



DEL SET AL STREAMING: ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL

Del plató al algoritmo: evolución de los modelos de producción audiovisual

Tema 1 De la televisión tradicional al streaming

Introducción: Antes de poder comprender el impacto del streaming en el ecosistema audiovisual, es fundamental detenernos a comparar los dos modelos que han marcado la historia reciente de la comunicación de masas: el **broadcast** (televisión tradicional) y el **narrowcast** (streaming).



Este punto mostrará cómo la televisión lineal construyó durante décadas una experiencia **colectiva y simultánea**, mientras que el streaming propone un consumo **individualizado, asíncrono y personalizado**. Analizaremos cómo estos cambios no solo afectan al modo de ver contenidos, sino a la relación entre los creadores, las empresas y los espectadores.

Durante más de medio siglo la televisión tradicional ha sido el modelo dominante de difusión audiovisual. Se la conoce como *broadcast* porque se basa en una única señal que se emite de forma simultánea para una audiencia masiva y heterogénea. Esta lógica de transmisión lineal obliga al espectador a adaptarse a una programación fija, con horarios que determinan su consumo. Si



DEL SET AL STREAMING: ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL

un informativo se emite a las 21:00 horas, millones de espectadores deben estar frente al televisor a esa hora concreta para recibir la información.



De este modo, la televisión construyó una experiencia colectiva y ritualizada, especialmente visible en el *prime time*, esa franja de máxima audiencia que reunía a familias enteras frente al aparato. La televisión no solo informaba y entretenía, sino que también moldeaba rutinas sociales y culturales, convirtiéndose en un elemento central de la vida cotidiana. El espectador, sin embargo, era un sujeto pasivo dentro de una relación unidireccional en la que las cadenas decidían qué, cómo y cuándo debía ser visto.

La llegada del streaming, conocido también como *narrowcast*, supuso una transformación radical de esta dinámica. El streaming es un sistema de distribución digital a través de internet que permite el acceso a los contenidos de manera continua sin necesidad de descarga completa. Su característica principal es el acceso bajo demanda: ya no es la cadena la que decide, sino el usuario quien determina qué ver, cuándo y cómo hacerlo. Esta lógica rompe con la linealidad de la televisión clásica y otorga al espectador una autonomía inédita. El contenido está disponible las veinticuatro horas del día y se puede reproducir, pausar o retomar en cualquier momento. Además, el consumo deja



DEL SET AL STREAMING: ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL

de estar ligado exclusivamente al televisor para expandirse a múltiples dispositivos: televisiones conectadas, ordenadores, tablets y, especialmente, teléfonos móviles.

Una de las mayores innovaciones del streaming es la personalización algorítmica. Plataformas como Netflix, Amazon Prime, Disney+, Apple TV, Movistar Plus+, DAZN o HBO, no solo ofrecen un catálogo global, sino que construyen una versión personalizada para cada usuario. Mediante algoritmos que analizan hábitos de visionado, búsquedas, pausas y abandonos, cada espectador recibe recomendaciones ajustadas a sus intereses. Esto significa que, a diferencia del broadcast donde todos veían lo mismo al mismo tiempo, en el streaming no existen dos portadas iguales: cada usuario accede a un entorno mediático distinto, diseñado según su perfil. El resultado es un consumo asincrónico y fragmentado, que puede traducirse en prácticas como el *binge-watching*, es decir, el visionado intensivo de varios episodios o temporadas en una sola sesión.

La diferencia entre ambos modelos se observa con claridad en ejemplos cotidianos. Mientras que en la televisión tradicional un informativo de las 21:00 congrega a millones de personas en un mismo momento y espacio simbólico, el streaming permite que un usuario vea una serie completa como *La Casa de Papel* en un solo fin de semana, sin horarios ni esperas. De este modo, la experiencia deja de ser colectiva y simultánea para transformarse en individualizada y flexible.



DEL SET AL STREAMING: ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL



El valor cultural de la televisión tradicional radicaba en su capacidad para crear comunidad, generar conversación pública y establecer una memoria compartida. El streaming, en cambio, aporta flexibilidad, autonomía y acceso global, pero fragmenta la experiencia y delega en algoritmos la función que antes cumplía el programador humano. Lo que antes era un ritual colectivo en torno al televisor, hoy se convierte en una práctica personal y personalizada, mediada por interfaces digitales y patrones de consumo que no dependen de la programación, sino de la interacción del usuario con la plataforma.

En resumen, el paso del *broadcast* al *narrowcast* no es solo un cambio tecnológico, sino un cambio cultural profundo. El espectador pasa de ser un sujeto adaptado a una parrilla común a convertirse en un usuario empoderado, pero a la vez condicionado por sistemas algorítmicos que deciden gran parte de lo que se consume. La televisión y el streaming representan, así, dos lógicas distintas de producción y consumo audiovisual: una basada en la simultaneidad y la colectividad, y otra marcada por la asincronía, la personalización y la fragmentación.



DEL SET AL STREAMING: ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL

En resumen:

Televisión tradicional (broadcast):

- Modelo dominante durante más de 50 años.
- Características: emisión lineal, simultánea, unidireccional, con horarios fijos y audiencias masivas.
- Ejemplo: un informativo de las 21:00 que congrega a millones de espectadores al mismo tiempo.
- Valor cultural: generaba una experiencia compartida y ritualizada (el “prime time” como cita social).

Streaming (narrowcast):

- Distribución digital a través de internet.
- Acceso bajo demanda: el usuario decide qué, cuándo y cómo ver el contenido.
- Multidispositivo: televisión conectada, móvil, tablet, ordenador.
- Personalización: algoritmos que sugieren contenidos según hábitos de consumo.
- Ejemplo: ver 'La Casa de Papel' completa en Netflix un fin de semana.

Claves para los alumnos: el paso de broadcast a streaming marca el tránsito de un espectador adaptado a la parrilla a un usuario empoderado, pero condicionado por algoritmos.