



## **Tema 6 ¿Continuidad o ruptura? Televisión y streaming en un mismo ecosistema mediático**

La pregunta “¿estamos ante una ruptura total o ante la continuidad de la televisión en otro soporte?” es menos un dilema binario que un ejercicio de perspectiva. Si ampliamos el zoom, lo que vemos no es simplemente un cambio de dispositivos —del televisor “lineal” a las apps de Netflix, Max o Prime—, sino la reconfiguración de un ecosistema **mediático**: tecnologías, narrativas y hábitos de consumo reajustándose alrededor de datos, plataformas y nuevas economías de la atención. El audiovisual de hoy hereda la artesanía de siempre (cámara, guion, luz, montaje), pero opera con reglas de circulación y de descubrimiento radicalmente distintas.

Continuidades que importan (y que suelen pasar desapercibidas)

La continuidad más profunda es **técnica y narrativa**. Un plano contra-plano sigue funcionando como unidad de significado, un arco de personaje necesita conflicto y transformación, y la luz sigue modelando emociones tanto en un largometraje de estreno global como en una miniserie “de catálogo”. La **gramática audiovisual** no se evapora porque el contenido viaje por Internet. Tampoco desaparece la necesidad de **contar historias** memorables y verosímiles, sostenidas en actuaciones, dirección de arte y un montaje con respiración propia.

En la organización del trabajo también hay continuidad: productores que ordenan recursos, showrunners que arbitran la visión, directores de fotografía que traducen tono en imagen, editores que controlan ritmo y subtexto, y jefes de sonido que velan por inteligibilidad y densidad. Aunque el pipeline se haya “nubilizado”, la cadena de valor creativo sigue reposando en oficios que se aprenden con práctica y criterio.



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

Por último, existe continuidad en las **instituciones del gusto**: festivales, prensa, crítica especializada y, cada vez más, comunidades de fans que prescriben, recomiendan y legitiman. El “boca-oreja” no ha muerto; se ha digitalizado.

Rupturas que cambian el terreno de juego

La primera ruptura es **temporal**: del tiempo impuesto por la parrilla al tiempo elegido por el usuario. Antes, la experiencia era **sincrónica** (todos a las 22:00 frente a la misma pantalla); ahora es **asíncrona** y ubicua: cada espectador decide **qué, cuándo, cómo y dónde**. Esta libertad —ver un episodio en la guagua, terminarlo en la tele del salón, retomarlo en el portátil— fragmenta los contextos de visionado y presiona a adaptar **duraciones, ritmos y formatos** (de 16:9 a 9:16, de 5.1 a consumo en silencio con subtítulos).

La segunda ruptura es **algorítmica**. La “programación” tradicional, obra de equipos de continuidad y programadores, se transforma en **sistemas de recomendación** que ordenan catálogos inmensos según señales de comportamiento: retención, finalización, afinidad temática, historial por dispositivo. Esta mediación reescribe el problema clásico de la televisión: ya no es “¿cómo entro en parrilla?”, sino “¿cómo me encuentran y me mantienen en el carrusel?”. La portada de una plataforma es hoy un **espacio de poder** donde confluyen decisiones editoriales humanas y cálculos automáticos.

La tercera ruptura es **experiencial**: de la **colectividad** al **visionado individualizado**. El salón compartido pierde centralidad frente a la pantalla personal, aunque el ecosistema social reintroduce colectividad diferida: watch parties, grupos de Telegram, TikToks con análisis y teorías, hilos de X que “vuelven evento” a una serie. La conversación ya no depende del directo, pero el directo (deportes, realities, galas) sobrevive precisamente porque reinstala la sincronía en un mundo asíncrono.

La cuarta ruptura es **económica**. El modelo publicitario de la TV abierta (spots generalistas medidos por audímetros) convive ahora con **suscripciones**,



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

**AVOD/FAST** y **anuncios hipersegmentados** dentro de las propias plataformas.

La métrica también cambia: del share como marcador único a **telemetrías granulares** (curvas de abandono, re-visionados, cohortes por dispositivo) que influyen en decisiones creativas, de marketing y de continuidad de las series. La famosa “economía de la atención” convierte cada minuto retenido en una moneda crítica.

Continuidad con transformaciones: una manera útil de pensar

Más que ruptura o continuidad, hablamos de **continuidad transformada**. Las artesanías y la gramática audiovisual persisten, pero operan dentro de **infraestructuras privadas** que estandarizan entrega, fijan criterios de descubrimiento y condicionan monetización. Esto produce **nuevas asimetrías**: cualquiera puede producir con calidad razonable, pero no cualquiera es visible ni sostenible sin comprender los idiomas (técnicos y culturales) de cada plataforma.

Pensemos en **calidad**: sigue dependiendo de guion, dirección, fotografía y sonido; sin embargo, hoy también depende de subtítulos legibles en móvil, loudness consistente para no “asustar” al algoritmo, artes (miniaturas) con buen CTR y metadatos que posicionen. Del mismo modo, el **marketing** ya no es un tráiler y poco más; es un **ecosistema modular** de clips verticales, teasers por ventanas, piezas behind-the-scenes y conversación con comunidades, distribuido en semanas o meses.

Un ejemplo comparativo para fijar ideas

**Antes:** ver *Farmacia de Guardia* en horario fijo significaba compartir tiempo y referencias con millones de personas. La conversación empezaba al día siguiente en el recreo o en el trabajo; la parrilla ordenaba la vida cotidiana y la publicidad financiaba el encuentro. Quien no estuviera a esa hora, lo perdía o esperaba la reposición.



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

**Ahora:** ver *Élite* en Netflix implica entrar en una esfera personalizada: el usuario llega por recomendaciones, por un clip en TikTok o por el Top 10 local. Puede encadenar tres episodios o racionarlos; puede verlos con subtítulos en el móvil y continuar en la tele con doblaje. La conversación ya no depende de la simultaneidad: estalla en redes, se atomiza en foros y se recompone en memes. La visibilidad no la garantiza un “prime time”, sino el cruce entre algoritmos, comunidades y campañas.

Entre ambos polos hay casos liminares que revelan la **ecología híbrida**: *La casa de papel* nace en una cadena lineal, reconfigura su edición en una plataforma y encuentra su público global gracias a la combinatoria de catálogo, recomendación y marketing digital. Televisión y streaming no se sustituyen; se interpenetran.

¿Qué cambia en la práctica creativa?

Para el creador, la continuidad transformada exige **doble alfabetización**. Por un lado, la **artesanía clásica**: saber planificar, rodar, iluminar, dirigir actores, construir escenas y sostener arcos. Por otro, la **alfabetización de plataforma**: conocer especificaciones técnicas, pensar el **versionado** (horizontal/vertical, multiidioma), diseñar ganchos tempranos sin maltratar la historia, cuidar la accesibilidad (subtítulos, CC), y comprender qué métricas importan para **aprender sin empobrecer** la obra.

Esto no significa rendirse a fórmulas. Significa **ganar control**: si conoces cómo se decide la visibilidad, puedes negociar con el algoritmo sin entregar tu identidad autoral; si entiendes de qué vive una plataforma, puedes construir una estrategia que **diversifique ventanas**, fortalezca tus **activos propios** (web, newsletter, comunidad) y reduzca dependencia.



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

¿Continuidad o ruptura? Una respuesta honesta para 2025

La televisión no ha muerto; se ha **plataformizado**. El streaming no es “otra cosa” desligada del pasado; es la televisión rearticulada por Internet, datos y suscripción, con una estética que se expande desde el cine premium hasta el clip móvil. Lo nuevo no cancela lo anterior: lo **absorbe, lo remezcla y lo acelera**. Por eso la pregunta correcta quizá no sea “¿qué quedó atrás?”, sino “**qué se transformó y qué habilidades necesito** para moverme con solvencia en este terreno”.

En resumen: (para cerrar)

El audiovisual actual es un **ecosistema híbrido** donde conviven televisión y streaming, pero bajo lógicas culturales y económicas que ya no son las del siglo XX. Dominar ambas capas —la del **oficio** y la de la **plataforma**— es la ventaja competitiva de esta generación.