

COMUNICACIÓN Y FICCIÓN EN PLATAFORMAS DE STREAMING

El dossier **Comunicación y ficción en plataformas de streaming** tuvo como objetivos generales promover el análisis y la reflexión sobre las narrativas y estéticas televisivas, así como sobre las transformaciones de los géneros y formatos ficcionales en el contexto de un nuevo ecosistema mediático, marcado por la expansión de internet. En otras palabras, el dossier buscó reunir trabajos que abordaran distintos aspectos relacionados con la ficción en plataformas de *streaming*, como ámbito de producción de sentidos, circulación y consumo de narrativas. Por tanto, son espacios de construcción/deconstrucción de prácticas sociales, representaciones, identidades -sin olvidar los aspectos económicos en este contexto. Esto significa observar el contenido de los productos de ficción a partir de sus implicaciones en la configuración de los imaginarios y las memorias sociales, en tanto allí se representan las diversas subjetividades en las que se visibilizan -no solo temas y enfoques de la agenda social-, sino también las tensiones y los desencuentros entre lo nacional y lo transnacional en un escenario de comunicación globalizada.

Es en este contexto que la producción, distribución y consumo de contenidos televisivos por medio de la Internet tensiona dos paradigmas, el modelo clásico (*broadcasting*) y el modelo emergente (*webcasting*), y trae grandes desafíos para los estudios de televisión en todo el mundo y notoriamente en América Latina.

Investigaciones recientes¹ indican que América Latina ya es el segundo mercado de *streaming* que

más crece en el mundo y se configura como un espacio estratégico para las empresas globales de entretenimiento (como Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Star +, HBO Max) con servicios de suscripción por demanda. Al mismo tiempo, surgen y se consolidan en nuestro continente plataformas de *streaming* ligadas a las industrias de televisión nacionales como Blim (Televisa, México), Globoplay (Globo, Brasil), América TV GO (Perú), entre otras. La fuerte competencia entre estos actores nacionales e internacionales, en un contexto de expansión del consumo de contenidos sobre demanda por medio de plataformas de *streaming*, produce efectos que pueden ser observados desde diversos aspectos, sociales, económicos, culturales, y puntualmente desde la mirada de las industrias culturales. Si observamos con atención los contenidos de ficción, encontraremos que la entrada de las empresas globales en espacios ocupados por empresas nacionales provoca transformaciones que afectan directamente todas las etapas de producción como guión, *casting*, equipos técnicos, dirección, concepciones estéticas y temáticas abordadas.

Como discutimos en otro texto (MUNGIOLI, 2021), de manera sintética podemos decir que los modelos de producción, distribución y exhibición de contenidos en los sistemas de *broadcasting* (TV abierta) y *narrowcasting* (TV de pago) - entendida como televisión tradicional (Lotz, 2018) -, se caracterizan por el flujo televisivo (Williams, 2016) con una parrilla de programación lineal con espacios fijos para cortes comerciales. Tales modelos tuvieron una gran influencia en la conformación de los programas de televisión en general y motivaron configuraciones que tuvieron una fuerte repercusión tanto en la estructura de los guiones y temas tratados como en las formas de experiencia estética del espectador.

1 Cf. <https://labsnews.com/pt-br/artigos/negocios/america-latina-ultrapassa-eua-e-europa-e-e-o-segundo-mercado-de-streaming-que-mais-cresce-no-mundo/>



De manera similar, la llegada del *streaming* y todo el contexto que implica la producción de comunicación y entretenimiento a través de internet también trae marcados cambios en cuanto a formatos y géneros ficcionales, como se puede apreciar en algunos artículos que componen este dossier. Entre estos artículos, podemos destacar: *El campo de las telenovelas en tiempos de streaming: el caso de Globo*, escrito por Maria Carmen Jacob de Souza, Genilson Alves, Hanna Nolasco y Tcharly Briglia; *All in Pasaje Esperanza: how Chilean telenovela Verdades Ocultas became a streaming soap opera*, de Alejandro Bruna y Lorena Antezana; *De adentro hacia afuera: relación entre trama y características de video bajo demanda en Brasil*, de Simone Maria Rocha, Mariana de Almeida Ferreira, Marcos Vinicius Meigre e Silva, Wanderley Anchieta y Millena Ohana Santos da Silva; *Aruanas: la Agenda 2030 de la ONU en el streaming serial de ficción*, de Adriana Pierre Coca y Miriam Tavares. En este último, además de los factores mencionados anteriormente, se observa la tematización de un problema mundial: la destrucción de la Amazonia. Con una mirada que se enfoca más en los temas de representación de la mujer negra en la serie *Anne with an E*, el artículo *Reconocimiento, condiciones precarias y luto: la mujer negra en la serie Anne with an E*, coescrito por Yasmine Feital Calçado Barbosa y Regiane Lucas de Oliveira Garcêz. El tema del trabajo creativo ante las exigencias de las plataformas de *streaming* es abordado por Ornela Vanina Carboni en el artículo *Trabajo y escritura de guiones de series de ficción para las OTTS audiovisuales en Argentina*. La investigadora analiza los procesos de trabajo de los guionistas para comprender las tensiones y desafíos en este segmento.

Además de cambios en cuanto a géneros, formatos, temáticas y trabajos creativos, la llegada del *streaming* presenta cambios importantes en la experiencia del espectador, propiciando la construcción de alfabetizaciones y entornos de interacción en las redes sociales. En este análisis, tenemos artículos como: *La alfabetización mediática y el placer irónico de los fans de verdades secretas II: análisis de los comentarios en Twitter*, escrito por Eutália Ramos, Daiana Sigiliano y Gabriela Borges; *Recepción de serie web brasileñas: la perspectiva de las mediaciones y géneros audiovisuales*, de Carlos Gonçalves y Rosana de Lima Soares; también relacionado con el tema de la llamada cultura de fans tenemos el artículo *Mucho más allá de la ficción televisiva: Stranger Things y las estrategias de participación de las industrias del entretenimiento*, de Eloy Vieira y Larissa Tamborindenguy Becko, en el que los autores discuten la cultura pop musical y las formas de compromiso en relación con la serie. *Stranger Things*; el artículo *¿Quién es @netflixbrasil? Características antropomorfas en las interacciones con el público en Twitter* presenta una investigación sobre las interacciones de la persona Netflix en Twitter considerando el contexto del *Digital Branding*.

Teniendo en cuenta las discusiones teóricas y los enfoques metodológicos propuestos en los diez artículos que componen el presente dossier, podemos verlo como una especie de cartografía en movimiento (Martin-Barbero, 2004, p. 12) en la que, lejos de representar fronteras, construye “imágenes de relación y entrelazamiento, de fuga rutas y de laberintos”. (traducción libre)

Maria Cristina Palma Munglioli
Giuliana Cassano
Rosario Sánchez Vilela

Referências

LOTZ, Amanda. *We now disrupt this broadcast: how cable transformed television and the internet revolutionized it all*. Cambridge (MA): The MIT Press, 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Oficio de cartógrafo: travessias latino-americanas*

da comunicação e da cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Apontamentos sobre o formato série na plataforma Globoplay: a mediação local em um

contexto internacionalizado de produção, distribuição e consumo

In: TRINDADE, Eneus et al. (orgs). **Comunicação e mediações: novas perspectivas**. São Paulo: ECA-USP, 2021, p. 54-65. (em anexo) Livro disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/583>. Acesso em 20 set. 2022.

WILLIAMS, R. *Televisão: tecnologia e forma cultural*. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: PUC-Minas, 2016.

