



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

Tema 3 · Producción digital para plataformas vs.

***broadcast*: lo que cambió (y lo que no)**

Punto de partida: no es “más barato”, es “distinto”

Durante décadas, producir para televisión (*broadcast*) significaba pelear por un hueco en la parrilla de una cadena. Si no estabas ahí, no existías. Con las plataformas, el objetivo ya no es “entrar al aire”, sino ser encontrado dentro de catálogos gigantes y, una vez encontrado, ser visto y retenido. Eso ha movido el dinero, los perfiles profesionales y los ritmos de trabajo. La tecnología no ha simplificado el oficio: lo ha repartido de otra manera.

1) Costes: del plató y la cinta al “paquete digital global”

Antes (*broadcast*).

El gran gasto estaba a la vista: platós físicos, movilidad de equipos (camiones, focos, unidades móviles), posproducción en salas dedicadas y copias físicas (cintas, discos) para cada país o “ventana” (nacional, internacional, DVD, reposiciones). Había un estándar técnico cerrado: resolución SD/HD, sonido estéreo o 5.1, y normas de loudness (sonoridad) de cada región. Cada venta implicaba nuevos másteres y nuevos contratos. La “prueba del algodón” era la parrilla: si tu programa no salía en el horario de la cadena, no te veía nadie.

Hoy (plataformas).

Los costes no desaparecen: se redistribuyen hacia partidas que muchas veces no se ven en el rodaje, pero pesan en el resultado:

- OPEX digital (gasto operativo continuo en tecnología):
nube (guardar y mover archivos), egress (coste por sacar datos de la nube), y colaboración con precisión de fotograma (revisión “*frame-accurate*”, es decir, comentar exactamente el segundo/fotograma que hay que cambiar).



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

Entran también herramientas de IA para transcribir, limpiar audio, traducir o *pre-sincronizar* doblajes; todo con QC asistido (control de calidad con apoyo de software). A eso suma licencias musicales globales y ciberseguridad.

- Entrega y *compliance* (cumplir la “letra pequeña” de la plataforma): ya no vale un único máster. Piden paquetes IMF (*Interoperable Master Format*: un “maestro” que contiene todas las versiones y pistas), múltiples códecs y calidades (por ejemplo 4K, HDR –alto rango dinámico–, Dolby Vision –formato avanzado de HDR–, y audios 5.1/Dolby Atmos además de estéreo), subtítulos y *closed captions* (subtítulos con información adicional, como sonidos), y metadatos (datos sobre el contenido: sinopsis, género, reparto, edad recomendada...) ricos por idioma y territorio. También exigen arte (portadas, miniaturas) en varios aspect ratios (proporciones de imagen: 16:9 horizontal, 9:16 vertical, 1:1 cuadrado, etc.) y trazabilidad de derechos (documentar quién es dueño de cada pieza: música, imágenes de archivo, logos).
- Localización “*day-and-date*” (estreno simultáneo global): significa que doblajes y subtítulos tienen que estar listos el mismo día en muchos idiomas. Esto añade coordinación y control de calidad cultural (evitar falsos amigos, adaptar chistes, nombres, referencias).
- Marketing distribuido: ya no es “un tráiler y una cortinilla”. Es un ecosistema: póster principal (key art), *teasers*, clips verticales (para móvil), miniaturas que se prueban en A/B (dos versiones compiten y se queda la que mejor funciona), y piezas adaptadas a cada feed y cada dispositivo.

La paradoja.

En el tope de gama (series “prestigio” o cine premium), los costes pueden subir



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

porque la ambición técnica y la ambición global exigen más versiones y más control. En no ficción (documental, factual, *unscripted*), el “*stack*” digital (esa combinación de herramientas y procesos) abarata ciertos pasos y acelera los versionados.

La idea clave.

Antes el dinero crítico era “pagar la antena”. Hoy, lo crítico es ser encontrable en el catálogo y cumplir un estándar técnico-global muy detallado.

2) Perfiles: de departamentos estancos al “equipo en T”

Antes (broadcast).

La estructura era por departamentos: showrunner/productor ejecutivo, realización, foto, sonido, montaje, grafismo, continuidad. La cadena centralizaba promoción, programación y control de calidad. Se miraba el audímetro del día siguiente y la valoración era sobre todo editorial.

Hoy (plataformas).

Las artesanías esenciales siguen (guion, dirección, foto, sonido, montaje), pero se les pegan nuevas capas:

- Gestión de entregables y metadatos: alguien vela por el “paquete plataforma” (IMF, audios, subtítulos, artes, IDs, derechos).
- Localización y accesibilidad: coordinar idiomas, doblaje y subtítulos, y cumplir guías de accesibilidad (closed captions, audiodescripción para personas ciegas).
- Data editorial: leer retención por tramo (en qué minuto cae la audiencia), abandono, CTR (porcentaje de clics en miniaturas), y rendimiento por dispositivo; y con eso realimentar guion y edición.
- Streaming / Live ops: en directos y deportes, velar por codificación, latencias (retraso entre emisión y recepción), redundancias (copias de seguridad en caliente) y publicación casi en tiempo real.



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

- Seguridad y *compliance*: políticas tipo TPN (Trusted Partner Network), cifrado en tránsito y en reposo, gestión de accesos y auditorías.
- Video-IA ops: usar IA con supervisión humana para *rough cuts* (cortes iniciales), resúmenes, clips automáticos, traducción, lip-sync (ajuste de labios en doblaje) y limpieza de audio.

El profesional “en T”.

La barra horizontal de la T es una base transversal (planificar, rodar, editar, publicar). La barra vertical es una especialidad profunda (color, sonido, datos, localización, *virtual production*, etc.). La ventaja está en fluir entre lo creativo y lo operativo: comprender por qué un gancho en los 3-5 segundos mejora la curva de retención sin traicionar la obra.

3) Ritmos: de “día de emisión” a ciclo continuo y global

Antes (broadcast).

Los tiempos los marcaban temporada de pilotos, upfronts (presentaciones a anunciantes) y la parrilla. Emisiones semanales, pausas por eventos, postproducción con entregas quincenales o mensuales. La conversación pública seguía el horario de la cadena.

Hoy (plataformas).

Coexisten cuatro capas de ritmo:

Modelo de estreno:

- Binge (toda la temporada de golpe) = gran pico inicial, riesgo de “maratón y olvido”.
- Semanal = mantiene la conversación y reduce *churn* (bajas), pero exige cliffhangers (ganchos) y recaps mínimos.
Afecta guion, duración y marketing.



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

- “Always-on” de materiales:

Piezas satélite planificadas meses antes y después del estreno: *teaser*, tráiler, making-of, entrevistas, clips verticales, miniaturas iteradas. Hay un calendario editorial paralelo a la obra.

- “Near-live” (casi en directo):

En realities, deportes o formatos eventizados, el flujo es simultáneo: ingesta → recorte → subtítulo → publicación en horas o minutos, con equipos híbridos y flujos en nube.

La velocidad no es improvisación.

Se apoya en plantillas, presets, LUTs (tablas de color), bibliotecas musicales con derechos claros, nomenclatura consistente, proxies (copias ligeras para editar rápido), revisión con timecodes (marcas de tiempo) y gobierno de versiones (saber cuál es “la última buena”).

4) La (falsa) democratización: publicar es fácil; ser visible, no

Antes (broadcast).

El cuello de botella era entrar en la parrilla. Si lo lograbas, la visibilidad era grande y concentrada.

Hoy (plataformas).

Cualquiera puede subir a YouTube o TikTok, pero en las plataformas SVOD (de suscripción) la puerta sigue siendo comisionar/licenciar. Y aunque entres, la visibilidad depende de recomendadores (qué se sugiere a quién) y políticas de plaza (qué sale en “tendencias”, cuánto dura en carrusel). Los datos finos (embudo, retención, re-visionados) los posee la plataforma; al productor le llegan métricas agregadas.

Consecuencias:



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

- Nuevo oligopolio: menos barreras técnicas, más concentración en descubrimiento, datos y monetización.
- Estética condicionada: los formatos y duraciones “óptimos” terminan moldeando guion y montaje.
- Dependencia: un cambio de algoritmo o de brand safety (políticas de seguridad de marca) puede mover audiencias de un día para otro.

Salidas estratégicas.

- Diversificar ventanas: combinar SVOD/AVOD/FAST (tele lineal gratuita con anuncios) + redes sociales.
- Construir activos propios: web, newsletter, comunidad.
- Blindar propiedad intelectual.
- Profesionalizar el *packaging*: mejores metadatos, artes y localización para maximizar el descubrimiento multiplataforma.

5) Aterrizando: producir hoy para Netflix/HBO/Prime (vs. *broadcast*)

a) Diseñar entregables desde guion.

Se escribe y rueda pensando en versiones: un plano que funcione en 16:9 y pueda recortarse a 9:16 (vertical) sin “cortar cabezas”; entrevistas “limpias” (sin música/efectos pegados) para facilitar doblaje; márgenes de HDR para color. Antes valía con “el máster de emisión”; hoy hay un árbol de *assets* por idioma y dispositivo.

b) Posproducción en nube y QC granular.

Diarios en remoto, proxies automáticos, color y mezcla con estándares de cada plataforma; QC técnico (artefactos de compresión, prueba PSE de parpadeos para epilepsia fotosensible), loudness regulado y accesibilidad. Antes el cuello era la sala; ahora lo es empaquetar bien para cada especificación.



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

c) Localización en el núcleo, no al final.

Se planifican doblajes y subtítulos en paralelo a la postproducción, con glosarios y QA cultural. El *broadcast* solía versionar después; el *streaming* exige simultaneidad para aprovechar el estreno global.

d) Marketing modular y guiado por datos.

No es “un tráiler”: es una cascada de piezas y A/B continuo de artes y textos. Las lecturas de retención y CTR realimentan el copy, las miniaturas y, cuando se puede, micro-ediciones. En *broadcast* medías el share al día siguiente; ahora hay telemetría minuto a minuto.

e) Seguridad y gobernanza.

Accesos mínimos, cifrado, auditorías, controles TPN-like, gestión de derechos (música/archivo/imagen) y IA transparente (qué se ha generado o asistido por IA). Antes la seguridad era sobre todo física; ahora es digital, contractual y continua.

En resumen:

- Costes: menos “hierro” (platós/equipos físicos), más software y servicio; menos cinta, más paquete global.
- Perfiles: la artesanía clásica se suma a capas de datos, localización y compliance (cumplimiento de especificaciones y normas).
- Ritmos: del “día de emisión” a un ciclo continuo con estrenos globales y iteración constante.
- Democratización: las herramientas se abrieron; la visibilidad está mediada por algoritmos. El reto ya no es grabar, es ser descubierto y retenido.

Ventaja competitiva hoy: unir excelencia creativa (guion, luz, sonido, montaje) con alfabetización de plataforma (formatos, metadatos, métricas y derechos). Quien domina ambas habla el idioma de Netflix/HBO/Prime sin perder voz



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

propia: ahí es donde la tecnología deja de imponer forma y multiplica posibilidades.