dijiste por ejemplo Stranger Things. ¿Por qué te parece que seguías viendo capítulo tras capítulo?**

-Estaba buena, estaba enganchado. La verdad no tenía otras cosas que hacer porque sino suelo priorizar otras cosas y, no sé, un poco la serie me enganchó, era distinta, estaba buena, era de suspenso, no suelo mirar suspenso, estaba bien hecha. Recuerdo que la vi en un momento donde no hice mucho más ese fin de semana.

**- ¿Y qué es lo que te motivaba a seguir viendo?**

-Calculo que me atrapó la serie, estaba bien manejado el suspenso.

**-Perfecto. Y cuando dejás de ver varios capítulos, como esa vez, decías "Bueno, ya está" o tenés ganas de seguir pero bueno, tenés otras cosas que hacer, ¿qué te pasaba?**

-Eeh. Solía cortar más por el "Ya está".

**-Bien. Y esta es una pregunta culposa, si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer como estudiar, dormir, arreglar la casa, lo que sea, porque te quedaste viendo una serie.**

-No.

**-Un tipo responsable.**

-No, dejar de dormir no. Que me he acostado una hora más tarde sí, vi una serie. Pero no una persona que se comió la maratón de series que se fue a laburar el día siguiente o se durmió a las cuatro de la mañana, como conozco gente que lo ha hecho. Por eso no, culpa no. Me dormi una hora más tarde así como me hubiera dormido una hora más tarde si viera televisión.

**-Bien. ¿Cuál es tu género de cine y series favorito?**

-Y me identifiqué mucho con Sherlock y Dr. House. Así otras cosas que haya visto, vi Stranger Things, vi La Casa de Papel, vi Bojack, no sé, no noto un patrón muy común, si vos lo notás ayudame (risas)

**-Hay algo de policial o suspenso, o resolución de algo.**

-Sí, suele ser lo que más me gusta. Después cuando veo alguna película, suelo ver algo más light, algo más para pasar el tiempo, no sé, me sale el género comedia romántica pero no es lo que quiero decir. Algo más de comedia, alguna película, ¿cómo se llamaba esta? Viste el actor este Joaquin Phoenix del Guasón, justo antes de verla había visto una película en la que está él y Emma Watson. En la que él es profesor... No, no es Emma Watson. La que está en La La Land.

**-Emma Stone.**

-Emma Stone.

**- "Irrational man" se llama.**

-Sí, que está en Netflix y que él es profesor de filosofía. Es una comedia romántica con un trasfondo, no me quedo en la comedia romántica de minita...

-Bueno, te recomiendo "About time".

-Dale.

**-Bueno, quedan poquitas. ¿Qué te parece el sistema de puntaje de Netflix? Antes era con estrellas, cinco estrellas ponele, y ahora es algo distinto, no es tanto un puntaje sino que está basado en un porcentaje, sino como que para vos va a haber un 98% de similitud**

-Entiendo que la idea es hacerlo sentir personalizado así como Starbucks te pone tu nombre en el vasito. Yo siento que pierde un poco el valor, pero también antes sentía que las críticas de cuatro o cinco estrellas, etc, no estaban bien rankeadas, a veces. Sí solían estar bien rankeadas en las que eran todas cinco estrellas. Pero después del 4 al 2 había una distancia muy leve. O sea, esta te la recomienda todo el mundo, está bien, no vas a pifiarla, "Sherlock", "Breaking Bad", etc. Después tenías las que eran un cuatro, que era un dudoso cuatro estrellas, que podían ser un cuatro que era para un cinco o podían ser un cuatro que podía ser para dos y medio, y que de repente entrabas otra semana y tenía dos, y no sabías cómo pasó de ser algo muy bueno a no merecer estar en Netflix. Que también es contraproducente para Netflix, porque lo entiendo, es como decirte "Che, tenemos este contenido, pensamos que iba a estar bueno y de repente no le gustó a nadie". Pero las primeras 10 personas que la vieron en realidad no les corresponde este género porque no miran, películas de terror entonces es que está mal categorizada, y no lo deberían haber visto pero les pintó y le pusieron una calificación de mierda, y las personas a las que les gusta el terror no lo van a ver porque tiene una calificación de mierda. O sea esta bien manejado lo de afinidad...

**- ¿Entonces por qué decís que pierde valor el porcentaje que ponen ahora?**

-Porque no lo siento bien calificado, siento que tiene que ver más con qué tipo de películas mirás que con qué tan buena es la película. O sea, está bien, con guiarte si es el tipo de películas... O sea, debería ser una combinación de las dos dimensiones, no debería ser un "Qué tipo de películas mirás" y miro siempre comedias románticas, entonces te voy a poner la próxima película que tenga a Anne Hathaway.

**-Perfecto. ¿Vas al cine comúnmente y qué tipo de películas ves?**

-Voy al cine cuando voy con mis amigos. Y vemos la película que vean ellos. No voy al cine casi nunca.

**- ¿Qué ven? Viste que ahora hay muchas de acción, superhéroes...**

- A mí la verdad las películas de superhéroes mucho no me gustan. La de Spider-Man puse que la miro porque de chico me gustaba, pero ahora hay muchas, demasiadas ya. De los Avengers no había visto ninguna, pero un montón de amigos hablaron en Instagram que les había gustado y bueno, terminé yendo. Me miré un resumen de la anterior para no estar tan perdido, pero la verdad que estuvo muy buena.

**- ¿Y vas menos al cine ahora que tenés Netflix?**

-No, siempre fui poco.

**- ¿Ves películas online en sitios como Cuevana, PopcornTime, todas esas?**

-Vi Joker en su momento cuando salió, que no la fui a ver al cine y vi la de los Beatles, que eran dos que tenía ganas de ver y pintó. Pero en los últimos años no recuerdo haber visto películas truchas.

**- ¿Usás algún otro servicio como Cablevisión Flow, HBO Go, Amazon Prime Video?**

-No. Miro Netflix porque lo tiene mi hermana. Si alguien me dijera "Che, tengo HBO para prestarte", le pego una ojeada, no es fidelidad ciega. Y si mi hermana se sacara Netflix probablemente contrataría un servicio de streaming.

**- ¿Con quién ves películas? ¿Con tu hermana, con amigos, solo?**

-Solo. Si me junto con amigos, a veces vemos algo.

**- ¿Y cómo es eso de ver con tus amigos? ¿Recomienda alguno, tardan mucho en elegir la película?**

-Es divertido. Tardamos dos años y medio más que si la viera solo. A veces cuando nos juntamos en la casa de alguno vemos una peli, el tema es saber qué vamos a ver, somos 8 y estamos media hora para elegir.

**-Bien, ¿hacés otras cosas mientras mirás Netflix? Como mirar el celular, chatear, cocinar...**

-Sí, porque dijiste cocinar. Normalmente no miro el celular mientras veo una peli o una serie, lo dejo a un costado. Si de repente me empiezan a taladrar con mensajes miro a ver si pasa algo, pero normalmente me desconecto. Y para cocinar, sí pongo Netflix de fondo, pero es medio injusta la pregunta porque en realidad no estoy viendo Netflix, estoy poniendo algo de fondo que no sea música.

**-Está bien, ahí pasa a un segundo plano.**

-Sí, son dos funciones, de la misma aplicación.

**- ¿De qué países son las películas que mirás?**

-No tengo idea, pero ponele que Estados Unidos, Inglaterra, España y Argentina.

**- ¿Y qué opinás del boom de las series españolas y las películas?**

-No sé, yo el boom lo identifico más con la música por ahí, estoy escuchando mucha música española en los últimos años, Kanka, Pedro Pastor, varias bandas under de allá y, a ver, es una proximidad cultural que es incluso más cercano que Yankilandia pero que incluso Yankilandia lo venimos consumiendo hace años por lo cual es parte de nuestra cultura.

**- ¿Y qué hace que sigas viendo, que sigas enganchado con una serie, o a qué le prestás más atención? ¿Al argumento, a los actores, al género, a una recomendación?**

-No hay chance de que vea una película o serie si el argumento no me engancha. Para mí el argumento es fundamental. Me podés decir que está Benedict Cumberbatch, que me parece un gran actor en Sherlock, pero me decís que le sacás el argumento y para mí se cae todo. No puedo ver algo sin argumento, puedo ver algo que tenga fallas en el argumento, pero no sin argumento.

**- ¿Seguís las cuentas de Netflix en redes sociales? ¿O de actores o series?**

-Sigo más de músicos que de actores. De actores no, porque alguna vez seguí a alguna actriz de Millennials, una serie muy chota argentina, con tres pibas, la hija de Francella y seguí a una. Pero no cuenta.

**-Y luego de ver contenidos en Netflix, ¿qué hacés? ¿Leés críticas, leés la historia de la serie, ves entrevistas, hablás con amigos, escribís una crítica...?**

-Si compartí la serie con alguien la hablo. Pero normalmente o la recomiendo, o no la recomiendo. Y la charlo si alguien más la vio para compartir la opinión pero no pasa mucho más allá de eso. No leo críticas, no escribo nada, no sé si lo de escribir iba apuntado a si escribí un descargo yo, o si escribí una opinión en alguna red social o en algún foro...

**-Cualquier tipo de redacción.**

-No, no.

**- La última. ¿Cómo pensás que podría mejorar el servicio de Netflix? Puede ser una función nueva, contenido de algo que le falta, ¿qué te parece?**

-Agregando más contenido, más que nada películas. A ver, uno lo compara con las otras posibilidades. Lo bueno que tiene Netflix es el fácil acceso, lo malo es que después están las peleas entre las distintas plataformas sobre qué contenido propio tiene cada una y que manejan distintos contenidos para diferenciarse. No sé, por ejemplo, yo como me conecto con el Apple TV, lo primero que me aparece es la sugerencia de las cosas que están en iTunes, las películas,

que normalmente suelen ser películas ya de cartelera de cine, que te las venden. Claramente tiene otro precio, pero muchas veces yo veo una película y digo "Ok, dentro de tres meses cuando salga en Netflix la voy a ver". Pero de ahí veo qué cosas me interesan y qué no, tiene un trailer, y me pongo a pispear cómo es una película.

**-Perfecto, mil gracias.**

-A vos.

#### **A.5.5. Entrevista a Valentina (19)**

**- ¿Cuándo empezaste a usar Netflix? ¿O te acordás qué fue lo primero que viste?**

-Lo primero que vi no me acuerdo, seguramente películas. No me gustaban mucho las series. Y lo empecé a usar apenas salió porque mi abuela lo empezó a pagar y me lo pasó y, nada, pero cuando no era tan famoso. Creo que era 2014 o 2015.

**-Puede ser, hace bastante.**

-Era por ahí.

**- ¿Y qué es lo que más te gusta de la plataforma? Puede ser el contenido, las recomendaciones, que no tenga cortes, cualquier cosa.**

-Eso, que no tenga cortes. Que es muy fácil verlo y lo podés ver en cualquier lado. Yo hay veces que veo desde el celular, tipo si mi hermana está viendo la tele en mi cuarto ponele y me da paja prender la computadora, veo desde el celular y chau. Y no me tengo que poner a descargar como, tipo, las series que no están en Netflix que son muy nuevas o películas, las tengo que descargar y es un quilombo. Netflix ponés play y listo.

**- ¿Qué hacés, con Torrent?**

-Sí, descargo con torrent. Pero tardo, como que me tengo que poner a buscar, los subtítulos por un lado, dónde están los capítulos que quiero y es un quilombo.

**-Claro. Y al revés, ¿qué es lo que menos te gusta?**

-Que no haya cosas tan nuevas. Ponele yo soy muy fan de “Grey's Anatomy” o de otras series, que tipo las voy viendo al día. Y Netflix tarda al menos un año después de que termina la temporada en subirla. No se actualiza tan constantemente.

**- ¿Y qué hacés? ¿Aguantás o la ves por otro lado?**

-No, ponele “Grey's” la veo por otro lado. Pero el resto, quizás espero. Digo "Ya fue".

**-Como que tardan mucho en subir las cosas, te parece.**

-Claro, y otra cosa que me copa mucho son las series que están sacando ellos, o películas, tipo propias de Netflix. Que ahora hay un montón.

**-Sí, hay un montón, es una locura. Bueno es que para ellos la idea es pasar más que nada a tener contenido de ellos y poco de otros...**

-Claro, ahora sacan casi todo de ellos nada más, o compran un montón de series y las temporadas nuevas son de ellos.

**-Exactamente. Sí, porque todo lo otro se paga por licencias, para tenerlas.**

-Claro, tienen que pagar aparte.

**- ¿Y qué buscás cuando ves Netflix? No digo si buscás una película sino, lo tomás más como algo de entretenimiento, o querés ir a ver algo que te recomendaron, es un momento para vos para divertirte, ¿cómo es eso?**

-Como para relajarme y más que nada despejarme cuando estoy estudiando.

**-Claro.**

-Quizás no lo veo tanto como para entretenimiento, sino para distraerme un toque. Quizás hay algún día que sí, digo "Qué ganas de ver una película" y lo veo porque tengo ganas de ver eso. Pero por lo general es como que veo cosas que ya he visto quizás, pero como para distraerme un poco.

**-Perfecto. ¿Y en qué dispositivos ves?**

-Mayormente lo veo en la tele. Pero como comparto cuarto con mi hermana, hay veces que no quiero ver en el living, que están todos dando vueltas, entonces veo o desde mi computadora o desde el teléfono si es, tipo, un capítulo corto o algo así.

**- ¿Te ves una película en el celu también?**

-Si. No me molesta porque al estar acostada pongo el teléfono muy cerca no... Obvio, mucho más cómodo la tele grande, pero no me molesta verlo chiquito. Ponele mi papá me putea, me dice "¿Cómo lo vas a ver tan chiquito? Te va a hacer mal a la vista". Yo no lo siento incómodo digamos.

**-Claro. Bueno de toda la gente a la que le hice entrevistas, o no te jode o lo odiás. No hay término medio.**

-Claro, no hay punto medio. A mi no... O sea, obvio prefiero verlo en la tele grande pero no es que digo, "Bueno, no lo veo porque..." O también me acostumbré mucho cuando viajo, estoy en el auto, el colectivo, qué sé yo... Y lo puedo ver en el teléfono descargado, entonces ahí quizás ahí me acostumbré, no sé.

**-Ojo el manotazo.**

-Sí, que me lo choreen. O en la Facultad, yo que a veces curso todo el día y al mediodía tengo un rango de tres horas al pedo, yo veo también cosas descargadas ahí.

**-¿Cuántas horas ves cada vez que mirás? Más o menos, en promedio.**

-Tipo cada vez que me pongo a ver algo, ¿ponele? Trato de no estar mucho porque después siento que me empieza a doler la cabeza de estar tanto con pantallas, pero por lo general veré una o dos horas. Porque si veo una película, o si estoy viendo una serie, si me engancho, veo dos o tres capítulos. No mucho más que eso.

**-Bueno, algo me habías dicho antes y me quedó ahí boyando, ¿qué te parece que no tenga cortes? A nivel de la inmersión que podés tener en la serie o en la película, ¿qué te produce?**

- ¿Cómo que no se vaya pausando?

**-Claro, que no tenga cortes publicitarios.**

-Hay series que también las veo de YouTube, te digo el ejemplo por lo de las publicidades, no es que me moleste... O sea, me molesta el hecho de que se esté cortando todo el tiempo, pero no a lo que es la historia, ponele, no me molesta tanto. Es más cómodo, pero no me afecta en cuanto a la serie o película.

**-Perfecto. ¿Y tenés una lista de cosas para ver, es la lista de Netflix o es más una lista mental?**

-No, hay veces que me pongo a ver todo lo que hay, porque como te digo, muchas cosas son más bien viejas, quizás encuentro algo que me copa y lo marco, viste que tiene "Mi lista". Entonces voy agregando cosas ahí y cuando tengo ganas de ver una película, no me tengo que poner a fijarme todo Netflix y veo algo que ya marqué.

**- ¿Y la usás? Porque yo por ejemplo agrego pero no la uso al final.**

-Sí. Bueno, eso también me pasa. Es tan larga que tipo ya hay cosas que ni idea qué mierda eran. O cuando agrego series... Quizás lo que sí hago es ver las películas, pero las series por lo general quedan ahí si empiezo una, hasta que termino una ya no empiezo la otra. Excepto las que son cortas.

**-Claro. ¿Y ves televisión comúnmente, no Netflix?**

-No, tengo conversor en mi cuarto pero creo que lo sacaría.

**-¿Por qué te parece que no mirás tele?**

-Por lo general, las películas... Quizás veo el noticiero a la noche, o sea, no me pongo a ver el noticiero, pero sí está como que escucho pero no. No me pongo puntualmente a ver eso y las películas que pasan en la tele por lo general, como que ya las vi, son muy viejas. Y ahora, últimamente no hay ninguna novela que me enganche, como sí había cuando era más chica quizás, que me enganchara y decía "Bueno, todos los días a esta hora veo la novela". Como que ahora al tener Netflix u otras cosas para ver series, como que decís "Bueno, lo veo al tiempo que yo quiero, veo un capítulo atrás del otro" y no tengo que estar esperando para el día siguiente la novela, la serie o lo que sea.

**-Claro. Y si te pregunto si mirás más tele o Netflix, imagino que gana Netflix.**

-Sí, Netflix. No, la tele no la veo. Realmente no la veo. Ahora estoy viendo, pero porque me enganché con un programa que dan los domingos. Pero nada más.

**-¿Cuál? ¿"Bake Off"?**

-Sí, obvio (risas).

**-¿Se aprenden cosas?**

-Sí, son cosas muy complicadas. Quizás es una cosa que veo una vez por semana y lo dan una vez cada dos años, que sacan un programa así de cocina. No es algo que sea más normal.

**-Claro. Y bueno, si bien no mirás mucha tele, si yo te preguntara cuál imaginás que es el estado actual de la televisión. ¿Cómo la ves? Por ahí puede ser comparado con Netflix, ¿cómo ves la tele? ¿Cómo está hoy en día? ¿Es algo que está evolucionando, se quedó, qué te parece?**

-No, yo creo que se quedó porque lo ve más que nada, ponele, mi abuela, está todo el día pegada a la tele. Mis dos abuelas, están todo el día pegadas a la tele y no salen de eso. Todo lo que pasen en la tele, ellas lo ven. Todos los noticieros, los programas de farándula, todas esas boludeces, está ahí, sabe todo y la gente más joven creo que no le da demasiada bola. O quizás las cosas de la farándula y toda la boludez la ven por Instagram o por Twitter, como que no es tan necesario. Como que tenés otras maneras de informarte. Mismo los noticieros, te enterás todo por Twitter, Instagram o Facebook.

**-Hay algunos autores que hablan del fin de la televisión, como que en unos años no va a existir más, ¿a vos te parece que es así? ¿O va a seguir existiendo de alguna manera?**

-No, yo creo que va a seguir existiendo. Todo lo que son noticieros, todo eso para informarse yo creo que tiene que seguir estando todos los días. Lo que sí quizás, las películas o esto que te digo de las novelas que dan todos los días un capítulo, quizás eso ya no sea factible o, qué sé yo, rentable, porque la gente empieza a ver al hilo, digamos. Puede verlo todo seguido, a su ritmo. Pausar o ver tanto seguido.

**-Claro. ¿Y esa televisión del futuro cómo va a ser para vos?**

-No sé, yo creo que los noticieros seguirían y como que tampoco pueden estar 24 horas al día.

**-Ahora vamos a los contenidos. ¿Qué ves más, películas, series o documentales?**

-Series. Y películas de vez en cuando.

**- ¿Y por qué te parece que ves más series?**

-Yo creo que me engancho más porque las historias son más largas, entonces como que ponele un capítulo o dos equivalen a una película y como que te enganchaste ya, seguís viendo. Una película como que ya está, terminó.

**-Bien. ¿Y cómo elegís lo que vas a ver? ¿Con recomendaciones de conocidos...?**

-Sí, elijo con las recomendaciones, de conocidos no tanto pero las que te aparecen viste el porcentaje de "Para vos". En eso mucho. Con lo que voy viendo, poniendo estrellas, qué sé yo, así el algoritmo, no sé cómo se maneja eso, te recomienda lo que a mí me gusta. O si veo algo que no me gustó trato de ponerle dedito para abajo y así no me recomienda cosas así.

**-O sea le prestás más atención a eso que a recomendaciones de conocidos, ¿por ejemplo?**

-Sí, porque mis amigas ven series que no me copan. Tipo que me aburren mucho (risas). Tipo Gossip Girl, todas esas series me aburren demasiado (risas). O películas tipo comedias

románticas, eso me aburre demasiado y veo más de ciencia ficción, que a mis amigas no les copa.

**-Claro.**

-Quizás mis amigas se recomiendan entre ellas y yo les digo "No, yo la vi, me parece un embole".

**-Y recomendaciones de leer críticas, cosas así...**

-No, eso no. O sea, no me pongo a investigar recomendaciones, no. Quizás si veo a alguien que sube una foto en Instagram con una serie, digo "Uh, a ver esto" y me pongo a buscarlo, pero sino no.

**-Qué haces entonces, lees así la sinopsis y te mandás de una o googleás antes.**

-Sí. No, leo lo que está ahí.

**-Y elegís.**

-Y series por lo general me ha pasado que veo uno o dos capítulos y me aburre y ya no la sigo.

**-Bueno, esa era una pregunta que te iba a hacer después. Si empezás una serie, ¿sos de los que la terminan o la podés dejar?**

-No, si me aburre, me aburre. Pero hay series que sé que tenés que esperar a cuatro, cinco capítulos para engancharte. Pero no, no lo espero, si me aburre, me aburre y chau.

**-Claro. ¿Y te cuesta en este sentido empezar a ver algo? Porque algunos lo ven como un compromiso...**

-No, empezar no. Porque ya sé que si no me gusta, no la sigo.

**-Y volviendo un poco a cuánto, ¿cuántos días a la semana ves Netflix?**

-Ahora quizás veo todas las noches, pero generalmente cuando tengo que ir a cursar, veo viernes y sábado, ponele, o domingo. Pero días de semana no. Excepto que esté muy enganchada con algo particular en el momento. Por lo general no, porque no tengo tiempo.

**-Claro. Y el día que más ves, ¿cuántas horas ves?**

-Como mucho cuatro o cinco. Hubo un día que me vi toda una temporada seguida. Cuando salió La Casa de Papel, estaba completamente al pedo, la vi toda en un día, pero bueno, eran seis o siete capítulos.

**-Bueno, la siguiente es más o menos eso, si alguna vez viste tres o más capítulos seguidos...**

-Sí.

**-¿Es normal en vos?**

-No, no es lo normal pero sí lo hago a veces. El fin de semana ponele.

**-Ok. ¿Y por qué te parece que seguís viendo capítulos tras capítulo? Más allá de la cuarentena, que tal vez tenés más tiempo.**

-Porque me pasa que me engancho mucho, ponele con esta serie que te digo, que como que necesitaba saber cómo iba a terminar y por lo general viste que te terminan cada capítulo... Como que te lo terminan para que vos tengas que seguir viéndolo, ¿entendés? Ahora estoy viendo una serie, que ya la vi en realidad, que no pasa eso. Como que cada capítulo son historias distintas, y no termina con la intriga de qué va a pasar en cada capítulo.

**- ¿Cuál es?**

- "Grey's Anatomy". Ya la vi pero la estoy viendo de nuevo, pero son como historias en cada capítulo y no te dejan con la intriga. Quizás en los cierres de temporada sí, pero sino no.

**-Igual hay como un hilo conductor, ¿no?**

-Sí, un hilo entre ellos, pero cada capítulo son pacientes distintos, historias de los pacientes distintas. Pero entre ellos, los protagonistas, sí hay un hilo.

**-Es una serie que la tenías que ver en su momento, porque ver de una 15 temporadas, no sé cuántas son...**

-Claro. Bueno, yo hasta la nueve las vi así tipo una atrás de la otra. Pero a partir de la diez, ya la fui viendo al día, cuando iban saliendo.

**-Claro. Son re fanáticos los de "Grey's Anatomy".**

-Sí (risas). Ahora terminó la 16 y no se sabe cuándo va a salir la 17.

**-Y cuando dejás de ver mucho seguido, ¿cómo te deja eso? ¿Tenés ganas de seguir viendo más? ¿O decís "Bueno, no, ya está, cortémosla"?**

-Por lo general, me engancho con una serie y digo tipo "Estoy con esta serie y punto". Y si terminó esa busco algo para seguir el hilo de nuevo, ¿entendés?

**-Pero yo digo, cuando ves mucho seguido, que ves tres, cuatro capítulos seguidos, decís "Bueno, ya está" o todavía tenés ganas de más pero sabés que tenés que ir a hacer algo...**

-No, si tengo que hacer algo, voy a hacer algo. Pero no es que estoy constantemente pendiente de que tengo que seguir viendo. No es "Tengo que seguir viendo", sino que cuando tenga el momento seguiré viendo.

**-Claro. Y esta es una pregunta medio culposa, si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer para ver una serie. Por ejemplo estudiar, dormir.**

-No, no.

**-Muy responsable.**

-Quizás tengo cosas que hacer pero es algo que no tengo que hacer ahora. Digo "Bueno, ya fue, lo hago mañana", y me quedo viendo eso, pero porque no tengo ganas de ponerme a hacer otra cosa tampoco. Pero algo que tenga que hacer en serio, no. Tipo si lo tengo que hacer en el momento, no.

**-Muy bien. ¿Cuál es tu género de cine y series favorito?**

-Ciencia ficción, más que nada en películas. En series un poco de todo.

**- ¿Por qué esos géneros?**

-No sé, siento que me entretiene más. Porque el resto de las películas, tipo si es una comedia pero no hay tantas comedias ahora no románticas, y ese género me aburre demasiado. Ponele, el terror no puedo verlo, drama tampoco, como que no me entretiene.

**- ¿Y qué tiene la ciencia ficción que es distinta?**

-No sé, qué sé yo, me divierte, más que nada. Como que me dan ganas de seguir viéndolo, no como otros que digo "Qué embole". Quizás porque es algo distinto... Es como más raro todo lo que pasa...

**-Claro, más diferente a la realidad... Bueno, algo me hablaste antes, viste que Netflix usaba lo de las cinco estrellas y ahora tiene un porcentaje. ¿Qué te parece? ¿Te gusta más eso, que vuelvan las estrellas?**

-No me acuerdo cuándo era lo de las estrellas la verdad, porque antes no usaba lo del porcentaje, sino que me ponía a leer todo, cada película me ponía a leer de qué era, pero lo del porcentaje me parece práctico, digamos. Igual hay veces que una película te dice, no sé, 70 u 80% para vos, y la veo y digo "No, esto no". No era para mí.

**-Sí, generalmente viste te pone 95% y bueno, vamos.**

-Claro. Pero por lo general, si es algo medianamente alto, como que tampoco es.

**-Como que le pifia, si no es 96% ya no está bueno...**

-Claro, tiene que ser más de 90% sino no.

**-Sobre redes sociales, ¿seguís las cuentas de Netflix?**

-En Twitter la sigo, lo que van sacando todos los meses o cuando se va a estrenar una serie nueva que quiero ver, los horarios y todas las boludeces lo veo. Igual al pedo porque siempre son a las tres de la mañana pero bueno.

**-¿Y alguna de personajes o cuentas de actores seguís?**

-No, de actores no. De "Grey's Anatomy" sí, de actores no.

**-Bien. Y luego de ver el contenido en Netflix, ¿hablás con alguien, ponés algún comentario en algún lado, leés una crítica o nada?**

-Por lo general las series que son tipo las que salen, no sé, La Casa de Papel, las que están saliendo ahora, que todo el mundo se pone a verlas, quizás sí. Pero hay otras que no, como que la mayoría de la gente no las vio o mis amigos, quizás busco en internet "¿Qué significa X?" o cosas así, o cuando estrenan la próxima temporada, pero no.

**-Las teorías conspirativas de las series.**

-Claro, eso. (Risitas). O explicaciones de frases que digo "¿Qué mierda quiere decir?" este.

**- ¿Usás las redes sociales para encontrar recomendaciones, ver trailers, comentarios de una película?**

-Ver tráilers quizás cuando sale una temporada de algo que ya vi, una temporada nueva, me entero de que va a salir y ahí sí veo el tráiler. Pero sino no es que me pongo a buscar recomendaciones específicas, como de ciencia ficción, no hago eso.

**-Claro. ¿Vas al cine comúnmente?**

-Sí, me encanta ir al cine.

**- ¿Y qué tipos de películas ves?**

-De todo un poco. Por lo general son de ciencia ficción. Voy con mi papá y mi hermano, y sino suelo ir mucho con mi abuela, que también le gusta mucho ir al cine. Si son de comedia o no sé.

**-Mirá vos. ¿Y vas al cine menos desde que usás Netflix, te parece?**

-No, debo ir igual, porque las cosas que se estrenan no las puedo ver en Netflix. O sea no espero a que estén en Netflix y dejo de ir al cine por eso. Quizás alguna la quiero ver pero el trailer no me copa tanto y digo, bueno, espero y en tres meses la descargaré de algún lado, qué sé yo. Pero por lo general no, voy al cine.

**-Bueno del otro lado son los sitios tipo Cuevana, PopcornTime, ¿usás eso?**

-Sí, uso para descargar esas series que te digo que veo, tipo, salen los jueves y yo los sábados las estoy viendo.

**- ¿Cuáles?**

- "Grey's Anatomy" y la veo en Pelispedia, Cuevana, depende cuál la suba primero.

**- ¿Y le ves alguna ventaja comparado a Netflix a esos sitios?**

-Solamente eso. Que lo suben todo antes, pero tenés que ponerte a descargar y toda la cosa.

**- ¿Y alguna desventaja?**

-Eso. Que tenés que ponerte a descargarlo y que quizás se te llena de virus si no lo sabés hacer.

**- ¿Usás algun otro servicio, como Cablevision Flow, Amazon Prime Video, HBO?**

-Tengo el de Amazon, que lo paga mi abuela, pero lo puso hace dos meses y todavía no vi nada. Las cosas que quise ver, que no estaban en Netflix, tampoco están ahí. Por costumbre en realidad, veo directamente Netflix. No me pongo a ver...

**-Bueno, yo vi una que se llama The Boys, de superhéroes y yo qué sé. Tiene una vuelta de tuerca interesante.**

- ¿Está ahí en Amazon?

**-Sí.**

-Bueno, es que en realidad hace un par de meses me puse la prueba y todo lo que quería ver me decía "No está disponible en tu región". Pero ahora hubo como un relanzamiento y hay muchas cosas más disponibles supuestamente. Yo la vi cuando mi abuela me dijo "Bueno, tomá la contraseña", pero nunca me puse a ver qué había de distinto. Busqué una o dos series que quería ver puntualmente pero tampoco estaban ahí, entonces nada.

**- ¿Ves películas con amigos? ¿Se juntan así con amigas y ven alguna película a veces?**

-No, por lo general no. Si vienen amigas a dormir o estamos yendo a dormir, quizás ponemos algo de fondo, pero no es algo que digamos "Tengo ganas de ver tal película" y prestamos atención.

**-Claro, no se sientan y...**

-Claro, no es que nos sentamos y prestamos poca atención a lo que está pasando. Quizás nos ponemos a hablar y dejamos algo de fondo, o algo que ya hayamos visto, pero, por lo general no.

**-Claro. ¿Y mientras mirás Netflix hacés otra cosa? Como chatear, cocinar, no sé...**

-Depende la serie. Porque hay series que si dejás de mirar un segundo ya no entendés un carajo lo que está pasando, o ponele esta Grey's Anatomy que se entiende, aparte que ya la vi. Pero se va entendiendo. Estoy viendo Peaky Blinders también y dejás de ver dos segundos y te perdiste la mitad, no entendés nada.

**-Aparte con el acento ese de los Peaky Blinders...**

-Claro, es depende lo que estés viendo. Y depende las ganas que tenga de ver eso también. Quizás miro algo de fondo, para irme a dormir y, nada, estoy con el teléfono, y la película ahí de fondo que ni idea.

**-Claro. Como que hay contenidos y contenidos...**

-Claro.

**-O sea, una película también, a veces la dejás de fondo y otras veces...**

-Claro. Quizás quiero ver esa película en serio y no estoy con el teléfono. O sí, quiero hacer algo con el teléfono, pongo pausa y después seguiré viendo la película.

**-Viste que hay muchas cosas de programas de cocina, o documentales...**

-No, de cocina no. Documentales sí he visto, pero quizás para chusmear de qué se trataba y quizás nunca los seguí.

**-Claro. Bueno, la última es, ¿cómo te parece que podría mejorar el servicio que brinda Netflix? Puede ser una función nueva, contenidos de algún lado...**

-Lo único que no me copa de Netflix es eso, que si tardan en subir las cosas. Obvio quizás no depende de ellos. No pueden comprarle a, te digo Grey's porque es la que yo tengo así fresca, que tardan un montón en subirla. Tardan dos años en subirla y bueno, ya está, ya la vi en otro lado. Como que suben cosas quizás ya viejas, la mayoría de la gente ya vio. O películas que yo como soy mucho de ir al cine, ya las vi en el cine.

### **A.5.6. Entrevista a Franco (22)**

**¿Cuándo empezaste a usar Netflix o qué fue lo primero que viste?**

-Hace un año. Y lo primero que vi fue “Taxi Driver”.

**-Gran película.**

-Sí, tenía ganas de ver películas y como recientemente mis viejos habían instalado Netflix y todo, en ese momento que era un muy buen sitio para ver todas las películas que nunca había visto y que siempre quise ver. Arranqué bastante bien, viendo “Taxi Driver” y después me parece que la otra que vi fue... No me acuerdo pero era otra gran película. Y al final bueno, no fue un sitio en el que haya muchas películas...

**-Claro, de esa época no hay tantas.**

-No, le saqué la ficha que era más para series. O sea, vi “El Padrino 1” también ahí, me acuerdo, en aquella época.

**-¿No la habías visto nunca?**

-Completa, entera no. La había visto cuando era muy pendejo y después... Y hay una más que me estoy olvidando pero bueno, ya me acordaré. Ah, “Perros de la calle”, ahí me acordé.

**-Tiene algunas escenas buenísimas esa película. Como toda la escena de si dan propina o no. Mr. Pink. ¿Qué dirías que es lo que más te gusta de Netflix?**

-Creo que lo que más me gusta de Netflix es su accesibilidad básicamente. Que no tenés que bajarte ningún tipo de programa o aplicación, o preocuparte por cuestiones de virus. No que simplemente vos te hacés cliente del servidor, hay algo y ya está. Como esa inmediatez digamos. Me parece bastante práctico, o sea, que pagás una cuota mensual bastante tranca para mí.

**-Eso te iba a preguntar, la relación precio/calidad, ¿te parece buena?**

-Qué sería el precio?

**-El precio de lo que pagás.**

-Pasa que lo pagan mis viejos así que yo no estoy al tanto, pero por lo que me dicen ellos es bastante barato.

**-Y lo que menos te gusta?**

-Y lo que te decía antes, me gustaría que haya más películas. O sea, me gustó mucho la producción original de Netflix, calculo se va a venir más grande. Pero sí me gustaría que haya más películas, tanto clásicas como de culto. Entiendo que está focalizado en las series, que hay un montón, pero si tuviese más películas sería un golazo. Porque recuerdo que he visto varias películas o tenía ganas y al día siguiente las bajaban. Harry Potter por ejemplo.

**-Bueno, eso es un tema de derechos. Tienen los derechos por un determinado tiempo. Como el derecho de transmisión sería. Ya que hablás de contenido, ¿contenido argentino te gustaría ver o sos más de ver otras cosas?**

-No, me gustaría ver... Vi mucho "Los Simuladores" por ejemplo. "El Puntero" también creo que está en Netflix, yo no la vi. Sí, yo re banco que haya contenido argentino. Me encantaría básicamente por esto que te digo antes. Si vos te podés sentar y ya lo tenés ahí, buenísimo.

**-¿En qué dispositivos ves Netflix?**

-En la compu.

**-¿Cuántos días mirás a la semana en general?**

-Creo que tres. En el finde, viernes, sábado y domingo. O un día de la semana y sábado y domingo

**-¿Cuántas horas ves cada vez que usás Netflix?**

-Dos horas aproximadamente.

**-¿Y el día de la semana que más ves Netflix, cuántas horas ves?**

-Tres. A menos que esté super enganchado con algo, pero sino digamos tres.

**-Bien. ¿Qué buscás cuando ves Netflix? Puede ser que estás aburrido y querés ver algo, otras veces vas a algo directo, otras te ponés a buscar a ver qué hay, es una forma de pasar el tiempo, es una forma de entretenerse. ¿Qué es para vos Netflix o por qué usás Netflix?**

-Y yo generalmente uso Netflix bien a la noche, cuando estoy al pedo entre comillas o por ahí no tengo ganas de hacer nada y necesito entretenerme viendo algo, antes era escuchar música o ver documentales, ahora de repente tenés un portal donde tenés una serie a disposición y cuando tenés ganas de desenchufar para terminar ese día. Cuando estoy viendo alguna serie ahí veo bastante Netflix, sino entro cada tanto. Son momentos y momentos. Me molesta estar buscando mucho por lo que hay, prefiero ir directo a una serie y empezar a verla. Por ahí veo un par de series al mismo tiempo, como una más seria tipo "Peaky Blinders" y después una comedia como "The Good Place", para pasar el rato.

**-Lo usás como una forma de desenchufarte...**

-Sí, el tema es que de repente podés estar cuatro horas viendo un capítulo de diez a dos de la mañana y ahí ya se te fue... Ese es el tema. Generalmente lo que veo son series porque es lo que más hay en Netflix.

**-O sea, ¿sos de ver algo directo o decís "A ver qué hay" y buscás?**

-No, no digo que nunca lo hice, pero lo he hecho muy poco. Soy generalmente de buscar cosas bien específicas.

**-Ah, vas a la serie, la buscás.**

-Sí, o ponele que de repente justo entro con intenciones de ver algo y me topo con otra cosa, me pasó recientemente que creo que abrí Netflix para ver "Bojack Horseman" o no sé qué cosa, y me encontré en primera plana con un documental de Quincy Jones.

**-No lo vi todavía, ¿está bueno?**

-Está bárbaro. De repente si me tira alguna recomendación y me interesa obviamente que la veo. Salió una película de Mogwli, me llamó la atención pero en general, cuando entro a Netflix soy más de buscar cosas específicas. Si tengo ganas de ver una película pero no sé cuál, ahí empiezo a buscar. "A ver si está esto..., qué puedo ver en este sector", así. Creo que así de esa manera encontré "La sociedad de los poetas muertos", buscando. Y ahí me acordé que mi viejo me había hablado de esa película y sí. Pero soy más de ir a lo específico creo, porque no soy tanto de mirar demasiado.

**-Y tenés una lista de cosas por ver, viste que está lo de "Agregar a mi lista".**

-No, la verdad que no. Como tampoco soy taaan regular en Netflix. Ahora estoy viendo "Bojack Horseman", la estoy por terminar y después no sé qué es lo que veré. Después creo que voy a ver "Vikingos" porque ayer me enteré que está la quinta temporada así que iré con eso.

**-En vez de ponerlo en la lista de la aplicación, manejás una lista mental, por así decirlo.**

-Exactamente. De hecho lo de "Mi lista" de Netflix, como que mucha idea no tenía.

**-Hay una funcionalidad de esas. Ahora pasando a otro tema, viste que se dice que Netflix le ha ganado bastante terreno a la televisión. En canales de cable que están sufriendo, por el avance de Netflix y esto de poner una temporada un día en vez de tener que verla, no sé, todos los viernes a las diez de la noche, entonces mi pregunta es sobre la televisión. ¿Ves televisión comúnmente?**

-No. Desde que me fui a vivir solo sobre todo no.

**- ¿Tenés televisión?**

-En la casa de mis viejos sí, en mi casa no tengo televisión. Pero cuando estaba en lo de mis viejos, no veía mucha tele. Así que si tuviese una tele, de hecho mi vieja puso una tele en mi cuarto y yo la usaba muy poquito. Una vez que tengo la compu es como que, o usaba YouTube o ahora que está Netflix, con más razón, ¿entendés? Digamos que ahora, como decís vos, uno puede elegir cómo lo quiere ver y cuándo lo quiere ver, y qué quiere ver a pesar de que no esté ahí en Netflix. Pero sí, uso más la computadora que la televisión, o si uso la televisión es más que nada...

**- ¿Y por qué decís que no ves televisión, por qué te parece?**

-Creo que un toque es lo que te digo recién, porque en la televisión vos un toque dependés de lo que te ofrece. En cambio, ahora tenés más opciones para vos elegir cuándo y cómo lo querés ver. Obviamente que también estás limitado a las opciones que te da Netflix y todo, pero vos podés ser más partícipe de lo que querés ver sin tener que depender de horarios o, de repente,

tenés ganas de ver algo y no está en la tele, ¿entendés? En cambio si vos lo querés ver ahora lo ves ahí.

**-Muy bien. Y si tuvieras que opinar, más allá de que no mires mucho. O esta es la pregunta, cuando ves televisión, ¿qué ves?**

-(Piensa). Noticias claramente. O a veces si no anda Netflix uso la televisión o sino hago más zapping, ahí sí. Y de repente si me encuentro con algo que no esperaba encontrarme termino viendo algo.

**-O sea es un zapping medio con información porque tenés la guía.**

-Sí, exactamente. Va más por eso. Generalmente también en la televisión me engancha con “Los Simpsons” y a veces “South Park” también o “Padre de Familia”. Eso es lo que más veo. Y canales de música. Pero muy poco. Uso muy poco la tele.

**-Hay algunos autores que hablan del fin de la televisión, dicen que como que en algunos años no va a existir más la televisión porque dicen que es un medio medio viejo, obsoleto.**

-Sí, escuché algo.

**-Para vos, ¿qué te parece? Va a seguir existiendo la televisión, en algún momento en el futuro no va a existir más...**

-Qué buena pregunta (risas). En los últimos tuve esta discusión con muchas personas y para mí la televisión, o sea Netflix, YouTube, es una extensión de la televisión de alguna manera. O sea, me parece que la cuestión va a ir más por el lugar de que la televisión va a ser pensada de distinta manera, no que va a dejar de existir. Porque vos cuando estás viendo algo por una pantalla, ya para mí eso es televisión, ¿entendés? A mi modo de ver... Yo creo que no van a existir tantos canales, si querés, o cadenas que te ofrezcan cosas sino más empresas, que de alguna manera terminan siendo canales, pero en vez de haber una programación vos podés armarte tu propia programación de manera más doméstica en cuanto a lo que tenés para ver ahí. Yo creo que el noticiero es algo que no va a dejar de existir.

**- ¿Y va a haber algo más?**

-Los deportes, por las noticias. Porque sinceramente la gente ve más las noticias que leer el diario entonces como que eso no va a dejar de suceder. Empezando por ahí. Entonces eso ya a la televisión le suma un par de puntos. Por otro lado qué sé yo, todos los programas tipo Encuentro, Fox, tienen todos sus programas también en Internet. Lo podés ver desde ahí. Podés conectar tu computadora a la tele y ya estás con eso, para mí es tele. Simplemente que quizás no va a dejar de existir esto de la televisión de control remoto, no de una manera de hacer zapping sino más programado. Que vos te armes esa programación. Si Netflix va a ser el medio que reemplace eso, no lo sé. O sea, para mí Netflix es uno de los medios que está junto con YouTube, junto con los canales que te decía recién que hacen eso (de subir sus programas a su propia plataforma de streaming), pero Netflix está pisando muy fuerte ahora. Y sí, la televisión como la pensamos ahora va a dejar de existir para mí o va a dejar de tener el mismo peso que tenía antes, pero la televisión como medio, como contenido, para mí no. Porque ver Netflix es ver tele, para mí.

**-Muy interesante. En esta idea de la tele medio programada, o sea, ¿cuál sería la diferencia con Netflix? Porque básicamente es, por lo que decís vos es, van a estar los programas y vos lo vas a poder ver cuando lo quieras ver. Va a ser una cosa como internet, o el cable va a seguir estando.**

-Netflix es internet. Entonces va a ser más que nada por interés.

**-Es una tele muy parecida a Netflix.**

-Sí, yo diría que va a ser así, por internet. Yo no sé si el cable va a dejar de seguir existiendo, sinceramente.

**-Viste que tenés Cablevision Flow, que es por cable.**

-Sí, sí, sí.

**-Que podés elegir el programa y lo ves a la hora que querés.**

-Sí. Y es una buena pregunta esa. Yo creo que va a ser más que nada por internet, más que por cable.

**-Y vas a poder elegir los canales que querés, y decir "No, estos no quiero y yo quiero estos". ¿La tele que querés vos te la armás vos?**

-Sí, en base a programas más que en canales, para mí. Más en contenido que querés, cosas que querés ver. Por decirte una boludez, si de repente lo querés ver a Jorge Rial, pum, Jorge Rial, no pongo América. Como que para mí va más por ahí el flash. O sea yo lo veo por ahí. Después obviamente las empresas están más allá de tu poder entonces siempre encuentran una manera de permanecer, pero sí va a ser más programado, salvo los noticieros que tenés que estar al día todo el tiempo, ¿entendés?

**-Claro, el vivo.**

-Sí, el vivo. Como decís vos. Después por ahí a la gente también le chupa un huevo ver un recital, un espectáculo en vivo una vez que está grabado, pero en cambio una noticia pasa aquí y ahora, ¿entendés? No va a pasar nunca más.

**-Noticiero y los deportes, ponele, ya está.**

-Claro, los partidos también.

**-Ya pasando a lo que ves, más que tu opinión sobre el medio y demás, ¿qué ves más, películas, series o documentales?**

- ¿En Netflix o en general?

**-En Netflix.**

-En Netflix lo que más hay son series. Entonces ya por default, veo más series. O sea, cuando arranqué con Netflix lo quería usar más como medio para ver películas. Y series como algo de

soporte a ese consumo, pero mi idea era ver películas. No hay muchas películas o por lo menos películas que a mí me interesen. Entonces como que ya me hice la idea de que Netflix es un medio para ver series. Me preguntás también ahora "Vos cuando buscás una película, ¿cuál es el primer sitio al que vas? A Netflix. Por esto que te digo, como que sé que lo puedo tener ahí al toque y no tener que hacer toda una movida para ver la película, ¿entendés?"

**-Es muy importante para vos la accesibilidad.**

-Para mí, sí. Que soy una persona que no maneja bien la informática, es muy importante. Para mí es lo mejor de Netflix.

**- ¿Usás Cuevana, esas páginas así? ¿No?**

-No.

**- ¿Y dónde ves películas online?**

-No las veo. O las busco un toque y cuando ya veo que empiezan a aparecer cosas es como que me da paja o tarda mil años en cargarse, bueno, no las veo. Es un problema que tengo (risas).

**-Obvio. Cada uno con lo suyo. Entonces ahí un Torrent, por ejemplo, ¿no te bajás?**

-No, no sé cómo funciona. Perfecto.

**-Entonces ves más series, ¿no? ¿Y cómo elegís lo que vas a ver? ¿Vas por recomendación, por interés propio?**

-Generalmente por recomendación de familia o amigos, o sea, fue tipo de repente "Che, fijate esto que está bueno", "Dale pelota a esto que está bueno" y si eso me llama la atención, bueno, un día voy y chusmeo y le doy una oportunidad. Y ahí depende de si me engancho o no, ¿entendés? Tiene que ver más con recomendación.

**-Bien. ¿Leés críticas así en diarios o páginas de internet?**

-Muy poco. Solamente si una serie me engancha mucho recién ahí.

**-¿O sea leés posconsumo sería?**

-Exactamente.

**-Mirá. Entonces la recomendación tuya es de conocidos, familiares o amigos. No tanto de críticos especializados.**

-Casi que no. A menos que de repente todo el mundo diga "Esta es LA serie que está...", pero no. Directamente no.

**-Claro. Y ya que hablaste de series, si empezás una serie, ¿sos de los que la terminan, dicen "No, ya la empecé, vamos", es medio un compromiso, ¿la seguís o no dudás en dejarla si no te gusta? La temporada dos no te gustó, la dejás, ¿qué te parece?**

-No, generalmente si una serie me engancha le doy para adelante, hasta el final.

**-Aunque después en la temporada cuatro baje la calidad seguís, ¿te parece?**

-(Piensa). Yo creo que soy un toque más de ese palo, sí. A menos que sea una cosa que ya me supere, solamente me pasó con "Mad Men", que me parece una muy buena serie, pero no es porque haya bajado la calidad sino porque creo que requería un esfuerzo de concentración tal que tenía que estar al 100% para verla completa, ¿entendés? En cambio otra serie como "Vikingos", que es más light, de repente si la temporada bajó la calidad bueno, ya estás como muy enganchado con el flow de la serie por decirlo de alguna manera entonces. Y me pasó también con "Merlí", la segunda o la tercer temporada no fueron muy buenas como la primera pero la querías terminar, como para sacártela de encima.

**-Entonces, ¿qué te parece? ¿Que empezar una serie es medio un compromiso o si no te gusta el primer capítulo decís "Chau"...?**

-No, si no me gusta el primer capítulo, no me gusta la serie. Si de repente me empieza a enganchar de entrada, bueno, depende del nivel de enganche que tengas. Pero sí, yo soy de esas personas que una vez que están muy enganchadas con algo y se compenentran con la serie y con los personajes y todo, después es como que sí sigo viendo. Te digo lo que me pasa a mí. Como que le doy para adelante, no es que lo pienso tampoco, es como que se da así, ¿entendés? Es como que también se te termina volviendo una actividad del día tuya y la hacés más por rutina también.

**-Y te parece que, o sea, para empezar una serie lo pensás mucho o decís "Bueno, ya está, me la recomendaron, la veo"... Porque una serie viste si tiene cinco temporadas, tal vez decís "Upa, son cinco temporadas"...**

-A mí eso en general no me asusta porque sé que lo puedo hacer. Yo sé que en un día si estoy al pedo puedo ver cuatro capítulos, ya sería demasiado, pero como que también dejo que la serie me enganche, ¿entendés? Me pasó ponele, mi prima me recomendó una serie que se llama "The End of the fucking world", y vi dos capítulos y no me... Es como que ahí digo, bueno, si no me engancha de entrada, no sé si estoy para ese compromiso de... Porque yo también a las series en general las veo así, como algo para... Como un espacio. A menos que sea una serie que no tengas que seguir un hilo conductor y podés ver de a capítulos, como Los Simuladores, por ejemplo. U otra pero como que también es eso, la serie puede mantener un hilo conductor y mantener tu interés, buenísimo, si ya los dos primeros capítulos no me engancha y tengo que ver toda una serie como para entender entonces como que me da un toque de paja ya ahí.

**-Vos que hablabas de cuatro capítulos seguidos, una pregunta era si alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida.**

-Sí, por supuesto.

**-¿Es algo común en vos esto?**

-Sí, tengo períodos. O sea, no soy un consumidor acérrimo de series pero cuando he tenido rachas de verme una semana entera una serie entera y por ende cuatro capítulos o dos temporadas. Me pasó con Avatar, ponele, que estuve menos de un mes, viendo las tres temporadas, cuatro o cinco capítulos por día así.

**-¿Son de media hora, no? ¿Has visto también de una hora?**

-Sí, he visto. Vi otras series pero he visto.

**-¿Por qué pensás que seguís? Y un capítulo más, un capítulo más...**

-Yo creo que también hay muchas series que te la dejan picando. Es muy cliché lo que voy a decir, pero es como que tenés ganas de seguir un toque a ver como "Che, me quedé con la duda, ¿qué pasó acá?". Tengo un ratito más, bueno, vamos. Hasta que el tiempo te termine, o sea, hasta que la realidad te pega, ¿no? Pero si de repente estás con ganas de ver cómo se resuelve la situación que te deja el capítulo anterior, bueno, vas. A veces también pasa que de repente, bueno, me voy a dormir. Y lees la descripción del capítulo siguiente y es como "Epa, me gusta".

**-¿Lo hacés generalmente a la noche? ¿Lo dejás para el fin de semana? Esto de ver varios capítulos seguidos...**

-Generalmente lo hago a la noche porque estoy más al pedo. Ahora, si estoy de vacaciones, como pasó el año pasado con Avatar, en cualquier momento del día. También en el desayuno veo series. No puedo ver cinco capítulos seguidos porque se me va a ir todo el día (risas). Ya no es más el desayuno.

**-El desayuno más largo de la historia.**

-Claro. Viste pero, ponele, me levanto y mientras desayuno, o leo el diario y después me veo un capítulo de algo, o unos minutitos de algo.

**-Ah, llegás a cortar si dura una hora...**

-Y sí, corto cuando el tiempo un toque me... Y sí, porque cuando la realidad te pega no podés estar encerrado todo el día viendo series, ¿me entendés? Cuando estoy al pedo ahí sí caigo, ¿entendés? También a veces corto por ganas, ojo, no soy tan compulsivo, como que tengo mis períodos de ver Netflix, y hay veces en las que no me pinta estar todo el tiempo así, me doy cuenta, "¿Che sabés una cosa? No". Ayer me pasó. Estaba viendo Bojack Horseman y dije "No sé si estoy para entrar en esa", prefiero hacer otra cosa.

**-Esto que decís que es a la noche... Un domingo ponele, o martes, jueves, no importa.**

-Puede ser cualquier día de la semana. La noche es la noche.

**-Y cuándo dejás de ver, ¿cómo te deja eso? ¿Con ganas de más, pero tenés que hacer otra cosa? ¿Cómo te deja físicamente, qué te parece? Cuando ya viste cuatro capítulos seguidos y decís "Bueno, ya está"...**

-Te deja con un nivel de ansiedad importante, para mí, ¿entendés? Hay una parte de tu cuerpo que quiere seguir pero hay otra parte que te dice "Che, o sea, aflojá", son niveles de ansiedad grosos.

**- ¿Físicamente ves algo? Por ejemplo, yo cuando veo muchas series después y veo uno más, uno más, y ahí ya me duelen los ojos, pero bueno, tengo que dormir.**

-Cansancio, más que nada. Pero no, físicamente.

**-Esta es una pregunta culposa, pero estas entrevistas son anónimas, (risas). Vos sos un hombre de 24 años. Para ver muchos capítulos seguidos, ¿alguna vez dejaste de hacer otra cosa que tenías que hacer? Por ejemplo, ¿dejaste de dormir, o estudiar o arreglar tu casa, o hacer algo? ¿Te parece?**

-Sí, por supuesto que sí.

**- ¿Sí? ¿Qué dejaste de hacer?**

-Sobre todo, de dormir. Ayer me pasó, me enganché con una serie y podría haber dormido tranquilamente y dije "Tengo más ganas de ver la serie". Solamente eso, dormir, o dejar de estudiar, ponerle. O dejar de ordenar la casa. Tampoco dejar colgado a alguien, faltar a un compromiso por ver una serie no. Pero sí dejar de dormir o estudiar como decís vos.

**- ¿Viste que desde hace un tiempo Netflix tiene el sistema de puntuación que está basado como en un porcentaje? Dice por ejemplo "Bojack Horseman 96% de coincidencia"...**

-Sí, sé que existía pero no, la verdad que no sé cómo pone...

**-Dice "96% de coincidencia". Antes era con estrellitas, ¿qué te parece? ¿Cómo puntuarías vos una serie? ¿Con esto de "Es parecida a vos"?**

-Vos decís que Netflix, te recomienda una serie con el porcentaje...

**-Claro, 97% de coincidencia...**

-Con lo que vos ves...

**-Claro, con lo que vos ves generalmente.**

-No, sabés que nunca le di pelota a eso, no sabía que existía. Lo voy a tener en cuenta.

**-Y en su momento cuando estaba el puntaje con estrellas, ¿le prestabas atención a eso?**

-En absoluto.

**-Porque vos ibas más a lo específico...**

-Exactamente. Yo quiero gratificación instantánea (risas). Espero que esa respuesta haya servido de algo.

**-Así se va a titular tu entrevista, "Quiero gratificación instantánea". (Risas).**

-(Risas).

**-Te iba a preguntar, ¿tenés una lista de cosas por ver? Ya me dijiste que no tenés lista de Netflix, ¿pero tenés la lista mental de la que estábamos hablando? Vos estás viendo Bojack Horseman, ¿me dijiste?**

-Sí, sí, sí. Después yo ya sé que voy a ver “Vikings”, y después, no sé, soy una persona que es como que lo va viendo al día a día. Porque tampoco me gusta usar Netflix compulsivamente. Ni engancharme demasiado.

**- ¿Por qué no?**

-Y por esto que dijiste antes, sé que llega a niveles de ansiedad que no me están haciendo bien a mí y prefiero también, en vez de usar Netflix, dedicarle ese tiempo a otros espacios, como leer o estudiar o estar un toque más tranquilo, ¿viste? Yo sé que soy una persona que cuando consume Netflix si me engancha, me engancha fuerte, ¿entendés? Entonces como que prefiero como... Y a veces no me llama tampoco, no me llama estar todo el día viendo series. Como que son momentos y dejo que esos momentos nazcan naturalmente. Yo creo que lo que me pasa es que prefiero no ocupar mi mente en una lista, organizar mi vida en base a Netflix, es decir, tener una lista y decir "Lo que veo ahora es esto y lo que voy a ver después es...", prefiero que eso se vaya dando en el momento, ¿me entendés? Y de repente sorprenderme con una serie como te conté como la de Quincy Jones, o de repente alguien me recomienda algo, y no quiero dejar de ver ese algo porque tengo una lista ya planeada con lo que iba a ver y te hacés un quilombo con eso. En cambio, yo prefiero como de a poquito ir tanteándola. Más allá que obviamente, como decís vos, en el fondo hay cierta programación interna y sabés que estás por terminar algo y vas a ir a otra cosa después. Obviamente que siempre hay un plan.

**- ¿Te pasó de quedarte sin ver y decir "No, no veo nada, no hay nada"?**

- ¿De momentos de no ver nada?

-Sí.

-Sí, por supuesto. Muchas veces, sí, sí, sí. Te diría que es un miti miti.

**- Aunque sabés que hay series de las que hablan, no sé, “Mad Men”, que en su momento no la habías visto pero sabés que está.**

-Sí, por supuesto que sí.

**- Vos que hablabas de que te gusta leer también, ¿te parece que estás leyendo menos? ¿O estás haciendo menos música porque estás viendo Netflix?**

-Sí, sí, sobre todo leer menos porque estoy viendo Netflix. Estoy seguro que eso pasa. Y hacer música hay muchas veces que yo he tocado y practicado mientras veía Netflix, así que de alguna manera sí. Porque no es lo mismo estar estudiando viendo la tele que estudiando...

**- Le prestás más atención a la guitarra y vas leyendo lo que pasa, ponele...**

-Claro. Hasta que te das cuenta que no estás haciendo ni una cosa ni la otra. Pero para algunas cosas está bueno, qué sé yo, para practicar técnica y ver una serie ligera. Tipo no voy a ver Mad Men mientras toco la guitarra, pero puedo ver Padre de familia, por decirte algo, o algo más tranca, hasta que te empezás a cagar de risa y como que "No, esto no está bueno". Lo hago cada vez menos, por suerte.

**- ¿Sos de hacer otras cosas mientras ves Netflix? Puede ser comer, arreglar la casa.**

-Yo creo que para lo que más uso Netflix es, uno de los momentos donde más veo tele es cuando como. Cuando estoy comiendo algo, o estoy viendo algo en YouTube, un documental, una entrevista o un capítulo de Netflix de algo. Sobre todo para eso, sí, soy de comer mientras veo algo.

**-Y mientras ves Netflix, ¿usás el celular? WhatsApp, redes sociales...**

-Buena pregunta. Sí, yo creo que sí.

**- ¿Pausás o dejás?**

-Dejo, porque es como instantáneo. No me engancho, estoy como un ratito y después... Pero tranca.

**- ¿Qué te parece que es, WhatsApp o Instagram?**

-WhatsApp, más que nada. Instagram tengo hace tres semanas.

**-Ya pasando a la última parte, hablando de redes sociales, que hablabas de Instagram. ¿Seguís la cuenta de Netflix en alguna red social?**

-No, no sigo la cuenta de Netflix en Facebook o Instagram.

**- ¿Y la cuenta de alguna serie?**

-No, tampoco.

**- ¿Alguna cuenta que hable de cine o series en Facebook, Instagram?**

-No, la verdad es que no.

**-Tampoco participás en algún grupo de fanáticos de alguna serie...**

-Tampoco.

**-Bien. Y ahora pasando a la realidad, ¿vas al cine habitualmente?**

-No. Este año fui un poco más que años anteriores pero generalmente voy tres o cuatro veces por año. Así poquito me agarraste yendo al cine por suerte, en el Espacio Incaa, pero no es algo habitual de ir una vez por mes.

**-Quedan dos preguntas, nada más. Antes te había preguntado si veías películas en sitios como Cuevana, me dijiste que no. O sea que películas online, si no es por Netflix no ves nada...**

-Exactamente. O por la tele.

**-Offline, entre comillas.**

-Sí, sí. Si la engancho en la tele por supuesto que sí.

**-Ves en la tele, un Cinecanal, un TNT.**

-Ajám.

**-Bueno, la última pregunta es, más o menos te lo pregunté ya, ¿cómo podría mejorar el servicio que brinda Netflix? Alguna característica, una funcionalidad, contenidos distintos...**

-Claro, yo te había respondido el tema de las películas. Sí, lo del 95% de coincidencia es algo bueno, eso de "Esto te puede interesar a ti", me parece que está re piola. (Duda)...

**-Después, podés hablar de, no sé, contenidos, o decís "No, la verdad que me gustaría que si yo toco esto que ande esto", una funcionalidad, ¿o te parece que anda bien la plataforma?**

-No, últimamente me está pasando que cuando ponemos la tele algo pasa con el wi-fi que no afecta al resto de los equipos pero sí a Netflix. Es como que no podés ver. No sé si es un problema de Netflix o de la tele, no sé, pero eso bueno, claro. No, en general, más que nada los contenidos es un poco algo que le falta.

**- ¿Qué le falta? ¿Películas?**

-Tendría que tener más películas. Quizás un toque de criterio menos comercial por momentos. Pero bueno, es un sitio comercial. Tampoco le voy a exigir algo a alguien y la producción que tiene Netflix dentro de todo está bastante piola. Más películas diría yo, porque series hay un montón. Pueden poner quizás también un poco más de documentales, que también los hay pero podrían. Yo creo que también es un sitio que se maneja mucho más por la demanda que por el criterio, también. Lo cual es lógico porque es una empresa y tiene que trabajar en pos de eso. Así todo es algo de calidad. Pero sí, yo creo que le falta a Netflix quizás es eso, como ampliar un toquecito más los rubros, si querés. Y además de más películas, más documentales.

**-Viste que hay un par de programas como de juegos o especiales de stand up...**

-Mirá, en realidad lo de stand up está bueno eso. Lo de los juegos no sabía.

**-Sí, apenas. Creo que hay un par de Corea del Sur.**

-A veces me pregunto si Netflix va a reemplazar a YouTube.

**-¿Por qué?**

-Porque ponele flasheás qué onda videoclips en Netflix. Claro, para eso está YouTube. Andá a saber si en algún momento...

**-¿Se van a unir te parece?**

-No sé si se van a unir o una va a superar a la otra, una va a fagocitar a la otra, como está pasando con Instagram con Facebook, o sea... YouTube también juega mucho con videos de

bloopers, esas cosas, videos chiquitos y Netflix es más a grande escala, eso es verdad, entonces en ese sentido yo creo que YouTube prevalece.

**-Está mucho más controlado Netflix creo, ¿no? En YouTube subís hasta que te lo baja alguien.**

-Claro, eso es verdad. Netflix es como bien específico. YouTube es como "Todo vale" básicamente. Por alguna razón, no hay series en YouTube. Pero porque también hay un arreglo con Netflix.

**-Mirá vos, no había escuchado esa idea todavía.**

-No, es que se me acaba de ocurrir.

**-Bueno, creo que estamos.**

-Espero que te haya servido.

**-Muchas gracias. ¿Algo más que quieras decir?**

-No, creo que atacaste todos los puntos que tenías que atacar del sitio. No sé si hay algo más que pueda aportar. Me quedo más con el debate de la televisión, o sea, yo creo que Netflix es una extensión así como son varios de esos sitios de lo que vendría a ser el consumo televisivo, ¿entendés? No creo que vaya a dejar de existir la tele por Netflix. Porque aparte vos mismo lo dijiste, Netflix es algo como bien específico. O sea, labura en determinadas zonas, determinados rubros y determinadas duraciones. Entonces como que no creo que la tele vaya a dejar de existir por eso. Pero sí va a ser de alguna manera distinta. Ya está pasando que se van a consumir más series por Netflix que por televisión de canal. Ya es así.

**-Viste que todo el mundo tiene su aplicación, tenés HBO, tenés Fox Play...**

-Sí, de hecho el BluRay creo que no existe más, ¿no?

**-¿El físico? Sí, existe pero...**

-Pero está Netflix...

**-Sí, cada vez es más de nicho.**

-Claro, la gente ya no se compra más series. O sea se la baja por Netflix, ¿entendés?

**-Y BluRay es más para película, que la ves una vez y listo.**

-Claro, pero tampoco, la gente ya se la baja por internet. Eso sí va a dejar de existir.

**-Sí, no, todo lo que es digital está avanzando sobre lo físico, entiendo yo.**

-Eso desde ya, en todos los rubros te diría.

### **A.5.7. Entrevista a Ludmila (22)**

**- ¿Qué fue lo primero que viste?**

-Netflix empecé a ver en la casa de mi mamá. Después mi papá se puso también, casi en simultáneo, porque fue como el boom. En casa de mi papá con computadora, en casa de mi mamá con la tele. Y lo primero que vi seguro fue una película de Disney que puso mi hermano mayor, como para ir probando que ya sabemos que nos gusta. Porque creo que cuando empezó todavía no había series originales de Netflix. Después con "Black Mirror" fue de otro nivel que está muy bueno. Pero sí, uno primero empieza con series que ya conoce, porque es la comodidad.

**- ¿Y te acordás por qué te anotaste al servicio?**

-Porque era lo nuevo, quisimos probar porque en ese momento cuando empezó con el cable no había publicidad, ahora ponés la tele, 15 minutos de publicidad, 10 minutos de serie, zapping, zapping... En Netflix vos te controlás, "Quiero ver esta serie, hasta acá". Lo corto y lo sigo en el subte, me descargo los episodios. Con el cable, ahora con Flow de Cablevisión que pelea por ese lado de que rebobinás las series, pero igual tenés pocas opciones. Pero hasta en Netflix tenés menos opciones porque paga menos derechos. Pero es parte de la modernización, hay más competencia ahora.

**-Claro. Por ejemplo las series de Disney que estaban en Netflix las sacó Disney para su propio servicio...**

-Yo sé que "The Punisher" iba a tener otra temporada pero también la cancelaron por eso.

**- ¿Qué dirías que es lo que más te gusta de Netflix?**

-Los anime. Ahora que Netflix tiene más audiencia saca los anime originales, como "Devilman Crybaby", que se ganó el premio al anime del año. Es una serie muy buena.

**- ¿Tenés Crunchyroll, el servicio de anime?**

-Yo lo contrataría, pero como no lo puedo ver en la tele me es incómodo.

**- ¿Por qué no?**

-Porque tengo entendido que no se puede ver en Smart TV.

**-No sé eso. Por ahí quedó viejo el sistema operativo. Me decías anime entonces, y esto de que no tiene publicidad, ¿qué te parece?**

-Han empezado a poner pero entre episodios, termina el episodio y te ponen un trailer de 15 segundos. Es muy esporádico, cada tanto.

**-Lo están probando, parece, ¿no?**

-Es publicidad de sus propias series. En cambio en la tele te ponen cualquier cosa que uno pague para poner publicidad. Ni coordina.

**- ¿Y el contenido en general?**

-La facilidad de uso. Y sí, también el hecho de que todos los meses anden renovando, porque ponen series viejísimas también pero a uno como fanática de "Star Trek" de Netflix que me encanta...

**- ¿La original?**

-No sé si está la original, yo sé que en Netflix hay un montón de "Star Trek", pero yo por ejemplo estaba viendo "Doctor House" y lo cortaron y no la terminé. Está ese tema de derechos, pero está bueno porque renuevan, ponen cosas nuevas y cosas viejas, como mi novio ayer miró "Mujer Bonita" que es viejísimo.

**-Sí, igual creo que es de los 90'. 90, 91...**

-Ah, pensé que por la imagen era más vieja. Igual hay viejísimas. Disfruto un montón de ver cosas de Disney pero como lo están sacando voy a tener que ver cuando saquen el servicio de Disney si lo compro o si va a estar disponible para Argentina la verdad...

**-Tal vez al principio no, o por ahí hacen un lanzamiento mundial, ya veremos...**

-Lo que está medio mal es esto de que dependiendo del país depende el contenido. Inclusive cuando me fui de vacaciones a Chile no estaban "Los Simuladores". Estamos acá, limítrofes y no están "Los Simuladores", tuve que volver para poder verlo.

**-Claro, o que allá está hasta la temporada dos y acá está la tres, cosas así con series... Después, con quién ves Netflix? Sola, amigos, pareja...**

- Generalmente sola. Después con mi novio siempre estamos buscando series para ver juntos, cuando viene a mi casa o cuando yo voy a la de él, ahora estamos viendo 'Mindhunter'. Es algo que está bueno hacer los dos juntos, nos da siempre algo para hablar después y por lo menos yo, cuando estamos enganchados con alguna serie, estamos esperando el momento para seguirla viendo juntos. Aparte siempre comemos algo rico, pedimos un Rappi o algo, como que organizamos toda la noche en base a eso también

**-Claro. Ya hablamos de lo que te gusta y, ahora, ¿qué es lo que menos te gusta de Netflix?**

- ¿En sentido de series o de manejo?

**-Cualquier cosa, puede ser de la aplicación, cómo se usa, el contenido...**

-Hay películas y series que no se pueden descargar y no sé por qué. Algunos te permite, otros que no. Como esta película "Bandersnatch" que sacó "Black Mirror", que fue una muy buena idea que igual duró muy poco la moda. Fueron como dos semanas de boom y murió. Por ejemplo, en el celular no podíamos elegir opciones, en la computadora sí, en la tele no. Tienen que aprender a manejarlo pero justamente por eso están experimentando. Pero después algo

malo no sabría decir porque hasta la atención al público. En Facebook siempre andan respondiendo, chistes, porque los de marketing saben que se manejan con chicos de nuestra edad. Y saben lo que es contestación por internet.

**-Sí, los community managers son buenos. Viste que le dicen "Tío Netflix".**

-Sí, el que más llega a vender es Manaos por ejemplo. (Risas).

**-Bueno, cuando te sentás a ver Netflix, ¿qué es lo que buscás, dirías? Querés ver algo porque estás aburrida, ves qué hay, vas a lo directo... Querés ver para aflojar después de un día largo... ¿Qué te parece?**

-Suelo buscar lo que me han recomendado. Por ejemplo he empezado a ver "Sherlock", que le dimos una pausa porque es algo pesado. Llegamos a la tercera temporada y dijimos "Bueno, tomemos un respiro y veamos algo gracioso", entonces "Brooklyn 9-9" por ejemplo, que ya lo vimos todo de golpe y cada tanto ponemos un episodio aleatorio para reír. Casi como "Friends", que uno ya está agobiado porque siempre lo ve y Netflix pagó como 100 millones de dólares creo para mantenerlo, porque sabe que la gente lo sigue viendo.

**-Es verdad eso.**

-También lo uso para estudiar Netflix. Como tengo que dar portugués, está esta serie "3%", que está el audio en portugués y subtítulos, entonces sirve un montón para estudiar.

**-Coincide lo que dicen con lo que está en los subtítulos.**

-Sí, en este caso es audio descriptivo, entonces es totalmente lo mismo. En cambio, hay veces que te ponen subtítulos en español y el audio español cuando es una traducción sí difiere porque las traducciones dobladas es lo que tiene que encajar con el límite del movimiento de labios y demás. Pero cuando es subtítulo descriptivo, te sirve un montón para ya asociar la pronunciación de las palabras.

**-Sí. ¿Y está buena la serie?**

-Sí. Es mucho más realista que algo como "Los Juegos del Hambre", en el sentido de la vida en Brasil. Lo que son las favelas, uno lo siente más real.

**-¿En qué dispositivos ves Netflix?**

-Más que nada en la tele y en la compu. En el celular lo desinstalé. Porque no me daba tiempo, antes tenía una hora de viaje y ahí aprovechaba el colectivo, me sentaba y veía. En cambio, ahora en el subte que viajo toda apretada no puedo estar con el celular y acá en el trabajo son veinte minutos de descanso que no me da para ningún episodio, no me gusta andar pausando cada cinco minutos, quiero ver un episodio entero. Entonces en la tele en casa o en la computadora.

**-Y hablando de momentos, evidentemente es en tu casa donde lo ves.**

-Sí, siempre en casa. Si salgo afuera con mi pareja o mis amigos ya no es para ver series salvo que estemos en una juntada para ver tal película. "Nos juntamos para ver 'El Señor de los Anillos' diez horas seguidas". Pero si es por salidas no vale la pena, para eso voy al cine.

**-Tenés una lista de cosas por ver o tenés algo más mental?**

-He intentado usar la lista pero medio que me la olvido, porque como está a lo último de las opciones y ya Netflix te va recomendando automáticamente, entonces agarro lo que está o el historial. Mi papá sí, tiene como 20 películas y series en la lista y va revisando de ahí. Entonces depende de la comodidad. Yo en cambio voy recordando "Ah, cierto que quería ver esta película", a ver si sigue estando porque como que van sacando. Porque lo que agregás después decís que lo vas a ver un día y ese día nunca pasa.

**-Sobre la televisión, ¿ves televisión comúnmente?**

-Sí, tengo Cablevisión más que nada por el tema de los partidos. Nos gusta ver Food Network, porque cuando volvemos de trabajar está ahí y hay series. O también History Channel, pero no para educarnos, pero están las competencias y yo de paso me gustan los shows de cocina, como "Cupcake Wars". Con el doblaje, que le ponen cero ganas para hablar yo me cago de risa.

**-Y noticieros, por ejemplo, ¿ves o no?**

-Todas las mañanas mi pareja se despierta y pone el noticiero, TN, La Nación, un poco de todo porque es politólogo, justamente es egresado de la UADE de Ciencias Políticas y va a seguir Cancillería y demás. Mira todos los canales para tener una mirada objetiva. Más que nada para saber qué está pasando, por ejemplo un corte. Pero sino noticias más que nada con el celular.

**- ¿Twitter?**

-Facebook. Twitter nada. No le engancho la onda todavía.

**-Me dijiste que no ves tanta tele, sí programas de cocina. ¿Y por qué te parece que no ves mucha tele?**

-En realidad, justamente estuve leyendo, a veces paso por los canales de chiquitos, me gusta ver qué hay. Warner Channel y Fox hace un par de años dejaron de dar series subtituladas para darlas dobladas y que uno compre el pack HD para verlas subtituladas y es un asco. Entonces no me gusta tener que comprar más para verlo con comodidad. Estuve leyendo con todo esto de los videojuegos, es mucho más fácil, cualquier chiquito tiene la tablet con un montón de juegos, entonces la gente tiende a concentrarse por ese lado más que por la tele. Pokémon sigue el anime pero los juegos siguen siendo un gran mercado para todas las generaciones en general. Yo juego Pokémon GO en la calle, la otra vez había un evento y había señores de 70 años con nosotros caminando. Pero la tele, ya que la familia se siente a ver la tele, una serie, no es tan común como antes. Antes mientras comíamos veíamos la tele, pero ahora como está Netflix decís "A ver qué hay en Netflix", pero ya no es lo mismo de saber "A esta hora dan algo".

**-Netflix reemplazó a la tele en ese caso...**

-Es que ya es otra situación. Porque en la tele ya uno vio casi todo lo que hay en la tele. Porque si vas al cine sabés que esa película no sale en la tele y no hay muchas ideas nuevas, no hay muchos guionistas. Siempre están viendo un cómic de los 50' que no se haya hecho o que se pueda remasterizar como "Titans", que es de Netflix. O "Umbrella Academy", que el autor es el cantante de My Chemical Romance, es muy bizarro. Ya no hay tanta creatividad como para hacer series originales.

**-Un poco ya opinaste, pero el estado actual de la televisión, ¿cómo la ves? Hay algunos autores que hablan del fin de la televisión, como que en algunos años no va a existir más, o que va a haber algo medio híbrido, ¿qué te parece?**

-Es lo que está pasando con los servicios de streaming, al principio era solo Netflix. Ahora está Flow, que elegís los programas para ver, comprás, alquilás películas. Ahora se viene uno de Disney. Vos con el cable pagás para ver tele. Ahora con el streaming vas a pagar pequeños servicios para elegir qué ver. Entonces es casi lo mismo. Pagás mini paquetes en vez de uno entero, pero vos te creés esa comodidad de que elegís qué ver y al final no, Netflix pagás no sé cuánta plata por mes y al final ves tres series. Y después el resto tapa lo demás, entonces es casi lo mismo. Es una evolución, va cambiando. En algún momento va a estar de vuelta el cable, no sé con el streaming qué va a pasar con el noticiero, por ejemplo.

**-Tal vez sigue eso en la tele. ¿Pero va a desaparecer para vos?**

-Lo veo muy complicado. Que desaparezca totalmente no. Que vaya evolucionando, eso sí. Porque es un buen medio de publicidad, más que nada para eso. Vos pensás en consumo y la tele se te viene enseguida. Uno al principio veía noticias y alguna novela. Y ahora ponés la tele y es publicidad, publicidad.

**-Bueno, pasando a recomendaciones, ¿cómo elegís lo que vas a ver? ¿Recomendaciones de críticos, leés críticas, de conocidos, redes sociales, un tráiler?**

-En general en redes mis conocidos tienen mis mismos gustos, entonces me fijo "Si le gusta a él, seguro me gusta a mí", o al revés, "Si le gusta a él, claramente a mí no me va a gustar". Por ejemplo, si a algunas páginas feministas que sigo les gusta una serie entonces capaz la puedo ver, como "Sex Education", que es original de Netflix, es más para nuestra generación, a mi padre no se la puedo recomendar ni loca.

**- ¿Y críticas por ejemplo? ¿O sitios web?**

-Es que las críticas están compradas. Con esto de "Capitana Marvel", Rotten Tomatoes puso "Un 50% de la gente la quiere ver", porque muchos pibitos fueron a darle dislike sin haberla visto justamente porque la protagonista es mujer. Entonces yo no me puedo guiar por esas críticas de internet, si ya sé por dónde van. "Ah, con el tráiler ya sé que va a ser una mierda". Son tres horas de película hermano, dale una oportunidad. O también al revés, mucha gente dice que puede ser buenísima pero por qué. Yo siempre recomiendo "Está bien, leé críticas, pero intentalo miralo vos, uno o dos episodios así te hacés tu propia idea".

**-Pero has visto alguna crítica y dijiste "Bueno, voy a darle una oportunidad", ¿o no pasa?**

-No suelo leer las críticas porque me spoilean o ya me armo una mirada subjetiva sin querer. Como esta persona dijo esto, capaz es así. Prefiero verla y hacerme yo la idea o discutirla.

**- ¿Y lo que dicen tus amigos no te predispone también de cierta manera?**

-Me predispone a querer verlo. Pero no por lo que digan, "Porque este personaje es genial". Yo me centro más en qué pasa en la historia. Por ejemplo me recomendaron "La Maldición de Hill House" y me interesó la historia aunque me da un poco de miedo todo lo que es terror, pero me la recomendaron varios así que la vi, y la verdad que me gustó, la arranqué un sábado y la terminé el domingo. Mucho en las críticas no me centro porque las suele hacer gente que ve un solo episodio o ve el tráiler y ya te hace una crítica de cinco párrafos sin decirte nada y suelen criticar después a lo que es la vida privada del actor, la actriz.

**-Me decías que veías muchas series, mucho anime. Aproximadamente, en horas, ¿cuántas horas de Netflix ves por semana?**

-Veo unas dos o tres horas por semana casi siempre. Cada tanto empiezo una serie los fines de semana y veo como mucho dos o tres capítulos. Durante la semana no tengo tiempo o estoy cansada

**- ¿Por qué te parece que ves más series que películas? ¿Hay una razón en especial?**

-Es parte de la comodidad de que la serie te da una pausa a vos. Porque hay series de 20 minutos o de una hora, ves un episodio, respirás y lo ves otro día al siguiente. En cambio la película, como a mí no me gusta hacer muchas pausas, si hay una película de tres horas tengo que sentarme tres horas a verla, entonces es como una carga mental de prepararme tres horas. O a lo sumo una hora, respiro y sigo viéndolo. En cambio las series hoy un episodio, mañana otro. El finde me pego cinco seguidos. Y así también las películas, tipo, "Este fin de semana veo esta película". Que para eso voy al cine, que ya es otro ambiente. En casa hay muchas distracciones.

**-Si empezás una serie, ¿la tenés que terminar o la podés dejar incompleta? Capítulo 3, no te gusta, decís chau...**

-Para abandonarla me tiene que haber disgustado bastante. Porque sino digo "Capaz pasa algo", capaz ya sé que este personaje va a hacer algo y quiero ver cómo lo hace. Pero hay series que son muy pesadas y les doy un respiro, y termina siendo un respiro de seis meses hasta que lo retomo. Me tiene que disgustar un montón...

**- ¿Te acordás algún caso?**

-Mirá, "Dr. House", llegó un episodio que dije "Ya está, voy cinco temporadas con todo lo mismo".

**-Claro, porque es siempre con la misma fórmula, aunque me encanta.**

-Claro, pero además sabía el final. Con la que más tardé en terminarla fue con "How I met your Mother". La anteúltima temporada tuvo un declive... "The Big Bang Theory" antes la veía con mi papá. Después de mudarme no le di ese seguimiento.

**-Claro. ¿Te cuesta empezar a ver una serie? Porque algunos lo ven medio como un compromiso, otros dicen "Pongo el capítulo y vamos a ver qué onda"...**

-No, no. Si me interesa veo el primer episodio. Lo que me cuesta después es seguir todas las series que empiezo pero empezarlas no. La veo a ver si me gusta o no. Si me gusta bastante la veo de una, si me gusta hasta ahí, la tengo para seguir de nuevo en algún momento, intento no olvidarme lo que pasa y sino reviso para no perder la esencia.

**-Algo me habías adelantado, pero la pregunta es, ¿alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida?**

-Sí.

**-Es algo común en vos, ¿qué te parece?**

-Siendo que veo anime de manera habitual, de chiquito te mandabas una maratón de toda una temporada y te queda eso de "Me quedo un par de horas despierta, terminamos la temporada ahora, seis episodios de una, no es nada". No me cuesta, si te interesa, te mantiene despierto, no cuesta. Si es una serie pesada como "Sherlock" o "Dr. House" que ya tres horas más pesadas con un poquito de humor serio o ácido ya como que tu cerebro se cansa. Pero una comedia, que te relajás, te divertís, es más fácil.

**- ¿Y cuándo hacés esto de ver muchos seguidos, en la semana o te reservás para el fin de semana?**

-El fin de semana. Porque trabajamos y estudiamos de lunes a viernes y, más que nada, como pequeña rebeldía, mientras más se acercan los finales más series veo, porque me niego a estudiar (risas). De viernes a sábado o el domingo aprovechamos para ver algo que teníamos pendiente, varios capítulos, o una película.

**-Claro, ¿no es algo raro en vos entonces?**

-Es que no, los que crecimos mirando anime tenemos eso muy innato de quedarse despiertos mirando boludeces.

**-Bueno, y esta es la pregunta culposa, si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer, ya me dijiste lo de los finales (risas), para ver una serie. Dormir puede ser también, por ejemplo.**

-Sí, me acuerdo una vez que estuve toda la noche viendo series y cuando vi que está amaneciendo y es jueves me dormí en todas las clases. Ahora apenas puedo seguir con las series, lo que hago es leer los cómics. Lo de dormir puede pasar.

**-Hablando de cine, ¿cuál es tu género favorito?**

-Más que nada cuando sale una película en el cine, es Disney. La animación. Con mi novio la otra vez hablamos que la evolución fue con "Monsters Inc University" que ahí te das cuenta el salto que tuvo con todos los detalles y porqué tardan tanto ahora en sacar las películas.

**-¿Alguno más?**

-También generalmente veo comedias. Como que me hago un tiempo para ver una película los fines de semana y me gusta ver algo lindo. Sé que hay películas de drama muy buenas, con buenas actuaciones, pero prefiero ver algo que me va a hacer reír, y aparte hay muy buenos actores cómicos también.

**-Ya para la última parte de la entrevista, luego de ver contenidos en Netflix, ¿qué hacés?**

-Leo tal vez alguna reseña de la serie del momento después. No mucho más. Hablo con mi novio de lo que vi.

**-Y a la hora de seleccionar lo que vas a ver en Netflix, ¿utilizás las redes sociales? Me habías dicho que sí, pero más allá de eso, ¿sos de entrar a las fanpages, comentar algo después?**

-Sí, a veces sí, en fanpages de anime, está bueno para ver otras miradas, de "A mi me gusta este personaje por esto y esto", muchas veces terminan en discusiones muy acaloradas pero está bueno porque muchas veces terminás con una visión que antes no la tenías. O inclusive para tener más información, que decís "Está buena esta temporada", pero tenés cinco temporadas, este juego, este cómic.

**-Otra vez sobre el cine, ¿vas con frecuencia?**

-Intento ir todos los meses. Antes no había tantas películas pero ahora están sacando más cosas, tanto de Disney como de Marvel. Pero también hay cosas más interesantes, porque acá en Argentina no llegan tantas cosas igual. Después hay festivales ya para el que es muy fanático y tiene más tiempo.

**- ¿Ves películas online en sitios como Cuevana y esos?**

-Sí, lo mejor sería no piratear, pero es también como uno ingresó, "Che, esta película no la vi, vamos a verla acá en Cuevana", "¿La sacó Netflix o no la dan en la tele? Internet". Hay un montón de películas de Marvel, como Dr. Strange que la vi en la computadora y me arrepentí totalmente de no ir al cine. Espero que algún día den algún reboot y pueda verla.

**-Y te parece que ahora que usás Netflix, ¿dejaste de ver en estos sitios o ves igual?**

-Veo menos porque ahora actualmente Netflix tiene más contenido que me interesa, igual Netflix te obliga a interesarte, tipo, "Mirá esto que saqué, mirala ahora", y lo que está en Cuevana además son cosas que no pudiste llegar a ver en el cine entonces lo mirás por internet. Y lo que es anime todavía no hay muchos canales porque Crunchyroll no tiene todos los derechos a todos los animes. Son coproductores de algunas series, pero de 100 animes que sacan temporada, Crunchy tiene la mitad y Netflix menos inclusive.

**-Claro. Y la última, qué más o menos hablamos, ¿cómo te parece que podría mejorar el servicio de Netflix? Puede ser un tema de funcionalidad, o de contenido.**

-La verdad no sabría porque avanzan un montón. Hay un montón de cosas en Netflix que nadie se entera pero están escondidas para quien le interese y lo busque. No le puedo decir "Manteneme la licencia de tal serie" porque es un tema monetario que yo no puedo controlar. Pero no, la verdad no sabría decirte.

**- ¿Contenido? ¿Te gustaria más contenidos de algún lado?**

-Si te digo, de anime, estaría re copado que se mantenga más al tanto, pero no es su especialidad. No soy su público objetivo.

**-Está bien, pero es lo que te gusta a vos también...**

- Sí, pero como veo también otras cosas, yo no le puedo pedir "Manteneme Daredevil" porque ya sabemos que Disney lo está comprando para su lado, pero no sabría qué recomendarle, porque en los comentarios en redes ves un montón de comentarios como "¡Devolveme tal serie!" o "¡Sacá la temporada de...!" y es como, dale, no sabés cómo funciona (risas).

**-Y al revés, ¿sentís que estás satisfecha con el servicio que brinda?**

-Sí, sí, todos los días ponemos Netflix. Hay veces que no hay nada para ver y bueno, no puedo decirle "Poneme algo que me guste". Estaría bueno eso igual, una idea, que si estás 10 minutos eligiendo algo, no elegís nada y ya Netflix te elige algo, te puede salir bien o te puede salir mal.

**-Como una función random.**

-Claro. En las páginas de mangas (historietas japonesas) te ponen un botón random, ves si te interesa lo que ponen o no, pero cuando no tenés ni ganas de elegir pasa eso...

**-Bueno, sabés que ya me lo han dicho también, esto de la funcionalidad random, como que te ponga algo, no sé si que ponga play, pero que diga "¿Estás dudando?" y te muestra algo. Porque muchos me dicen que están 15, 20, 25 minutos y dicen "Bueno, ya está, me voy a dormir o a Instagram".**

-Es que es esa comodidad, estamos cada día más cómodos, tipo "Che, elegí por mí". Ya estamos muy robotizados y no está bueno tampoco pero tenés esa función por ejemplo, cuando ves muchos episodios seguidos sin tocar el control, Netflix te pregunta "¿Seguís ahí?" y yo "Sí, estoy acá", pero ya que tiene esa inteligencia artificial, podrían mejorar un poco con eso de que si el usuario está 10 minutos subiendo, bajando, buscand, no encontró nada, bueno, pueden recomendar algo. Que tiren sus recomendaciones, pero sigue un algoritmo.

**-Claro, es un algoritmo de recomendación...**

-Sí, pero es un algoritmo medio raro, "¿Te gustó esta serie? Te recomiendo esto", tipo un romance y una serie de acción nada que ver.

**-Claro, o lo que pasa es que cada tanto ves algo distinto y te empieza a recomendar por ese lado. Vos decís "No, mi consumo es esto, eso fue algo es externo" y ya te recomienda cosas similares a esa.**

-Es un algoritmo medio imperfecto.

**-Ellos te dirían "No, está mejorando".**

-Y bueno. Que mejore (risas).

#### **A.5.8. Entrevista a Federico (25)**

**- ¿Usás una cuenta propia o prestada? Si es prestada, ¿con quién?**

-Uso mi cuenta propia. Pero a veces se la presto a mi novia. Ahora ya hace tiempo que no la usa, pero es mía.

**- ¿Cuándo empezaste a usar Netflix? ¿O te acordás qué fue lo primero que viste?**

-Yo qué sé... Lo primero que vi en Netflix fue House of Cards. Apenas salió la empecé a ver. Será 2013, fui fanático de la primera hora. Apenas salió vi la primera temporada. Siempre las tuve que esperar, terminaba la primera y esperaba a la segunda.

**- ¿Y por qué te inscribiste al servicio?, ¿qué te llamó la atención?**

-Que podía elegir yo el momento en que lo veía, podía pausarlo cuando quería y era yo el que administraba el servicio.

**-Fue por recomendación de amigos o lo viste en medios...?**

-La primera vez que vi Netflix fue en la casa de un amigo que lo tenía cuando no lo tenía nadie. Que garpaba una barbaridad para tenerlo al principio. La primera vez que lo vi era mucho más de película que de series.

**- ¿Y qué es lo que más te gusta de Netflix? Puede ser el contenido, la facilidad de acceso, las recomendaciones, que no tenga cortes...**

-Creo que hoy está muy bien lo de la recomendación de esto es 99% para ti, que te empieza a recomendar cuando vas viendo, por eso me vuelvo loco cuando Agus, mi novia, entra a mi Netflix, porque me empiezan a aparecer cosas de Velvet, Vis a Vis. Eso está muy bueno y me gustan mucho las series que fueron producidas por Netflix. En general no fallan, tipo Ozark, House of Cards, Narcos.

**- ¿Y qué es lo que menos te gusta de Netflix? Al revés.**

-Me parece que le faltan películas clásicas y no me gusta que había muchas películas que antes estaban y las levantaron. Entonces muchas veces me pasa que estoy buscando películas bélicas para ver en Netflix, me aparece una nota del 2017, que me dice "Mirá Rescatando al Soldado Ryan", entro y no está más. No entiendo el por qué de que van levantando ciertas películas y me parece que le faltan películas clásicas.

**-Sí, es un tema de licencias. ¿Algo más?**

-Sobre todo esto de que le faltan películas clásicas, la otra vez me fijé y un montón no están. Esos grandes éxitos de hace 20, 30 años.

**- ¿Y qué buscás cuando ves Netflix? Puede ser más de una cosa, tal vez a veces querés pasar el tiempo, otras tenés muchas ganas de ver algo. ¿Qué querés sacar de eso?**

-Es más que nada un entretenimiento, más de descanso. Como en su momento fue el boom de Bailando por un sueño, el que laboraba volvía cansado, comía y se ponía a ver Bailando para distraerse de las cosas de la vida. Es un entretenimiento para desenchufar un rato y meterse un poco en eso. Es más un entretenimiento que otra cosa. Después igual engancho algún documental que es más para informarme, como el de Cambridge Analytics o algo así. Si quiero contenido muy jugoso de algo así, soy más de leer que verlo en Netflix. Netflix lo uso más como entretenimiento, igual no busco series tan pochocleras, de dos tiros y listo. No me hago el snob porque me gustan las series yankis, dinámicas, con persecuciones policiales, conspiraciones políticas, me encanta todo eso pero lo principal es buscar un entretenimiento. Igual me pasó que vi "The Blacklist", que no es una serie de las que suelo buscar en Netflix, porque es muy para pasar el momento, todos los capítulos una persecución policial, y a mí me gusta que el entretenimiento me ponga a pensar tres conspiraciones y qué puede llegar a pasar. Por eso me gusta "House of Cards", todo ese tipo de series.

**- ¿En qué dispositivos ves Netflix?**

-Solo TV. Mi novia a veces mira Netflix en el celular y para mí es un sacrilegio.

**- ¿Por qué?**

-Generalmente, como uso Netflix para ver lo que yo considero buen contenido, no para ver algo como un video de YouTube que sí lo veo en el celular, lo quiero ver bien, tirado en la cama, en una pantalla grande, con buena definición.

**-Claro. ¿Y cada vez que mirás Netflix, en promedio, cuántas horas te parece que ves?**

-No hay día que mire más de tres horas. A lo sumo meto tres capítulos seguidos de una hora, más no. Encima ahora viste que el formato en general son capítulos de cuarenta y pico de minutos o cincuenta, pero más que tres seguidos es muy raro. Me pasó con Game of Thrones, que lo veía desde la computadora, me he clavado siete capítulos seguidos, terminé como los chinos pegados a la computadora. En promedio son dos horas.

**-Y por semana, más o menos, ¿en horas?**

-Ponele que seis, siete horas. Siempre hay algo para ver. Siempre estoy agregando cosas a la lista. A veces entro ahí para elegir, otras me olvido de fijarme ahí y voy viendo qué onda lo que me tira Netflix al principio

**- ¿Cómo ves el hecho de que no tenga cortes la plataforma, qué te parece?**

-Es lo mejor. Espectacular. Eso es buenísimo porque la publicidad, en general, enchufada de manera tan poco natural u orgánica, a la gente la vuelve loca. Si estoy viendo un capítulo de Netflix y me cortás y me ponés a un tipo vendiendo un lavarropas o un producto de limpieza me vuelvo loco. Es fundamental.

**-Hablando de la lista, ¿tenés una lista de cosas por ver? ¿Y usás la lista de Netflix, o es una lista más mental?**

-La lista de Netflix no la uso, es algo más mental que voy pensando: "Bueno, cuando termine Ozark, veo esta o esta".

**- ¿Y sos de respetar la lista o si hay algo que te gusta vas con eso?**

-No, es más natural. Más espontáneo.

**- ¿Hacés otras cosas mientras ves Netflix?**

-No, generalmente presto atención, cada tanto miraré el celular, pero es muy raro.

**-Bien. ¿Ves televisión comúnmente?**

-Miro televisión, sí. Solamente deportes y mucho informativo, los domingos. Y a la mañana antes de salir a laburar, te miro América 24. Infaltable en el desayuno eso. También Animales Sultos cuando estaba Fantino, que ahora ya no lo miro más porque está Novaresio.

**- ¿Y qué ves más, televisión o Netflix, te parece?**

- (Duda un poco y dice): Creo que miro más televisión.

**-Lo pensaste.**

-O sea, cuando miro Netflix miro más tiempo seguido que cuando miro televisión, ¿entendés? No miro televisión dos horas o casi tres horas seguidas. A menos que agarre un partido de fútbol, pero dura una hora y media.

**-Animales Sultos dura como dos horas.**

-Pero no lo miro entero generalmente.

**- ¿Ves Intratables? Porque ahí empalmás Intratables con Animales (risas).**

-Empalmo, porque lo miro mientras como porque mi vieja lo pone. Pero en general creo que miro más tele porque tele veo todos los días mientras como a la noche, y un poquito antes de ir al laburo cuando me levanto mientras desayuno. En cambio Netflix no miro todos los días. O sea, todos los días no miro un capítulo. Generalmente cuando miro Netflix, miro el fin de semana.

**-Y esta es una pregunta más de opinión, ¿cuál es el estado actual de la televisión para vos? Podés verlo en relación a Netflix o no, como a vos te parezca.**

-Para mí el estado actual de la televisión a nivel contenido es cada vez más bajo, no en el mal sentido, para mí lo que hace en televisión es infotainment. Eso es información mezclado con entretenimiento. Y no hay manera de comunicarte algo de manera seria y que vos te lo puedas quedar a mirar más de 10 minutos. Porque hoy las personas de menos de 50 años o de 40 no se quedan 10 minutos viendo tele si alguien está hablando de una manera seria y sin entretenimiento. Mismo todos los programas informativos hoy ya casi son de entretenimiento, pero en el sentido de entretenerte con el mismo amarillismo, con la música de fondo que te lo hace todo terrible, con el invitado que viene y te dice que todo se va a ir a la mierda. Como que todo es un circo, que se monta para que vos te quedes un poco viendo la televisión porque hoy la televisión creo que es un lugar en el que la gente no se queda. Hoy la gente creo que se queda mucho más en las redes que en la televisión. Y además hoy creo que la televisión tiene un target

en general de una persona de más de 40 años. Sobre todo la televisión abierta. Los canales de cable, sobre todo los que tienen que ver con deporte, creo que ahí baja el rango de edad porque tenés ESPN con programas como ESPN Redes, no es tan así, pero en general, lo que es la televisión abierta, los canales de aire, los ven Marta y Oscar. Y hoy creo que la TV apunta a un target de personas más grandes, y sigue siendo muy influyente igual, por eso es muy influyente por ejemplo el programa de Mirtha, no es joda, porque lo ven quince millones de Martas y Oscars. Es muy influyente la tele pero creo que perdió un lugar, no digo que no lo tenga, lo sigue teniendo pero ya no es el único lugar central de los medios. Fijate que, mirá el poco tiempo que pasó, en la época en que De Narváez le gana a Kirchner las legislativas, literal, un factor muy influyente fue el personaje que le hicieron a De Narváez en Gran Cuñado, en lo de Tinelli. En ese momento me acuerdo que lo que influía la tele en la política y las decisiones del día a día era impresionante y hoy creo que ponés a Tinelli a hacer Gran Cuñado y no hace ni el 10% del rating que hizo, por ahí 15% como mucho. En ese momento hacía 35 puntos de rating. Pero posta me parece que si sos un tipo que estudia algo que tiene que ver con la comunicación, los medios, tenés que ver televisión. No podés no verlo. Sería muy raro que digas: "Estudio comunicación", y que solamente te vuelvas de esos locos que leen y no prenden la tele.

**-Los que no tienen tele en el departamento.**

-La de "No tengo tele en el departamento" te banco si sos músico ponele, si estudiás comunicación tenés que ver tele, creo.

**-Porque esta pregunta viene acompañada de la siguiente, porque hay muchos autores que discuten sobre el fin de la televisión, si la televisión va a desaparecer en unos años. ¿Vos estás de acuerdo con ellos? ¿O cómo va a cambiar? ¿Qué te parece?**

-No sé si va a desaparecer. No creo que desaparezca. Va a desaparecer de cierto público, de cierto target. Puede ser que de acá a algunos años cuando se mueran todos los baby boomers ahí sí quizás haya riesgo de que desaparezca, porque los tipos que nacieron entre el 40 y el 65 son los que consumen televisión. Pero para mí, de acá a 20 años no creo que desaparezca la tele. Y creo que después de acá a 20 años, se va a tener que reinventar, ¿entendés? Quizás la tele pase a ser más Netflix, más a ese estilo. Donde elegís contenidos, quizás no haya tanto vivo y vos elijas más los contenidos, lo que vas a ver. Y no haya programas tipo "Morfi", al mediodía, que son cuatro horas de vivo, sino que en realidad vos elegís y querés ver tal programa y lo ponés. Me parece que va a apuntar más a eso.

**-Es como un modelo híbrido, estás diciendo.**

-Ponele, sí. Igual a mí me gusta "Morfi", con Rozín al mediodía.

**- ¿Qué ves más, películas, series o documentales? ¿Por qué?**

-Veo más series. Cuando estoy solo, veo más series. Cuando estoy con mi novia veo más películas porque es más difícil sostener juntos una serie y porque además tenés que encontrar perfecto una serie que a los dos nos guste. Hemos encontrado series que nos han gustado, no son la gran mayoría en la que coincidimos los dos, coincidimos más en películas. Además la película tiene ese beneficio de que si le pifiás de última te comiste la película y algo sacarás de eso. En cambio, la serie es ir probando. Para responder mejor la pregunta, si tengo que poner un orden es primero series, después películas y después documentales.

El por qué es porque, como te había dicho antes, para mí las series de Netflix en sí son muy buenas producciones, me gustan mucho. Después porque si veo Netflix es en el fin de semana, que en general, en un fin de semana normal lo uso para jugar al fútbol, generalmente salgo, no es que paso el fin de semana adentro, pero cuando veo Netflix en la semana, lo que tiene la serie es que son capítulos de entre 40 minutos y una hora, que lo ves antes de dormir y te vas a dormir. En cambio, quizás enganchar una película ya son dos horas. Y en el fin de semana sí me agarra más la adicción de agarrar una serie y meto dos o tres capítulos.

**-Claro.**

Porque me gustan las series de Netflix, particularmente. Y porque durante la semana es algo más corto para ver antes de irme a dormir y el fin de semana puedo mandarme con dos o tres capítulos. Y porque, no sé, me parece más atractivo engancharme con algo que en realidad sé que una película termina y ya está, y quizás con una serie tengo para rato.

**-Perfecto. ¿Y cómo elegís lo que vas a ver? ¿Leés recomendaciones de críticos, leés críticas, recomendaciones de conocidos, cómo elegís?**

-Busco generalmente series o películas que tengan que ver con géneros que a mí me gustan. Y cuando tengo cuatro o cinco googleo, y me fijo en Sensacine o alguna de esas alguna crítica y el puntaje y me la juego por esas.

**-Bien. ¿Recomendaciones de conocidos?**

-Aunque después todas tienen medio punto. "Un insulto al cine" te pone uno, ¿viste?

**-No sé qué estás buscando, a mí no me pasa (risas).**

-Pero es muy raro encontrar una que supere los siete puntos.

**-¿A qué prestás más atención generalmente? ¿A la recomendación de conocidos o a la de los medios? ¿Y por qué?**

-A la de conocidos. Porque de hecho generalmente me llaman más las series o películas que me recomiendan conocidos que yo sé que entienden, que en general... Por eso por ejemplo nunca vi "La casa de Papel", porque es tan mediática que ni siquiera me llama por ser tan mediática. Esto sí es muy snob lo que voy a decir, pero generalmente, como considero... Yo no me considero que sé. Pero considero que el 80% de las personas saben mucho menos que yo, en materia de esto. Y que hay 20% que sabe una barbaridad, que sabe mucho más. No considero que sé pero realmente siento que la gran mayoría de las personas realmente no entiende nada. Pero nada. Que te compran cualquier cosa y no entienden nada. Entonces cuando sale algo así, como "La Casa de Papel", que explota, hay algo que ya me dice que ya va por un camino que no está tan bien.

**-Pero a muchos les pasa que no se quieren perder ese tipo de cosas. "Hay que verla..."**

-Sí, es que a mí con las películas, el cine y todo eso me agarra un poco de eso. A ver, no soy un tipo que sé porque... Creo que sé lo normal para una persona con la que me pongo a hablar series. Siento que la gran mayoría de las personas compra dos o tres cosas como muy pochocleras, taquilleras... Me pasa un poco eso. Y además, me pasaron las dos cosas en

realidad, como que GOT es la serie que explotó y para mí la mejor, y como que no puedo ir en contra de lo que dice la masa ahí. Bueno, también hay un montón de series que me encantaron y a la gente no le gusta en general. De hecho, es tan conocida Breaking Bad y nunca me llamó, y sé que debe ser buenísima, pero nunca la vi porque es tan pero tan mediática que no la terminé mirando nunca. Es un esnobismo, lo sé.

**-No, está bien.**

-Para mí "La Casa de papel", mi novia la ve, y por algunas cosas que fui pispeando, no puedo opinar sin verla en serio, pero me suena medio una poronga, pero bueno (risas).

**-Acá la siguiente pregunta es, si sos de leer críticas, un poquito ya me dijiste que sí. Pero las leés antes, las leés después...**

-No leo tanta crítica. De hecho no conozco muchas páginas de crítica de tipos que son críticos de cine.

**-Pueden ser medios también, La Nación...**

-No, eso no. Te busco la película en Sensacine, miro los puntajes y abajo veo los comentarios de los gordos que están del otro lado comentando, y esos sí los leo. Que te dicen "Una nueva gran producción de Spielberg", tipo... Otro que te pone "Gran narración, pero muy malas actuaciones", todo ese tipo de cosas.

**-Y cuando empezás una serie, sos de los que la terminan o podés llegar a dejarla incompleta, podés llegar a dejarla incompleta.**

-No, he dejado series que no me gustaron nada, como por ejemplo, "Outlander", empecé a verla con Agus, es la serie realmente más aburrida que vi en mi vida, me negué totalmente a seguir viéndola. Un espanto. Y después dejé alguna serie como ponele, Los 100. Pero en general me pasa esto. A veces le pifio más con las películas. Con las series como que me asesoro mucho antes de empezar una serie. Entonces generalmente algo de bueno la serie, algo tiene.

**-Mirá que bien que dijiste esto de asesorarte porque la próxima pregunta es si te cuesta empezar a ver una serie. Porque hay algunos que lo ven como un compromiso. Pero para otros ponen el primer capítulo y si no les gusta lo sacan. ¿A vos qué te pasa con eso? ¿Te cuesta empezar una serie?**

-Me cuesta, sí. No empiezo una serie así porque sí. O sea, como primer cosa tiene que estar muy relacionada con las cosas que me suelen gustar, que son cosas como más de política, cosas más conspirativas, todo ese tipo de cosas. No te voy a ver una serie de amor, o tipo "La Casa de Papel". Generalmente empiezo cosas más así como "Prison Break", "GOT", "Ozark", que es de un tipo que lava guita y lo persigue el FBI. Generalmente tiene más que ver con eso, y pregunto y leo antes de empezarla porque no me quiero comer el pijazo de... Porque yo nunca dejo la serie en un primer capítulo. Porque el primer capítulo de "Peaky Blinders" es el embole más grande del mundo y para mí es una tremenda serie, ¿entendés? Es más, los primeros cuatro o cinco capítulos de "GOT" son malísimos, a ver, no pasa nada, es puro explicativo. Generalmente tres capítulos me veo y no quiero perder tres horas, entonces me asesoro bastante.

**-Hablando un poco de cuánto ves, ¿cuántos días a la semana ves Netflix? En promedio.**

-Tres, cuatro. Ayer estaba cansado y me fui a dormir, pero hoy me voy a ver un capítulo. Tres, cuatro veces por semana, voy intercalando. Martes, jueves, viernes, te veo un capítulo. Y bueno, sábado.

**-Y cada vez que usás Netflix, ¿cuántas horas ves te parece?**

-En la semana, generalmente, una hora, un capítulo antes de dormir. El fin de semana te engancho dos, tres capítulos. Por eso para mí el promedio, son dos horas que miro Netflix.

**-En la semana ves de 6 a 8 horas, porque ves 3 o 4 días. ¿Alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida?**

-Sí, obvio (risas). Creo que de "House of Cards", creo que me la vi toda derecho, los 13 capítulos, jajaja. Si no me equivoco vi los 13 capítulos en un día o vi los 13 capítulos en todo el fin de semana. No me duró más que un fin de semana.

**-Un sacado (risas). Eso se llama bingewatching.**

-Y sí. Me pasó con "Prison Break" también. Creo que la primera temporada, que es de las mejores cosas que existen en la historia, no me duró nada. Cuando te digo nada, es nada. Y son 24 capítulos. Creo que la habré visto en un fin de semana. Era larguísima. Igual tengo ganas de que vuelvan las series de 24 capítulos por temporada. Ahora está esta cosa de "Te hago 6 capítulos "como "Peaky Blinders".

**-Sí, yo con 10 estoy. Diez, trece.**

-Bueno, y creo también que la primera de "Lost" me la deglutí también, era larguísima, 27 capítulos (risas).

**- ¿Y cuántas veces por semana te parece que hacés esto? O es algo raro.**

-No, no lo hago nunca. Lo hago con series que me vuelven loco, sino no.

**-Y el día que lo hacés, ¿esperás al fin de semana o lo hacés un martes?**

-No, fin de semana, no (risas). Fin de semana de lluvia.

**-Son tres capítulos o más, que pueden ser de una hora, o hay series de media hora, ¿viste?**

-Nunca en la semana me quedo durmiendo poco por mirar una serie. A lo sumo, dos de la mañana, si me volvió loco.

**-La siguiente es, ¿por qué pensás que ves un capítulo más y otro más?**

-He leído cosas sobre eso. Eso es un poco lo que buscan toda esta metodología, de la adicción... En la industria de las series me parece que se buscó mucho eso de "Terminó el capítulo, te pongo que en 13 segundos vuelve a empezar para que sigas y sigas", y creo que también el estilo de series de "Termino un capítulo y no aguanto más y agarro otro", empezó con "24".

Creo que esa fue la primera serie de ese estilo y después lo siguió "Lost", y después lo siguió "Prison Break", me parece que fue más o menos así. Que fueron las pioneras de generar mucho impacto al final del capítulo, como que te abren un final de temporada en todos los capítulos, al final de cada capítulo. Eso te genera una locura. Para mí lo que pasa, respondiendo la pregunta, es que como te abren una puerta muy grande al final, te desesperás por saber lo que pasa, y volvés a consumir el próximo capítulo, que encima Netflix te lo pone automáticamente que si tardaste 10 segundos ya empezó. Hay series que son distintas me parece, un poco más lentas. Pero creo que tiene que ver con cosas más del cine, esto de abrir una puerta muy grande para consumir lo que viene así como loco, me parece que es muy yanki. No sé, ponele, si ves cine francés, que a mí me embola, lo odio, para mí es lentísimo. Para mí "Amélie" es la peor película de la historia del cine, es un poco eso. Te abren puertas muy grandes al final del capítulo y te volvés loco y consumís el que viene.

**-¿Y cuando dejás de ver, cómo te deja eso? ¿Decís "Bueno, está bien, era hasta acá" o todavía tenés ganas de seguir pero tenés que parar?**

-No, generalmente tengo que parar porque me voy a volver loco.

**-Y esta es una pregunta culposa que vos ya la respondiste, pero bueno, la pregunta es si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer para seguir viendo una serie, por ejemplo, estudiar, arreglar tu casa, dormir, lo que sea... Y qué fue.**

-Sí, obvio. Lo hice pero fueron muy pocas veces, son totalmente excepciones pero lo hice. Y fueron con series que me generaron una adicción, como Prison Break, Lost, House of Cards.

**-¿Y qué hacías? Te ibas a dormir muy tarde...**

-Me acuerdo una vez que tuve fiebre, estaba con anginas, con antibióticos, estuve como cinco días sin salir de casa, y me comí como tres temporadas de Lost. Estaba temblando así de la fiebre y miraba Lost, una locura (risas). No sé qué habré hecho, creo que hasta he llegado a dar de baja algún plan "Che, vamos a tomar una birra" y quizás no contesté o dije "No puedo" porque me manijeé. Alguna vez lo habré hecho. Pero muy pocas excepciones.

**-Sí, quien no la hizo que arroje la primera piedra, no?**

-No, es imposible.

**-Y pasando más a contenidos, ¿cuál es tu género de cine y series favorito?**

-Mi género de cine favorito es y va a ser siempre el cine bélico, por escándalo. Soy un fanático de las películas bélicas.

**-¿Viste "1917"?**

-Sí, y no me gustó mucho. Me pareció que estuvo muy bien filmada, técnicamente tiene cosas que te flashean, porque vos decís "¿Cómo filmaste en movimiento?", hizo como un mega travelling el tipo, durante un montón de tiempo, eso es una locura. Pero para mí la película está totalmente vacía de contenido, pero posta, o sea, como que en realidad la película se trata de un tipo que tiene que ir de una punta a la otra, te enganchan acción un montón, la manera en que está filmada, pero históricamente no te cuentan un carajo de la Primera Guerra Mundial,

no hay nada político o estratégico, como que no ves nunca, o una sola vez en la película ves a un general abrir un mapa, no explica un carajo de nada, dice "Tenés que ir de acá a acá", ¿entendés?

**-Sí, yo creo que es medio un experimento también, me parece. Y coincido con vos que le falta un poquito de contexto y más historia y desarrollo. Pero bueno, lo veo más también como un experimento, todas esas películas que son en una sola toma, cosas así, para mí es un experimento. Podés contar una historia bien pero tiene que ser muy interesante la historia también.**

-Lo que yo siento es que fueron a buscar el Oscar de todo lo que es el tema técnico y fílmico, tipo, como que todos íbamos a decir "Uh, la puta madre, mirá cómo filmó eso, qué locura, qué raro, qué distinto". Pero yo que soy bastante fanático de las películas bélicas, no tenía contenido, me parece mucho más película "Hasta el último hombre" que "1917". Es más, también Fury, que es una película muy de acción, pero me parece que los diálogos que se dan adentro del tanque, la cosa más así filosófica entre amigos, como que se dan cosas como muy mágicas, que no se dan en esta película. Y además, no me gustaron los actores de 1917.

**-¿Viste "Dunkirk"?**

-No vi "Dunkirk". La tengo siempre en Netflix por ver y nunca la veo. Pero no me gustó, no me parecen los actores de una película bélica, los dos de una película bélica, tienen que ser tipos que fumen todo el día...

**-Bueno, ¿sabés qué detalle me gustó de "1917"? Me gustó que antes de salir de la trinchera, esa parte está buena, hay un teniente que los mira y le dice a uno "Dale, traele un casco a este pibe". Ese personaje me gustó.**

-Sí, sí, bueno, de hecho te iba a decir, el mejor momento de toda la película es el principio, cuando todavía no salieron de la trinchera. Te digo, me encantan de las películas bélicas, los momentos de trinchera donde no pasa nada y son diálogos, charlas filosóficas de la vida, tipo "¿Qué carajo hacemos acá?" y "¿Para qué estamos acá?", ¿entendés? Que sacan una estampita de la novia, y que de la nada pasa algo. Eso es una película bélica, ¿entendés? Para mí es eso. Y ponele, la primera serie que vi en mi vida es "Band of Brothers", que es una de mis preferidas, la vi por mi viejo que era de HBO, y para mí es una locura total. Tiene capítulos que son realmente una locura. Tiene un capítulo de acción que se llama "Bastogne", que es un lugar en Bélgica en donde nevaba, que es una locura lo que se cagan a tiros en ese capítulo. Son diez capítulos. El capítulo nueve se llama "Why we fight", y para mí es el mejor capítulo de la serie, donde no hay ni un tiro, y es un capítulo totalmente de diálogo, filosófico, que es cuando los tipos llegan a los campos de concentración y ven ahí a la gente toda amontonada, muerta, y además tenés a los tipos atrás hablando, porque es una historia real, es la compañía de paracaidistas de no sé qué, y tenés a los sobrevivientes hablando de ese momento. Es una locura total.

Mi favorito es el género bélico, porque tiene acción, estrategia, te hace reflexionar sobre cosas históricas y hasta filosóficas que pasaron y el por qué pasan, y porque creo que el buen cine bélico no es solo tiros sino que te hace pensar. Naturalmente siempre fue el que más me gustó. De ahí se deriva, como igual también a mí me encanta todo el cine que tiene que ver con el juego político, la estrategia, todo ese tipo de cosas, por eso me encanta House of Cards, Game of Thrones. Eso es lo que más me gusta de todo. Por eso me gustan algunas cosas así más

policiales también, no me gusta el típico policial del típico detective que tiene que atrapar al delincuente, pero sí me gustan más esas cosas tipo el FBI investigando un caso. Me encantan las series que tienen que ver con la CIA buscando un terrorista, todo ese tipo de cosas. Por eso me encantó "Homeland", vi hasta la tercera temporada. Después no la vi más.

El género que más me gusta es el bélico. Tampoco hay tantas series bélicas, pero de ahí se deriva que a nivel series me gusten mucho el estilo "House of Cards", todo ese tipo de cosas. Yo me comí dos temporadas "Designated Survivor", serie que todo el mundo odia, a mí me gustó. Hasta que llega un momento que sí, ya es más de lo mismo, pero hasta cierto punto me gustó.

**-Sobre redes sociales. ¿Seguís las cuentas de Netflix en redes sociales? ¿O las cuentas de series de Netflix, o de actores?**

-No, solamente seguí la de Frank Underwood (el personaje de Kevin Spacey en "House of Cards"). Porque antes de que se lanzara una temporada, te iba tirando desde su cuenta cosas como para manejarlo. Como que tiraba "Que se agarren los republicanos porque tengo algo pensado", o "Me querrá traicionar mi esposa?", tiraba cosas antes. Es la única que seguí, después ninguna.

**- ¿Y participás en grupos o páginas en Facebook o grupos de Instagram?**

-No, eso es de bichero (risas). No, no participo de foros o grupos.

**-¿Y no seguís a Netflix?**

-Tampoco.

**-Y luego de ver el contenido en Netflix, ¿qué hacés? ¿Charlás con unos amigos, tu novia, con la familia? ¿Escribís alguna crítica? ¿Buscás críticas?**

-Escribo libros (risas). No, generalmente cuando quedo muy manija con lo que vi, lo comparto con alguien.

**-Y hablás un poco, recomendás la serie.**

-Sí.

**-Volviendo a redes sociales, ¿las usás para ver trailers o para ver comentarios de una película, o encontrar recomendaciones, o postear algo?**

-No, no mucho. No las uso para eso, digamos. A lo sumo sí te miro algún trailer en YouTube, pero nada más.

**-Viste que están esas cuentas tipo @cinefilos en Instagram, ¿seguís alguna de esas?**

-No, ninguna.

**-Bien. ¿Ves películas online en páginas como Cuevana, PopcornTime, todo eso?**

-Ya no. Pero en su momento no tenía (ruido). Como no tenía HBO, yo empecé GOT mucho más tarde que el resto. La vi muy sobre el final y me la comí toda en un lapso de tiempo muy corto. Y empecé viendo la primera y la segunda por Cuevana o por alguna de esas páginas. Hasta que un amigo me prestó un pendrive en donde tenía todas las temporadas de GOT en 1080, y metí eso y la vi bárbaro.

**- ¿Y ahora que tenés Netflix no usás más esas páginas?**

-La usaría solamente para ver algo como "Succession", que me la recomendaron algunos. La usaría para ver el contenido que Netflix no te da. Porque, o sea, te pago Netflix, pero no sé si te pago HBO. Entonces al no pagarte HBO, si quiero ver un contenido de HBO lo veo medio pirata.

**-Claro, pirateás ahí. Y hablando de esto de Cuevana, ¿le ves alguna ventaja respecto a Netflix? ¿O desventaja también?**

-No. Desventaja sí, que se ve mucho peor, son páginas más lentas en cargar algo, si no tenés buen internet se va trabando. Lo que tienen es el contenido que Netflix no compra o no produce.

**-Ya me respondiste si dejaste de ver más o menos cosas en estos sitios ahora que tenés Netflix.**

-Sí, obvio, ya casi ni los uso.

**- ¿Y vas menos al cine ahora?**

-Creo que sí. Creo que todo el mundo va un poco menos al cine desde que tiene Netflix. Porque hay contenido de Netflix que claramente no está en el cine y porque además digo "Che, hoy es sábado, me veo una película con mi novia" y a veces sí nos pinta ir al cine, pero a veces es "Pedimos helado y vemos una película en Netflix". Tiene ese tipo de comodidad, pero igual cuando sale algo en el cine que me gusta de verdad, que yo sé que me motiva, la voy a ver al cine primero. Tampoco soy un adicto de ir al cine, no es que voy tan seguido, pero es un plan que con mi novia solemos meter. Pero cuando sale que decís "Está bueno". No somos como esos cinéfilos que van por esas carteleras poco taquilleras que vos decís tipo "¿Cuál es la película que más hay?", "No, una remasterización de Nemo..."

**- ¿Usás otro servicio de streaming? Como Cablevisión Flow, HBO Go, Amazon Prime Video, Fox Play...**

-Tengo Cablevision Flow, pero lo tengo más que nada por cuando quería ver algún partido de fútbol desde el celular.

**-Claro, no viste películas, series ahí...**

-No, películas y series ahí no.

**-Esta no importa porque hablaba de un aumento de precio de \$170 a \$220. Ahora está como \$350 creo. ¿Te parece que está bien el precio de Netflix?**

-Sí, o sea, creo que Netflix es un bien medio de lujo. Que es un bien masivo porque lo tiene mucha gente, pero creo que lo tiene gente de nivel socioeconómico de la mitad de la clase media para arriba. Un tipo para mí en Isidro Casanova no tiene Netflix, ¿me entendés? Entonces es un bien que se lo da un tipo que tiene un Smart TV, que puede pagar eso. Un tipo que llega con lo justo a pagar la luz no tiene Netflix.

**-Perfecto. Y la última es, ¿cómo te parece que podría mejorar el servicio? Puede ser contenidos distintos, o de algún lado, o alguna función, viste que ahora se pueden descargar cosas al celular y las podés ver en el subte, cómo te parece que puede mejorar o te parece que así ya está bien y bueno...**

-Me parece que está bastante bien, y lo que te había dicho antes que para mí tiene que comprar más derechos de más películas clásicas, que quizás perdieron o las sacaron de Netflix o que nunca las tuvieron. Pero no te digo que compres cualquier cosa, comprar más cosas clásicas, que son películas de las que tenés que ver, ¿entendés? Que quizás le faltan.

**-¿Y algún tipo de contenido que te gustaría ver y no está?**

-Y podrían meter alguna serie bélica, no? Como “Band of Brothers”, “The Pacific”. Algunas de esas. Hace mucho que no sale ninguna.

**-Es verdad.**

### **A.5.9. Entrevista a Rosalía (25)**

**- ¿Cuándo empezaste a usar Netflix o te acordás lo primero que viste?**

Creo que fue en 2017, medio tarde sí, porque yo con esas cosas... En 2017 lo primero que vi, no me acuerdo, seguro que Friends o algo de eso.

**- ¿Y por qué te inscribiste al servicio?**

Creo que era porque estaban todos inscriptos (risas). Entonces se me ocurre que por ahí alguna vez fui a la casa de un amigo, lo tenía, entonces quise seguir viendo alguna serie que me enganqué el día que fui.

**- ¿Qué es lo que más te gusta de Netflix? Puede ser el contenido, el fácil acceso, que no tenga cortes...**

Creo que lo que más me gusta es la parte de que te recomienda, cuando ya terminás de ver algo y ya te recomienda cosas similares y después me llegan los mails de vez en cuando que dicen: "Se agregaron estas cosas nuevas que te pueden interesar". Entonces yo de ahí voy en la aplicación del celular agregándolas a la lista. Entonces eso. Y también la usabilidad que le das play, salteás la introducción, como que no tiene límites en ese sentido.

**-El famoso "Omitir intro", ¿no?**

-Sí, jajaja.

**- ¿Y que no tenga cortes? ¿Qué te parece?**

-Está bueno aunque, en mi caso, como que si no estoy muy enganchada, yo le pongo pausa y me pongo a hacer otra cosa. Es como que en ese sentido no es que me gana la voluntad y sigo tres horas viendo algo. Medio me canso a veces, no soy muy... Tengo que, no sé, el otro día se estrenó "Sabrina" y la vi toda en un solo día. Y corté cuando tenía que almorzar, cenar, lo que sea, sí iba cortando igual. Pero como que yo te corto en tres cuartos de capítulo. No es que corto porque terminó uno y después sigo. Hay veces que tengo eso. Terminaron o no lo corto igual.

**-Sí, pausás claro. Y al revés, ¿qué es lo que menos te gusta de Netflix?**

-Creo que lo que menos me gusta es que están incompletas las series, algunas. O sea, como que tardan mucho en ponerte la última temporada de algo. También hay muchas películas muy viejas, de los noventas, ochentas.... O de los 2000. Pero tal vez algunas más nuevas también tardan un montón de tiempo en subir películas nuevas. Por ahí está bueno que tengan producciones propias, que hace que estén al toque. Si no es producción propia tardan un montón de tiempo en subirlas.

**-Después sobre el momento de ver Netflix, ¿qué es lo que buscás cuando ves Netflix? Tal vez es divertirse un rato, otras no sabés qué hacer y ponés Netflix, ¿qué es para vos?**

-Creo que muy pocas veces lo uso como "Por ahí voy a poner algo para divertirme un rato", tiene que ser porque hay algo que quiero mirar y lo puse en mi lista. Entonces digo: "Bueno

listo, me voy a sentar a ver lo que puse en mi lista". Porque se estrena algo también. Pero no es algo como que estoy todo el tiempo buscando qué puedo ver, también por ahí pasan semanas y no lo uso.

**-¿En qué dispositivos ves Netflix?**

-90% del tiempo en la televisión. Muy rara vez en el celular y menos en la laptop.

**- ¿Y ves en el transporte público, por ejemplo?**

-No. No veo.

**-Y lo que ves en el celular, ¿qué suele ser? Porque lo que estoy viendo, y que a mí también me pasa, es que por ahí no veo una película muy seria en el celular, pero un capítulo de Friends te puedo meter.**

-Y mirá, lo último que me acuerdo de haber visto en el celular, fue que intenté ver "Los Caballeros del Zodíaco". Dije "Es un dibujito, no me va a afectar en nada verlo un poco más chiquitito o grande". Ahí vi el primer capítulo y no me gustó (risas).

**-Hablando de cantidad de horas cada vez que te sentás a ver Netflix, ¿cuánto solés ver?**

-Si es una serie, ponele que pueden ser seis horas. Porque si dura una hora por capítulo miro cinco o seis capítulos a veces. Si la serie tiene ocho, trato de mirar todos.

**-La pregunta obvia entonces es, qué días lo hacés, porque me imagino que no te quedás un jueves hasta las seis de la mañana...**

-(Risas) No, en general los viernes que hago home office, termino de trabajar, termino de trabajar, arranco a las seis. Por ahí miro un capítulo al mediodía cuando como, y el resto a la noche.

**-Claro. Y entonces más allá del viernes, ¿qué días mirás Netflix?**

- Viernes en general, en la semana estuve viendo una serie con mi vieja, "The Staircase", y la fuimos viendo durante la semana porque tenía un montón de capítulos de una hora y era medio documental. Así que esa la vemos en la semana, porque todo el día cansa, depende el género. Más que nada viernes y sábado, no tanto domingo.

**- ¿Y en general con quién ves Netflix? ¿O vos sola?**

-Más que nada veo sola Netflix, a menos que nos juntemos en la casa de alguna amiga y veamos algo. También con mi vieja a veces. Pero es un momento para mí, también, ¿viste? Trabajo, voy al gimnasio, llego a mi casa, me baño, como y a lo último, para cerrar el día, veo algún capítulo de algo. O dos... o tres, (risas).

**- ¿Tenés una lista de cosas por ver? Antes ya más o menos me habías dicho que sí, ¿es la de Netflix o es una lista mental?**

-No, es la lista de Netflix. Tengo pendientes un montón de cosas.

**- ¿Y sos de usar la lista? Porque por ejemplo yo tengo mil cosas en la lista y después no entro nunca.**

-Yo trato de antes de largarme a buscar ver qué hay en la lista. Cuando quiero buscar algo para entretenerme, sí, miro primero la lista y después por ahí salgo a buscar por género y todo eso. Sino ya sé que en la semana me había saltado por mail que está tal cosa, sé que el fin de semana lo miro. Lo pongo en la lista porque me olvido los nombres.

**-Bien. Cambio un poco de tema y te pregunto si ves televisión comúnmente.**

-Sí.

**- ¿Qué solés ver?**

-Miro el noticiero y después por ahí me gusta mucho Warner, porque tiene capítulos de Friends o de "The Big Bang Theory", "Two and a Half Men", o sea, más series. Y si hay alguna película de los 80 que no haya visto y hay por ahí tres al hilo, a veces las miro las tres o las dos. El otro día vi "Thelma y Louise", que nunca la había visto entera. "Viven", la de los rugbiers que cayeron ahí en la montaña. Esas dos las vi, cuando engancho cosas así que no vi, viejas, las veo.

**- ¿Y qué mirás más, la tele o Netflix?**

-Yo creo que tele. Es más fácil. Ahora igual di de baja el cable así que va a ser Netflix. Porque era muy caro. Tenía Fibertel, Cablevisión, que anda bien internet pero viste que es un poco más caro que los demás.

**-Sí. Y bueno, hablando un poco de la televisión, ¿cuál dirías que es el estado actual de la televisión? ¿Cómo la ves hoy en día? Tal vez comparándola frente a Netflix puede ser la respuesta.**

-A ver... Pasa que entiendo que son como dos universos diferentes, por ejemplo tenés canales de aire y después canales de cable. En los canales de aire hay muchas novelas y mucho programa ahora en el verano así de preguntas, juegos, esas cosas. Mucha cantidad, se ve que no hay otra cosa que poner y te meten eso. Y después los canales de cable lo que tienen de malo es eso de que te pasan la misma película setenta veces, como que muy de vez en cuando cambian la programación, hay mucho de lo mismo. O sea, pasa en los dos lo mismo pero uno es con películas y el otro es con programas cortos.

**- ¿Y cómo la ves en general a la televisión? ¿Como que hay mucha menos gente viendo, como que está renovándose o nada que ver?**

-Yo creo que sí, frente a Netflix, Netflix ofrece más cantidad de opciones para ver y eso hace que quede ya en un segundo lugar. Con internet también, que podés buscar en Miradetodo y esas páginas lo que no está en Netflix.

**-Claro. Te preguntaba porque hay algunos autores que hablan del fin de la televisión. Que dicen que en algunos años no va a existir más la televisión como la conocemos hoy en día. ¿Vos estás de acuerdo con ellos?**

-Y puede ser. Porque creo que cada vez va siendo más a modo informativo y vos una novela la podés subir a la plataforma de Netflix. Como que todo lo que es contenido creado para el entretenimiento podría estar contenido en alguna plataforma. Y todo lo que es noticias podés llegar a través de las redes. No hace falta por ahí mirar el noticiero.

**- ¿Vos decís que no va a existir más la televisión en, no sé, cuarenta años?**

-Y puede ser que no. Ya hay cosas que reemplazan un montón de las cosas que la televisión tiene, así que tranquilamente podría no existir.

**- ¿Y si llegara a existir qué quedaría en esa televisión?**

-Y Canal 7 por ahí (risas), no sé cosas que tengan que tener una representación de algo.

**-Hay una respuesta que me están dando muchos que es lo que decís vos, y deportes, como están en vivo quedarían en esa televisión.**

-Pero pasa que, imaginándome que las cosas avanzan, capaz que podés ver también un partido de lo que sea por YouTube. Como que todo es reemplazable.

**-Después pasamos a la sección "Contenidos", te pregunto qué es lo que ves más, si películas, series o documentales. Y por qué.**

-Series, documentales y películas creo que sería el orden. Están en segundo puesto los documentales y las películas, pero series primero. Porque me gustan las series que son más de entretenimiento, y a mí como me gusta mucho lo de historias de asesinos, policiales y esas cosas, Netflix tiene ese formato de docuserie, y eso hace que parezca que estoy mirando una serie, pero es medio un documental porque te estiran en capítulos algo que por ahí en dos horas te podrían haber mostrado, entonces por eso están en primer lugar las series.

**- ¿De dónde son los documentales que ves?**

- Mientras me interese el tema del documental, no me interesa si es de Estados Unidos, de Inglaterra, Alemania o Israel. Generalmente veo de Estados Unidos, pero porque es lo que más hay, creo

**-Y hablando de lo que ves, ¿cómo elegís lo que vas a ver? ¿Tenés recomendaciones de críticos, lees críticas, recomendaciones de conocidos?**

-Sí, de recomendaciones. Igualmente viste que te digo que me pasa que miro algo y después me aparecen por mail recomendaciones de Netflix que dicen "Porque viste tal cosa podés ver esta otra", y así las voy metiendo en mi lista. Aparte que siempre tienen que ver con lo mismo, cosas de asesinos, crímenes y esas cosas (risas). Más o menos siempre el mismo género, y me recomienda así en la semana o aparecen nuevas. Igual siento como que ese género estuvo este último tiempo más presente.

**-Cómo que está de moda todo ese género.**

-Claro, como que es por el interés de la gente por saber toda la parte de qué piensa tal persona cuando hace tal cosa capaz. Está en auge.

**- ¿Y entonces a qué le prestás más atención generalmente, a la recomendación de conocidos o a la de los medios?**

-Creo que primero a la recomendación de conocidos y después a la de los medios. No sé cómo funciona Netflix pero debe ser algo que tiene que ver con géneros parecidos y te va tirando similitudes pero tal vez un amigo me dice "Mirate tal que está re buena" y yo ya sé que él sabe lo que a mí me gusta en ese sentido, entonces después miro y me encanta.

**- ¿Y por qué pensás que le prestás más atención a tus conocidos, amigos, familiares, etc?**

-Porque ellos ya saben lo que miro cuando miro. Y Netflix me puede recomendar algo parecido. Como que acierta más la recomendación de una persona que lo que me recomienda la plataforma.

**- ¿Y sos de leer críticas sobre lo que ves o vas a ver?**

-A veces sí, igual, hay veces que si leo digo "Bueno, lo voy a mirar yo" y voy a ver qué pienso yo sobre lo que vi porque viste que pueden ser críticas buenas, malas o más o menos pero después al fin y al cabo... Hay veces que si siento que era medio mala ahí leo las críticas, como que muchas veces antes no las leo. Muchas veces veo y después leo la crítica.

**-Bien. Después hablando de series también, si empezás una serie, ¿sos de las que terminan la serie o la podés llegar a dejar incompleta?**

-Puedo llegar a dejarla incompleta. Me ha pasado varias veces porque a veces me recomiendan, tengo una amiga que me dice "Mirá tal, tal y tal" que le gusta lo mismo que a mí, y hay veces que las empiezo a ver y tanto no me enganchan. Porque viste que están todas esas... Como que soy más yanki en ese sentido, todo lo que es "Dark" (una serie alemana), había otras, me cuesta más engancharme del mismo género depende de dónde venga, digamos (risas). Si es europeo me cuesta más y si es yanki es más fácil. Estoy más acostumbrada. Igual vi "Dark" y me gustó pero me cuesta como decir "Voy a mirar la segunda temporada". Igual es medio compleja y digo, "Voy a mirar la segunda temporada" y me olvidé de todo de la primera, que es necesario, pero te da esa sensación.

**- ¿El día que más ves cuánto ves en horas?**

-Seis más o menos. Y seguidas.

**-Justo la pregunta que venía era si alguna vez viste tres o más capítulos de una serie de manera seguida.**

-Sí, sí.

**- ¿Y es algo bastante usual en vos?**

-No, tiene que ser por ejemplo: El año pasado había visto "Las Aventuras de Sabrina", ¿viste? Como que tengo la cosa de todo raro, de la fantasía y todo eso que me re llama la atención (risas).

**-Está bien, acá no se juzga (risas). Me decías que lo hacías seguido, ¿o cuándo lo hacés?**

-Me pasa más cuando se va a estrenar algo que ya miré la primera o la segunda temporada. Por ejemplo cuando sale "Stranger Things", que te avisa "24 de marzo se estrena la cuarta temporada", ahí sé que me voy a sentar a verla toda.

**-Son series que estás esperando y las ves de una.**

-Claro.

**- ¿Y eso cuándo sería? ¿Fin de semana, viernes?**

-Sí, en general es el viernes. Como que a veces digo "Bueno, me dan ganas de me siento a verla todo el día cuando sale". Pero a veces sale un jueves y no puedo, tengo que esperar a que sea el viernes para sentarme tranquila y ahí sé que puedo arrancar y seguir el sábado, el domingo.

**-Y cuando dejás de ver, viste seis capítulos. Y la terminaste o estás por terminarla, cuando decís "Bueno, ya está", ¿cómo te deja eso? ¿Estás cansada, querés ver todavía más?**

-No, la verdad que en ese sentido como que ya terminó, tampoco, qué sé yo, por ahí la gente está esperando y digo "Bueno, quiero que salga la quinta temporada" pero no. Cuando está, está digamos. Pero es como que miro porque tengo la obligación de mirar todo. Listo, ya la terminé. Paso a otra cosa. Porque no me queda nada.

**-Y esta es una pregunta medio culposa, que es si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer para seguir viendo una serie. Por ejemplo, estudiar, arreglar tu casa, dormir, cualquier cosa puede ser.**

-No, creo que no.

**- ¿No dejaste de lado el sueño? A mí me pasa bastante.**

-Sueño no, tampoco, si tengo sueño lo corto y sigo al otro día. Como que en ese sentido no me acuerdo haber visto algo que me atrape tanto. Por ejemplo, el año pasado vi Mindhunter, que la vi en Bariloche un día que nevó y no podíamos salir, estaba de vacaciones con mi amiga, y ahí vi como cinco o seis. Yo no la había visto nunca y la tenía en mi lista, dije "Bueno, no podemos salir, este es el momento de mirar 80 capítulos de algo y como era vacaciones, miré hasta las dos o tres de la mañana"

**- ¿Solés hacer otras cosas mientras ves Netflix? Como mirar el celular, cocinar...**

- Al cocinar lo dejo de fondo y si está pasando algo importante ahí sí lo veo, porque podés no estar a full prestando atención y entendés igual. Aparte todas tienen siete, ocho temporadas, ¿quién tiene tanto tiempo? Otras sí presto atención. Otra cosa sería estudiar y mirar, ahí no podés realmente hacer las dos cosas bien.

**-Claro. Bueno esta pregunta un poco la fuiste respondiendo, pero, ¿cuál es tu género de cine y series favorito?**

-Creo que el nombre es thriller psicológico.

**- ¿Por qué?**

-Creo que porque está relacionado con mi carrera, psicología, y todo lo que tiene que ver con patologías en la psicología es lo que más me llama la atención. Enfermedades graves como psicosis, neurosis, todas esas cosas. Aunque en la serie puede ser retratado dudosamente pero es entretenido igualmente. Hoy en día se avanza más sobre esos temas, entonces cada vez hacen mejor el retrato del asesino Ed Kemper, por ejemplo.

**-Bien. Ya estamos entrando en la última parte de la entrevista, que tiene que ver más con redes sociales y Netflix. Una pregunta que me quedaba es qué te parece el sistema de puntuación de Netflix, que ahora es con cinco estrellas, es más una recomendación, antes usaba las cinco estrellas.**

-Yo la verdad que a veces me guío por eso, porque cuando no me puedo decidir si tengo dos películas, porque hay veces que no hay nada que me llame poderosamente la atención sino que estoy buscando algo para ver, entonces si me dice que es un 96% de compatibilidad conmigo y otro dice 88%, por ahí elijo la de 96%. Depende, tampoco es una cosa muy útil.

**-¿Y qué te gusta más? ¿Eso o las estrellas?**

-Creo que el porcentaje está bueno igual. No sé en qué se basa pero siento que es más preciso tener el número. Lo de las estrellas es como, 4 estrellas, qué sé yo qué significa. No es lo mismo un 98% que 4 o 5 estrellas.

**-Hablando de redes sociales entonces, ¿seguís las cuentas de Netflix, o de series o actores que aparecen en series de Netflix?**

-Solamente sigo Netflix Latinoamérica en Instagram, en Facebook. Y de actores la verdad que no. Miro las entrevistas y otras cosas que suben en Netflix Latinoamérica que está re bueno pero no más.

**-Y luego de ver contenido en Netflix, ¿qué hacés? Hablás con alguien? Hacés algún comentario en redes sociales? Buscás críticas? ¿Escribís críticas?**

-Por ahí leo críticas, pero lo que más hago que es medio raro, es buscar datos mientras estoy mirando algo o después como datos de quién es la actriz o el actor o de qué es el trastorno no sé cuánto. Busco terminología de la serie o la película o a la gente que está actuando.

**-Y en cuanto a hablar, ¿te gusta debatir sobre series, películas? ¿Con quién lo hacés?**

-Pasa que es medio complicado debatir con alguien a quien le gusta la comedia, las comedias viejas como a mí, como que es un género no tan debatible con el público general el thriller psicológico. A veces son cosas muy específicas, no las puedo hablar con todo el mundo.

**-Entiendo. Y a la hora de elegir lo que vas a ver en Netflix, ¿utilizás las redes sociales para hacer cosas como ver tráilers, comentarios de otra gente, recomendaciones...?**

-Solamente si me da mucha duda y estoy indecisa uso el porcentaje y alguna cosa más que encuentre en internet. Si estoy mirando y se estira mucho, como esa serie "The Staircase", de un chabón que va a juicio porque creen que mata a la mujer, entonces ese tipo de cosas yo lo espero en 4 capítulos, no en trece. Entonces me canso y busco el nombre de la persona porque es una persona real, (risas). No puedo aguantar a veces esperar la explicación de todo. Hay veces que las hacen muy largas, como el documental de la madre de McCann que podría ser más cortito y tiene dos millones de capítulos.

**-Y sobre ver tráilers, en YouTube, Instagram. O ver entrevistas y a partir de ahí decir: "Bueno, voy a ver esto". ¿Te pasa eso?**

-Como que en ese caso igual que con el tema de las críticas, prefiero verlo yo sin ver nada antes, sentarme y mirarlo y después por ahí si es una serie o un trailer, pero tampoco me parece que aporte mucha información, yo prefiero saber todo.

**-Hablando de cine, ¿vas al cine comúnmente? ¿Qué tipo de películas ves?**

-Sí, voy. Lo máximo que puede pasar sin que vaya son dos meses, pero voy. A veces voy dos fines de semana seguidos, depende de qué se estrene.

**- ¿Y qué tipo de películas son?**

-Puede haber de todo porque más allá que me guste el thriller psicológico también me gustan las películas de superhéroes, entonces por ahí puedo ir a ver "Deadpool" o cosas así. La del Joker era una combinación de medio superhéroes y la psicología, era un mix de las dos cosas. Tiene que ser algo que le guste a mi novio o algo que me guste a mí, risas. Drama es algo como la de Ted Bundy de Netflix, esa es una de las últimas que vimos.

**-Y más allá del cine, en sitios online como Miradetodo, ¿sos de ver en esos sitios?**

-No, porque es más cómodo Netflix. La verdad que tiene que ser algo como "Game of Thrones", algo que decís "Lo quiero ver", sino no. No me gusta buscar.

**- ¿Entonces qué ventajas y qué desventajas tienen estos sitios te parece?**

-La ventaja es que encontrás cosas que Netflix no tiene. Porque en Netflix hay muy pocas películas nuevas y hay otras cosas más viejas. O cosas que, no sé, por ejemplo, American Horror Story que a mí me gusta no está en Netflix. Tiene como 10 temporadas y es de canal Fox. Entonces yo lo miraba por Cuevana y cuando empecé a usar Netflix no lo miré más porque en Netflix es más fácil encontrar cosas que me olvido, no lo sigo tan de cerca.

**-Claro, ¿y tiene alguna desventaja este tipo de sitios?**

-Creo que, viste cuando entrás hay veces que no los podés reproducir, los links están caídos cada vez que seleccionás el servidor para ver la película, no anda. También a veces no es tan sencillo encontrar con subtítulos, sino que ya está todo en español neutro. Que tocás, querés ponerle play y se te abren 85 ventanas aparte, incluso porno. Después anda bien pero siempre

está la cuestión que, yo lo pongo en la tele, se sale por alguna razón y tengo que volver a poner todo, buscarlo por Google y todo, y eso es medio un bajón. Esa es la facilidad que tiene Netflix, la funcionalidad es mejor, digamos.

**-Hablando de estos sitios, ¿estás yendo menos al cine o estás usando menos estos sitios ahora que tenés Netflix?**

-Sí, yo creo que los uso menos porque dejé de ver algunas series que en Netflix no están. Pero igual creo que al cine no porque esta cuestión que Netflix te pone cinco años después algo que sale, entonces la vas a ver cuando sale.

**- ¿Usás algún otro servicio de streaming? Como Cablevisión Flow, Amazon Prime Video, HBO...**

-Pasa que yo tengo esta cuestión que soy muy vaga, tienen que ser fáciles de usar como Netflix que lo tengo en el botón del control sino no. Por eso es lo mismo que las otras plataformas, que hay que hacer muchas cosas, es muy elaborado todo, me cansa. Tiene que ser fácil. Eso es lo que tiene Netflix. Así que no uso otros.

**- ¿Cómo podría mejorar el servicio que brinda Netflix? Podría ser más contenido, contenido de tal tipo, algo de la funcionalidad...**

-Creo que no sé si hay por mail pero estaría bueno que como te alertan que salió algo nuevo o algo que podría gustarte, como que esté el alerta de "Terminá de ver tal cosa", que por ahí a mí me pasa que sí pongo pausa y a veces me olvido. Como que te tengan siempre presente que cosas que estuviste mirando siguen estando para verlas. Y sobre la funcionalidad creo que estaría bueno que no tarde tanto tiempo, no sé cómo será que arreglan para subir las series, supongo que hay que pagar, pero estaría bueno que no tarden tanto tiempo en la continuidad de, más cuando son series que estás esperando la sexta temporada de algo que querés ver y no la suben más.

**-Sí, es más un tema de licencias.**

-Claro. Porque ponele que, no sé cuánto está ahora, ponele \$300. Si me cobraran \$500 o \$600 pero está actualizado, estaría todo bien, es como que ahí el costo y la calidad del servicio quedaron cortos. Yo tendría por ahí una opción, viste que te dicen cinco bocas, una opción más premium donde metan más contenido y la gente pague más pero... Que tenga tales series completas. Entonces ahí elegís por género, hay gente a la que le gusta el terror y ya está, si sabés, lo tenés todo y listo.

#### **A.5.10. Entrevista a Leandro (23)**

**- ¿Por qué te inscribiste en el servicio? ¿Te lo recomendó alguien?**

-En la facultad me lo estaban recomendando muchos. Era una opción mejor que ir al cine. Además como no había un servicio en ese momento de películas online más o menos actualizado, y algunas series solamente salían en Netflix, me parece que me suscribí por eso.

**- ¿Lo pagás vos actualmente?**

- En su momento lo puse con la tarjeta de mi vieja y después ya quedó así.

**- Bien. ¿Qué es lo que más te gusta de Netflix? Puede ser el contenido disponible, la facilidad de acceso, que no tenga cortes, que lo puedas usar en distintos dispositivos.**

-Yo creo que lo más me gusta de Netflix es la posibilidad de ver el contenido que yo quiero cuando quiero. Esa es la ventaja que tiene Netflix hoy en día. Antes, por ejemplo, querías ver una película, tenías que esperar a que se estrene y después ir al cine. La veías una vez, ahora si querés la podés ver un par de veces hasta que la sacan del servicio eventualmente (o no), pero retomarla después en otro momento, eso es lo mejor que hoy en día te ofrece Netflix. También los perfiles, así me organizo bien lo que quiero ver.

**- ¿Y lo que menos te gusta de Netflix?**

-Me parece que en este último año se están demorando (aunque no sea solamente en Netflix) las segundas temporadas o la continuación de muchas series que estoy viendo. Tardan demasiado. Por ejemplo, “Titans” es una serie que vi a principios del 2019 y también, tardan un año. Las series de Marvel, como “The Punisher” y “Jessica Jones”, tardaron varios años en hacerlas, y esas son contenido de Netflix.

**- ¿Qué buscás cuando ves Netflix? Puede ser que estés aburrido simplemente, o que buscás una recomendación. ¿Con qué objetivo ves Netflix?**

-Lo que busco en Netflix es, no sé, a mí me pasan dos cosas. Una es si tengo tiempo un viernes o un sábado a la noche, trato de buscar una película, porque quiero relajarme después de toda la semana de laburo y me preparo una pizza, una birra y me siento a ver una película en Netflix. Y después si quiero enganchar alguna serie, es algo espontáneo, realmente lo que me pasa generalmente es que llego al fin de semana y busco una película a la noche, para relajar y disfrutar, nada más. Después las series las veo generalmente por recomendación o porque es muy puntual, no sé, porque puedo estar viendo una serie y después pueden pasar dos o tres meses y no veo otra. Algo que pasa a menudo es eso que llego al fin de semana y quiero ver una película. Es un momento en el que puedo cortar un poco con los problemas del laburo, la familia, amigos, las redes sociales, dejo un poco el celular, pongo la tele y veo algo.

**-En promedio, cada vez que usás Netflix, ¿cuántas horas mirás?**

-Cada vez que uso Netflix, últimamente estuve viendo “The Witcher” y a esa le mandé mecha, jajaja. Ponele que veo 3 horas cada vez.

- **¿En qué días lo hacés?**

- Sábado o domingo. O viernes a la noche. Generalmente igual domingo.

- **¿Y te pasa esto de ver tres o más capítulos seguidos?**

-Sí, totalmente. En series sí. Por ejemplo, con “The Witcher”, vi como cinco seguidos. Todo un domingo.

-**Te iba a preguntar en qué día, veo que parece ser el domingo porque tenés más tiempo libre...**

-Claro, exactamente. Sino me muero, porque si llego un viernes y me pongo a las 10 a ver los 5 capítulos hasta las 3 de la mañana me mata. (Me pego un corchazo)

- **¿En qué dispositivos ves Netflix?**

-Tengo un dilema la verdad ahí. Porque lo veo depende del contenido de la serie o la película. Porque si es un contenido para mayores de 18 años, tiene escenas de sexo y todo eso lo veo en mi laptop o en mi celular. Generalmente en mi laptop, el celular no lo uso casi nunca para ver Netflix. Pero si ponele que es una película o una serie que no va a pasar nada, lo veo en la televisión, porque si están tus viejos y están teniendo sexo, como que quedás medio mal parado, en offside. Game of Thrones (**nota del autor:** es de HBO, no de Netflix) se va a la mierda ahí. Lo vi en la laptop, claramente. La verdad que es casi mitad y mitad, mitad televisión y mitad laptop.

- **¿Y ves en el celular? Un poco sí me dijiste.**

-Veo en el celular por ejemplo cuando me voy de viaje o antes cuando iba a Capital a trabajar, y ahí me descargaba un capítulo y lo veía en el tren porque me daba el tiempo. Sino no, ahora no estoy usando el celular para ver Netflix.

-**¿Y te pasa a como me dijeron algunos que ven en el celular si es una serie pasajera, algo como “Friends” pero si es algo más serio, o que está muy bien filmado, no te da ganas de verla ahí?**

-Preferís verla en una plataforma más grande...

-**Claro. ¿A vos te pasa algo así?**

-La verdad que creo que no. Entiendo el punto pero a mí, por ejemplo, cuando trabajaba en Capital estaba viendo las series de Marvel, que salían en meses corridos, a mí me interesaban bastante las series pero me daba lo mismo verla en el celular que en la televisión, la laptop u otro dispositivo. Las veía en el tren porque estaba limado, tenía el viaje y aprovechaba. Por ejemplo, en “Daredevil”, que tiene una escena re larga, muy bien hecha, que va saliendo de una cárcel.

- **¿Tenés una lista de cosas por ver? ¿Es la de Netflix o es una lista mental?**

-Sí, tengo la famosa lista de Netflix. La verdad que hoy en día tengo “Breaking Bad”, “Narcos”, “The Walking Dead”, “Bright”, “Justiciero”, “Mindhunter”, "Nace una leyenda", "Becoming Champions", "El caso Benzema", "First Team Juventus", "Las mentes del anime" y "Story of us, que la hace Morgan Freeman, tipo documental. Cada tanto miro a alguno que hace stand up, pero solamente si me lo recomiendan o si lo ponen ahí arriba, sino ni me pongo a buscar la verdad.

**- ¿Hacés otras cosas mientras ves Netflix? Como cocinar, comer, usar el celular, ordenar tu casa**

-No, no, me parece que no. Estoy atento.

**- Ves televisión comúnmente? De aire, cable...**

-Sí, pero cada vez menos la verdad. Lo único que llego a ver en la semana es el programa de Guido Kaczka, el de las preguntas, que ahora casi ni lo veo. Y durante el fin de semana, solamente veo algún partido de River, o algún otro partido, pero cada vez menos.

**- ¿Noticieros no ves?**

-No, muy poco. Porque cuando desayuno por ejemplo estoy con el celular.

**- Vos que ves televisión pero cada vez menos, ¿cuál decís que es el estado actual de la televisión? ¿Cómo la ves?**

-La voy a comparar con Netflix. Creo que hay un tema con la televisión, porque las películas y las series, me parece que están siendo cada vez más obsoletas en la televisión de cable. Porque hoy en día podés no solamente usar Netflix, sino que también podés buscar una página como Cuevana o Miradetodo, Popcorn time, un montón de plataformas donde podés ver contenido medianamente actualizado y bueno. El tema de los partidos también los podés ver por streaming, por la computadora, por internet, hoy en día la Copa Libertadores por ejemplo ya se transmite por redes sociales, por Facebook. Los noticieros, la verdad, hoy en día seguís los diarios en las redes sociales también, como en Twitter, que es una herramienta más informativa quizás. Creo que los noticieros también están perdiendo un poco de peso.

**- Vos hablaste recién de las páginas, como Cuevana. ¿Usás ese tipo de páginas? Y si lo hacés, ¿por qué?**

-Sí, absolutamente. Uso "Miradetodo". La uso porque tiene películas medianamente actualizadas, que son de ahora o de hace un mes atrás, cuando no tuve la oportunidad de ir al cine. Como "Contra lo imposible", una película que quería ver en el cine pero que por x razón no la pude ver, la vi por Miradetodo. Porque claramente Netflix no tiene un contenido tan actualizado en paralelo a las películas que se van estrenando en el cine, así que usé Miradetodo, que es un poco más rápida en cuanto a estar en sintonía con lo que sale del cine. **(Nota del autor:** Miradetodo, como Cuevana, es una página para ver películas y series de manera gratuita, violando los derechos de autor. Obtiene sus ganancias a través de anuncios como banners y publicidades en video que se reproducen previo a la película o serie en cuestión)

Después algunas películas que directamente no salen en Netflix ni dos, tres o cuatro meses después y salieron hace un mes en el cine. Todas esas películas las veo en Miradetodo. Porque básicamente está un poco más adelantado que Netflix. Vos sabés que las películas que salen ahora, ¿cuándo se cargan en Netflix? En dos años. Y no todas. Algunas películas no salen en Netflix. Entonces en esas páginas te ponen todas las películas que salen hace un mes atrás. Por eso la uso.

**- Te preguntaba acerca de la televisión porque en la carrera leímos autores que hablan del fin de la televisión. Algunos dicen que no va a existir más la televisión como la conocemos. ¿Vos estás de acuerdo con eso?**

-Por el tema de que los partidos de fútbol se dan por streaming, que no te extrañe que se haga una plataforma para ver solamente eventos deportivos, de streaming, paga también como Netflix, pero que sea solamente de eventos deportivos. No creo que sea pronto la muerte de los noticieros porque hay una generación todavía que la ve mucho. Si van a desaparecer, va a ser dentro de muchos años. Y el tema de las películas y series es complicado, creo que por ese lado para mí hay una amplia ventaja en estas plataformas, tanto Netflix como Flow, o la nueva Disney +, así que por ahí sí, veo que le están ganando mucho terreno a la televisión. No sé cómo va a reaccionar la televisión frente a esto, pero no sé, creo que si hacés un estudio de mercado, hay mucha más gente que utiliza estas plataformas que ver una película o serie por cable.

**-Lo que va a sobrevivir para vos a grandes rasgos son los noticieros y los eventos de deportes.**

-Sí, en primer lugar, está ganando mucho terreno las películas y las series en las plataformas estas. Eso es lo que primero va a morir en la televisión por cable. Después quizás los noticieros, a muy largo plazo. Después tenés programas de cocina, de entretenimiento, cosas como "Showmatch" que las meto en un paquete de "Otros" que representan lo menos, en realidad, hoy en día.

**- ¿Y qué te parece una plataforma como Flow, que está un poco en el medio?**

-Mirá, la única vez que lo usé fue para ver "Game of Thrones", porque no estaba en Netflix y me pareció bueno (el servicio). Vi por tercera vez también "Broly: El supersaiyajin legendario" y la pagué por Flow (risas). La vi dos veces en el cine, con tres días de diferencia. Flow se queda un poco más en el medio porque no tiene tanto contenido. Las únicas dos veces que lo usé la verdad que me pareció bárbaro. Tiene un acotado catálogo de películas y series.

**-A nivel de contenidos, ¿qué ves más, películas, series, documentales? Volviendo a Netflix ya.**

-Últimamente te voy a decir, que veo más películas. Pero en general desde que estoy viendo Netflix es mitad y mitad. Pasa que lo último que vi en Netflix fue "The Witcher". Las últimas dos o tres cosas antes de eso fueron películas. No me acuerdo realmente cuál fue la última serie antes de "The Witcher". La última película que vi fue "Escuadrón 6", malísima, "Titan", esas.

**- ¿Y por qué te parece que ves mitad y mitad? Porque te digo la verdad, de todos los que hice entrevistas, todos me dicen “No, yo veo mucho más series” o “Veo muchas más películas”.**

-Porque es como te digo, por ahí llego un viernes y pasa que si me pongo a pensar vi más series que películas quizás, pero últimamente estoy viendo mucho más películas. Porque quizás no tengo tanta consistencia como para seguir una serie y sí, que es lo que te decía yo por ejemplo, que llego un viernes, un sábado y quiero ver un contenido de, dos horas, nada más. Por eso me elijo una película. Pero es algo que me está pasando ahora la verdad. No tengo muchas ganas de estar siguiendo una serie, a menos que me atrape mucho. Pero en el histórico es mitad y mitad.

**-Y así, también sobre lo que ves, ¿cómo elegís lo que vas a ver? ¿Por recomendaciones de críticos, de conocidos?**

-Lo que primero analizo es si el género me gusta, no sé, una de romance o una comedia quizás no te veo ni ahí. Si me atrapa es porque es de acción, ciencia ficción o es un buen pero muy buen drama. En cuanto a género es eso. Después sí juega un papel muy importante el tema de las recomendaciones, no sé, estás con tu grupo de amigos o tu equipo de laburo y te recomiendan "Yo miré esta serie, está muy buena" y qué sé yo, se ponen a hablar de la serie y por ahí te atrapa eso. Esos dos factores son los que utilizo para buscar algo como una serie.

**-¿Y no lees críticas? En diarios, páginas web...**

-No, generalmente no. No leo, no busco. Muy rara vez. Lo que quizás sí veo es el trailer, nada más. Pero críticas la verdad que no. Es más las críticas las leo después, en las redes sociales, por ahí.

**-Eso te iba a decir, que a mí me pasa eso. Después de un capítulo importante quiero ver qué dijeron.**

-Claro, bueno sí, esas cosas. Como el famoso final de “Game of Thrones”, que dijeron que era una cagada. Para mí sí, podría haber sido otro final. Pero lo busqué, a ver qué decía la gente y eso.

**-Hablando de series, ¿sos de los que terminan una serie sí o sí o la podés dejar incompleta?**

-Y mirá... “Mindhunter” la dejé incompleta. Porque un capítulo no me gustó. “Peaky Blinders” “también, vi dos capítulos... en un lapso de tres meses, jajaja. Realmente ponele que vi el primer capítulo en mayo del año pasado, de la primera temporada, y recién vi el segundo en agosto. No pude engancharme. Me pasa en documentales también. Como “Las mentes del anime”, la dejé a la mitad. Después también vi uno de River, que te explican cómo ganaron todo y también, la dejé por la mitad. Un montón de cosas dejo por la mitad. Que están en la lista quizás.

**-Vuelvo un segundo para atrás y después seguimos. ¿Qué te parece que no tenga cortes Netflix?**

-Es genial, desde el lado del usuario. Me parece que en ese sentido como te venía diciendo le pasa el trapo a lo que te ofrece la TV por cable. Que sí, hay algunas que te ofrecen sin cortes, pero la mayoría te mete cortes publicitarios. Hoy Netflix, vos lo podés ver, lo podés cortar cuando querés, lo podés adelantar, llevar para atrás y no tenés que ver ninguna pelotudez. Como por ejemplo que hoy en día entrás a YouTube y te aparece el analista de marketing de Mercado Libre y te habla en todos los videos.

**-Hablamos de terminar, ahora hablemos de arrancar. ¿Te cuesta empezar a ver una serie? Porque hay algunos que lo ven medio como un compromiso, otros ponen el primer capítulo y si no les gusta lo sacan, ¿cómo lo sentís?**

-Creo que no. Si verdaderamente me interesa la serie no me cuesta. Si, por ejemplo, quiero agarrar una serie que se puso de moda, porque todos los boludos dicen que se puso de moda, como Peaky Blinders, y... La verdad que mucha importancia no le doy, y solamente la veo por recomendación. Me costó realmente arrancarla y nunca la seguí. Si realmente me importa, no me cuesta nada. Pero si es una recomendación, y es algo que quizás no nace de mí porque verdaderamente me importa, sí, me va a costar. Y termino no viéndola en algunos casos.

**- Bien. ¿Cuántos días ves a la semana Netflix, en promedio?**

-Dos, me parece. Viernes y domingo.

**- ¿Y horas por semana, en promedio?**

-Y los viernes quizás veo dos horas, como mucho.

**-Hablábamos antes de esto de ver varios capítulos seguidos. Vos me dijiste que si lo hacés lo hacés el domingo, era así, ¿no?**

-Sí

**-Y cuando dejás de ver. Cuando decís "Hasta acá". ¿Cómo te deja eso? ¿Estás cansado, seguís con ganas de más pero te llama otra cosa?**

-Tengo ganas de más. Pero no puedo gastar 8, 27 horas el domingo en estar encerrado atrás de una pantalla. En mi caso también me gusta leer, salir a correr los domingos. Hacer otras cosas. Pero sí, la verdad que hoy en día, me pongo un limite. No me pongo a ver una serie desde el inicio un domingo y la termino el domingo porque soy un loco. Puedo ver tres, cuatro horas, cinco, como mucho, pero hasta ahí. Porque sino desperdicio todo el domingo.

**-Esta es una pregunta un poco culposa. Si alguna vez dejaste de hacer algo que tenías que hacer, para seguir viendo una serie. Puede ser dormir, estudiar...**

-Seguro que me pasó. Pero pelotudeces. Como lavar la ropa, planchar. Si tengo que jugar al fútbol o salir con mi novia, claramente, no es que cancelo esos planes por ver Netflix.

**- ¿Cuál es tu género de películas y series favorito?**

-Estoy entre dos, me parece. Una me parece que es acción y la otra es ciencia ficción.

**- ¿Y por qué?**

-Porque a mí me gusta que las películas tengan ese tinte, por ejemplo, en las de acción, que sean movidas, que haya... acción, pero estaría siendo redundante.

**-Como más dinámicas.**

-Claro, más dinámicas. Que haya algunos efectos especiales, como explosiones, tiros, etc. Esas cosas. Y ciencia ficción, me gusta porque apuntan a cosas que son anormales. Que son fuera de lo que uno en realidad puede llegar a comprender. Por ejemplo, la existencia, no sé, se me ocurre "Star Wars", sables láser, robots, viajes en el espacio. Cosas que se van del eje del pensamiento humano hoy en día.

**-Estamos en la última parte ya. Sobre redes sociales, ¿seguís las cuentas de Netflix en redes sociales? ¿Y de series de Netflix? ¿Y las de actores?**

-Las de Netflix no. Las de series tampoco. Las de actores sí. En Instagram y en Facebook. El primero que se me ocurre es La Roca. A Robert Downey Jr. también, a Hugh Jackman, esos. Después en Facebook también creo que son esos.

**-Y después de ver contenidos en Netflix, como una serie o algo, ¿hablás con alguien? ¿Buscás críticas, buscás comentarios, seguís a los actores?**

-Me pasa mucho que sigo a los actores. Después no soy mucho de buscar las críticas, o en realidad sí, si me quedé muy enganchado con algunas cosas, como el final de "Game of Thrones". Y después, no soy muy de hablar de series. Así que, en ese sentido, no.

**-O sea, no elegís lo que vas a ver a partir de las redes sociales. ¿O sí?**

-No, para nada.

**-Por ejemplo, utilizar las redes sociales para eso sería ver trailers. ¿Mirás trailers en redes sociales?**

-Sí, en YouTube. O en Facebook también a veces.

**-Bien. Y cambiando un poco de tema, ¿vas al cine comúnmente?**

-Ahora estoy yendo bastante. Porque como ahora estoy de novio, uno de los planes es ir al cine. Y, es más, me dan también de ir, o solo, que fui una vez solo, generalmente un domingo, o ir con mi hermano.

**-Y las películas que ves en el cine, imagino que también reflejan esto de acción, ciencia ficción...**

-Sí. Pero también cuando salgo con mi novia, veo películas que le gustan a ella. Porque a ella no le gustan todas de acción y ciencia ficción. Le gusta las de drama, las románticas, las psicológicas... Como la de Ted Bundy, el asesino serial. Es como un documental de psicología criminal, me comí esa. Después "Doctor Sleep" también, que la fui a ver por ella. Esa estaba buena. Generalmente si voy con ella veo esas películas

**- ¿Y te parece que por usar Netflix vas menos al cine?**

-No. Posta que estoy yendo mucho al cine ahora, pero también no dejo de ver Netflix.

**-Antes hablaste de sitios como Cuevana, Miradetodo. Desde que tenés Netflix, ¿mirás menos películas en ese tipo de sitios?**

-No, porque en esas páginas web, tenés películas que están recién salidas del cine, que estuvieron en cartelera hace un mes. Quizás no lo ponen tampoco. Así que no, si por ejemplo quiero ver "Contra lo imposible", claramente en Netflix no la voy a ver. La voy a ver en Miradetodo. Me comí un fiasco con "Shazam". Había salido hace poco en el cine y la vi en Miradetodo porque quise ver cómo era. Otra es "Dark Phoenix", de los X-Men, y la vi ahí por Miradetodo.

**- ¿Usás otro servicio? Como Cablevisión Flow, Amazon Prime, HBO, Fox Play...**

-No, no. Generalmente no. Flow solamente la usé para ver Game of Thrones nada más. Y porque en ese momento tenía un quilombo con DirecTV.

**-Bueno, llegamos a la última pregunta. ¿Cómo podría mejorar el servicio que brinda Netflix? Puede ser, por ejemplo, más contenido, más contenido de Argentina, más películas nuevas, alguna característica... Por ejemplo a mucha gente le gustó cuando habilitaron lo de descargarse los capítulos.**

-Sí, eso creo que estuvo bueno. Creo que reducir los lapsos entre lo que sale en el cine, por ejemplo en películas, o las series que salen por TV por cable, tratar de subirlas a la plataforma de Netflix lo antes posible. No puede ser que tarden dos o tres años en subir una película o una

serie. El gap entre lo que sale en el cine, la TV por cable y lo que sale en Netflix tiene que ser más corto. Después me parece que es excepcional el servicio.