

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



TESIS DOCTORAL

¿Qué queremos decir cuando hablamos de *binge-watching*?

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Eva María Martínez Serrano

DIRECTORAS

Diana Gavilan Bouzas
María Gema Martínez Navarro

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Programa de Doctorado en
Administración y Dirección de Empresas



TESIS DOCTORAL

¿Qué queremos decir cuando hablamos de *binge-watching*?

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR PRESENTADA POR

Eva María Martínez Serrano

Directoras

Diana Gavilan Bouzas

María Gema Martínez Navarro

Madrid, 30 noviembre de 2023

*No importa cuánto crezcamos,
o cuánto envejecemos.
Siempre estamos tropezando,
haciéndonos preguntas.
Eternamente jóvenes.*

Dr. Alex Karev
Anatomía de Grey

*A veces las cosas suceden
de un modo en el que están,
simplemente,
fuera de tu control.*

Agente Alexander Mahone
Prison Break

Dedicatorias

Para Júlia

Para Marta, Miguel y Rocío

Para Alicia, Blanca y Luis

Para Eduardo, Belén y Elena

Para Peter y Patricia

Para Beatriz, José María y Nel

Para Pelayo, Nicolás, Candela y Carlota

Para Marién, Pepe y Conchita, allá donde estén

Para los que se fueron, para los que vendrán

Para los que quieren salir del bucle

Para José Luis.

Agradecimientos

Gracias a las Doctoras Diana Gavilán Bouzas y María Gema Martínez Navarro esta tesis doctoral existe. Sin ellas, no habría pasado del primer episodio. Diana, Gema, mi eterno agradecimiento.

Gracias a Miguel Urías Martínez se pudo construir la base de datos que permitió realizar la segunda investigación de la tesis. Gracias, hijo, por dedicarme una semana de tu escaso tiempo.

Gracias a Rocío Urías Martínez este documento tiene un formato y un inglés digno. Gracias, hija, por hacer siempre un hueco para mí.

Gracias a Marta Urías Martínez, cuyos conocimientos sobre las audiencias de los medios de comunicación resultaron imprescindibles para escribir el capítulo 3. Gracias, hija, por estar siempre cerca.

Gracias a Elena Fernández-Castañon por ayudarme tanto en el empujón final. Gracias, *sobri* del alma, por tu cariño incondicional.

Gracias a todos los que me han regalado tan generosamente su tiempo participando como muestra en la investigación.

Gracias a Alicia Martínez Serrano, por guiarme a lo largo de la tesis de mi vida. Gracias, hermana, por lograr que mi admiración hacia ti se mantenga tan fresca como cuando tenía seis años.

Gracias a José Luis Núñez Gosálvez. Por renunciar a tantas cosas durante años para que yo pudiera escribir esta tesis doctoral; por anular viajes; por sacrificar veranos; por esperarme siempre a que acabara esta línea, este párrafo, este capítulo, esta idea... ; por estar siempre dispuesto a puntear, a cotejar, a transcribir...; por conformarse con un paseo diario; por adaptarse a todo. Gracias, Jose, por acompañarme sin reproches. Ahora nos espera el Sil, nos espera Florencia, nos espera Ronda...

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN/ABSTRACT	17
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	21
1.1 Objetivos	24
1.2 Estructura	25
1.2.1 Bloque I: Capítulos 2, 3, y 4	25
1.2.2 Bloque II: Capítulos 5 y 6	27
1.2.3 Bloque III: Capítulo 7	28
1.2.4 Bloque IV: Capítulo 8	28
1.3 Metodología	29
CAPÍTULO 2. LAS SERIES DE FICCIÓN	33
2.1 Aspectos generales	33
2.1.1 De la novela por entregas a la serie de ficción	33
2.1.2 Clasificación de las series de ficción según su contenido	36
2.1.3 Breve historia de las series de ficción	38
2.2 Los nuevos suministradores de contenido audiovisual	40
2.2.1 La digitalización del contenido audiovisual	40
2.2.2 La revolución Netflix	43
2.2.3 Panorama actual del servicio de <i>VOD</i> en España	49
2.3 La serie de ficción hoy, un contenido de culto	51
CAPÍTULO 3. DEL <i>PRIME TIME</i> AL <i>MY TIME</i>	55
3.1 Una resiliente televisión convencional	55
3.2 El éxodo hacia las plataformas digitales	64
3.3 Reparto en España del mercado <i>VOD</i>	67
3.4 Perfil del espectador de series de ficción	69
3.5 Entretenimiento frente a la Covid-19	74
CAPÍTULO 4. <i>BINGE-WATCHING</i>: SÓLO UN EPISODIO MÁS	81
4.1 Significado de <i>binge-watching</i>	81
4.2 El <i>binge-watching</i> visto desde la industria audiovisual	85
4.3 Las redes sociales, un espacio de comunicación entre las audiencias	87
4.4 Dibujando al <i>binge-viewer</i>	88
4.5 Consideración social del comportamiento <i>binge-watching</i>	92
4.5.1 Un consumo excesivo	93
4.5.2 Rondando la adicción	94
4.5.3 El “intelectual omnívoro”	99
CAPÍTULO 5. ESTUDIO 1: LA EXPERIENCIA <i>BINGE-WATCHING</i>. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA TEORÍA FUNDAMENTADA	101
5.1 Metodología de la investigación	102
5.1.1 Enfoque: La Teoría Fundamentalada	102
5.1.2 Técnicas de recogida de datos	103
5.1.3 Muestreo	105
5.2 Análisis de los datos	106
5.3 Resultados	107
5.3.1 Disposición de consumo	108
5.3.1.1 Consumo planificado vs. Consumo no planificado	108
5.3.2 Experiencia de consumo	110
5.3.2.1 Dimensión social de la experiencia: compartida vs. individual	110
5.3.2.2. Unidad de visionado: conjunto de episodios vs. episodios sueltos encadenados.	112

5.3.3 Efectos de la experiencia	114
5.3.3.1. Efectos psicológicos: gratificación vs culpabilidad	114
5.3.3.2. Sociales: integración vs aislamiento	116
5.3.3.3. Físicos: inofensivo vs perjudicial	118
5.4 Modelo propuesto	119
5.4.1. Modelo teórico	119
5.4.2. Hipótesis tentativas	120
5.5 Conclusiones	122
5.6 Limitaciones y prospectiva del Estudio 1	124
5.6.1 Limitaciones propias de la metodología cualitativa	124
5.6.2 Limitaciones propias de las técnicas de recogida de datos	125
5.6.3 Futuras líneas de investigación	128
CAPÍTULO 6. ESTUDIO 2: LA EXPERIENCIA ESPONTÁNEA AUTO REPORTADA DE LOS ESPECTADORES DE SERIES	129
6.1 Justificación de la investigación	129
6.2 Objetivo de la investigación	130
6.3 Metodología	131
6.3.1. Diseño de la investigación	131
6.3.2 Recogida de datos	132
6.3.3 Plan de análisis de datos	142
6.4 Resultados	144
6.4.1 Resultados globales	145
6.4.2 Resultados por serie	170
6.4.3 Análisis transversal de los resultados	173
6.5 Conclusiones	175
6.6 Limitaciones de la investigación y futuras líneas de estudio	177
6.6.1 Limitaciones del Estudio 2	177
6.6.2 Futuras líneas de investigación	178
CAPÍTULO 7. RELACIÓN ENTRE EL <i>BINGE-WATCHING</i> Y EL FENÓMENO FANDOM	179
7.1 El fenómeno <i>fandom</i>	179
7.2 ¿En qué consiste ser fan?	180
7.3 El estigma del fan	182
7.4 El <i>fanverse</i>	185
7.5 De espectador a fan: el fan de las series de ficción	187
7.6 Un fan <i>transmedia</i>	191
7.7 Fans y <i>binge-viewers</i> ... una frontera borrosa	197
CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES	205
8.1 Principales aportaciones	205
8.2 Limitaciones de la investigación	212
8.3 Nuevas líneas de investigación	214
8.4 Reflexión final	217
EPÍLOGO	219
BIBLIOGRAFÍA	221
ANEXOS	239

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Antecedentes de las series de ficción	36
Figura 2. Clasificación de las series de ficción	37
Figura 3. Sustitución tecnológica en el mercado del cine en casa	40
Figura 4. Colección de DVDs de la serie 24 a la venta en bol.com	42
Figura 5. Evolución del número de suscriptores de Netflix en el mundo del tercer trimestre de 2011 hasta el cuarto trimestre de 2022(en millones).....	44
Figura 6. Número de suscriptores de pago de Netflix en todo el mundo a fecha de 31 de diciembre de 2022, por región (en millones)	45
Figura 7. Ranking mundial de países en función del número total de suscriptores de Netflix en 2021 (en millones)	45
Figura 8. Liderazgo por países, según número de suscriptores, en el mercado de servicios de streaming en 2023	46
Figura 9. Clasificación de las plataformas VOD en España en función de su precio	49
Figura 10. Carteles de series protagonizadas por actores de cine famosos.....	53
Figura 11. Características de la actual ficción seriada	54
Figura 12. Evolución histórica anual del consumo televisivo en minutos y audiencia media (1992-2022)	57
Figura 13. Personas que suelen realizar actividades culturales en el último mes (%)	57
Figura 14. Soporte utilizado para el visionado de vídeos por tramos de edad	59
Figura 15. Consumo medio diario de televisión en minutos Total individuos vs. Espectadores que no reciben ott vs. Espectadores que reciben ott	60
Figura 16. Consumo medio diario de televisión en minutos por perfiles de audiencia	61
Figura 17. Hábitos de consumo en horas de visionado de televisión por generaciones.....	62
Figura 18. Hábitos de consumo de contenido audiovisual a través de dispositivos alternativos a la televisión en horas de visionado por generaciones	63
Figura 19. Disminución del consumo de televisión tradicional por generaciones	64
Figura 20. Distribución de cuotas de mercado por número de suscriptores entre las principales OTT's. España, diciembre 2022.....	68
Figura 21. Porcentaje de individuos que vio programas de televisión a la carta en España en 2022, por plataforma de pago	68
Figura 22. Programas más vistos en televisión. Datos en % sobre usuarios habituales.....	73
Figura 23. Evolución mensual del consumo de TV por minutos en 2020.....	75
Figura 24. Nuevos suscriptores netos de Netflix por trimestre (en millones).....	76
Figura 25. Porcentaje de personas que afirman haber visto series o películas a través de plataformas.....	77
Figura 26. Descripción general de Netflix Party	78
Figura 27. Usuarios de vídeo bajo demanda por segmento a nivel mundial de 2017 a 2026 (en millones) ...	79

Figura 28. Definición de binge-watching.....	84
Figura 29. Fases del binge-model.....	86
Figura 30. Ejemplo de recomendaciones de Netflix a un usuario.....	86
Figura 31. Penetración de la conducta binge-watching por tramos de edad	90
Figura 32. Esquema general de la investigación	102
Figura 33. El proceso de recogida de datos	104
Figura 34. Proceso de análisis de datos	107
Figura 35. Resultados del análisis de datos.....	108
Figura 36. Desdoblamiento del fenómeno.....	120
Figura 37. Cuota de mercado de los principales motores de búsqueda online a nivel mundial en 2021 y 2022	133
Figura 38. Ejemplo de reseña en google	134
Figura 39. Proceso para incluir una reseña sobre series de ficción en google.....	135
Figura 40. Proceso para incluir una reseña sobre series de ficción en sensacine.....	136
Figura 41. Ejemplo de críticas en sensacine.....	137
Figura 42. Detalle de la base datos empleada en el análisis	140
Figura 43. Resumen del proceso de muestreo.....	140
Figura 44. Modelo simplificado de extracción de patrones semánticos en Leximancer	144
Figura 45. El proceso de análisis de Leximancer, paso a paso	144
Figura 46. Mapa conceptual de co-ocurrencias léxicas encontradas en los comentarios de la audiencia de las series de ficción estudiadas.....	145
Figura 47. Análisis del tema serie.....	149
Figura 48. Binge-watching en el tema serie.....	150
Figura 49. Análisis del tema encanta	157
Figura 50. Análisis del tema visto.....	160
Figura 51. Análisis del tema recomiendo	162
Figura 52. Representación del mapa conceptual de los comentarios de la audiencia de 5 series de ficción etiquetados por serie	170
Figura 53. El viaje del espectador a través de la serie	175
Figura 54. Jóvenes 'fans' de "Los Beatles", histéricas, al ver fugazmente a sus ídolos en el aeropuerto internacional de los ángeles.....	183
Figura 55. Mirikashi Cosplay	186
Figura 56. Andén 9 ¾ de King's Cross Station	186
Figura 57. Klingon to this: Star Trek has lived long and prospered in the hearts of, from left, Frank Kiernan, Clare McLoughlin and Alan O'shea. Fotografía de Lorraine O'Sullivan	188
Figura 58. La escalera de participación de la audiencia	190
Figura 59. Fanart de Expediente X	193

Figura 60. Clasificación de los fanworks	195
Figura 61. Página de inicio de wamppad	196
Figura 62. Matriz implicación-consumo	199
Figura 63. Continuum entre el espectador convencional y el fan	201

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Oferta de Netflix en España.....	48
Tabla 2. Comparativa de las principales plataformas de servicio VOD en España.....	50
Tabla 3. Oferta de contenidos ofrecidos por las principales plataformas de servicio VOD en España.....	51
Tabla 4. Evolución de los hábitos culturales de la población española mayor de 15 años desde 2006 (%)	56
Tabla 5. Interés hacia los contenidos audiovisuales	58
Tabla 6. Personas en España suscritas a plataformas digitales.....	65
Tabla 7. Mayores de 15 años que vieron vídeos en España en el último año (2021 - 2022)	70
Tabla 8. Frecuencia de visionado de series.....	72
Tabla 9. Frases estímulo para el test de frases incompletas.....	103
Tabla 10. Descripción de la muestra	106
Tabla 11. Modelo propuesto - hipótesis tentativas resultantes	121
Tabla 12. Relación de series seleccionadas para la extracción de los comentarios.....	138
Tabla 13. Composición de la muestra por serie y origen de la reseña.....	139
Tabla 14. Análisis descriptivo de las valoraciones de las series (ratings).....	141
Tabla 15. Análisis descriptivo de las reseñas por número de caracteres.....	142
Tabla 16. Número de hits por tema	146
Tabla 17. Resumen tema 1: serie	147
Tabla 18. Resumen tema 2: encanta.....	151
Tabla 19. Resumen tema 3: visto	158
Tabla 20. Resumen tema 4: recomiendo	161
Tabla 21. Resumen tema 5: personajes	163
Tabla 22. Resumen tema 6: actores.....	164
Tabla 23. Resumen tema 7: trama	165
Tabla 24. Resumen tema 8: fan	166
Tabla 25. Temas, hits y conceptos	171
Tabla 26. Tres miradas sobre la cultura fan	185
Tabla 27. Diferencias entre el espectador y los distintos tipos de binge-viewers	203

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario para entrevistas en profundidad.....	233
Anexo 2. Cuestionario para reunión de grupo.....	237
Anexo 3. Transcripciones de las entrevistas y de la reunión de grupo.....	240

Resumen/Abstract

Resumen

¿Qué queremos decir cuando hablamos de *binge-watching*?

La proliferación de las plataformas de vídeo bajo demanda que se produce durante la segunda década del siglo XXI facilita nuevas prácticas de consumo audiovisual, entre ellas el *binge-watching*, término que alude al visionado consecutivo de más de dos episodios de una misma serie de ficción, habitualmente del género drama, en una sola sesión. Es una conducta reciente, fruto de la autonomía de visionado, adoptada por más de la mitad de la población desarrollada, razón que justifica el estudio de su origen, práctica y efectos, así como su consecuente impacto empresarial, social y académico.

Esta tesis doctoral analiza el *binge-watching* desde la disciplina del comportamiento del consumidor con el objetivo de comprender la experiencia del espectador durante el encadenado de episodios. Para ello se revisa la literatura existente y se emprende una investigación primaria de metodología cualitativo-exploratoria bajo un diseño de triangulación múltiple, estructurada en dos estudios que difieren en fuentes y métodos de recogida y análisis de datos.

El Estudio 1 examina la experiencia de los espectadores a partir de una muestra de 20 individuos. Los datos se obtienen combinando técnicas como la reunión de grupo, la entrevista en profundidad y las técnicas proyectivas, y son analizados desde la Teoría Fundamentada.

El Estudio 2 descansa en un análisis de contenidos a partir de las reseñas espontáneas de los espectadores de series vertidas a la web 2.0, y utiliza como herramienta de análisis el programa Leximancer, una aplicación de software de minería de texto.

De la investigación secundaria y primaria realizada se desprenden las cinco principales conclusiones de esta tesis doctoral: la redefinición del término *binge-watching*; el

desdoblamiento del fenómeno *binge-watching* en planificado y no planificado; los efectos de uno y otro; la conexión con el *fandom*; y, por último, una clasificación de los espectadores en cuatro categorías descritas en función de la implicación emocional hacia la serie y los comportamientos adoptados.

Este trabajo abre nuevas líneas de estudio en torno a la conducta *binge-watching*: la verificación de siete hipótesis formuladas en el Estudio 1; la demostración de la conexión entre el *binge-watching* y el *fandom*; la eficacia de las tácticas de la industria para incitar al encadenado de episodios; y la valoración del impacto económico, social y sanitario del *binge-watching*.

Palabras clave

Binge-watching, serie de ficción, vídeo bajo demanda, Netflix, Teoría Fundamentada, consumo de contenidos, maratón de series.

Abstract

What do we mean by binge-watching?

The proliferation of video streaming platforms that took place during the second decade of the 21st century facilitates new audiovisual consumption practices, among them binge-watching. This term refers to the consecutive viewing of more than two episodes of the same fiction series, usually of the drama genre, in a single session. This is a recent behaviour, the result of autonomous viewing, adopted by more than half of the developed population, which justifies the study of its origin, practice, and effects, as well as its consequential business, social, and academic impact.

This doctoral thesis examines binge-watching through the lens of consumer behaviour, with the aim of understanding the viewer's experience during back-to-back episode viewing. To do this, the existing literature is reviewed, and primary qualitative-exploratory research is undertaken under a multiple triangulation design, structured in two studies that differ in sources and methods of collection and data analysis.

Study 1 examines the viewers' experience from a sample of 20 individuals. The data is obtained by combining techniques such as group meetings, in-depth interviews, and projective techniques, and are analysed from Grounded Theory.

Study 2 employs content analysis based on the spontaneous reviews shared by series viewers on Web 2.0, and uses Leximancer as an analysis tool, a text mining software application.

From the secondary and primary research carried out, the five main conclusions of this doctoral thesis emerge: the redefinition of the term binge-watching; the bifurcation of the binge-watching phenomenon into planned and unplanned; the effects of each; the connection with fandom; and finally, a classification of viewers into four categories based on the emotional involvement towards the series and the behaviours adopted.

This work opens new lines of study around binge-watching behaviour: the verification of seven hypotheses formulated in Study 1; the demonstration of the connection between binge-watching and fandom; the effectiveness of industry tactics to encourage the chaining of episodes; and the assessment of the economic, social, and health impact of binge-watching.

Key words

Binge-watching, series, Netflix, video streaming, Grounded Theory, content consumption, series marathon.

Capítulo 1. Introducción

Un martes cualquiera de 2017 esta doctoranda se encontró a sí misma mirando compulsivamente el reloj durante los 45 minutos finales de la última clase del día. Aunque intentaba explicar lo mejor posible, su cabeza no estaba en las matrices de fidelidad del comprador. La verdad es que, desde que había dejado *Homeland* a las 3 de la madrugada de la noche anterior, no dejaba de pensar en lo que le ocurriría a la intrépida Carrie Mathison en Teherán. Como profesora de comportamiento del consumidor, estaba sorprendida por el suyo propio: era digno de análisis. En seguida se dio cuenta de que no era ella sola la “enganchada” a una serie. Casi todos a su alrededor lo estaban, aunque nadie en ese momento sabía que estaba practicado *binge-watching*. O casi nadie. 56 autores ya habían publicado un total de 24 artículos indexados en Scopus que trataban sobre ello. Curiosamente, el término *binge-watching* estaba incluido en el Diccionario de Oxford desde 2013, cuatro años antes.

Lo anterior no es más que una muestra del actual escenario que domina el consumo de producto audiovisual, en el que nuevos actores emergen con propuestas que han conseguido cambiar los hábitos de los espectadores. Tras décadas de reinado de la televisión las plataformas de Vídeo Bajo Demanda (*VOD*), lideradas por Netflix, consiguen atraer a la audiencia gracias a una oferta abundante y de calidad en la que las series de ficción ocupan un papel protagonista.

El *binge-watching* es una de estas nuevas prácticas. Consiste encadenar más de dos episodios de una serie de ficción de carácter dramático. Una conducta reciente, no exenta de efectos negativos, que ha sido adoptada por una mayoría de la población desarrollada y cuyo impacto está aún por evaluar.

La complejidad del estudio del comportamiento *binge-watching* es tal que puede abordarse desde múltiples ángulos:

- Desde el marketing, ya que la industria audiovisual está inmersa en un nuevo modelo de negocio que ensaya interesantes estrategias y tácticas de mercado que merecen ser analizadas.
- Una de esas tácticas es el propio producto, la serie de ficción, hacia el cual migran, desde otros formatos, actores, directores, guionistas, productoras, inversiones y premios. La serie, como relato capaz de atrapar durante horas al espectador a costa de horas de sueño y de posponer otras actividades, se convierte también en un esencial objeto de estudio. Los elementos que captan la atención del espectador y motivan al visionado encadenado deben también analizarse desde el plano de la cinematografía.
- La conducta *binge-watching* brinda a la psicología múltiples objetos de estudio: la aplicación de teorías que explican el comportamiento, como la Teoría de los Usos y Gratificaciones, el papel de la pérdida de control y el comportamiento compulsivo, o la proximidad con la adicción comportamental son buenos ejemplos de ello.
- La práctica más común del *binge-watching* tiene lugar en una soledad compartida que afecta a la forma de relacionarse los individuos dentro de una comunidad, aspecto que, sin duda, interesará a los sociólogos.
- También la medicina deberá examinar hasta qué punto los efectos físicos de la práctica *binge-watching* pueden favorecer la aparición de determinadas enfermedades.

A pesar de su interés, no es ninguno de los anteriores, sino la disciplina del comportamiento del consumidor, el enfoque elegido para estudiar la conducta *binge-watching* a lo largo de esta tesis doctoral. Son varias las razones que argumentan esta decisión:

- El carácter multidisciplinar del comportamiento del consumidor, que se nutre de la psicología, la sociología, la antropología, o la economía, es óptimo para conseguir el enfoque holístico que requiere esta tesis doctoral.
- Hábitos y motivaciones son dos ejes principales del campo del comportamiento del consumidor, como también lo son de este trabajo.
- El comportamiento del consumidor no se limita a estudiar el momento de consumo sino que trata de explicar también el antes y el después. Siguiendo estas directrices, en este trabajo se profundiza en la motivación e intencionalidad del consumo y en sus efectos, además de la propia experiencia del espectador.
- Un aliado imprescindible del comportamiento del consumidor es la investigación de mercados. De la misma manera, esta tesis doctoral se apoya en dos procesos de investigación cuyos resultados guían las conclusiones.
- Un comportamiento como el *binge-watching*, que se practica de forma mayoritaria en los países desarrollados, tiene importantes repercusiones en el ámbito empresarial, social y académico, de ahí su interés.
- A la industria audiovisual le permite conocer a fondo a este nuevo espectador, que no es sino la evolución del espectador televisivo, saber qué elementos de la serie aumentan su implicación y qué tácticas resultan más eficaces para aumentar la cuota de pantalla.
- Desde el punto de vista social, el *binge-watching* es un reflejo más de una población, la de los países desarrollados, practicante de un ocio que camina hacia el individualismo: visionado en solitario, a veces compartido a través de las redes sociales. Comprender el comportamiento *binge-watching* nos ayudará, sin duda, a entender nuestra propia sociedad y su futuro más inmediato.

Por último, queda comentar el valor académico de la presente tesis doctoral. Visto el impacto de la práctica *binge-watching* no resulta extraño que haya suscitado interés académico, generando una creciente producción científica: en 2015 había un solo artículo indexado en Scopus que contuviera la palabra *binge-watching* en el título, resumen o palabras clave, mientras que en julio de 2023 ya son 200 los trabajos que tratan de definir, describir o aportar nuevos conocimientos en torno a esta conducta. Los temas abordados giran en torno a la descripción de los hábitos, el éxito de las tácticas de la industria (efecto Netflix), la influencia de los contenidos, los rasgos de personalidad del *binge-viewer*, la aplicación de la teoría de los usos y gratificaciones, el sentimiento de culpa o incluso la posible relación con el comportamiento adictivo. Sin embargo, las distintas aproximaciones al fenómeno *binge-watching*, bien sea a sus antecedentes, práctica o efectos, evidencian cierta diversidad y controversia: la conceptualización del *binge-watching* es débil y falta una visión global del fenómeno.

Esta tesis doctoral trata de poner algo de orden dentro de este conocimiento. En primer lugar, es necesario conceptualizar el término *binge-watching* de manera precisa y en toda su extensión. En segundo lugar, se requiere confirmar la existencia de distintas modalidades de *binge-watching* y describir cada una de ellas. Estas son dos contribuciones de la presente tesis doctoral al saber compartido sobre el *binge-watching*.

Además de lo anterior, este trabajo parte del conocimiento existente y trata de profundizar desde nuevos ángulos en la experiencia del espectador y en los factores que inducen al encadenamiento de episodios.

La tesis finaliza con una contribución inédita sobre la relación entre la práctica *binge-watching* con el fenómeno fandom, un asunto que apenas asoma en la literatura existente.

1.1 Objetivos

El objetivo principal de esta tesis doctoral es aportar nuevos conocimientos que permitan comprender la experiencia del espectador cuando practica el consumo encadenado de episodios de una serie de ficción. Este objetivo genérico se desdobra en varios objetivos secundarios:

- Dibujar el panorama actual de la oferta audiovisual como escenario óptimo para la práctica *binge-watching* (Capítulos 2 y 3).
- Proponer una redefinición del término *binge-watching* que abarque con precisión toda su amplitud y elementos (Capítulo 4).
- Identificar las distintas modalidades de *binge-watching*, describirlas y reconocer sus posibles efectos (Capítulo 5).
- Determinar los elementos de la serie que incitan al visionado encadenado de episodios (Capítulo 6).
- Explicar la relación entre el comportamiento *binge-watching* y el fenómeno fandom (Capítulo 7).

1.2 Estructura

Este trabajo se organiza en ocho capítulos, siendo el presente, cuyo carácter es meramente introductorio, el primero de ellos. Los siete capítulos restantes se agrupan en cuatro bloques, que se describen a continuación.

1.2.1 Bloque I: Capítulos 2, 3, y 4

Estos tres capítulos recogen datos procedentes de fuentes secundarias. Cumplen tres objetivos: aportar conocimientos básicos para la correcta comprensión del trabajo (capítulo 2), describir el panorama actual del consumo audiovisual desde dos ángulos, la industria y el espectador (capítulo 3), y, por último, presentar el conocimiento que la bibliografía existente aporta en torno al fenómeno *binge-watching* (capítulo 4).

Capítulo 2

El capítulo 2 se centra en el producto estudiado, la serie de ficción. Comienza con aspectos generales, como concepto, antecedentes, evolución y clasificación, para pasar a centrarse en describir su realidad a día de hoy: es el producto estrella dentro de la oferta audiovisual.

Entendemos por serie de ficción un producto audiovisual basado en una narración fragmentada en episodios de un relato inventado destinado al entretenimiento de la

audiencia. Aunque su origen se remonta a la primera mitad del siglo XX, en la segunda década del siglo XXI su consumo se relanza de la mano de las plataformas de Vídeo Bajo Demanda (*VOD*) que dotan de autonomía al espectador para administrarse el visionado. Paralelamente a la tecnología, la serie de ficción crece en calidad desde los años 80 del pasado siglo, convirtiéndose en un contenido de culto que ofrece tramas complejas, actores y directores consagrados, producciones millonarias y numerosos galardones en su haber. Gracias a esta convergencia la serie de ficción acaba ganándose la preferencia del espectador.

Capítulo 3

El tercer capítulo profundiza en la migración de la audiencia desde la televisión convencional hacia los servicios *VOD* y analiza la oferta dentro del panorama español. También describe al espectador de series de ficción y finaliza con una mirada a las consecuencias que el confinamiento sufrido a causa de la Covid-19 tuvo sobre el consumo de producto audiovisual.

Se concluye que se ha producido un éxodo masivo de la audiencia desde la televisión hacia las plataformas *VOD*. El espectador ha cambiado la relativamente rígida parrilla televisiva de programación por la desbordante oferta de los servicios *in streaming*: cantidad, calidad y autonomía de visionado, todo ello a un precio asequible. Ahora es el propio espectador quien decide qué ver, cuando verlo, desde qué dispositivo y en qué cantidad. Dentro de la oferta de contenidos, la serie de ficción acapara el interés de los espectadores, un público masivo y diverso, pues procede de la migración de la universal audiencia televisiva. El aislamiento provocado por la Covid-19 aumentó las horas de consumo audiovisual e introdujo nuevos hábitos, como el visionado en grupo y a distancia.

Capítulo 4

En el Capítulo 4 se aborda el tema central de esta tesis doctoral, el comportamiento *binge-watching*, tratando de describirlo en toda su amplitud a partir de los datos ofrecidos por la literatura existente: la definición del término, las prácticas de la industria para favorecer la conducta, el papel que juegan las redes sociales, la caracterización del *binge-viewer* y la consideración social del comportamiento, valorando la proximidad a la adicción.

La palabra *binge-watching* alude al visionado encadenado de episodios de una serie de ficción. Aunque se haya empezado a hablar de *binge-watching* en 2015, la literatura no ofrece una definición unánime del término, siendo esta la primera de las contribuciones de la presente tesis doctoral: conceptualizar el término *binge-watching* de forma precisa y completa. Se trata el *binge-watching* de una práctica adoptada por más de la mitad de la población de las sociedades desarrolladas (por lo que no se puede definir un perfil del *binge-viewer*) y alimentada por la industria audiovisual que, liderada por Netflix, emplea tácticas diversas para favorecer el encadenado de episodios. Aunque es una práctica mayoritariamente solitaria, la experiencia se vierte a las redes sociales, que se convierten en un gran salón virtual donde los espectadores comparten sus vivencias en torno a la serie de ficción.

Cualquier comportamiento *binge* está ligado al exceso y recibe una consideración social negativa. No es este el caso del *binge-watching* que, enmarcado dentro del consumo cultural, puede llegar a ser una conducta que incluso provoque admiración. Sin embargo, la pérdida de control que frecuentemente provoca el visionado encadenado podría aproximarse a lo que se conoce como adicción comportamental, lo cual dispara una cierta alarma en relación con esta conducta.

1.2.2 Bloque II: Capítulos 5 y 6

Este bloque engloba las dos investigaciones de carácter primario realizadas. Cada uno de los capítulos se estructura en torno a los objetivos, diseño, resultados, conclusiones y limitaciones de cada investigación, cuyos diseños se describirán de manera detallada en el siguiente apartado.

Capítulo 5

En este capítulo se expone la primera investigación, denominada Estudio 1. Mediante un enfoque cualitativo-exploratorio analizado con la Grounded Theory (GT), traducida al español como Teoría Fundamentada (TF), este trabajo estudia la experiencia de los usuarios de *binge-watching* a partir de datos recogidos sobre una muestra de 20 individuos combinando técnicas como la reunión de grupo, la entrevista en profundidad y las técnicas proyectivas. Los resultados conducen a la identificación de dos patrones de

comportamiento subyacentes asociados al consumo de contenidos dramáticos: el *binge-watching* planificado y el *binge-watching* no planificado, cada uno de los cuales se describe en profundidad en términos de intención, experiencia y efectos. El estudio concluye con la formulación de siete hipótesis para su verificación empírica.

El trabajo ha sido publicado en la revista Comunicar (factor de impacto Q1):

Martínez-Serrano, E., Gavilan, D., & Martínez-Navarro, G. (2023). Hablemos de series: Binge-watching vs. maratón. La dualidad en el consumo de episodios desde la Teoría Fundamentada. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 31(75), 77-99.

<https://doi.org/10.3916/C75-2023-06>

Capítulo 6

En este capítulo se detallan los pormenores de la segunda investigación realizada, denominada Estudio 2, también de enfoque cualitativo-exploratorio. Se trata de un análisis de contenidos a partir de las reseñas espontáneas de los espectadores de series vertidas a la web 2.0 que utiliza como herramienta de análisis el programa Leximancer. Los resultados describen la implicación emocional del espectador hacia los diferentes elementos de la serie, identifican qué factores incitan al consumo encadenado de episodios, y descubren una conexión entre la práctica *binge-watching* y el fenómeno fandom.

1.2.3 Bloque III: Capítulo 7

Aborda un tema de interés, la posible relación entre los fenómenos fandom y *binge-watching*, que se vislumbra en los resultados de la segunda investigación primaria y emerge como una de las principales líneas futuras de investigación. El estudio se realiza a partir de datos secundarios.

1.2.4 Bloque IV: Capítulo 8

Recoge las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación de la tesis doctoral.

A partir de este trabajo de investigación se extraen cinco conclusiones: la redefinición del término *binge-watching*; el desdoblamiento del fenómeno *binge-watching* en planificado y no planificado; los efectos de uno y otro; la conexión con el fandom; y, por último, una

clasificación de los espectadores en cuatro categorías descritas en función de la implicación emocional hacia la serie y los comportamientos adoptados.

La presente tesis doctoral no está libre de limitaciones derivadas todas ellas de las técnicas de investigación utilizadas. En el Capítulo 8 se realiza una enumeración de ellas.

Para finalizar, se proponen distintas vías para continuar la investigación sobre el comportamiento *binge-watching*, todas ellas suscitadas a partir de los hallazgos obtenidos en este trabajo: la verificación de las siete hipótesis formuladas en el Estudio 1; la demostración de la conexión entre el *binge-watching* y el fandom; la eficacia de las tácticas de la industria para incitar al encadenado de capítulos; y el impacto económico, social y sanitario del *binge-watching*.

A los cuatro bloques descritos se añade una relación de la bibliografía consultada y los anexos, que reúnen los cuestionarios de la investigación cualitativa y las transcripciones de las entrevistas y la reunión de grupo realizadas.

1.3 Metodología

Esta tesis doctoral recurre a dos grandes tipologías de investigación, secundaria y primaria.

En primer lugar se presenta la investigación de carácter secundario, que recoge y analiza datos publicados. Se trata de una revisión sistemática de la bibliografía existente con el objetivo de conocer el estado del arte en torno al tema objeto de estudio. Es la utilizada para elaborar los capítulos 2, 3, 4 y 8.

En segundo lugar, encontramos el cuerpo central de la tesis, desarrollado a través de la investigación primaria, la cual arroja datos inéditos que constituyen los principales hallazgos de este trabajo.

Para entender el diseño de la investigación primaria debemos empezar por distinguir entre metodología y método. Entendemos por metodología la aproximación general al estudio de un objeto a través de unos determinados medios teóricos, conceptuales y técnicos. Por otro lado, definimos el método como el conjunto de actividades concretas que permiten el análisis del objeto investigado (Hintelholher, 2013). La investigación primaria llevada a cabo en esta tesis doctoral comprende dos procesos de investigación independientes

desarrollados bajo el mismo prisma metodológico. Es decir, ambos procesos recurren a métodos distintos pero comparten la misma metodología.

Se adopta, por tanto, la perspectiva de la triangulación, en concreto se opta por la triangulación múltiple: se realizan dos procesos de investigación (Estudio 1 y Estudio 2) cuyo diseño difiere tanto en las fuentes, como en las técnicas de recogida y el plan de análisis de los datos. Este planteamiento busca la complementariedad de métodos y técnicas, a sabiendas de que a menudo las limitaciones de unos son las ventajas de otros y viceversa.

Ambos estudios, 1 y 2, se proponen desde un enfoque exploratorio y bajo una metodología cualitativa, óptima debido a su profundidad: avanza desde los niveles superficiales hasta llegar a la estructura subyacente que nos permite entender el fenómeno objeto de estudio, tal y como requerían los objetivos de la tesis, planteados en torno a la comprensión de una experiencia .

A continuación se describe el método adoptado en cada uno de los dos estudios:

Estudio 1

La primera investigación (Estudio 1), recogida en el capítulo 5, tiene como objetivo estudiar la experiencia de los consumidores de series cuando practican *binge-watching*. Para ello se opta por el método propuesto por Glaser y Strauss en 1967, la Grounded Theory (GT) o, en español, Teoría Fundamentada (TF), la cual permite, mediante un razonamiento inductivo, realizar una aproximación cualitativa de carácter exploratorio al fenómeno estudiado.

La TF se caracteriza por realizar la revisión de la literatura existente de manera iterativa, en paralelo a la recopilación e interpretación de datos. Así se aprovechan los conocimientos previos y a la vez se mantiene un estado de alerta a nuevos conceptos a medida que surgen de los datos. Esto último resulta de especial relevancia cuando se estudia un tema tan novedoso como la práctica *binge-watching*, cuya producción científica se encuentra en auge.

El objetivo final de la metodología TF es crear categorías teóricas a partir de los datos y analizar las relaciones relevantes que hay entre ellas.

Para la recopilación de datos se optó por la entrevista personal semiestructurada complementada con técnicas proyectivas y el *focus group*, todas ellas habituales en la aplicación de TF. En todos los casos se utilizó un cuestionario semiestructurado con secuencia de embudo. La muestra la compusieron 20 individuos seleccionados a través de un procedimiento de muestro no probabilístico combinando conveniencia y bola de nieve. El análisis de los datos siguió un proceso de codificación (1) abierta, (2) axial y (3) selectiva (Corbin y Strauss, 1990), según indica TF, cuyo resultado culmina en la formulación de siete hipótesis tentativas susceptibles de una posterior comprobación.

Estudio 2

El Estudio 2 continúa intentando comprender la experiencia del espectador de series de ficción y el comportamiento *binge-watching* pero aborda este objetivo desde un método distinto, aunque manteniéndose, como en el Estudio 1, dentro del enfoque exploratorio y la metodología cualitativa.

El método utilizado es la observación no estructurada de carácter indirecto y testimonial (no etnográfica). La observación nos permite realizar un registro sistemático de patrones conductuales, siendo la conducta observada en el Estudio 2 la expresión voluntaria de los espectadores sobre sus experiencias de consumo de series de ficción vertida a la red 2.0.

Con esta observación el Estudio 2 aporta datos recogidos en un entorno natural, frente al carácter artificial de las técnicas de laboratorio utilizadas en el Estudio 1. Se compensan de esta manera los efectos de la posible influencia del investigador, el sesgo de saberse investigado o la interacción de terceros, desventajas propias de las técnicas de interrogatorio.

En cuanto a la técnica, para el Estudio 2 optamos por el análisis de contenidos: la observación y el estudio del contenido manifiesto de un mensaje, siendo el mensaje en este caso las reseñas espontáneas que hacen los espectadores en la red 2.0 sobre su experiencia de consumo de series de ficción. La red 2.0 emerge para esta investigación como una interesante fuente de datos ya que recoge la expresión natural de la vivencia del espectador, que tiene un fuerte componente social.

Limitando temporalmente el estudio a la última década, la población de esta investigación está compuesta por todas las reseñas sobre series de ficción escritas originalmente en castellano y publicadas en la Web 2.0 en los últimos diez años, entre 2012 y 2022. La población resultante es de tal volumen que requiere la selección de una muestra para ser estudiada, para lo cual se recurre a un muestreo en varias fases que combina juicios y conglomerados cuyo resultado es una muestra de 4.614 reseñas.

Para abordar el análisis de la cantidad de datos contenidos en la muestra se acude a Leximancer, una aplicación de software de minería de texto que codifica automáticamente grandes conjuntos de datos cualitativos (Haynes *et al.*, 2019). De esta manera el análisis de datos elegido aporta un respaldo cuantitativo a una investigación que tiene un carácter cualitativo.

El resultado final lo componen una serie de mapas de calor que representan los temas abordados por los espectadores en función de la importancia que estos tengan dentro del discurso. Estos mapas conceptuales han sido posteriormente analizados para extraer conclusiones en torno a la experiencia de visionado.

Tras lo expuesto en este capítulo introductorio quedan justificados el interés y la importancia del contenido de esta tesis doctoral. Con la descripción de su enfoque, objetivos y estructura, así como la exposición de la metodología de la investigación, quedan sentadas las bases para la lectura del trabajo.

Capítulo 2. Las series de ficción

La práctica *binge-watching* es una nueva forma de consumir un viejo producto, la serie de ficción, cuyo ciclo de vida sufre un vuelco de la mano de la revolución digital. Antes de entrar de lleno en la experiencia *binge-watching*, objeto de estudio de esta tesis doctoral, conviene conocer a fondo el producto que subyace a esta práctica

2.1 Aspectos generales

Con una finalidad introductoria, a continuación se describe la serie de ficción: conceptualización del término, origen, tipologías y un breve recorrido por su historia.

2.1.1 De la novela por entregas a la serie de ficción

La serie de ficción se enmarca en el producto audiovisual: un contenido elaborado para ser emitido a través de la televisión, el cine o Internet, que integra dos elementos aislados, el auditivo y el visual, para crear un tercer lenguaje.

Una descripción más precisa puede extraerse de su propio nombre: serie de ficción. El término ficción hace referencia al género audiovisual al que pertenece, mientras que la denominación serie alude al formato en que se presenta la pieza audiovisual.

Se entiende por género audiovisual el conjunto de reglas de producción discursiva (Wolf, 1984) que permiten clasificar las piezas audiovisuales. La ficción es un género que engloba

productos audiovisuales que, bajo formatos diversos, ofrecen relatos inventados cuya finalidad es el entretenimiento de la audiencia.

Por su parte, el formato es la manera en que se presenta la pieza audiovisual en relación con sus elementos y contenidos (Saló, 2003). La característica principal del formato de serie (frente a la ficción no seriada como películas, *TV movies* y largos de animación) es la fragmentación de la narración en episodios que mantienen elementos comunes dentro de su hilo argumental.

En conclusión, una serie de ficción es un producto audiovisual basado en una narración fragmentada en episodios de un relato inventado destinado al entretenimiento de la audiencia. En tanto se trata de un producto cuya finalidad es la comunicación, cabe atribuir a la serie de ficción un carácter cultural (Herrero y Diego, 2009).

La fragmentación de los relatos comienza muchos años antes de que surgieran las series de ficción y su origen es de carácter económico. Ya en el siglo XVII se empezaron a publicar textos por partes con el fin de facilitar su adquisición. Sin embargo, la proliferación de la novela por entregas no llegaría hasta el siglo XIX. *Los papeles póstumos del Club Pickwick*, publicada entre 1836 y 1837 en un total de 20 entregas, se considera el inicio de la literatura serial (de la Torre, 2016). En esta obra Charles Dickens retrata la vida de la época en tono de humor a través de las aventuras, apenas relacionadas entre sí, de un grupo de personajes extravagantes. Gran parte de su éxito se debe a que, al igual que en algunas series de ficción actuales, la audiencia se reconocía a sí misma en esa realidad distorsionada. Otros grandes escritores de la época como Balzac, Dumas o, en España, Pérez Galdós y Valle Inclán, se sumaron a este formato. Incluso Tolstoi publicó de esta manera *Guerra y paz*.

El siglo XIX aportó otra novedad dentro del relato seriado: el folletín. Se trata de una sección dentro de un periódico en la que se publicaban, por entregas, ensayos o novelas. Frente a la novela por entregas, el folletín estaba unido a la prensa, condición que le aportaba periodicidad diaria y un amplio número de lectores, con su base principal en la creciente burguesía del siglo XIX, a los que satisfacer.

Siguiendo a Medina (2015), esta novela de folletín comparte con la radionovela y con la actual serie de ficción, en concreto con la telenovela, contenidos, estructura narrativa, y el efecto de fidelización de la audiencia. Abordaba una temática próxima al melodrama teatral, con suspense, intrigas y continuos golpes de efecto. Además, el argumento se iba adaptando al gusto de los lectores. En cuanto a la estructura, esta tenía una forma sinusoidal: una trama que se desarrolla en un plano horizontal a la que se imprime un ritmo continuo de tensión-aflojamiento para mantener la atención del lector en cada entrega. Otro aspecto reseñable dentro de la estructura es que cada entrega comenzaba con un resumen breve de lo ocurrido en capítulos anteriores y finalizaba con un anticipo de lo que ocurriría en el capítulo siguiente. Todo esto, unido a su módico precio, permitió al folletín popularizar la novela, captando a una extensa masa de lectores ávidos de su ración diaria de aventura.

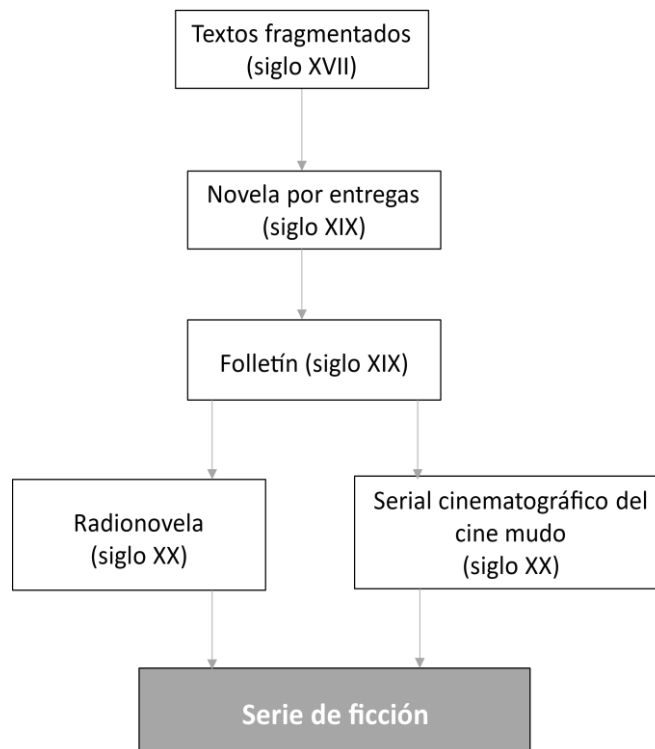
La sucesora natural de la novela de folletín llegó de la mano de la radio en 1920. La radionovela ofrecía un relato de ficción de carácter sonoro, fragmentado en innumerables capítulos, que abordaba relaciones amorosas, familiares y sociales. Se la considera precursora en concreto de dos categorías dentro de las series de ficción: la telenovela y comedia de situación (*sitcom*). En concreto, el nacimiento de la comedia de situación se relaciona con la radionovela *Sam "n" Henry*, que se estrena en 1926 (de la Torre, 2016). A través de entregas de 10 minutos de duración relataba la manera en que dos afroamericanos trataban de ganarse la vida. Los episodios, aunque independientes, mantenían una trama.

Paralelamente a la radionovela, el nacimiento del cine ofreció otra modalidad de ficción fragmentada, los seriales cinematográficos del cine mudo, que se emitían en las salas antes de la película. Según Padilla y Requeijo (2010), sólo en Estados Unidos se llegaron a producir 270 seriales dentro de la etapa denominada Hollywood mudo (1919-1929). También en Europa se adoptó con éxito este formato, con títulos que llegaban a alargarse durante años. De hecho, el primer serial cinematográfico no fue estadounidense sino francés: *Nick Carter, le roi des detectives*. Se estrenó en 1908 y constaba de seis episodios auto conclusivos, en los que se narraban historias sobre un detective, siendo este personaje el único elemento

común (de la Torre, 2016). La intervención de actores famosos en papeles protagonistas, como Bela Lugosy o John Wayne, ayudó a popularizar el serial cinematográfico mudo.

En definitiva, según se resume en la Figura 1, en los inicios del siglo XX, radio y cine recogen las fórmulas de narración seriada que ya habían demostrado su éxito con la novela y el folletín y sientan las bases para la aparición de la serie de ficción tal y como la conocemos en la actualidad.

Figura 1. Antecedentes de las series de ficción



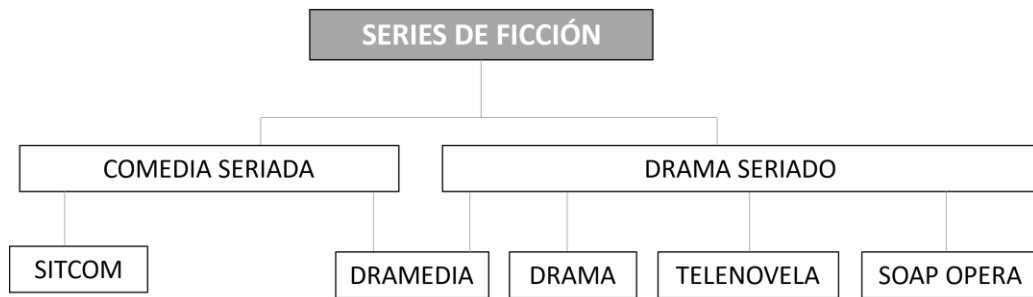
Fuente: Elaboración propia

2.1.2 Clasificación de las series de ficción según su contenido

Las series de ficción pueden clasificarse según la naturaleza del contenido en dos grandes categorías: la comedia seriada y el drama seriado. La principal diferencia entre ambas radica en la utilización del humor. Mientras que en la comedia el humor es la forma principal de entretenimiento, en el drama es un recurso adicional (Padilla y Requeijo, 2010).

La Figura 2 esquematiza la clasificación de las series de ficción.

Figura 2. Clasificación de las series de ficción



Fuente: Elaboración propia a partir de Carrasco (2010)

Considerando que a menudo las comedias contienen elementos dramáticos y, al contrario, el drama recurre al humor para aliviar la tensión argumental, la frontera entre ambos no es nítida. De hecho, existe un tipo de comedia que se encuentra a caballo entre esta y el drama, condición de la que recibe su nombre, *dramedia*, que ofrece tramas de largo recorrido propias del drama salpicadas de escenas cómicas que divierten a la audiencia (*Mujeres desesperadas, Las chicas Gilmore, Cheers*).

Dentro de la comedia seriada, encontramos la comedia de situación (*sitcom*), que propone tramas realistas, reflejo de la vida cotidiana, cuyos giros cómicos propiciados por enredos y malentendidos a menudo son celebrados con risas enlatadas o en directo (Carrasco, 2010). La *sitcom* es un formato consolidado en la industria que comenzó a cosechar éxitos en los años 50 del pasado siglo (*I love Lucy; Embrujada; Un hombre en casa; Las chicas de oro*) y sigue alcanzando altas audiencias (*The Big Bang Theory, Modern Family, Dos hombres y medio o Cómo conocí a vuestra madre*). La variante de la *sitcom* en animación (*Los Simpson o Padre de familia*) también ha obtenido grandes éxitos de audiencia.

El drama seriado, por su parte, no utiliza el humor como recurso principal. Trata temas heterogéneos ya que es una tipología “cajón de sastre” que engloba, además del propio drama, dos variantes de este, la *telenovela* y la *soap opera*.

En cuanto a los contenidos, la *telenovela* tiene en el amor romántico el eje del hilo argumental (*Cristal, Abigail*), mientras que la *soap opera* (*Falcon Crest, Dallas, Dinastía*) narra intrigas, traiciones y engaños protagonizados por personajes estereotipados (Carrasco 2010).

El drama seriado es el formato más común actualmente dentro de la industria. Ofrece acción, misterio, conflictos personales, emociones... El contenido es variado, pero alejado de la cotidianeidad: acción, policíaco, suspense, intriga, profesional (periodismo, medicina, política, abogacía...). El argumento gira en torno a varias tramas que se desarrollan simultáneamente. La relación entre los personajes forma una trama que se extiende a lo largo de los episodios y ejerce un efecto fidelizador de la audiencia. Los grandes éxitos más recientes dentro del mundo de las series de ficción (*Juego de tronos*, *Perdidos*, *Breaking bad*, *The walking dead*, *C.S.I.*) responden a esta tipología.

2.1.3 Breve historia de las series de ficción

No existe unanimidad con relación a cuál es la primera serie televisiva de ficción de la historia. Cronológicamente la primera en emitirse fue *The love nest*, en 1936, en Estados Unidos. Realizada en directo, relataba en tono de humor aspectos de la vida de unos recién casados. Debido a que no mantenía una línea argumental entre un episodio y el siguiente, no hay acuerdo en reconocerla como serie, situando a la británica *Ann and Harold* (1938) como la primera serie de ficción televisiva.

La II Guerra Mundial supuso una interrupción en la producción audiovisual, que empezó a recuperarse en los años 50. El primer éxito de audiencia de una serie de ficción televisiva vino en 1951 de la mano de *I love Lucy* (CBS, 1951-1957), una comedia de situación sencilla, capaz de gustar a una mayoría dentro del conjunto de los telespectadores (Landay, 2010). De *I love Lucy* surgieron múltiples imitaciones que hicieron de la *sitcom* un género muy popular en los años 50.

La década de los 50 abrió un abanico de temáticas en las series televisivas de ficción: aparece el drama médico (*Medic*, NBC), el drama legal (*The public defender*, CBS), el *western* (*The lone ranger*), el suspense (*Alfred Hitchcock presents*), o la ciencia ficción (*The twilight zone*, precursora de la actual *Black Mirror*), y se estrena la primera serie de superhéroes, *Adventures of Superman*. Surgen las primeras series destinadas a los niños: *Disneyland*, *The adventures of Robin Hood*, *Lassie* y su competidora directa, *The adventures of Rin Tin Tin*. Se realizan adaptaciones de clásicos de la literatura, como *Orgullo y prejuicio*

o *Jane Eyre*, y en 1955 se estrenan los sketches de *Benny Hill*, que con los años llegarían a emitirse en 140 países.

Durante las décadas de los 60 y 70 la producción audiovisual se vio influida por los movimientos sociales y culturales de la época. Las series televisivas de ficción aumentan su calidad artística y abordan temas atrevidos e incluso tabú en esa época (*Raíces*, *Mary Tyler Moore*, *Todo en familia*, *M.A.S.H.*).

Los 80, que comienzan con un gran éxito, *Canción triste de Hill Street*, consolidan la serie de ficción gracias a las altas audiencias que consiguen *Expediente X*, *Miami vice*, *Dallas*, *Dinastía*, *Los Simpson* o *Tween Peaks*.

Los albores del siglo XXI estrenan algunas de las series que se consideran “de culto”, como *Los Soprano*, *Perdidos*, *Sexo en Nueva York* o *Six feet under* pero, sobre todo, traen consigo nuevas tecnologías que cambian la relación entre el espectador y las series.

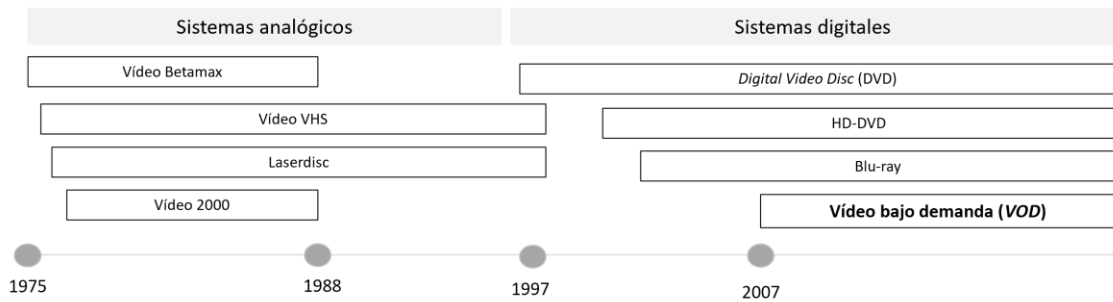
La historia de las series de ficción también está unida a la de los dispositivos que permiten su visionado. Durante casi medio siglo, la única forma de ver películas y series en el hogar era la televisión que, desde su nacimiento en los años 30, dominó en forma de monopolio el mercado del cine en casa. En la década de los 70 nacen tres soportes de vídeo de carácter analógico que permiten reproducir contenido audiovisual en el hogar (Helfat y Raubitschek, 2000): VHS, Video2000 y Betamax. Con ellos surge la industria del alquiler de vídeos, los videoclubs. Los usuarios alquilaban o compraban temporadas completas de series que se habían popularizado a través de la televisión (McCormick, 2016). Tras diez años de coexistencia, el sistema VHS acabó imponiéndose sobre Vídeo 2000 y Betamax, y también a otra propuesta fallida, el Laserdisc (1978), que no se popularizó debido a su alto precio. Los tres terminaron desapareciendo.

El paso del sistema analógico al digital se inicia con el lanzamiento en 1997 del *Digital Video Disc (DVD)* que, frente a los dispositivos anteriores, consigue dar un salto cualitativo en materia de visionado de películas y series (Jenner, 2016). El *DVD* afianza la autoadministración de contenidos por parte del espectador que había asomado tímidamente con sus precedentes analógicos.

Tras el *DVD*, aún surgieron otras dos tecnologías más en soporte digital (Hwu, 2018), el *Blue-ray* (2003) y el *HD-DVD* (2006), que no acabaron de conseguir el respaldo popular. Con la llegada del *streaming*, la distribución digital de contenido multimedia a través de Internet, el soporte físico queda prácticamente extinguido, manteniendo actualmente solo una demanda residual. YouTube nació en 2005 y a los dos años surgió el servicio de vídeo bajo demanda *Video On Demand* (en adelante *VOD* o bien *OTT, Over The Top*), de la mano de Netflix. Y todo cambió.

La Figura 3 muestra, a través de una línea del tiempo, la evolución de la tecnología en el mercado del cine en casa.

Figura 3. Sustitución tecnológica en el mercado del cine en casa



Fuente: Elaboración propia

2.2 Los nuevos suministradores de contenido audiovisual

La digitalización ha transformado la relación del espectador con el producto audiovisual en general y, muy especialmente, con la serie de ficción. Desde el *DVD* hasta las plataformas de *streaming* la oferta ha ido ganando en cantidad, calidad y autonomía para el espectador. A continuación se analiza esta evolución prestando especial atención a Netflix, motor de crecimiento del sector *VOD*, para acabar con una panorámica sobre la oferta actual de servicios *VOD* en España.

2.2.1 La digitalización del contenido audiovisual

La comercialización del *DVD* supuso el principio del fin del reinado de la televisión como proveedor de series de ficción, que sucumbiría definitivamente ante la digitalización con la irrupción de Netflix.

El *DVD* es un disco óptico que permite el almacenamiento de datos, imagen y sonido. Soporte ideal para las series de ficción, ofrece sobre la televisión la posibilidad de sustituir el tradicional sistema de cita por la autoadministración de contenidos: frente a la imposición televisiva, es el espectador quien decide qué ver, cuándo verlo, y en qué cantidad. El *DVD* transforma la unidad de visionado del episodio televisivo administrado diaria o semanalmente por la temporada o incluso la serie completa, que el espectador administra a su antojo. Y, además, sin cortes publicitarios. Todo son ventajas frente a la televisión excepto el precio y la necesidad de un soporte físico, inconvenientes que desembocaron en una convivencia pacífica con la televisión en la que el consumo a través del *DVD* era minoritario. Mientras en España en 2006 se vendieron 2.336.871 *DVDs* de series de ficción (Pérez-Lanzac, 2007), episodios de una serie de éxito en ese mismo año, como *El internado*, conseguían audiencias en televisión que superaban los 4,6 millones de espectadores (Such, 2007).

Un año más tarde, en 2007, precisamente una empresa dedicada al alquiler de *DVDs*, llamada Netflix, anuncia el lanzamiento de un servicio de vídeo bajo demanda (*VOD*), liderando así la revolución del consumo de producto audiovisual.

El *VOD* llega de la mano de las nuevas tecnologías, fruto de la convergencia de la industria audiovisual, informática y de telecomunicaciones (Lacruz y Gómez-Díaz, 2021). Televisión e Internet se funden en un nuevo modelo televisivo *on line* e interactivo que posibilita la personalización del consumo. Se trata de un *software* de *streaming*: una tecnología multimedia que envía contenidos de vídeo y audio a un dispositivo conectado a Internet. Frente a tecnologías anteriores, permite la reproducción del contenido audiovisual a la vez que este se está descargando (González, 2013).

El nuevo sistema acabará sustituyendo a los soportes físicos, como el *DVD*, y ganando horas al consumo tradicional de televisión, como se verá más adelante. Las claves del éxito pueden sintetizarse en cuatro: la sencillez del procedimiento, la amplia oferta de contenidos, la independencia que proporciona al usuario y el bajo coste de suscripción.

El sistema es realmente simple. Sólo requiere un dispositivo de visionado, que puede ser la televisión, el ordenador, el teléfono móvil o una tableta, y conexión a Internet, que permitirá al espectador la entrada en una plataforma *VOD*.

En cuanto a la oferta, las ventajas para el espectador son dos: extensión y adaptación. La propuesta de contenido puede calificarse como desbordante. Comprende series de ficción, películas, documentales y, en algún caso, programas deportivos. Además, estas plataformas utilizan la minería de datos, rastreando la actividad de los usuarios en Internet, para segmentar el mercado y ofrecer contenidos adaptados a los gustos de la audiencia (Cascajosa, 2018).

En tercer lugar, cabe destacar la autonomía del espectador para administrarse el consumo, liberándose de la rígida parrilla televisiva.

Y, por último, el bajo coste que supone la suscripción, existiendo incluso plataformas gratuitas.

Tras esta revolución, resultado de una sustitución tecnológica claramente más eficaz que las soluciones previas, cabe plantearse qué ha pasado con los sistemas anteriores, el DVD y la televisión.

El *DVD* aún permanece, pero en forma de producto en declive de carácter nostálgico: objeto de culto para los fans de alguna serie o única forma de recuperar series antiguas que no se incluyen en la oferta de las plataformas. Jenner (2016) habla de la “cultura del *DVD*” apelando a los extras que los *DVDs* incluyen: comentarios de actores, directores o personal de rodaje, entrevistas, galería de fotos, *making off* del rodaje, u objetos de *merchandising*, convierten al *DVD* en objeto fetiche (Figura 4).

Figura 4. Colección de DVDs de la serie 24 a la venta en bol.com



Fuente: bol.com (s.f.)

Igual que se confundieron aquellos que auguraban la desaparición de la radio tras el nacimiento de la televisión, tampoco los servicios de *VOD* han terminado con la televisión tradicional, sino que, en palabras de Lotz (2014), la han revolucionado. Según Cascajosa (2018), ante este cambio en el ecosistema televisivo, los operadores tradicionales establecen una doble relación con los servicios de *VOD*, quienes juegan un doble papel: el de colaboradores, ya que ambos se alían a través de fórmulas complejas de producción y distribución, y a la vez el de competidores que se disputan cuotas de pantalla y luchan por acaparar el genio de los creadores.

2.2.2 La revolución Netflix

Netflix, la principal red de televisión del mundo, surge en 1997 como un negocio de alquiler de *DVDs*. Sus fundadores, Reed Hasting y Marc Randolph, directivos en una empresa de *software*, demostraron desde el principio su vocación por la innovación. Los clientes de Netflix hacían el pedido de manera *on line*, utilizando para ello un catálogo virtual, para posteriormente realizar el intercambio de *DVDs* por correo postal (Heredia, 2027). Frente al por entonces líder del sector, Blockbuster, con su sistema de multas, Netflix no imponía penalizaciones por retrasos en la entrega: el cliente obtenía una nueva película cuando devolvía la anterior. En 1999 instauraron un sistema de suscripción mensual a bajo precio con alquileres ilimitados.

Desde entonces, la historia de Netflix se configura en torno dos grandes hitos. El primero, en 2007, fue sustituir el sistema postal por el servicio de *streaming*. De esta forma, la audiencia se hace con el control de los contenidos. Esta posibilidad de auto programación convierte a Netflix en una emisora transnacional (Chalaby, 2005), lo cual facilita la comunicación de los espectadores a escala global a través de redes sociales. Por otro lado, Netflix ofrece, frente a la televisión en línea, lo que Jacobs (2011) llama un “texto puro”, esto es, limpio de cualquier tipo de intrusiones comerciales.

El segundo hito, que tiene lugar en 2013, consistió en pasar de distribuir contenido de terceros a producir y distribuir, además, sus propios contenidos, convirtiéndose en un productor de drama seriado (Jenner, 2016).

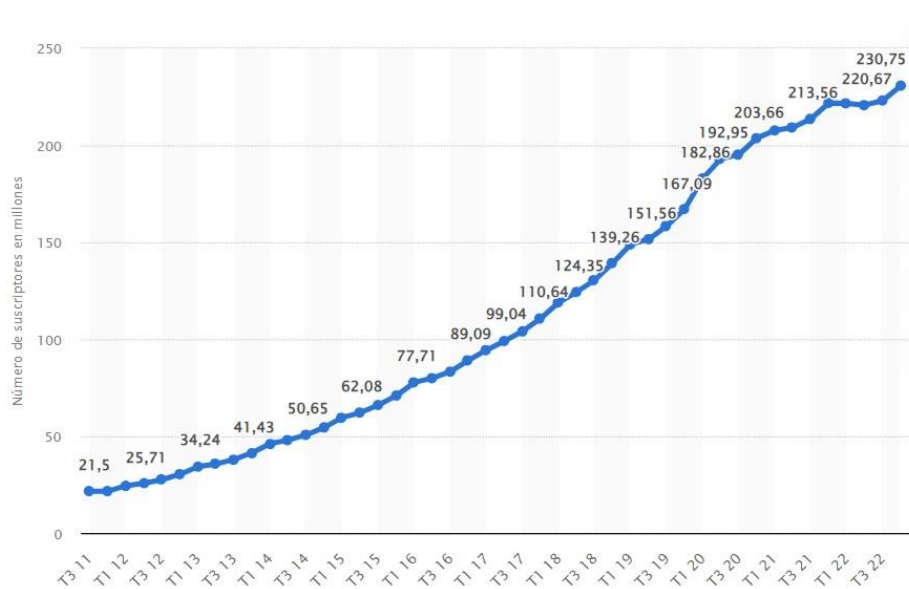
La empresa se describe a sí misma en su página web con las siguientes palabras:

Netflix es un servicio de streaming que ofrece una amplia variedad de series, películas, títulos de anime, documentales y otros contenidos premiados en miles de dispositivos conectados a internet.

Puedes ver todo lo que quieras, cuando quieras, por una tarifa mensual reducida. ¡Siempre hay algo nuevo que descubrir, y cada semana se añaden nuevas series y películas! (Netflix, s.f.-c)

El crecimiento de Netflix en cuanto a número de suscriptores a escala mundial ha sido constante durante años, como muestra la Figura 5, si bien se muestra un estancamiento en 2022.

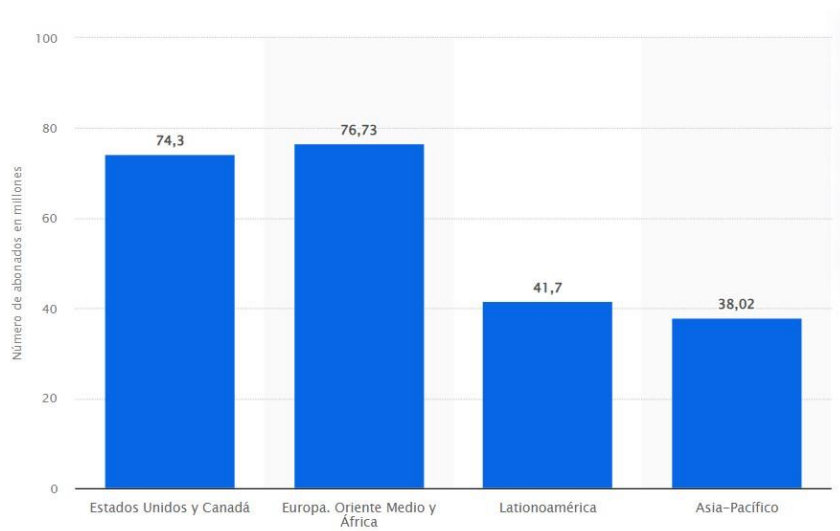
Figura 5. Evolución del número de suscriptores de Netflix en el mundo del tercer trimestre de 2011 hasta el cuarto trimestre de 2022(en millones)



Fuente: Netflix en Statista (2023)

Presente en más de 190 países (Netflix, s.f.-a), casi un tercio del negocio de Netflix se concentra en Estados Unidos y Canadá. La Figura 6 muestra el volumen de suscriptores por regiones a finales de 2022. La región Asia-Pacífico, que presenta menor participación, es actualmente uno de los objetivos principales de la empresa debido a su potencial.

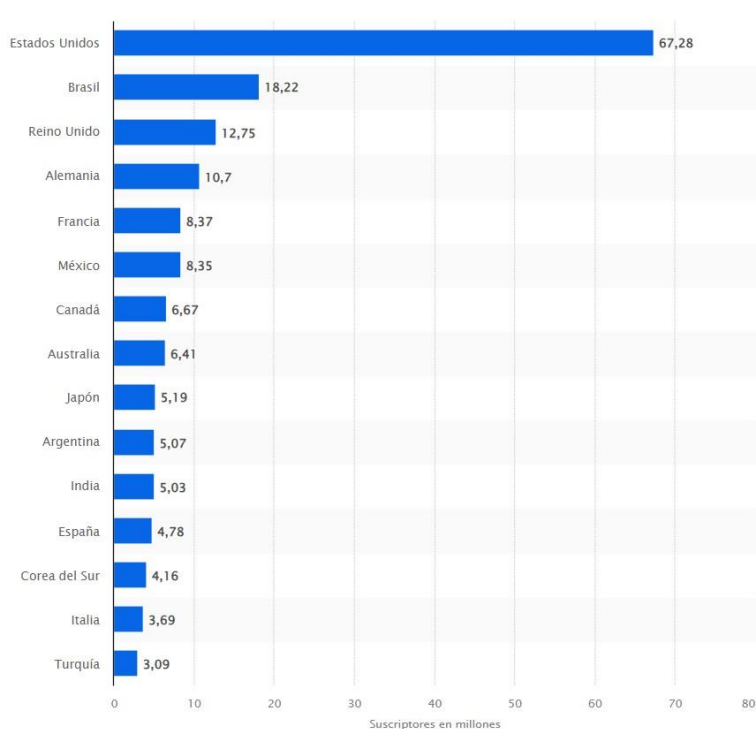
Figura 6. Número de suscriptores de pago de Netflix en todo el mundo a fecha de 31 de diciembre de 2022, por región (en millones)



Fuente: Netflix en Statista (2023)

La Figura 7 muestra los 15 primeros países por número de suscriptores según datos de 2021, los más recientes de que se dispone.

Figura 7. Ranking mundial de países en función del número total de suscriptores de Netflix en 2021 (en millones)



Fuente: Comparitech en Statista (2022)

Es en Estados Unidos donde Netflix tiene su gran base de clientes, el 29%. Le siguen, a distancia considerable, Brasil, Reino Unido, Francia y Alemania. En España son casi 5 millones, ocupando el puesto número 12 del ranking. En el momento en que se deposita esta tesis, la empresa no opera en China, Crimea, Corea del Norte, Rusia, y Siria

Dentro de un mercado altamente competitivo, Netflix en 2023 ostenta el liderazgo en el mercado de *streaming* en 78 países por número de suscriptores, según se observa en la Figura 8, resultado de un estudio publicado por Fernandes (2023) en Visual Capitalist con datos de FlixPatrol. Le sigue Showmax, que se erige como líder en 5 países: la supremacía de Netflix es abrumadora.

Figura 8. Liderazgo por países, según número de suscriptores, en el mercado de servicios de streaming en 2023



Fuente: Fernandes en Visual Capitalist a partir de FlixPatrol (2022)

Recientemente Netflix ha incorporado dos cambios importantes a su oferta. El primero de ellos es la publicidad. Para ello ha lanzado el Plan estándar con anuncios, una modalidad de suscripción cuyo precio resulta más ajustado a cambio de incluir publicidad y ciertas restricciones frente a otros planes, como una menor oferta de contenidos. Este plan se lanza solo en una parte de los países en los que opera Netflix y, según publica Krouse en *The Wall Street Journal* (2022), parece que los primeros resultados de este plan en Estados Unidos están siendo discretos, ya que sólo el 57% de los contratantes eran nuevos suscriptores mientras que el 43% restante provenía de otros planes de Netflix.

La segunda novedad consiste en poner coto a las cuentas compartidas de forma gratuita fuera del hogar, para lo cual ahora se exige al suscriptor el pago de una cantidad adicional. Según estimaciones de Netflix, unos 100 millones de hogares disfrutaban de sus servicios sin realizar ningún pago (Sanury, 2023). Con esta decisión la plataforma ha provocado el malestar de sus usuarios al contradecir uno de sus argumentos de compra estrella: *Amar es compartir una contraseña*, rezaba el eslogan de la marca en 2017. La medida, operativa desde el inicio de 2023, se está implementando de forma progresiva en los diversos países donde Netflix opera.

La finalidad de esta decisión es reactivar el crecimiento en suscripciones y aumentar los ingresos de los usuarios que amplíen su plan. Parece que la iniciativa ha funcionado al menos en Estados Unidos, donde, según escribe Sanury para *La Vanguardia* (2023), Netflix registró más de 70.000 nuevos clientes diarios durante los cuatro días posteriores al anuncio de la medida.

En España Netflix dispone de un catálogo con más de 7.000 títulos, entre películas, series, documentales y otros contenidos audiovisuales.

Los precios de suscripción se establecen entre 5,49 euros al mes para el Plan estándar con anuncios, puesto en marcha en noviembre de 2022, y 17,99 para el Plan premium. La Tabla 1 resume la oferta de Netflix en España.

Tabla 1. Oferta de Netflix en España

	ESTÁNDAR CON ANUNCIOS	ESTÁNDAR	PREMIUM
Precio al mes	5,49	12,99	17,99
Calidad de vídeo	Muy buena	Muy buena	Excepcional
Multidispositivo: TV, ordenador, teléfono móvil y tableta	SI	SI	SI
Resolución	1080p	1080p	4K+HDR
Descargas	-----	SI	SI

Fuente: Netflix (s.f-d)

La medida de pago adicional por compartir el servicio fuera del hogar parece no haber tenido en España los efectos esperados por la empresa. Los datos de último estudio *Entertainment on Demand* de Kantar Worldpanel (Sunnevo y González, 2023) arrojan el saldo de un millón de usuarios que abandonan Netflix en el primer trimestre de 2023, de los cuales un tercio eran suscriptores; además, según Kantar, un 10% de usuarios habría proyectado su baja en los próximos meses. Pero esta pérdida se queda corta al lado del dato que publica Barlovento Comunicación (2023b) en su último Barómetro TV-OTT (segunda ola de 2023), que cifra la merma a finales de junio en 3,2 millones de usuarios, la mitad de los cuales confirman que el abandono se produce debido a las restricciones en el uso de cuentas compartidas.

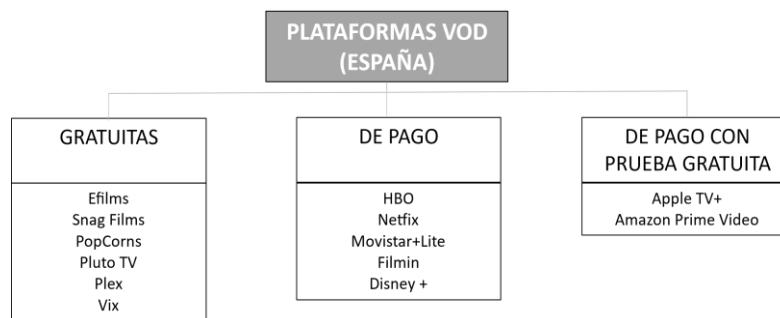
Hay, por tanto, más de un millón y medio de usuarios que encuentran otras causas para dejar Netflix. La intensa rivalidad por parte de Prime Video, la entrada con fuerza de un nuevo competidor, SkyShowtime, el avance de Disney+, los altos precios en relación con la competencia y, según El Mundo, una percepción creciente por parte de los usuarios de una menor calidad de contenidos (“La indignación en las redes por la decisión de Netflix sobre las cuentas compartidas”, 2023) configuran un escenario menos favorable para Netflix.

2.2.3 Panorama actual del servicio de *VOD* en España

Aunque, como ya se ha visto, la adopción y difusión de los servicios *VOD* es un fenómeno mundial que afecta a las sociedades desarrolladas, se presenta un estudio de la oferta acotado al mercado español a finales de 2022 cuya finalidad es ofrecer un panorama general que sería difícil de abordar a escala internacional.

Una primera aproximación a la oferta es considerar el sistema de suscripción, gratuito o de pago. Si se trata de una plataforma de pago, el espectador podrá acceder a contenidos ilimitados si abona la suscripción o, en otros casos, pagará sólo por los contenidos descargados. A continuación se presentan las principales plataformas *VOD* que operan en España clasificadas según su precio (Figura 9).

Figura 9. Clasificación de las plataformas *VOD* en España en función de su precio



Fuente: Elaboración propia

Dentro de esta amplia oferta de plataformas de *streaming* que encontramos en España, siguiendo a Lacruz y Gómez-Díaz (2021) se seleccionan las seis más representativas, Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+, para realizar un estudio comparativo que comienza con una breve aproximación a cada una de ellas, a excepción de Netflix, que ya ha sido abordada de forma individual en el capítulo anterior.

- Amazon Prime Video es un servicio que Amazon ofrece a sus usuarios de categoría premium. Cabe considerarla, por tanto, una herramienta de fidelización.
- HBO (*Home Box Office*) pertenece a Warner Media. Tiene sus antecedentes en *The Green Chanel*, que en 1970 ya ofrecía deportes y cine sin publicidad a cambio de una cuota.

- Movistar+ Lite es una submarca de Movistar+ dirigida a espectadores que no sean clientes del operador de telefonía.
- Filmin es propiedad de un grupo español de empresas cinematográficas de producción y distribución independiente.
- Por último, Disney+, que llega a España en 2020, ofrece una variedad de contenidos dirigida a los segmentos infantil y familiar.

Las seis plataformas seleccionadas tienen distribución internacional. La Tabla 2 aporta una comparativa que caracteriza a cada una en torno a diversos aspectos generales:

Tabla 2. Comparativa de las principales plataformas de servicio VOD en España

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+Lite	Filmin	Disney +
País de origen	Estados Unidos	Estados Unidos	Estados Unidos	España	España	Estados Unidos
Pertenencia	Netflix	Amazon	Time Warner	Telefónica	Comunidad Filmin S.L.	The Walt Disney Company
Implantación del servicio VOD en España	2025	2017	2016	2019	2017	2020
Sistema de suscripción	Cuota mensual	Cuota anual	Cuota mensual	Cuota mensual	Cuota mensual/ paquetes de 5 o 20 vales	Cuota mensual
Número de dispositivos enlazados	Sin límite	Sin límite	5	4	Sin límite	10
Número de dispositivos que se pueden usar de forma simultánea	1-4 según tipo de suscripción	3	2	2	2	6
Perfiles de usuarios	Bajo la condición de que sean del mismo hogar	Si, hasta 6	No	Si, hasta 5	No	Si, hasta 6

Fuente: Elaboración propia a partir de Lacruz y Gómez-Díaz (2021)

En cuanto al tipo de contenidos que ofrecen, la comparativa se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Oferta de contenidos ofrecidos por las principales plataformas de servicio VOD en España

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+Lite	Filmin	Disney +
Películas	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Series	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Documentales	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Deportes	Sí	No	No	Sí	No	No
Otros	Reportajes	No	No	Canales de tv, reportajes, humor	Revista en papel	No

Fuente: Actualizado a partir de Lacruz y Gómez-Díaz (2021)

No se puede acabar este recorrido por la oferta de servicios de *streaming* sin destacar la entrada de un nuevo actor, SkyShowtime, que aterriza en España el 28 de febrero de 2023 tras haberse instalado en otros países europeos. La propuesta es fruto de la unión de NBCUniversal, Sky y Paramount Global. Ayuso (2023) destaca en eldiario.es las fortalezas de SkyShowtime: un buen catálogo, un precio fijo muy competitivo (algo menos que el plan de Netflix con publicidad) y una oferta tentadora, “A mitad de precio de por vida”. Un planteamiento que ha tenido una buena acogida, consiguiendo 600.000 suscriptores en poco más de un mes (de Frutos, 2023).

En conclusión, el sector de los servicios de *streaming* es un oligopolio altamente competitivo que ha sido liderado por Netflix desde su inicio. En el Capítulo 3 se analizará la respuesta del espectador en términos de suscripciones, usuarios y horas de visionado.

2.3 La serie de ficción hoy, un contenido de culto

El éxito del servicio *VOD*, la proliferación de plataformas y el crecimiento de suscriptores y de horas de consumo dibujan un nuevo escenario para las series de ficción, que responden con un aumento de la oferta en cantidad y en calidad.

Para hablar de calidad en las series es necesario remontarnos a 1984, año en que se publica el libro *M. T. M.: Quality television*, escrito por Feuer, Kerr y Vahimagi, y se aborda la calidad

de las series emitidas por la televisión. Doce años más tarde, en 1996, Thompson, en su libro *Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, define el término *Quality tv*, tratando de designar a una concreta tipología de series que comienzan a producirse en la década de los 80 en Estados Unidos y cuyo rasgo en común es el cumplimiento de unos estándares de calidad. A finales del siglo XX, se encuentran varias series que pueden considerarse dentro del movimiento *Quality tv* pero, con la llegada del servicio *VOD*, este tipo de series dejan de ser la excepción para convertirse en regla (Carrión, 2019). El concepto *Quality tv* rompe de esta manera su nexo exclusivo con la televisión, siendo el término reemplazado por el de ficción seriada.

Según Carrión (2019), las series de ficción propias de la *Quality tv* muestran un conjunto de características comunes que cabría resumir en: hibridación de géneros, alta aspiración estética, guiones complejos y un reparto coral con personajes que establecen una intensa conexión con el espectador. Estas series han conseguido la aclamación de la crítica y el reconocimiento a través de premios, convirtiéndose en el nuevo objeto de deseo para directores, actores, guionistas y productores de cine.

La participación de directores cinematográficos famosos en series no es una situación nueva, pues ya en 1985 Orson Wells dirigió *Moonlighting*, en 1990 David Lynch asumió la producción y dirección de la exitosa *Twin Peaks* y Francis Ford Coppola la de *House*. Más recientemente, Rodrigo García ha dirigido episodios de *Six feet under* o *Los Soprano*. El interés de los grandes directores por las series va en aumento.

En cuanto a los actores, si antes el recorrido era de la serie al cine, ahora ocurre lo contrario.

Cada vez es más común encontrar a las grandes estrellas cinematográficas en las series: Jude Law (*The young pope*), Winona Ryder (*Stranger things*), Ewan McGregor (*Fargo*), Anthony Hopkins (*Westworld*), Hugh Grant (*The undoing*) y así se podría continuar con una larga lista.

La Figura 10 muestra, como ejemplo, los carteles de tres series protagonizadas por actores famosos: *House of cards*, con Kevin Spacey, *Homecoming*, con Julia Roberts, y *Big little lies*, que reúne a Meryl Streep, Nicole Kidman, Reese Witherspoon y Laura Dern en un espectacular reparto.

Figura 10. Carteles de series protagonizadas por actores de cine famosos



Fuente: Elaboración propia a partir de SensaCine.com (s.f)

No es de extrañar el interés de los actores de cine hacia las series, pues presentan para ellos múltiples ventajas. Por un lado, beneficios de orden práctico, como tiempos de filmación más flexibles y altas remuneraciones. Según Mantilla (2021), Jeff Bridges podría haber cobrado un millón de dólares por cada episodio de la serie *The old man*. Por otro lado, la serie les da la oportunidad de actuar bajo las órdenes de aclamados directores y de encarnar personajes que pueden adquirir gran profundidad (incluidos villanos y antihéroes) gracias a su desarrollo prolongado en el tiempo.

Estos actores, en el caso del drama seriado de calidad, se enfrentan a estructuras narrativas complicadas. Según Carrión (2019) los guiones suelen ser de inspiración literaria. Densos y llenos de matices, mezclan géneros y presentan tramas complejas, a menudo con implicaciones sociales. Ofrecen un arco dramático que se desarrolla en varias temporadas, siendo frecuente la hipertextualidad (alusión a otros productos culturales, especialmente series, como ocurre en *Strangers things*). El guionista se convierte en una pieza fundamental siendo, en muchos casos, también productor (Cascajosa, 2016).

La calidad técnica y visual también caracteriza a la ficción seriada. En ocasiones, el coste de producir un solo episodio de la serie sobrepasa los presupuestos de películas de cine. Según publica La Vanguardia (“Las 9 series más caras de producir en la historia de la televisión y las plataformas”, 2021) el *ranking* lo encabeza la serie *El señor de los anillos*, precuela de

la conocida saga del mismo nombre, con un presupuesto por episodio de 49 millones de euros. Casi cuatro veces más que un episodio de las últimas temporadas de *Juego de tronos*. Todos estos factores que convergen en la ficción seriada (Figura 11) le han otorgado el reconocimiento de espectadores, críticos y jurados cinematográficos. Es habitual que las series recojan Premios Emmy (*Casa de papel*, *El cuento de la criada*), Globos de Oro (*Big little lies*, *Fargo*), Grammy (*Strangers things*) o BAFTA (*The crown*). Sólo *Juego de tronos* ha conseguido 59 Premios Emmy (Orús, 2022).

Figura 11. Características de la actual ficción seriada



Fuente: Elaboración propia

En definitiva, en palabras de Jenner (2017), el drama seriado se ha convertido en un contenido “de culto”.

Capítulo 3. Del *prime time* al *my time*

Acabamos de ver las consecuencias de la digitalización sobre el producto audiovisual, siendo la principal el nacimiento de una floreciente industria de servicios *VOD* que ha permitido al espectador transitar de una forma progresiva desde el tradicional sistema de cita ofrecido por la televisión convencional hasta la autoadministración de contenidos gracias a las plataformas en línea.

Si en el Capítulo 2 esta realidad se abordaba desde el punto de vista de la oferta, en el presente capítulo se hace desde la demanda: la migración del espectador desde la televisión hacia los servicios de *streaming*, sus preferencias, el perfil del espectador de series y su consumo en circunstancias excepcionales, como el confinamiento provocado por la Covid-19.

Los datos presentados en este capítulo se refieren al caso español ante la imposibilidad de ofrecerlos a escala mundial.

3.1 Una resiliente televisión convencional

Según la Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022 elaborada por el Ministerio de Cultura y Deporte (2022), prácticamente toda la población española, un 85 %, suele ver la televisión. Sin embargo, el interés de los españoles hacia la televisión ha ido decreciendo

en los últimos años, observándose una pérdida de penetración de 6 puntos frente al periodo anterior estudiado, 2018-2019, y hasta de más de 13 puntos si se compara con el dato de 2006-2007, según se desprende de la Tabla 4.

Tabla 4. Evolución de los hábitos culturales de la población española mayor de 15 años desde 2006 (%)

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

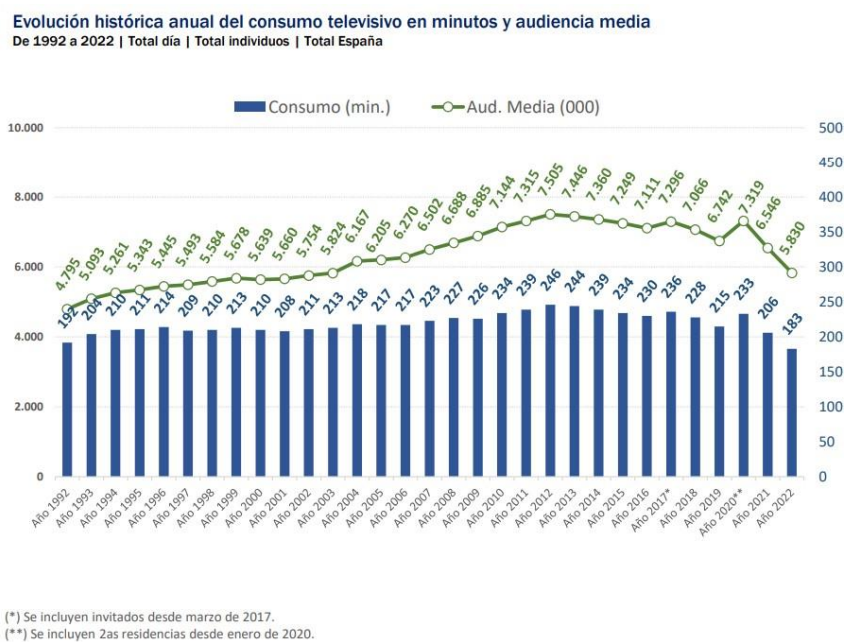
AL MENOS UNA VEZ AL MES	TOTAL					Hombres					Mujeres				
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022
ESCUCHAR MÚSICA (Suelen escuchar)	86,9	82,7	85,5	85,8	84,4	88,6	84,7	87,4	86,7	84,7	85,3	80,7	83,8	84,9	84,1
En el ordenador o directamente de Internet	-	17,3	26,2	40,8	43,1	-	19,6	29,1	42,8	45,1	-	15,0	23,5	38,9	41,2
PUBLICACIONES PERIÓDICAS (Suelen leer)	81,4	80,4	79,7	76,9	71,1	85,7	85,9	84,8	82,3	75,9	77,2	75,1	74,8	71,8	66,5
Directamente en Internet	14,1	14,4	26,8	42,9	49,0	18,7	19,0	33,2	48,1	52,7	9,7	10,0	20,7	37,9	45,4
Gratuitas	41,5	37,5	51,8	61,2	58,8	42,8	41,6	58,9	67,7	63,7	40,2	33,6	45,0	55,1	54,1
Prensa diaria de información general	73,8	71,5	70,4	69,7	65,2	79,8	78,3	77,8	76,3	70,0	68,1	64,9	63,4	63,3	60,6
Prensa deportiva	25,1	32,8	34,5	34,6	32,5	43,9	57,0	60,1	57,6	50,8	7,1	9,6	10,1	12,8	15,1
Revistas culturales	15,2	17,7	20,6	22,7	18,9	14,9	19,1	21,2	22,7	18,9	15,5	16,3	19,9	22,7	18,9
AUDIOVISUALES (Suelen ver o escuchar)															
Radio	81,6	77,1	76,8	75,4	66,9	84,3	79,6	80,1	77,3	69,5	78,9	74,7	73,6	73,6	64,5
Directamente en Internet	-	8,4	10,4	13,3	18,4	-	10,2	12,2	14,9	19,4	-	6,7	8,8	11,7	17,4
Vídeo	51,9	49,6	42,1	61,8	76,2	56,5	53,5	46,6	63,5	76,7	47,5	46,0	37,8	60,2	75,8
Directamente en Internet	-	6,8	12,3	22,5	21,6	-	8,1	14,9	24,6	23,3	-	5,6	9,9	20,5	19,9
Televisión	98,2	96,7	95,5	90,9	85,0	98,1	96,8	94,9	90,0	84,3	98,3	96,7	96,1	91,8	85,7
Directamente en Internet	-	5,9	8,9	13,5	22,6	-	7,1	10,1	14,8	23,3	-	4,7	7,7	12,2	21,9
VIDEOJUEGOS (Suelen utilizar)	-	13,7	13,8	13,8	14,8	-	20,6	20,2	20,8	20,7	-	7,1	7,8	7,1	9,2
NUEVAS TECNOLOGÍAS (Suelen utilizar)															
Ordenador o tablet por ocio o tiempo libre	37,7	53,6	62,5	62,3	60,3	43,1	58,5	65,7	65,9	63,1	32,4	49,0	59,5	58,8	57,6
Internet por ocio o tiempo libre	33,1	52,5	66,9	75,1	81,9	37,8	56,9	69,6	77,4	83,5	28,6	48,3	64,4	72,9	80,5

Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

En la misma línea se muestra el Balance GECA Año 2022, último informe anual sobre audiencias en España, publicado en febrero de 2023 por la consultora GECA (Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual) a partir de datos de audiometría obtenidos por Kantar Media. Dicho informe muestra la mayor caída del siglo en el consumo televisivo, tanto en tiempo de visionado como en audiencia media, como se puede observar en la Figura 12.

Según GECA (2023), el tiempo medio de visionado diario de televisión por espectador en 2022 fue 183 minutos, el dato más bajo desde 1992. Respecto de la audiencia media, 6.583.000 espectadores, no se registraba una cifra menor desde 2002.

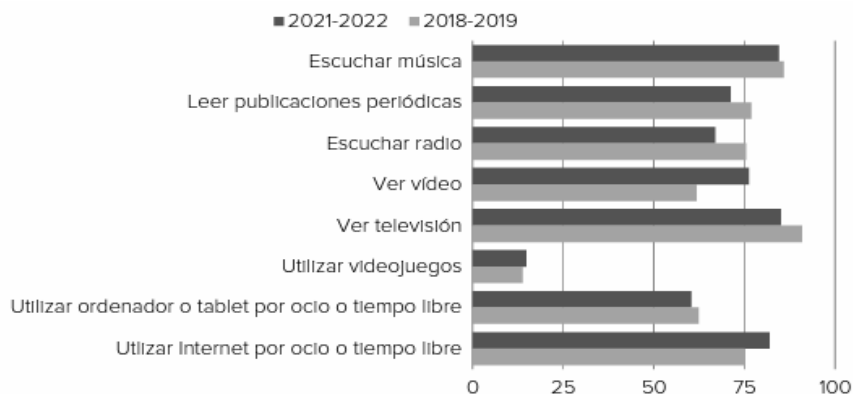
Figura 12. Evolución histórica anual del consumo televisivo en minutos y audiencia media (1992-2022)



Fuente: GECA a partir de Kantar. Individuos 4+ con invitados. Incluye 2ª residencias (2023)

Los datos arrojan claros decrementos a lo largo de la última década, tanto de audiencias como de tiempos de exposición. Como media, los españoles ven la televisión 63 minutos menos al día que hace 10 años, algo más de una hora. ¿Quiere decir esto que se consume menos producto audiovisual? Cabe pensar que no ya que, según la Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022, mientras el visionado de televisión disminuye aumenta el de vídeo, como se muestra en la Figura 13.

Figura 13. Personas que suelen realizar actividades culturales en el último mes (%)



Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

La penetración del vídeo es un 76,2% entre la población española mayor de 15 años, dato que encaja con el alto interés hacia los contenidos audiovisuales que se muestra en la Tabla 5, extraída de la Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022.

Tabla 5. Interés hacia los contenidos audiovisuales

7.1 Valoración media del grado de interés por los contenidos audiovisuales (cine, videos de películas, series y otros)			
(Valores de 0 a 10)			
	Total	Cine	Videos (de películas, series y otro tipo)
TOTAL	6,8	6,9	7,1
SEXO			
Hombres	6,7	6,7	7,0
Mujeres	7,0	7,0	7,2
EDAD			
De 15 a 19 años	7,6	7,8	7,9
De 20 a 24 años	7,5	7,7	7,9
De 25 a 34 años	7,4	7,5	7,8
De 35 a 44 años	7,4	7,4	7,7
De 45 a 54 años	7,0	7,0	7,3
De 55 a 64 años	6,6	6,7	6,8
De 65 a 74 años	6,0	6,0	6,3
De 75 años en adelante	5,4	5,3	5,7
SITUACIÓN PERSONAL			
Soltero en casa de sus padres	7,4	7,6	7,8
Soltero independiente, divorciado separado o viudo (con o sin hijos)	6,6	6,7	6,9
Casado o en pareja			
-Sin hijos	6,6	6,7	6,9
-Con hijos menores de 18 años	7,4	7,4	7,7
-Con hijos de 18 años en adelante en casa	6,6	6,6	6,8
-Viviendo solos (con hijos mayores)	6,1	6,0	6,4
Otros	6,3	6,5	6,6
NIVEL DE ESTUDIOS			
Primera etapa de educación secundaria e inferior	6,2	6,2	6,6
Educación primaria o inferior	5,4	5,4	5,8
Primera etapa de educación secundaria	6,6	6,7	7,0
Segunda etapa de educación secundaria	7,1	7,2	7,4
Orientación general	7,2	7,3	7,4
Orientación profesional	7,1	7,2	7,4
Educación superior	7,4	7,5	7,6
FP superior y similares	7,4	7,4	7,6
Educación universitaria y similares	7,3	7,5	7,7
SITUACIÓN LABORAL			
Trabajando	7,2	7,3	7,5
Parado	6,8	6,9	7,3
Jubilado o retirado del trabajo	5,8	5,8	6,0
Estudiante	7,7	7,8	8,1
Trabajo doméstico no remunerado	6,2	6,2	6,4
Otros	6,3	6,6	7,1
COMUNIDAD AUTÓNOMA			
Andalucía	6,8	6,9	7,2
Aragón	7,1	7,2	7,4
Asturias (Principado de)	7,2	7,2	7,4
Baleares (Illes)	7,4	7,3	7,5
Canarias	6,5	6,6	7,0
Cantabria	6,6	6,7	6,8
Castilla y León	6,3	6,9	6,8
Castilla-La Mancha	6,9	7,0	7,1
Cataluña	6,6	6,8	6,8
Comunitat Valenciana	7,3	7,3	7,5
Extremadura	6,8	7,0	7,2
Galicia	6,4	6,1	6,8
Madrid (Comunidad de)	7,1	7,2	7,4
Murcia (Región de)	7,0	7,0	7,2
Návarra (Comunidad Foral de)	6,6	6,2	6,7
País Vasco	6,2	6,4	6,9
Rioja (La)	6,6	6,5	7,1
Ceuta y Melilla	6,3	6,7	7,4
TAMAÑO DE MUNICIPIO			
Capitales de provincia	7,0	7,1	7,3
De más de 50.000 habitantes	6,9	6,9	7,2
De menos de 50.001 habitantes	6,7	6,8	7,0

MCUD | Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2021-2022. Página 363

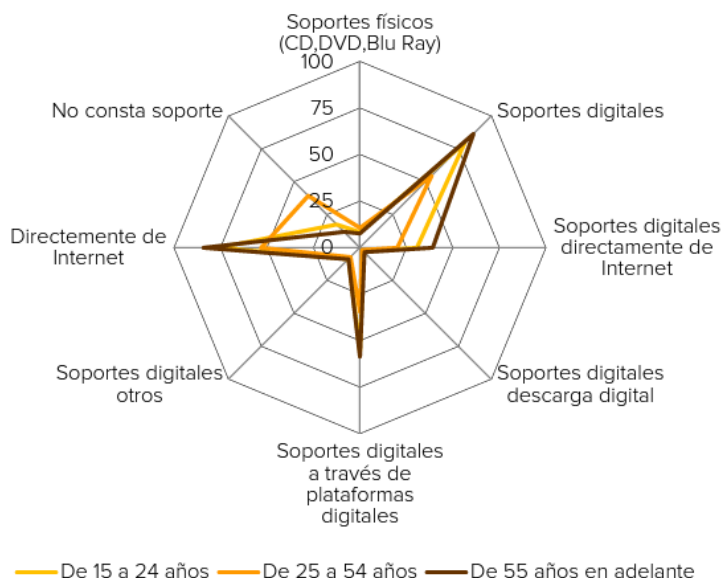
Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

En una escala de 0 a 10, los españoles mayores de 15 años califican con una media de 6,8 su interés hacia los contenidos audiovisuales, siendo mayor (7,1) el interés hacia los vídeos (películas, series y otros) frente al cine. Esta media es superior en los menores de 55 años, incluso llega a 7,9 entre los menores de 25.

La causa de la caída de los datos de visionado de televisión no parece ser entonces una disminución del atractivo del producto audiovisual, sino una migración de la audiencia hacia otros suministradores de contenidos. Aunque la Figura 12 muestra el punto de inflexión en 2013, los cimientos del cambio se habían construido años antes. En 2007 asomaron tímidamente en España las plataformas de distribución audiovisual a través de Internet: Filmin y Filmotech (Capapé, 2020). La llegada de Netflix en 2015, y el posterior desembarco en España de las principales plataformas de *streaming* a nivel mundial, no han sido sino catalizadores del proceso.

El soporte digital, las plataformas digitales o directamente de Internet son las formas preferidas para ver vídeos, con escasas diferencias en función de la edad, según se observa en la Figura 14.

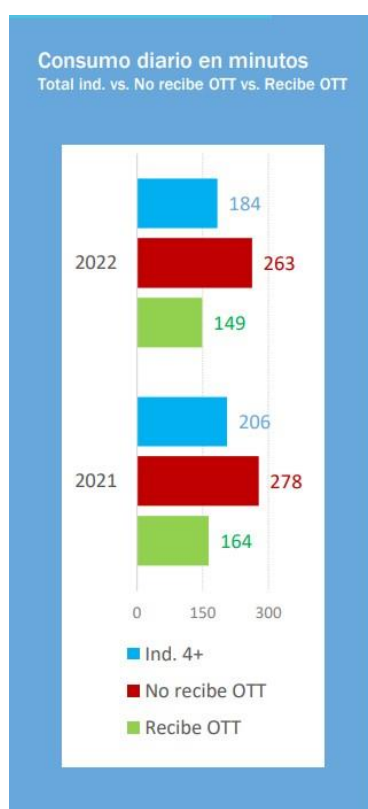
Figura 14. Soporte utilizado para el visionado de vídeos por tramos de edad



Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

Claramente, el visionado de contenido audiovisual a través de Internet ha ido en detrimento de la televisión convencional. El informe de GECA 2022 sobre audiencias afirma que el consumo medio diario en minutos de televisión convencional de los espectadores que reciben en su hogar *OTT* (*Over The Top*, plataformas que emiten vía Internet) en 2022 fue 100 minutos menos que los que no reciben *OTT*, como se muestra en la Figura 15.

Figura 15. Consumo medio diario de televisión en minutos Total individuos vs. Espectadores que no reciben *OTT* vs. Espectadores que reciben *OTT*



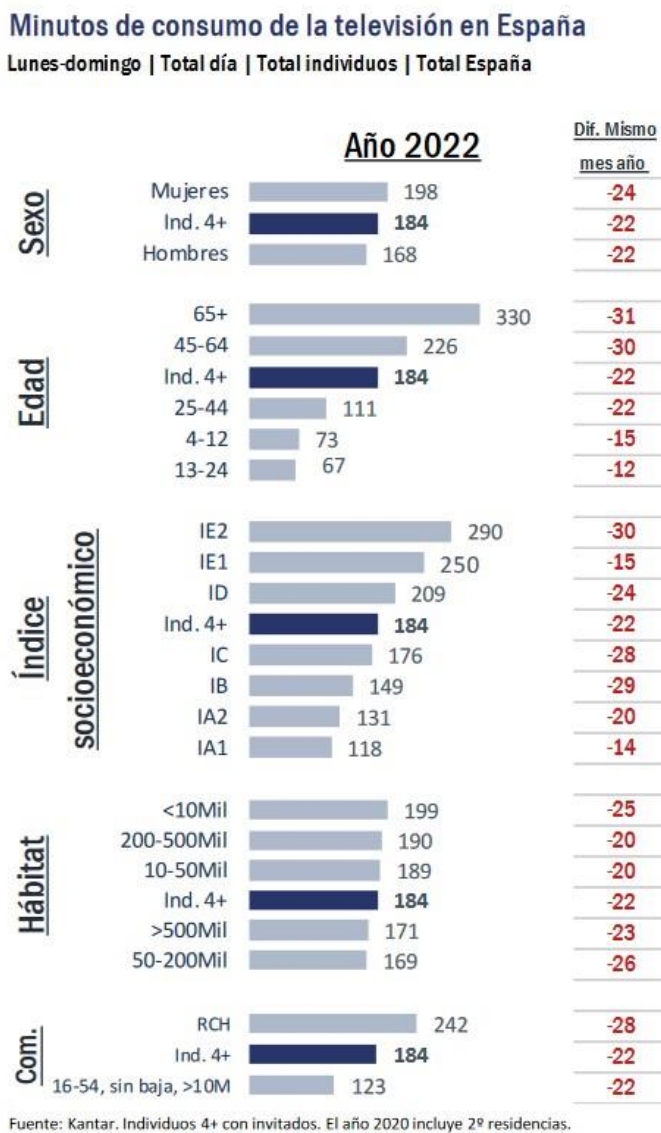
Fuente: GECA a partir de Kantar. Individuos 4+ con invitados. Incluye 2º residencias (2023)

Sin embargo, la migración no es lineal para toda la población ni tampoco aplicable a toda la parrilla televisiva. En opinión del Director General de GECA, Enrique Maroto, los espectadores siguen confiando en la televisión tradicional para informarse y prefieren sus *realities* a los de las plataformas *VOD* (Martínez, 2022).

Tampoco la fuga es la misma en los distintos perfiles de la audiencia. La Figura 16 recoge los minutos de consumo diario de televisión en España en 2022 para diversos segmentos, establecidos a través de criterios sociodemográficos, y la comparativa frente a 2021.

Se observa un mayor consumo de televisión convencional entre las personas de mayor edad, menor clase social y hábitat rural.

Figura 16. Consumo medio diario de televisión en minutos por perfiles de audiencia



Fuente: GECA a partir de Kantar. Individuos 4+ con invitados. Incluye 2º residencias (2023)

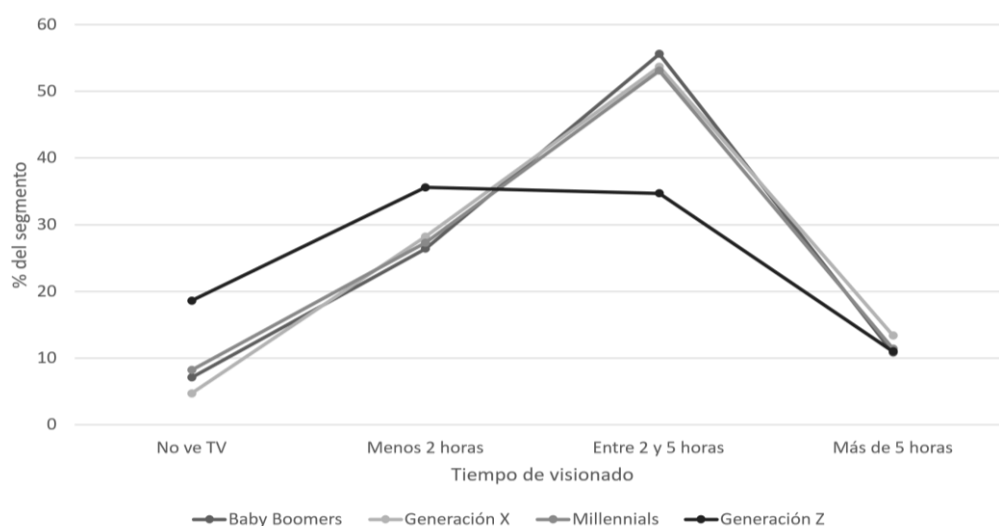
Si nos detenemos en la edad, la huida de la televisión tiene un fuerte componente generacional. Resultan interesantes en este sentido los datos arrojados por una encuesta administrada en 2019 por Wearetesters a 3.000 españoles divididos por estratos de edad (León, 2019):

- *Baby Boomers*: nacidos entre 1946 y 1964
- Generación X: nacidos entre 1965 y 1979

- *Millennials* o Generación Y: nacidos entre 1980 y 1999
- Generación Z: nacidos a partir de 2000

La Figura 17 muestra, en una comparativa, los hábitos de consumo de televisión de cada generación por horas de visionado.

Figura 17. Hábitos de consumo en horas de visionado de televisión por generaciones



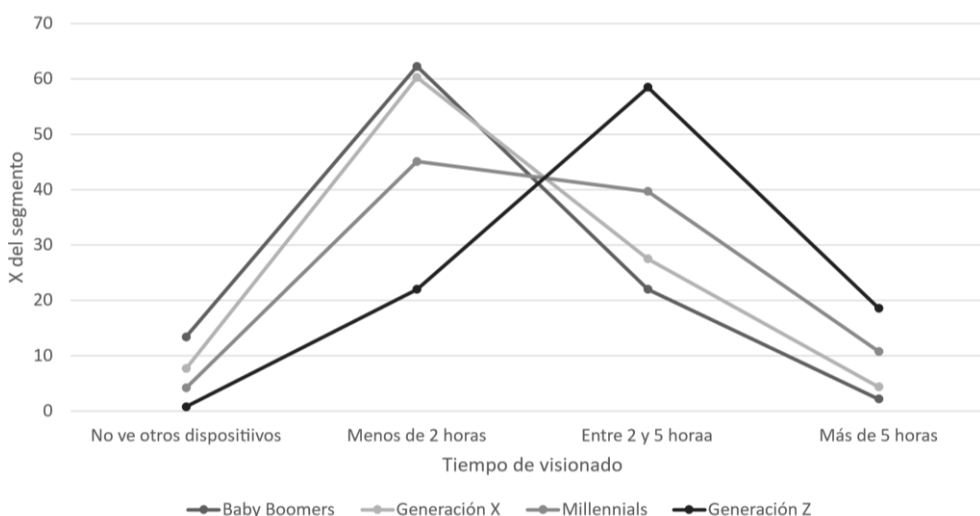
Fuente: Elaboración propia a partir de León (2019)

Como se puede observar en el gráfico, los hábitos de la Generación Z se alejan del resto: casi un 20% no ve televisión y, los que la ven, le dedican menos tiempo que los espectadores de mayor edad. Entre los nacidos en el siglo XX es difícil encontrar a quien no ve la televisión, pues en porcentaje no llega al 10%. Más del 50% dedican a la televisión entre 2 y 5 horas diarias, siendo este el hábito mayoritario.

Si ahora analizamos los hábitos de consumo de contenido audiovisual a través de otros dispositivos, la comparativa por generaciones se muestra en la Figura 18.

En línea con el gráfico presentado en la Figura 14, que analizaba los soportes utilizados para el visionado de vídeos por tramos de edad, la Figura 18 refleja que el consumo audiovisual a través de dispositivos alternativos a la televisión convencional es una práctica extendida entre la sociedad española, incluso entre los *Baby Boomers*, ya que sólo un 13% declara no practicarlo.

Figura 18. Hábitos de consumo de contenido audiovisual a través de dispositivos alternativos a la televisión en horas de visionado por generaciones



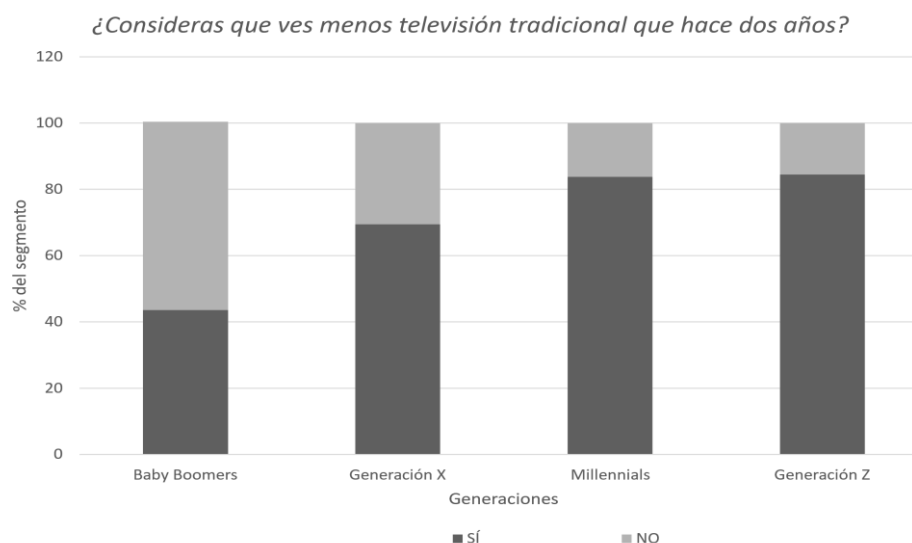
Fuente: Elaboración propia a partir de León (2019)

Baby Boomers y Generación X difieren poco en sus hábitos. La mayoría (alrededor del 60%) dedican al visionado en dispositivos alternativos menos de dos horas diarias. Al contrario de lo que pasaba con la televisión, los *Millennials* muestran un gráfico distinto, ya que el tiempo de consumo mayoritario (un 40%) se sitúa entre 2 y 5 horas diarias, y algo más del 10% sobrepasan las 5 horas al día. De nuevo la Generación Z se desmarca del resto, ya que no llega al 1% el porcentaje de individuos que afirma no ver otros dispositivos, la mayoría dedica entre 2 y 5 horas diarias a este visionado, y casi un 20% emplea más de 5 horas.

A pesar de estas diferencias, las cuatro generaciones tienen un dato en común: han disminuido el tiempo de consumo de televisión convencional. La Figura 19 muestra los porcentajes de respuesta obtenidos ante la pregunta: *¿Consideras que ves menos televisión tradicional que hace dos años?*

Como se observa en el gráfico (Figura 19), aunque la disminución del consumo es general, afecta a más del 80% de los *Millennials* y de la Generación Z y sólo al 44% de los *Baby Boomers*.

Figura 19. Disminución del consumo de televisión tradicional por generaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de León (2019)

El trabajo de Wearetesters a partir del cual se han realizado los anteriores gráficos fue elaborado en 2019. No se ha encontrado ningún estudio posterior que ofrezca esta información por generaciones pero, a la vista de las investigaciones mostradas previamente, parece lógico pensar que los datos a fecha de hoy serán más altos en relación con el abandono de la televisión y la adopción de nuevos suministradores.

En conclusión, herida pero no moribunda, la televisión tradicional pierde peso, aunque muestra signos de resiliencia (Arrieta *et al.*, 2020) tras ceder tiempo del espectador a nuevos suministradores de contenidos durante los últimos 15 años. Actualmente ambos siguen conviviendo, aunque los datos de las generaciones más jóvenes pronostican fuertes caídas de la audiencia televisiva en el futuro.

3.2 El éxodo hacia las plataformas digitales

Como indican Lacruz y Gómez-Díaz (2021), la suscripción a las plataformas de *VOD* ha alcanzado tal volumen en España que el Instituto Nacional de Estadística (INE) ha decidido incluirla entre los productos de la cesta de la compra empleados en el cálculo del IPC (Índice de Precio al Consumo).

Las plataformas digitales han sido las receptoras de la audiencia perdida por la televisión convencional. Más de 20 millones de personas en España estaban suscritas a plataformas digitales de películas o series en el hogar, 94% de pago, entre marzo de 2021 y febrero de 2022 (Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022), según puede observar en la Tabla 6.

Tabla 6. Personas en España suscritas a plataformas digitales

7.16 Personas según la suscripción a plataformas digitales de vídeos de películas, series y otros en el último trimestre (En porcentaje del total horizontal)				
	TOTAL	Total suscritos en un trimestre	Suscripciones gratuitas	Suscripciones de pago
TOTAL (Miles)	40.163	20.895	2.148	19.679
%	100	52,0	5,3	49,0
SEXO				
Hombres	100	52,9	5,6	49,7
Mujeres	100	51,2	5,1	48,3
EDAD				
De 15 a 19 años	100	69,6	7,9	65,5
De 20 a 24 años	100	68,4	8,0	64,6
De 25 a 34 años	100	66,3	6,7	62,7
De 35 a 44 años	100	62,9	5,4	60,7
De 45 a 54 años	100	58,4	5,7	54,9
De 55 a 64 años	100	46,9	5,3	43,6
De 65 a 74 años	100	30,9	3,4	28,6
De 75 años en adelante	100	18,6	2,6	16,7
SITUACIÓN PERSONAL				
Soltero en casa de sus padres	100	66,1	7,3	62,3
Soltero independiente, divorciado, separado o viudo (con o sin hijos)	100	44,7	4,5	42,1
Casado o en pareja				
-Sin hijos	100	46,3	4,6	43,6
-Con hijos menores de 18 años	100	65,1	6,2	62,0
-Con hijos de 18 años en adelante en casa	100	51,1	4,5	48,4
-Viviendo solos (con hijos mayores)	100	33,8	3,6	31,2
Otros	100	39,7	7,5	34,6
NIVEL DE ESTUDIOS				
Primera etapa de educación secundaria e inferior	100	37,6	4,5	34,8
Educación primaria e inferior	100	23,6	3,3	21,4
Primera etapa de educación secundaria	100	45,4	5,2	42,3
Segunda etapa de educación secundaria	100	59,9	6,2	56,2
Orientación general	100	58,8	5,5	55,7
Orientación profesional	100	61,6	7,2	57,0
Educación superior	100	65,1	5,9	62,2
FP superior y similares	100	65,4	7,3	61,6
Educación universitaria y similares	100	65,0	5,2	62,5
SITUACIÓN LABORAL				
Trabajando	100	63,2	5,6	60,2
Parado	100	49,9	6,6	45,8
Jubilado o retirado del trabajo	100	25,8	2,9	23,8
Estudiante	100	70,9	9,1	66,7
Trabajo doméstico no remunerado	100	30,1	3,9	27,6
Otros	100	43,3	7,5	37,3
COMUNIDAD AUTÓNOMA				
Andalucía	100	50,6	7,2	46,0
Aragón	100	63,1	3,7	61,4
Asturias (Principado de)	100	50,4	5,6	48,4
Baleares (Illes)	100	44,4	11,7	38,6
Canarias	100	46,7	3,8	44,3
Cantabria	100	52,2	4,3	49,0
Castilla y León	100	31,5	1,6	30,7
Castilla-La Mancha	100	51,1	3,7	48,8
Cataluña	100	56,9	6,4	53,7
Comunitat Valenciana	100	56,1	4,3	54,1
Extremadura	100	51,4	5,7	48,5
Galicia	100	49,6	2,2	48,6
Madrid (Comunidad de)	100	60,3	5,3	57,1
Murcia (Región de)	100	53,2	10,0	49,0
Navarra (Comunidad Foral de)	100	57,1	3,8	54,3
País Vasco	100	34,5	3,5	31,5
Rioja (La)	100	50,8	4,0	48,1
Ceuta y Melilla	100	51,9	6,8	46,9
TAMAÑO DE MUNICIPIO				
Capitales de provincia	100	54,8	5,8	51,7
De más de 50.000 habitantes	100	55,6	5,6	52,0
De menos de 50.001 habitantes	100	48,5	4,9	45,7

MCUD | Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2021-2022. Página 380

Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

Esos 20 millones de españoles suscritos a plataformas digitales suman más de la mitad de la población española mayor de 15 años, concretamente el 52%. Este porcentaje es superior en los menores de 55 años y llega a sobrepasar el 68% en los menores de 25.

Aparte de la edad, la Tabla 6 revela que otros criterios sociodemográficos conforman segmentos de alta afinidad hacia las plataformas digitales: entre los solteros en el hogar paterno y los casados o en pareja con hijos menores de 18 años la penetración de las plataformas es superior al 65%, igual que en las personas con educación superior; si consideramos la situación laboral, el dato más alto de toda la tabla lo ostentan los estudiantes, con una penetración del 70,9%, seguido de las personas que trabajan, mostrando el resto de los segmentos relacionados con la ocupación datos inferiores a la media, lo mismo que ocurre con los habitantes de municipios pequeños.

Pero no sólo es útil el dato de suscriptores sino también el de usuarios. Según Barlovento Comunicación (2023a), a finales de 2022 el 79,4% de los españoles tenían acceso a contenidos de pago, un total 29,7 millones en términos absolutos. Estas cifras van en aumento: seis meses más tarde, en junio de 2023 (último dato disponible) ya eran 31 millones (el 82,9%), como refleja la segunda ola de 2023 del Barómetro TV-OTT de Barlovento Comunicación (2023b), la cual además, apunta que cada español gasta de media 36 euros al mes en OTT's y cada hogar tiene acceso de media a más de dos plataformas de pago, siendo la combinación habitual Netflix y Prime video,

¿Y cuáles son para el espectador las ventajas del consumo audiovisual a través de plataformas? Según la ya mencionada investigación de Wearetesters (León, 2019) son varios los motivos para suscribirse a los canales de *streaming*. El primero, la posibilidad de autoadministración de contenidos. El espectador pasa del *prime time* televisivo al *my time* (Capapé, 2020): *veo lo que quiero, cuando quiero*. Además, lo veo sin publicidad y desde cualquier dispositivo.

En relación con los dispositivos de visionado, como ya se apuntaba en el Capítulo 2 (Figura 7), si bien la televisión continúa siendo el equipo más frecuente para ver contenido audiovisual (lo utilizan un 83,8% de los usuarios), un 23,5% utiliza el móvil, el 20,1% el ordenador y el 11,6% una tableta (Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022). Si

comparamos con la anterior edición de esta encuesta (Encuesta de hábitos culturales de España 2019-2020), el uso de la televisión cede puntos en favor del móvil.

Aunque la oferta de las plataformas *VOD* está compuesta básicamente por películas, series y otros contenidos audiovisuales, como documentales o reportajes, la serie de ficción es su producto estrella: gran parte de las ventajas que los usuarios argumentan en favor de la suscripción a las plataformas *VOD* están relacionadas con las series.

Si nos preguntamos el porqué de esta rápida adopción del hábito de ver series a través de plataformas digitales (no olvidemos que Netflix aterriza en España en 2015), una posible respuesta es su buen encaje en la vida de los usuarios. La sociedad hipercapitalista nos brinda poco tiempo para disfrutar de los productos culturales. Trabajo y otras obligaciones, redes sociales y prácticas consumistas ocupan nuestro día a día. Los episodios de las series, de alrededor de una hora de duración, encajan *como un guante* en la ocupada población de los países desarrollados, para la cual se han convertido en un eje de entretenimiento (Mateos-Pérez, 2021).

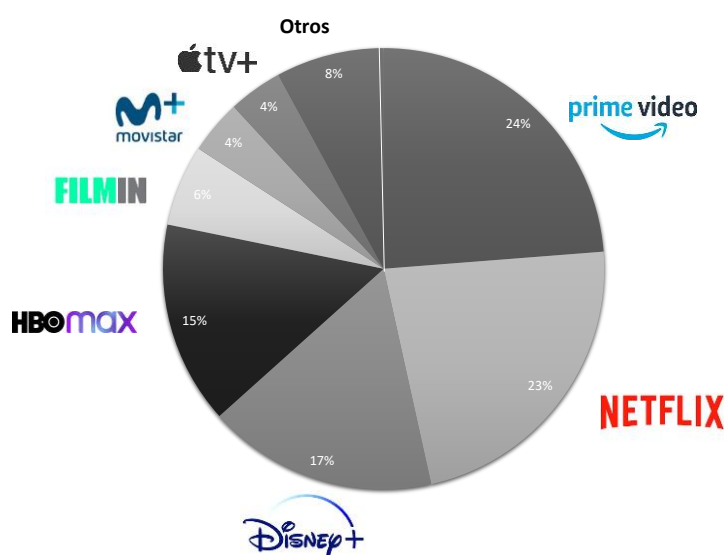
3.3 Reparto en España del mercado *VOD*

El éxito de mercado de la propuesta de cada plataforma digital se puede expresar en términos de cuota de mercado por número de suscripciones, de alcance, que alude al número de usuarios de cada plataforma, y de cuota de consumo, calculada en función del tiempo de visionado.

Según un informe de JustWatch publicado por Marketing Directo (Lastra, 2023), Netflix ha mantenido el liderazgo en España hasta el último trimestre del pasado año, momento en que es adelantado por Prime Vídeo. La Figura 20 muestra la distribución de cuotas de mercado a diciembre de 2022.

Por apenas un punto de diferencia, Prime Vídeo se sitúa a la cabeza del ranking, con un 24% del total de suscripciones; le sigue Netflix, con un 23%; Disney+ experimenta un importante crecimiento y se coloca en tercer puesto, con un 17% de cuota; le sigue HBO Max, que alcanza el 15%; por primera vez la española Filmin, con un 6%, adelanta a Movistar+, que consigue el 4%, lo mismo que Apple TV+.

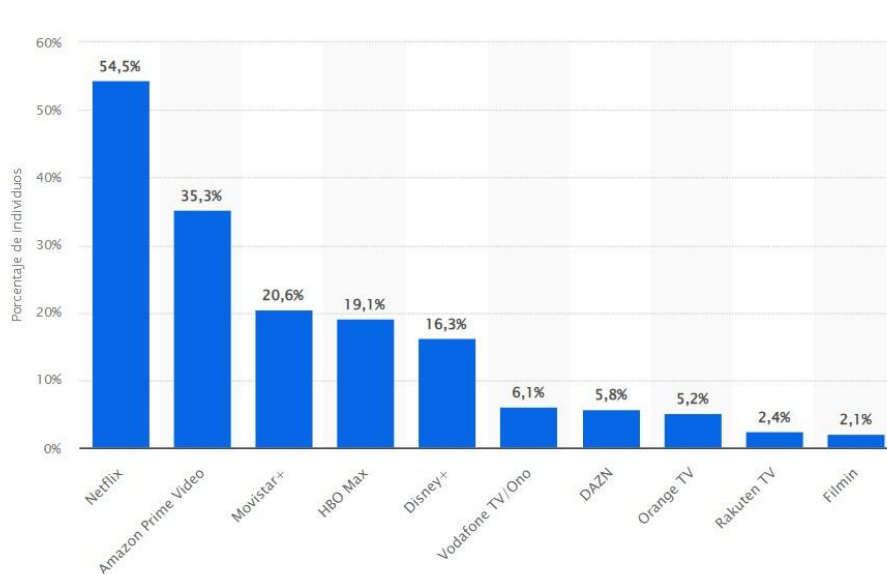
Figura 20. Distribución de cuotas de mercado por número de suscriptores entre las principales OTT's. España, diciembre 2022



Fuente: Elaboración propia a partir de Lastra (2023) en Marketing directo con datos de JustWatch

El *sorpasso* de Prime Vídeo se ha producido en términos de número de suscriptores pero no de alcance. A finales de 2022 Netflix seguía liderando por número de usuarios, como se refleja en el gráfico de AIMC en Statista (2023) que se muestra en la Figura 21.

Figura 21. Porcentaje de individuos que vio programas de televisión a la carta en España en 2022, por plataforma de pago



Fuente: AIMC en Statista (2023)

Como se deduce a partir de los dos últimos gráficos, los rankings por suscriptores y por alcance no son coincidentes, ni en el orden de los competidores, ni en las distancias que mantienen entre ellos. Para empezar, Netflix asciende del segundo puesto por suscriptores al primero por usuarios, siendo la distancia con Amazon Prime Video de 1 punto en el primer caso y de más de 19 en el segundo. En este resultado influye el efecto de cuenta compartida de Netflix. Habrá que esperar a las cifras de cierre de 2023 para evaluar el impacto del fin de esta gratuidad.

El tercer lugar por alcance es para Movistar+, con un 20,6%, cifra que sorprende ya que solo ostenta el 4% de las suscripciones; HBO Max mantiene un cuarto puesto en ambos rankings; por su parte, Disney+ muestra un equilibrio entre suscriptores y alcance, al contrario que Filmin, que obtiene mejor posición por suscripciones.

Para finalizar esta panorámica sobre la rivalidad competitiva dentro del mercado del *streaming* en España queda analizar la cuota de consumo. Según el Análisis de la industria Televisiva-Audiovisual 2022 de Barlovento Comunicación (2023a) las tres *OTT*'s con mayor cuota de consumo son: Netflix (32,4%), Amazon Prime Video (18,7%) y Movistar (11,7%), orden que concuerda con el ranking de alcance.

En conclusión, una vez el espectador determina suscribirse a una plataforma, debe elegir entre una oferta con carácter de oligopolio, por tanto poco amplia, aunque altamente competitiva. Lacruz y Gómez-Díaz (2021) afirman que los usuarios toman su decisión en función de tres factores: precio, contenidos y prestaciones asociadas. El atractivo del contenido gira en torno a su calidad, cantidad y novedad. Dentro de este contenido, la serie de ficción brilla como producto estrella.

3.4 Perfil del espectador de series de ficción

Según datos aportados por la Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022, el 67,3% de los españoles mayores de 15 años (27 millones en términos absolutos) vieron vídeos de series entre febrero de 2021 y marzo de 2022 (Tabla 7).

Tabla 7. Mayores de 15 años que vieron vídeos en España en el último año (2021 - 2022)

7.2 Personas que vieron vídeos (de películas, series, otros) en el último año					
<i>(Distribución porcentual horizontal)</i>					
	TOTAL	Vieron vídeos			
		Total	De películas	De series	De otro tipo
TOTAL (Miles)	40.163	31.205	30.394	27.030	19.751
%	100	77,7	75,7	67,3	49,2
SEXO					
Hombres	100	78,5	76,6	66,3	50,2
Mujeres	100	77,0	74,8	68,3	48,2
EDAD					
De 15 a 19 años	100	87,5	85,4	81,9	52,9
De 20 a 24 años	100	87,5	85,6	82,8	53,7
De 25 a 34 años	100	85,0	83,4	77,0	55,0
De 35 a 44 años	100	84,3	82,5	76,0	54,2
De 45 a 54 años	100	81,0	79,4	70,0	50,5
De 55 a 64 años	100	77,0	74,9	64,5	48,8
De 65 a 74 años	100	65,9	63,4	53,0	41,9
De 75 años en adelante	100	55,9	53,1	40,6	35,8
SITUACIÓN PERSONAL					
Soltero en casa de sus padres	100	86,4	84,7	79,8	54,3
Soltero independiente, divorciado separado o viudo (con o sin hijos)	100	73,0	70,5	61,8	46,7
Casado o en pareja					
-Sin hijos	100	69,3	68,0	59,4	41,7
-Con hijos menores de 18 años	100	84,9	83,5	75,8	55,6
-Con hijos de 18 años en adelante en casa	100	77,0	74,6	64,0	47,5
-Viviendo solos (con hijos mayores)	100	73,1	70,7	59,0	46,0
Otros	100	70,0	66,2	58,3	45,2
NIVEL DE ESTUDIOS					
Primera etapa de educación secundaria e inferior	100	68,8	66,3	57,4	43,5
<i>Educación primaria e inferior</i>	100	59,1	56,1	47,0	36,5
Primera etapa de educación secundaria	100	74,3	72,0	63,2	47,4
Segunda etapa de educación secundaria	100	82,5	81,0	72,5	52,5
<i>Orientación general</i>	100	81,6	80,1	72,3	52,5
<i>Orientación profesional</i>	100	83,8	82,3	72,7	52,4
Educación superior	100	85,7	84,0	76,4	54,1
<i>FP superior y similares</i>	100	86,1	84,0	76,7	52,0
<i>Educación universitaria y similares</i>	100	85,6	84,0	76,3	55,1
SITUACIÓN LABORAL					
Trabajando	100	83,8	82,2	74,2	53,5
Parado	100	82,8	80,1	71,7	50,7
Jubilado o retirado del trabajo	100	61,7	59,0	47,7	39,4
Estudiante	100	89,2	87,5	83,7	56,6
Trabajo doméstico no remunerado	100	58,2	55,9	48,7	35,7
Otros	100	73,5	71,6	64,7	41,2
COMUNIDAD AUTÓNOMA					
Andalucía	100	78,1	76,0	67,3	46,3
Aragón	100	96,2	93,9	85,5	86,9
Asturias (Principado de)	100	70,2	67,6	61,4	43,7
Baleares (Illes)	100	87,0	84,9	78,7	70,8
Canarias	100	80,1	76,6	70,3	60,0
Cantabria	100	48,8	47,0	44,3	10,6
Castilla y León	100	58,1	57,0	50,8	34,5
Castilla-La Mancha	100	82,1	80,5	71,4	57,9
Cataluña	100	78,1	76,3	65,3	49,5
Comunitat Valenciana	100	72,9	71,3	65,7	49,8
Extremadura	100	79,7	78,7	70,0	55,3
Galicia	100	70,3	66,9	61,0	48,2
Madrid (Comunidad de)	100	84,9	82,6	75,0	49,3
Murcia (Región de)	100	78,1	76,9	67,2	43,7
Navarra (Comunidad Foral de)	100	65,7	62,0	52,7	28,9
País Vasco	100	83,4	82,2	67,0	37,8
Rioja (La)	100	88,4	87,2	75,3	64,8
Ceuta y Melilla	100	87,6	86,4	76,8	51,8
TAMAÑO DE MUNICIPIO					
Capitales de provincia	100	80,7	78,4	69,9	49,5
De más de 50.000 habitantes	100	79,7	77,8	70,0	52,4
De menos de 50.000 habitantes	100	74,7	72,8	64,2	47,5

MCUD | Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2021-2022. Página 364

Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

Los porcentajes de penetración de las series son mayores entre los menores de 55 años, sobrepasando incluso el 80% entre los de edad inferior a 25; también superan la media los solteros que viven en casa de sus padres y los casados o en pareja con hijos menores de 18 años; la penetración de las series aumenta con el nivel de estudios, llegando al 84% en las personas con educación superior; también aumenta en hábitats urbanos.

Ya que las plataformas de *streaming* emergen como importantes suministradores de series, resulta lógico el paralelismo entre la afición a las series (Tabla 7) y la suscripción a plataformas (Tabla 6) que se observa cuando se analizan los datos por segmento. Sólo en el caso de la situación laboral difiere el visionado de series de la suscripción a plataformas: el segmento de personas en situación de desempleo muestra un dato superior a la media en consumo de series e inferior en suscripciones. Los estudiantes nuevamente despuntan por la penetración de las series, superior al 80%.

Siendo los espectadores de series una población tan amplia y diversa, más de la mitad de los españoles, no se les puede describir a través de un único perfil. Sin embargo, sí es posible retratar al consumidor intensivo, caracterizado por una alta frecuencia de consumo. A través de la Tabla 8 se pueden perfilar los segmentos con mayor frecuencia de visionado de series.

Comenzando con los datos generales, el 89% de los españoles mayores de 15 años que ven series, lo hacen al menos una vez por semana. Esto supone algo más de 24 millones de personas, de los cuales casi 10,5 millones lo hacen diariamente (el 38,7% de los espectadores de series).

Destacan con frecuencias superiores a la media los menores de 55 años, las personas con mayor formación, estudiantes, trabajadores y parados, y hábitats de mayor población. Esta descripción coincide básicamente con los segmentos con mayor penetración de series y plataformas. Es un dato a señalar que uno de cada 3 estudiantes españoles mayores de 15 años vea series todos los días.

Tabla 8. Frecuencia de visionado de series

7.5 Personas según la frecuencia del hábito de ver videos de series
(En porcentaje del total horizontal)

	TOTAL	Todos los días	Al menos una vez por semana	Al menos una vez al mes	Al menos una vez al trimestre	Al menos una vez al año	Nunca o casi nunca
TOTAL (Miles)	40.163	10.458	24.016	25.952	26.514	27.030	13.134
%	100	26,0	59,8	64,6	66,0	67,3	32,7
SEXO							
Hombres	100	23,8	58,2	63,2	64,9	66,3	33,7
Mujeres	100	28,1	61,3	65,9	67,1	68,3	31,7
EDAD							
De 15 a 19 años	100	33,0	74,2	80,4	81,5	81,9	18,1
De 20 a 24 años	100	32,9	73,1	79,9	81,6	82,8	17,2
De 25 a 34 años	100	30,4	69,9	74,6	75,6	77,0	23,0
De 35 a 44 años	100	32,4	68,5	73,1	74,5	76,0	24,0
De 45 a 54 años	100	25,2	62,3	67,5	68,8	70,0	30,0
De 55 a 64 años	100	23,2	56,5	61,5	63,1	64,5	35,5
De 65 a 74 años	100	20,0	45,9	50,0	51,7	53,0	47,0
De 75 años en adelante	100	15,6	34,6	37,8	39,3	40,6	59,4
SITUACIÓN PERSONAL							
Soltero en casa de sus padres	100	33,1	71,5	76,9	78,5	79,8	20,2
Soltero independiente, divorciado separado o viudo (con o sin hijos)	100	24,9	54,6	59,4	60,5	61,8	38,2
Casado o en pareja							
-Sin hijos	100	22,5	52,5	56,6	57,8	59,4	40,6
-Con hijos menores de 18 años	100	29,8	68,8	73,8	74,7	75,8	24,2
-Con hijos de 18 años en adelante en casa	100	22,8	55,4	60,7	62,8	64,0	36,0
-Viviendo solos (con hijos mayores)	100	20,2	51,5	56,1	57,7	59,0	41,0
Otros	100	20,9	51,5	54,7	56,8	58,3	41,7
NIVEL DE ESTUDIOS							
Primera etapa de educación secundaria e inferior	100	21,8	50,2	54,7	56,0	57,4	42,6
Educación primaria e inferior	100	18,2	41,4	44,9	46,2	47,0	53,0
Primera etapa de educación secundaria	100	23,9	55,2	60,1	61,5	63,2	36,8
Segunda etapa de educación secundaria	100	28,5	65,4	70,4	71,5	72,5	27,5
Orientación general	100	27,7	65,1	70,4	71,4	72,3	27,7
Orientación profesional	100	29,8	65,9	70,4	71,7	72,7	27,3
Educación superior	100	29,7	68,2	73,4	75,0	76,4	23,6
FP superior y similares	100	28,9	68,3	74,2	75,2	76,7	23,3
Educación universitaria y similares	100	30,1	68,1	73,0	74,9	76,3	23,7
SITUACIÓN LABORAL							
Trabajando	100	27,6	66,3	71,5	72,8	74,2	25,8
Parado	100	31,7	63,7	68,4	70,0	71,7	28,3
Jubilado o retirado del trabajo	100	17,7	41,6	45,2	46,7	47,7	52,3
Estudiante	100	35,0	75,5	81,7	82,9	83,7	16,3
Labores del hogar	100	20,6	42,1	45,8	47,8	48,7	51,3
Otros	100	29,0	54,1	60,4	62,7	64,7	35,3
COMUNIDAD AUTÓNOMA							
Andalucía	100	26,6	59,4	64,8	66,0	67,3	32,7
Aragón	100	37,2	72,4	80,7	83,6	85,5	14,5
Asturias (Principado de)	100	20,1	54,0	57,5	59,7	61,4	38,6
Baleares (Iles)	100	22,0	67,8	73,1	75,1	78,7	21,3
Canarias	100	22,8	59,1	65,4	68,1	70,3	29,7
Cantabria	100	11,9	38,3	41,8	42,4	44,3	55,7
Castilla y León	100	17,9	45,0	48,9	49,9	50,8	49,2
Castilla-La Mancha	100	28,6	64,0	69,0	69,9	71,4	28,6
Cataluña	100	23,9	58,9	62,8	63,8	65,3	34,7
Comunidad Valenciana	100	24,5	59,8	63,6	65,2	65,7	34,3
Extremadura	100	36,1	67,8	69,6	69,7	70,0	30,0
Galicia	100	25,7	54,5	59,3	60,6	61,0	39,0
Madrid (Comunidad de)	100	31,9	67,5	72,6	74,0	75,0	25,0
Murcia (Región de)	100	24,3	59,9	65,5	66,4	67,2	32,8
Navarra (Comunidad Foral de)	100	25,4	49,2	51,1	51,4	52,7	47,3
País Vasco	100	25,4	54,9	61,8	64,6	67,0	33,0
Riopa (La)	100	24,4	68,5	73,2	74,5	75,3	24,7
Ceuta y Melilla	100	37,4	68,4	74,4	75,5	76,8	23,2
TAMAÑO DE MUNICIPIO							
Capitales de provincia	100	28,4	62,7	67,2	68,7	69,9	30,1
De más de 50.000 habitantes	100	26,9	61,4	66,8	68,5	70,0	30,0
De menos de 50.001 habitantes	100	24,0	57,1	61,8	63,0	64,2	35,8

MCUD | Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2021-2022. Página 36/

Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

De la similitud encontrada entre los datos de visionado de series y los de suscripción a plataformas cabría deducir que la mayoría de las series se ven a través de plataformas digitales. De hecho, el 82% de las personas suscritas a plataformas digitales de vídeo han accedido a las series a través de este medio, según confirma la Encuesta de hábitos

culturales de España 2021-2022. Según Mateos-Pérez (2021) las series de ficción han multiplicado su presencia en la sociedad y cabe atribuir a las plataformas *VOD* el aumento de su consumo. Pero no hay que olvidar que la televisión, aún a pesar de la pérdida de audiencia, sigue siendo un importante suministrador de contenidos: más del 60% de los telespectadores ven series a través de la televisión, como refleja la Figura 22.

Figura 22. Programas más vistos en televisión. Datos en % sobre usuarios habituales



Fuente: Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deporte (2022)

Sin embargo, como afirma Cascajosa (2018), se observa una caída de la audiencia de las series de ficción a través de la televisión tradicional paralela a la penetración de los servicios *VOD* en los hogares españoles, consolidándose el abandono progresivo del visionado lineal.

Ya para concluir, aunque se pueden delimitar segmentos de consumo intensivo en los espectadores de menor edad y mayor formación, el perfil del espectador de series de ficción a través los servicios *VOD* es amplio y heterogéneo, resultado de la migración de una vasta audiencia televisiva. El consumo de servicios *VOD* forma parte del estilo de vida del ciudadano medio actual (Lacruz y Gómez-Díaz, 2021), que busca satisfacer su necesidad de entretenimiento.

3.5 Entretenimiento frente a la Covid-19

Y como tal recurso para el entretenimiento, las series de ficción ejercieron su labor en 2020 durante el periodo de pandemia.

Pero empecemos por el principio: Entre finales de 2019 y principios de 2020 comienza a expandirse por todo el mundo una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2. El número de países y personas afectados fue tan alto que la enfermedad alcanzó el calificativo de pandemia, Covid-19. Con el fin de frenar los contagios, en numerosos países se tomaron diversas medidas, una de ellas, el confinamiento domiciliario de la población. Tal situación trajo consigo importantes consecuencias para los ciudadanos, tanto en el plano social como de consumo de medios.

En concreto en España, el 14 de marzo de 2020 el Gobierno decretó el Estado de Alarma a través del Real Decreto 463/2020 (BOE, 2020) que obligaba a los españoles a un confinamiento domiciliario cuya dureza no empezó a aligerarse hasta mediados del mes de mayo con el inicio de la Fase 1 de la desescalada.

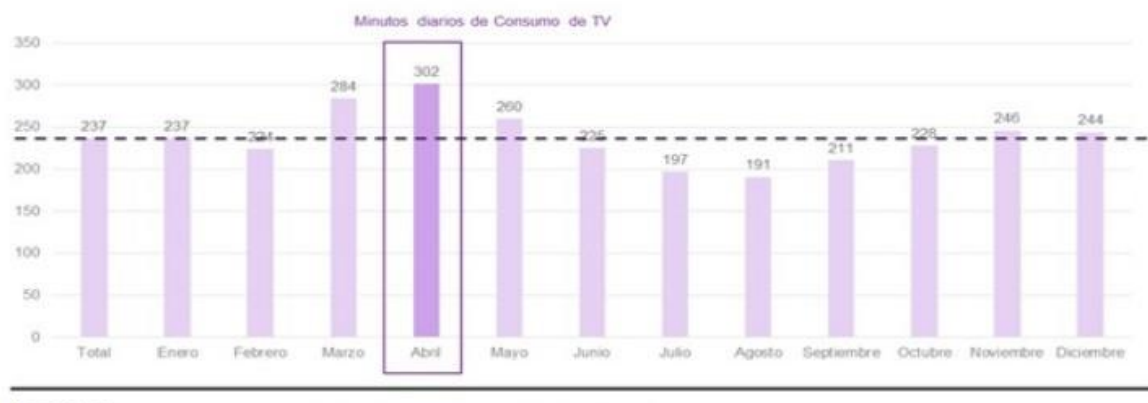
Durante meses se vivió una situación de infodemia (acrónimo de información y pandemia), término que se refiere a una abundancia de información sobre la pandemia que provoca una reacción de aumento de consumo de los medios de comunicación (Nielsen *et al.*, 2020). Ya que “la narrativa llevada a lo audiovisual es socialmente más impactante” (Arrieta *et al.*, 2020, p.162) la COVID -19 dispara el consumo audiovisual: la pandemia obligó a ver el mundo desde el marco de una ventana y a través de pantallas (Trescom, 2020).

Como se ha visto en la Figura 8, 2020 presenta un repunte en audiencia media de la televisión y del tiempo medio de visionado diario que rompe la tendencia descendente de años anteriores, lo cual es atribuible a la particular situación en relación con la Covid-19. La audiencia media aumentó en un 8,5% y en 18 minutos el tiempo medio diario dedicado por el espectador a ver la televisión (GECA, 2021), en una búsqueda tanto de información como entretenimiento (Mateos-Pérez, 2021).

La Figura 23 muestra el detalle por meses del consumo de televisión en minutos durante 2020. Inmediatamente después de decretar el estado de alarma el 14 de marzo, el tiempo

medio de visionado diario de televisión por espectador fue el mayor desde que hay registros: 321 minutos durante la segunda quincena de marzo, un 47% más que la media del año anterior, 2019 (Pérez-Rufí, 2020, a partir de Kantar).

Figura 23. Evolución mensual del consumo de TV por minutos en 2020



Fuente: Kantar (2021)

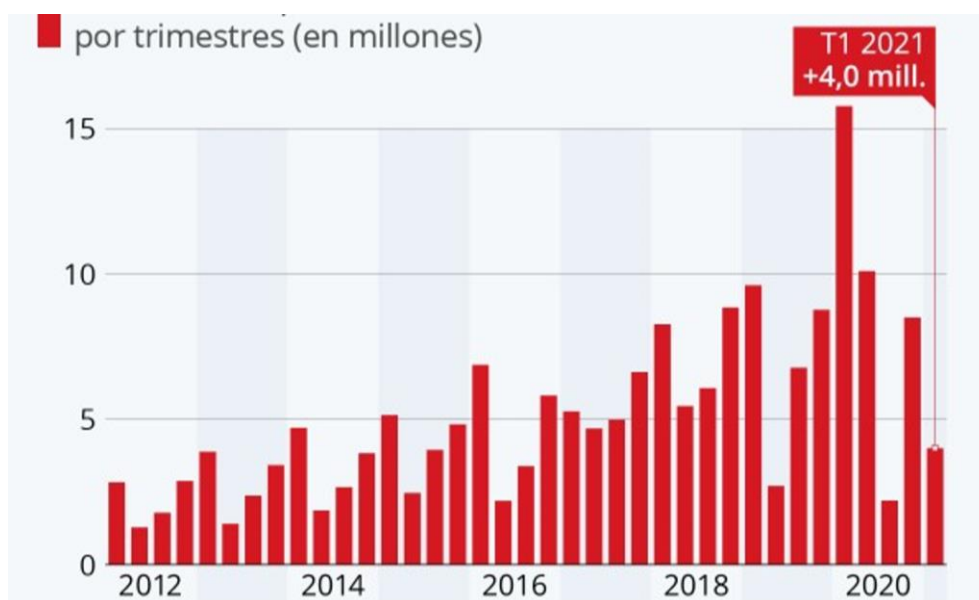
Sin embargo, la televisión no debía ser suficiente para aliviar la necesidad de entretenimiento de los españoles, que también incrementaron en un 60% su consumo de vídeo en *streaming* esa misma quincena.

Durante el confinamiento la mayor parte del día, si no todo el día, transcurría en el hogar. Había que emplear parte del tiempo en actividades de ocio, entre las cuales las películas y series ocuparon un lugar destacado (Trescom, 2020). La situación impulsó el alcance y uso de las plataformas de *streaming*, lo cual no fue más que acelerar una tendencia, dado el peso que ya ostentaban dentro del panorama audiovisual antes de la pandemia (Arrieta *et al.*, 2020).

Según ha estudiado Trescom (2020), las búsquedas en Google sobre plataformas de *streaming* se dispararon en España en marzo de 2020. El interés giraba en torno a los precios, servicios ofrecidos y condiciones de contratación. Durante el primer trimestre de 2020 las nuevas suscripciones a Netflix en todo el mundo superaron la cifra de 15 millones, cuando en ningún trimestre anterior se habían alcanzado los 10. La Figura 24 muestra la

evolución del número de nuevos abonados a Netflix en el mundo (Roa en Statista, 2021, a partir de datos de Netflix).

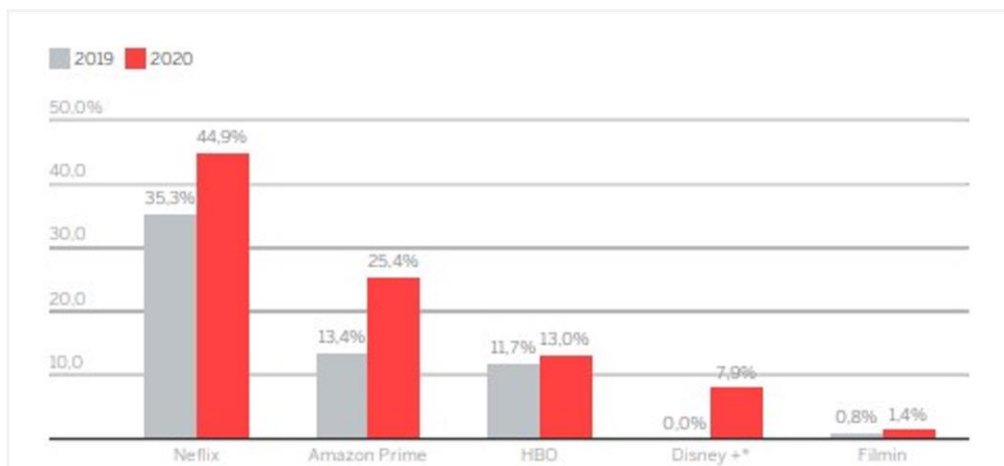
Figura 24. Nuevos suscriptores netos de Netflix por trimestre (en millones)



Fuente: Roa en Statista (2021) a partir de Netflix

Como resultado de todo lo anterior, véase Figura 25, el porcentaje de individuos en España que afirman haber visto series o películas a través de las plataformas Netflix, Amazon Prime, HBO y Filmin es considerablemente superior en 2020 frente al mismo dato de 2019, según cifras que aportan Medina *et al.* en El País (2021) obtenidas a partir del Estudio General de Medios.

Figura 25. Porcentaje de personas que afirman haber visto series o películas a través de plataformas



Fuente: Medina *et al.* en El País (2021)

Si excluimos el caso de Disney+, que aparece en España en marzo de 2020, las cuatro plataformas restantes presentan sustanciales incrementos en el número de usuarios, siendo relevante el caso de Amazon Prime, con un aumento del 90%.

Pero la influencia de la Covid-19 no sólo debe analizarse en el ámbito cuantitativo. Arrieta *et al.* (2020) señalan dos aspectos destacables en relación con la forma de consumo de producto audiovisual a través de plataformas de *streaming* durante la pandemia. Por un lado, los horarios de visionado se desplazaron desde el clásico *prime time* (en España, de 20.30 a 24.00 horas) hacia horas impensables en otras circunstancias, como la mañana. El segundo aspecto destacable es el *co-watching*. Durante la pandemia proliferó el uso de plataformas que permiten el visionado compartido. Amigos y familiares encontraron así una forma de reducir la distancia social impuesta por la situación sanitaria. Algunas de las principales plataformas de *streaming* ofrecen ellas mismas la posibilidad de ver contenidos en grupo y a distancia, como Netflix Party (Netflix, Figura 26), Vídeo Grupal (Amazon Prime Video) o GroupWatch (Disney+), pero también permiten a sus clientes el uso de otras webs y aplicaciones de terceros.

Figura 26. Descripción general de Netflix Party

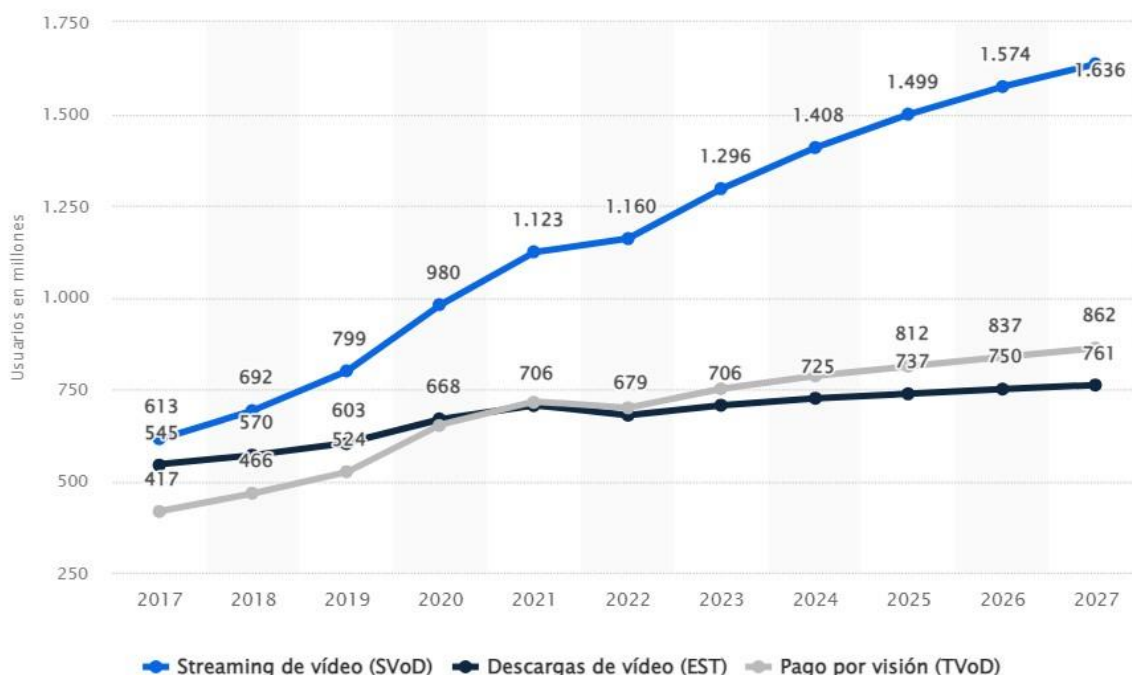


Fuente: Chrome Web Store (s.f.)

¿Y qué ha ocurrido al recuperar la vida anterior a la pandemia? Cabría pensar que los clientes que se suscribieron a las plataformas *VOD* para entretenerse durante la crisis sanitaria cancelarían la suscripción tras el fin de la desescalada. Lejos de esto, las plataformas no han dejado de crecer en número de asociados, como se puede observar en Figura 27, si bien el crecimiento se ha ralentizado frente a los niveles de nuevas suscripciones registrados en 2020.

Statista muestra la evolución del número de usuarios de vídeo a la carta en el mundo hasta 2021 y proyecta una previsión hasta 2026, en la que se pronostica un crecimiento sostenido para los usuarios de vídeo *in streaming*.

Figura 27. Número de usuarios de vídeo bajo demanda por segmento a nivel mundial de 2017 a 2027 (en millones)



Fuente: Statista (2021)

Es posible que, además del ya comentado tiempo sustraído a la televisión, las plataformas *VOD* hayan sustituido parte del consumo audiovisual que antes de la pandemia se producía a través del cine. Durante los meses de confinamiento los cines estuvieron cerrados y tras su apertura nunca han vuelto a recuperar los niveles anteriores a marzo 2020. Se calcula que en Europa el cine ha perdido el 58% de la recaudación en taquilla (Belinchón, 2022).

En definitiva, la Covid-19 ha favorecido el consumo de series de ficción: durante los momentos más duros de la pandemia se revelaron como una importante fuente de distracción y el hábito se ha consolidado tras la crisis sanitaria.

Como apunta el Profesor de Antropología Social de la Universidad de Valencia Joaquim Rius (citado en El País por Medina *et al.*, 2021) la digitalización que vino de la mano de la pandemia ha generado un nuevo escenario, de ganadores y perdedores. Y parece que el consumo de series de ficción a través de plataformas *in streaming* está en el grupo de los ganadores.

Capítulo 4. *Binge-watching*: sólo un episodio más

La oportunidad de autoadministración propuesta por la digitalización del contenido audiovisual ha posibilitado la aparición de nuevas prácticas en el visionado de series de ficción. Mientras la televisión convencional tradicionalmente ha ofrecido un episodio semanal, o a lo sumo diario, de una serie, primero los soportes físicos, como el *DVD*, y, posteriormente las plataformas *VOD* permiten el acceso inmediato a temporadas e incluso series completas. El espectador, ya sin la tutela paternal de la televisión, adquiere nuevos hábitos, entre ellos, el *binge-watching*.

4.1 Significado de *binge-watching*

Estados Unidos, viernes, 27 de octubre de 2017: 361.000 personas devoran “de una sentada” que dura más de ocho horas, los nueve episodios de la segunda temporada de *Stranger Things* el mismo día de su estreno (Otterson, 2017). A ellos se suman durante el fin de semana otros 4,6 millones (Solà, 2017), según cifras de Nielsen. Estos datos no describen un fenómeno aislado: el 70% de los estadounidenses practican el maratón de series (Spangler, 2016). Diferentes estudios sugieren que entre el 33 y el 62% de la población lo hace (Riddle *et al.*, 2018). Es la tendencia que predomina en el actual consumo

de producto audiovisual (Shim y Kim, 2018), hasta el punto de adquirir un nombre propio: *binge-watching*.

Originalmente la palabra inglesa *binge* hacía referencia a diversión, camaradería, *juerga inocente*, careciendo de aspecto peyorativo alguno (Berridge *et al.*, 2009). A día de hoy, el Diccionario de Oxford (s.f.-a) define *binge* como: *a short period of time when somebody does too much of a particular activity, especially eating or drinking alcohol* (un período corto de tiempo en el que alguien realiza en exceso una actividad en particular, especialmente comer o beber alcohol). Sin duda, un significado negativo, relacionado con un comportamiento desmesurado. En español se traduce como maratón.

En la sociedad actual se pueden enumerar diversos comportamientos *binge* además de los ya citados ligados al consumo de comida o alcohol: conductas excesivas en relación con las compras, el trabajo, el sexo, el uso de Internet, de videojuegos, del móvil... y también de series de ficción. En 2013, el Diccionario de Oxford (s.f.-b) incorpora el término *binge-watch* definiéndolo así: *Watch multiple episodes of (a television programme) in rapid succession, typically by means of DVDs or digital streaming succession* (ver múltiples episodios de [un programa de televisión] en una sucesión rápida, generalmente a través de *DVDs* o transmisión digital). La Real Academia de la Lengua Española no contempla todavía el término.

El comportamiento *binge-watching* sólo ocurre con el formato audiovisual de serie, ya descrita como una estructura narrativa caracterizada por fragmentar un relato en episodios que mantienen elementos comunes dentro de su hilo argumental, excluyéndose de forma explícita las películas u otras estructuras narrativas dentro de la ficción televisiva (Horeck *et al.*, 2018).

Académicamente el acercamiento al fenómeno *binge-watching* se realiza desde el ámbito conductual. Sin embargo, la descripción de la conducta *binge-watching* que encontramos en la literatura es diversa y en ocasiones poco clara (Rubenking *et al.*, 2018). Diversa porque abundan las definiciones enfocadas en el número de episodios visionados en la misma sesión (Sung *et al.*, 2018) sin que haya acuerdo entre los autores: más de dos episodios consecutivos de una serie de ficción (Walton-Pattison, *et al.*, 2018), varios

episodios (Jenner, 2017), múltiples episodios (Peña, 2015), a partir de un episodio (Merikivi *et al.*, 2018), de dos (Davis, 2016), de tres (Ciaramella y Biscuiti, 2014), de cuatro (Feeney, 2014), e incluso el visionado de toda la temporada en un solo día (Ramsay, 2013).

Por otra parte, Riddle *et al.* (2017), Flayelle *et al.* (2019) o Panda y Pandey (2017) introducen una limitación: los episodios vistos consecutivamente deben ser de la misma serie. Tampoco hay unanimidad en este punto entre los autores que tratan de precisar el término *binge-watching*.

Decíamos que las definiciones de *binge-watching* que ofrece la literatura pueden calificarse también de imprecisas. Esto es debido a que en ocasiones incluyen términos ambiguos. Ya el propio Diccionario de Oxford en su definición habla de manera vaga de un “corto periodo de tiempo”. Otras propuestas como “múltiples episodios” (Peña, 2015) o “varios episodios” (Jenner, 2017), también son inconcretas.

La alusión al periodo de tiempo dedicado a la práctica *binge-watching* nos conduce a otra posible aproximación al término, propuesta en 2017 por Panda y Pandey y en 2018 por Riddle *et al.*, centrada en las horas de visionado y no en el número de episodios vistos “de una sentada”. Rubenking *et al.* (2018) incluso precisan el tiempo: más de tres o cuatro horas. Este punto de vista nos obliga a considerar la duración del episodio, la cual está ligada al género de la serie. Ya Feeney en 2014 relacionaba el *binge-watching* con el drama, idea que ha sido posteriormente precisada por Spangler (2016) quien afirma que el 75% del *binge-watching* se practica con este género. También Rubenking y Bracken (2018) hablan de un contenido de naturaleza dramática. El drama aporta una trama con elementos de continuidad capaz de involucrar al espectador de manera que éste enlace el visionado de un episodio con el siguiente. Actualmente éste es el formato más común dentro de la industria, brindando una oferta abundante y de calidad, con grandes éxitos de audiencia en todo el mundo.

Ya que, siguiendo a Carrasco (2010), la duración del episodio no es la misma si se trata de una comedia (20-30 minutos) que si hablamos de drama (45-60 minutos), una correcta definición de *binge-watching* debería contemplar el género de la serie, como hacen Rubenking y Bracken (2018), que establecen el umbral en tres o cuatro episodios de corta

duración (30 minutos) o tres episodios de larga duración (una hora), es decir, consideran *binge-watching* el visionado consecutivo de episodios durante dos horas, si hablamos de comedia, o tres horas si hablamos de drama.

Para continuar con este trabajo de investigación debemos optar por una definición de *binge-watching* lo más precisa posible. Para ello nos decantamos por seguir a la mayoría de los autores consultados en estos dos puntos comunes: el comportamiento *binge-watching* comienza a partir de un consumo superior a dos episodios y el visionado debe ser ininterrumpido (abundan las expresiones *in one sitting* [“de una sentada”], *in a row* [consecutivamente], *in a session* [en la misma sesión]).

Pero, además, nos alineamos con Feeney y lo ligamos al género drama y también con Riddle *et al.* (2018), Flayelle *et al.* (2019) o Panda y Pandey (2017) en la limitación de que los episodios vistos consecutivamente deben ser de la misma serie. Frente a la propuesta de Oxford, prescindimos de incluir la tecnología al considerarlo una obviedad por imprescindible, al ser lo que posibilita el comportamiento.

En conclusión: *binge-watch* consiste en ver consecutivamente más de dos episodios de una misma serie de ficción del género drama (Figura 28).

Figura 28. Definición de binge-watching



Fuente: Elaboración propia

A todas luces la anterior definición de *binge-watching* es limitada. Alude únicamente al hábito de visionado, dejando de lado la conexión emocional con la serie que conduce al encadenamiento de episodios y la experiencia resultante. Ambos aspectos serán abordados a lo largo de este trabajo.

4.2 El *binge-watching* visto desde la industria audiovisual

Decíamos que la definición de *binge-watching* que aporta el diccionario de Oxford alude a la tecnología (*DVDs or digital streaming succession*) porque el *binge-watching* está íntimamente ligado a ella, al ser el posibilitadora de la práctica. Aunque es cierto que existen antecedentes en la década de los 90, principalmente con el DVD, como ya se ha explicado, el *binge-watching* aparece ligado a las plataformas de *streaming* que, lideradas por Netflix, ofrecen temporadas completas de series de ficción accesibles desde múltiples dispositivos (televisión, ordenador personal, tabletas o móvil), y cuyos episodios se proyectan de forma encadenada. Esta variedad de dispositivos permite practicar *binge-watching* en cualquier momento y lugar: en el transporte público, en la oficina en el momento de la comida, en una cafetería, en la sala de espera del médico... Cualquier ocasión puede ser buena para ver una serie.

Desde el punto de vista de la industria, cabría aseverar que el *binge-watching* es una práctica que responde a un modelo de negocio. Desde su nacimiento hasta hoy, Netflix ha capitaneado la industria del servicio de *VOD*, introduciendo las innovaciones del sector que luego son imitadas por el resto de las plataformas. Hasta tal punto las prácticas de Netflix son determinantes a la hora de establecer los nuevos comportamientos de los espectadores frente a las series de ficción, que se ha acuñado un término nuevo, el *binge-model*, alusivo a las tácticas de Netflix para favorecer el visionado consecutivo de episodios. En palabras de Jenner (2018), el *binge-model* se refiere al modo en que la empresa “dicta cómo se supone que se debe ver el contenido en Netflix” (p. 109).

En opinión de Kulak (2020), el *binge-model* puede analizarse en tres etapas: antes, durante y después del visionado (Figura 29).

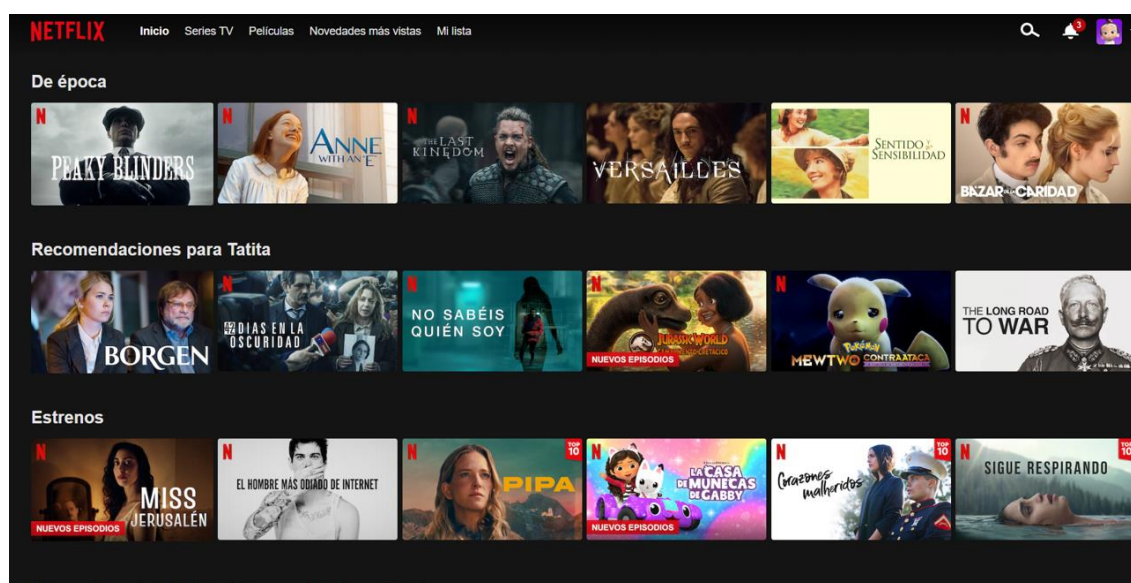
Figura 29. Fases del binge-model

BINGE-MODEL		
Antes del visionado	Durante el visionado	Después del visionado
<ul style="list-style-type: none"> • Recomendación personalizada • Lanzamiento de temporadas completas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cliffhanger • Encadenado automático de episodios 	Socialización <ul style="list-style-type: none"> • Real • Virtual

Fuente: Elaboración propia

Antes del visionado: cuando un espectador está siguiendo una serie, recibe por parte de Netflix la recomendación sobre otra, de la cual se ofrece la temporada completa (Figura 30). En la interfaz de la plataforma se muestran escenas de la nueva serie que tratan de atraer la atención del espectador el cual, si es convencido, pasará a la segunda etapa.

Figura 30. Ejemplo de recomendaciones de Netflix a un usuario



Fuente: Netflix (s.f.-b)

Durante el visionado: al terminar cada episodio Netflix brinda la oportunidad de ver el siguiente en un tiempo de tres segundos. La serie fluye, de esta manera, de una forma natural, sin necesidad de un comportamiento activo del espectador. Además, los episodios finalizan en un momento álgido de la trama, táctica denominada *cliffhanger*, que aviva la curiosidad del espectador y le incita a iniciar un nuevo episodio.

Después del visionado: las series de moda son motivo de conversación tanto en espacios reales como virtuales.

4.3 Las redes sociales, un espacio de comunicación entre las audiencias

Es precisamente en las redes sociales donde el diálogo sobre las series alcanza mayor intensidad.

Conviene recordar la reflexión de Huertas (2002), que describe el concepto de audiencia como algo flexible en función de la perspectiva desde la que se aborda: el medio de comunicación, el anunciante publicitario, los institutos de investigación que estudian sus métricas, la sociedad en general... Según Orozco (1997) la audiencia varía en función del medio, del formato del producto audiovisual y de los hábitos de consumo; es, por tanto, un concepto vivo, fruto del proceso de recepción e interacción con el medio de comunicación.

Esta interacción ha cambiado a raíz del consumo a la carta de programas. El habitual debate que antes se formaba en torno a la televisión no ha desaparecido aunque sí se ha trasladado, encontrándose ahora en las redes sociales. Harrington *et al.*, (2013) proponen la idea de que las redes sociales se convierten en un gran salón virtual, donde espectadores solitarios comparten su experiencia en la distancia.

Porque el *binge-watching* es principalmente una conducta solitaria. Así lo declaran 56% de los estadounidenses participantes en una encuesta llevada a cabo por MarketCast (CisionPRWeb, 2013). El mismo estudio afirma que tiene lugar mayoritariamente en el hogar (98%), donde el espectador encuentra la tranquilidad necesaria para concentrarse en la serie, y de forma no planificada (71%). Ambos factores favorecen la práctica en soledad.

A pesar de lo anterior y gracias a las redes sociales, esa soledad es relativa. En opinión de González-Neira y Quintas-Froufe (2014), asistimos a un consumo de televisión cada vez más individual y social al mismo tiempo, generador de un debate que, frente al consumo tradicional, presenta dos diferencias sustanciales: en primer lugar, el efecto amplificador de los mensajes que imprimen las redes sociales y, en segundo lugar, la dirección de las

conversaciones, antes solo horizontal, entre usuarios, y ahora también vertical, entre usuarios y emisor.

Esta audiencia social, activa, participativa y extrovertida no es ajena al comportamiento *binge-watching*. Gran parte de la actividad de los *bingers* se desarrolla en las redes sociales: hablan de series, recomiendan títulos y son recomendados, crean grupos, ven episodios en conexión en línea y organizan maratones. Rubenking *et al.* (2018) reconocen los objetivos sociales como una de las motivaciones para la práctica del *binge-watching*, relacionados tanto con el visionado conjunto como con la discusión del contenido con otras personas.

El comportamiento *binge-watching* posibilita al espectador ser el primero en terminar la serie, lo cual permite participar en foros diversos e incluso hacer *spoiler*. El resultado es un sentimiento de pertenencia (Umesh y Bose, 2019), pudiendo llegar a llegar a practicarse el *binge-watching* con el fin de no sentirse aislado en redes sociales. Cuando las personas no pueden participar en las conversaciones de los distintos grupos sociales por no haber visto una serie, es posible que experimenten sentimientos de soledad y tristeza e incluso de exclusión (Ramayan *et al.*, 2018).

4.4 Dibujando al *binge-viewer*

Como hemos analizado, el espectador de series de ficción procede de la migración de la vasta audiencia televisiva. Ya se han comentado las millonarias cifras de suscriptores de plataformas *VOD* y el amplio número de países en los que ofrecen sus servicios. Considerando que el comportamiento *binge-watching* comienza a partir del visionado consecutivo de dos episodios, cualquier espectador de series usuario de una plataforma *VOD* (u otro dispositivo que lo posibilite) es un potencial *binge-viewer*.

La cuantificación del comportamiento es compleja al no haber estudios serios recientes y porque los datos que arrojan las diversas investigaciones son ligeramente discordantes.

Si hablamos de Estados Unidos, que es donde se encuentran más datos publicados, una encuesta de Harris Interactive (2013) administrada a 2.496 estadounidenses mostraba que el 62% de la población admitía practicar *binge-watching* con regularidad. Pero estos son datos de 2013 y por entonces la penetración de los servicios *VOD* era mucho menor que

en la actualidad. Valga como dato que sólo el 30% de la muestra era suscriptor de Netflix. Podría deducirse que ese porcentaje de *binge-viewers* debería haber ido aumentando de la mano de la creciente penetración de las plataformas *VOD*. Y así lo confirmaba un año más tarde, en 2014, una encuesta realizada por Miner&Co. Studio: el porcentaje de *binge-viewers* habría subido del 62% al 70%, es decir, siete de cada diez estadounidenses declararon prácticas de *binge-watching*. Sin embargo, no guarda esta congruencia un estudio más reciente, de 2017, llevado a por YouGov Omnibus, el cual afirma que el 58% de la población americana practica *binge-watching* (McCarriston, 2017).

Dada la amplitud de la población a describir, los *binge-viewers*, no es fácil establecer un perfil.

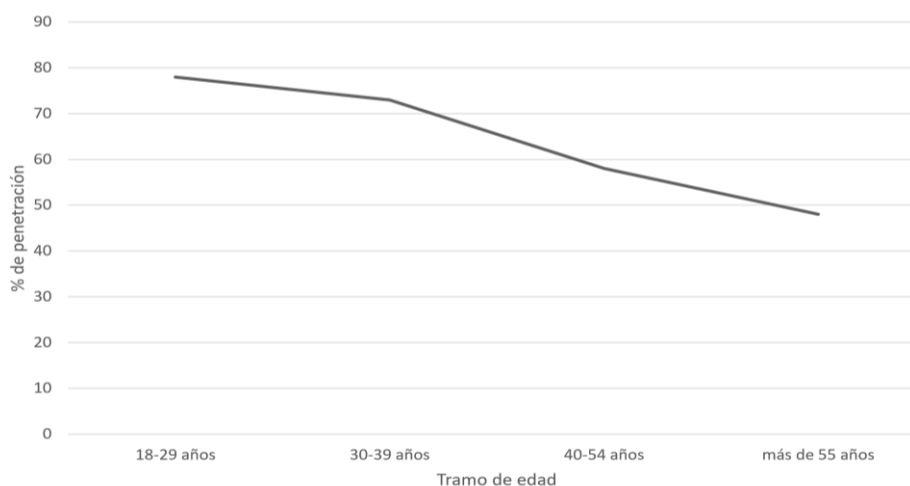
- No parece ser un comportamiento ligado al género. El estudio de Moore (2015) sobre estudiantes universitarios lo confirma. Otros datos, como el porcentaje de hombres (49%) y mujeres (51%) suscritos a Netflix (Starosta e Izydorczy, 2020), podrían corroborar también la idea de que es una conducta neutra en relación con el sexo.

En cuanto la edad, Matei (2021) afirma que la mayoría de los espectadores que presentan este tipo de consumo (el 61%), son nativos digitales. Harris Interactive (2013) afirma que hay una relación entre la edad y la práctica *binge-watching*, como se observa en la Figura 31: el tramo de edad de 18 a 39 años es más propenso que el tramo de 40 a 54 años, siendo el grupo de más de 55 años el que presenta menos tendencia hacia esta conducta.

Respecto de los niños, expertos alertan del incremento del *binge-watching* entre los menores. Según un informe de Nielsen cuyos datos ha difundido la Universidad Abierta de Cataluña (UOC), el 36% de los programas y películas más vistos en *streaming* a lo largo de 2020 son contenidos de género infantil o preadolescente (Rius, 2021). Las plataformas utilizan las mismas prácticas para facilitar el *binge-watching* que con los adultos: estrenos en viernes y en bloque, encadenado automático de episodios, posibilidad de saltarse los créditos de entrada y salida... Pero además, con los niños están probando estrategias nuevas como los contenidos

interactivos. La falta de control parental favorece la conducta *binge-watching* entre los niños.

Figura 31. Penetración de la conducta *binge-watching* por tramos de edad



Fuente: Elaboración propia a partir de Harris Interactive (2013)

- Respecto del estado civil, la investigación llevada a cabo por Ahmed (2017), revela mayor relación entre la práctica *binge-watching* y los solteros.
- Respecto del nivel de estudios y socioeconómico, considerando que la conducta *binge-watching* está profundamente ligada a las plataformas *VOD* y que Netflix es la que tiene mayor número de suscriptores (hablamos de 222 millones en el mundo), quizás los datos relativos a los clientes de Netflix pueden aproximarnos al perfil de los *binge-viewers*.

Aunque los suscriptores de Netflix son variados respecto del nivel de estudios alcanzado, Jay (2021), basándose en datos aportados por Pew Research Center, afirma que una de cada tres personas con educación o títulos universitarios en Estados Unidos son usuarios de Netflix, es decir la penetración es del 33% en este segmento.

Pew Research Center (Jay, 2021) también establece una correlación entre los ingresos y la suscripción a Netflix. Los hogares con ingresos anuales menores de 30.000 \$ dependen de la televisión tradicional para su entretenimiento, mientras

que aquellos con un ingreso medio de 50.000 \$ tienen más probabilidades de tener una suscripción a Netflix. Los hogares con ingresos más altos presentan tasas de suscripción más altas.

A pesar de su obviedad, merece la pena puntualizar que la conducta *binge-watching* requiere una cierta inversión, bien sea en plataformas *VOD* o en otras posibilidades que permitan el visionado, lo cual no está al alcance de todos los hogares.

- En cuanto a la variable nacionalidad, podemos también realizar una aproximación a través de los suscriptores de Netflix. Aunque la plataforma está presente en 190 países, no todos tienen la misma importancia a efectos de número de suscriptores. Como ya se ha visto en el Capítulo 2 (Figura 7), Estados Unidos, con más de 67 millones de suscriptores en 2021, se desliza del resto, de países ya que casi multiplica por cuatro al segundo país en el *ranking*, Brasil.

Como también se ha precisado en el Capítulo 2, hay cinco lugares en el mundo en los que Netflix no ofrece actualmente sus servicios: China, Corea del Norte, Crimea, Rusia y Siria (Netflix, 2022).

- El comportamiento *binge-watching* no está ligado específicamente a una etnia. La investigación realizada por Miner&Co. Studio encuentra un 66% de raza blanca entre los *binge-viewers* estadounidenses, frente a un 43% que responde a etnias diversas.
- No se encuentran estudios que relacionen la conducta *binge-watching* con las creencias religiosas.
- En cuanto a los aspectos psicográficos, existen numerosos estudios que relacionan aspectos de la personalidad con la práctica *binge-watching*. Aunque este tema se abordará más adelante, destacan los estudios de Shim y Kim (2018), que correlacionan la alta necesidad de estimulación cognitiva y de búsqueda de sensaciones con el *binge-watching*. Por el contrario, otros autores asocian la práctica con una baja autoestima y emociones negativas, como tristeza o ansiedad (Starosta e Izydorczy, 2020).

Una vez descrito el *binge-viewer* como un amplio sector de la población, el paso siguiente es segmentarlo. La división del conjunto total puede realizarse en función de diversos criterios:

- Basándose en los resultados de la investigación de Miner&Co. Studio, Friedman (2014) categoriza a los *binge-viewers* según la frecuencia del hábito en: diarios (17%), semanales (63%) y mensuales (90%). Sólo quedaría un 10% de *binge-viewers* ocasionales que practicarían el visionado encadenado menos de una vez al mes.
- Otra división posible giraría en torno al dispositivo de visionado (McCord, 2014, citado por Matei 2021): *streamers*, que utilizan las plataformas VOD, *marathoners*, que recurren a la programación de televisión y a dispositivos DVR-ES y, por último, los que realizan *binge-viewing* vía DVR o grabado digital de contenidos.
- La investigación llevada a cabo por Flayelle *et al.* (2019) encuentra cuatro perfiles de *binge-viewers* en función de la implicación hacia el comportamiento *binge-watching*
 - Espectadores lúdicos, con baja implicación.
 - *Binge-watchers* regulados, moderadamente implicados.
 - *Binge-watchers* ávidos, que presentan una implicación elevada, pero sin consecuencias negativas
 - *Binge-watchers* no regulados, que presentan una implicación potencialmente problemática asociada a resultados negativos.

En conclusión, la descripción del *binge-viewer* corresponde a un perfil genérico, como ya se había razonado para el suscriptor de plataformas VOD en el Capítulo 2.

4.5 Consideración social del comportamiento *binge-watching*

El propio punto de partida, el término *binge*, ya es en sí mismo una fuente de connotaciones negativas hacia el comportamiento *binge-watching*. En el discurso natural en torno a esta práctica a menudo aparecen términos como “enganche” o “pérdida de

control”. La pregunta es: ¿cuál es la valoración social de la conducta *binge-watching*?, o aún más allá... ¿podríamos estar ante un comportamiento adictivo?

4.5.1 Un consumo excesivo

Se ha definido previamente *binge* como “un período corto de tiempo en el que alguien realiza en exceso una actividad en particular, especialmente comer o beber alcohol”. De la propia definición ya parten dos ideas negativas: en primer lugar el término exceso (algo que transgrede los límites de lo aceptado como norma) y, en segundo lugar, la asociación al consumo abusivo de alcohol. De hecho, la mayoría de los comportamientos *binge* reciben una consideración social negativa ya que, aplicados al consumo de alcohol o comida, el juego o las compras, se consideran una conducta perjudicial. La traducción al castellano de *binge*, como atracón o maratón, refuerza esta idea.

Si nos centramos ahora en la conceptualización de *binge-watching*, paralelamente a la cuantificación del número de episodios encontramos definiciones que, desde un plano menos objetivo, abordan el fenómeno bajo la consideración de un comportamiento excesivo: la práctica de visionado de series se considera *binge-watching* cuando el número de episodios vistos excede la norma (Perks, 2019). El problema de este punto de vista es delimitar qué es exceso dentro del comportamiento de visionado del producto audiovisual seriado y hacer una propuesta de lo que se puede entender por norma en el actual panorama audiovisual. Fijar la norma a partir de la oferta tradicional de la televisión, un episodio semanal (Perks, 2019), resultaría un criterio obsoleto en un momento en el que se impone el sistema autoadministrado a través de las plataformas de *streaming*. Este planteamiento, además, carece de lógica teniendo en cuenta que es la propia autoadministración el origen de la aparición del fenómeno. Si tenemos en cuenta la definición que aporta el Diccionario de Oxford a pesar de su carácter no académico, esta ya liga el comportamiento *binge-watching* a la tecnología que lo hace posible, el DVD o la transmisión digital, y la utiliza como una forma de caracterizar el comportamiento.

4.5.2 Rondando la adicción

Si a lo anterior añadimos que el discurso coloquial en torno al *binge-watching* en ocasiones gira alrededor de términos como “enganche”, “adicción”, o “droga”... ¿podríamos estar ante un comportamiento adictivo?

La adicción comportamental

La pregunta es pertinente, dado que desde el año 2000 la Asociación Americana de Psicología incluye en el DSM-IV-TR (Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales) una segunda categoría de adicción, en este caso no química: la adicción comportamental.

La adicción es tan antigua como el ser humano que, a lo largo de la historia, ha recurrido al alcohol, las píocimas, las hojas de coca y un largo etcétera con el objetivo de aliviar el dolor, conseguir placer u otros fines. Por este motivo, según Becoña y Cortés (2016), la conducta adictiva se ha descrito durante años en relación al consumo de sustancias: una necesidad imperiosa de realizar una determinada acción buscando placer, euforia o alivio de ciertas sensaciones displacenteras, aun sabiendo que a medio y largo plazo esta conducta trae consigo efectos negativos.

La dependencia se considera el denominador común a cualquier adicción, hasta el punto de que algunos autores utilizan indistintamente ambos términos. Según la American Psychiatric Association (2002), la dependencia de una sustancia se caracteriza por un patrón desadaptativo de consumo de esa sustancia que conduce a un deterioro o malestar clínicamente significativo.

Frente al enfoque en la adicción a sustancias se observan en la actualidad comportamientos que, si bien parecen inofensivos a simple vista, pueden convertirse en adictivos y provocar efectos negativos muy similares a los producidos por sustancias. Si consideramos que nuestra vida necesita gratificaciones y por ello el circuito del refuerzo está constantemente activado, podría afirmarse que cualquier conducta puede potencialmente convertirse en adictiva (Beck *et al.*, 1999).

Cía (2018) define así la adicción comportamental:

Una conducta repetitiva que produce placer y alivio tensional, sobre todo en sus primeras etapas, y que lleva a una pérdida de control de la misma, perturbando severamente la vida cotidiana a nivel familiar, laboral o social a medida que transcurre el tiempo. (p.33)

Dentro de la adicción comportamental se listan las siguientes conductas: el juego patológico, el comer compulsivo, el sexo compulsivo, el trabajo compulsivo, las compras compulsivas, el amor romántico, la adicción a la televisión, a los videojuegos, al ordenador, a las nuevas tecnologías, al teléfono móvil, a Internet, a la religión, a las sectas... (Becoña y Cortés, 2016).

Para que un comportamiento se considere adictivo debe presentar las mismas características que la adicción a sustancias, que se pueden resumir en dependencia, síntomas de abstinencia, tolerancia e intoxicación, así como otros problemas de diversa tipología que afectan a la esfera sanitaria, personal, social o laboral del individuo. La demostración de todo ello puede ser la causa de que el reconocimiento de las diversas adicciones comportamentales citadas esté aún en proceso, siendo la adicción al juego la única que se recoge en el DSM-IV-TR hasta el momento.

Según Becoña y Cortés (2016), es posible partir de los criterios que especifica el DSM-IV-TR para la dependencia de sustancias y sencillamente cambiar la palabra sustancia por la palabra conducta. Sus conclusiones son las siguientes:

- La pérdida de control es un aspecto que está presente en todas las conductas adictivas.
- La abstinencia según se ha descrito para la adicción a sustancias es aplicable a las conductas adictivas comportamentales, como han demostrado diversos estudios (Echeburúa, 1999). Según Cía (2018) las personas adictas a una conducta experimentan un profundo malestar emocional cuando no pueden llevarla a cabo.

- En cuanto a la tolerancia, el adicto comportamental necesita aumentar el tiempo y esfuerzo dedicado a la conducta para conseguir los mismos efectos que obtenía al inicio de la misma, al igual que ocurre con las sustancias.
- El estado de intoxicación se encuentra tanto en las adicciones químicas como en la comportamentales.

La misma similitud se puede aplicar a las consecuencias negativas en las distintas facetas de la vida que padece el individuo con adicción.

Cía (2013) concreta los síntomas principales de la adicción conductual:

- Necesidad imparable de practicar esa actividad placentera.
- Pérdida progresiva del control de la misma, hasta llegar al descontrol.
- Descuido de las actividades cotidianas.
- Negación: el adicto niega la existencia del problema, aunque sus allegados le alertan del mismo.
- Dejación: el adicto se focaliza en la adicción, descuidando todo aquello ajeno a ella.
- Irritabilidad y malestar cuando no puede concretar la secuencia adictiva e imposibilidad de abandonarla transcurrido un periodo de tiempo.

Adicción y producto audiovisual

Kubey y Csikszentmihalyi en 2004, mucho antes de que ni siquiera se hubiera fraguado el término *binge-watching*, publican en *Scientific American* un artículo titulado *Television addiction. Is no a mere metaphor*. En él defienden que los criterios que definen la adicción a sustancias son aplicables al visionado excesivo de televisión: emplear gran cantidad de tiempo, hacerlo más a menudo de lo que uno desearía, intentar reducir el consumo de forma infructuosa, renunciar a actividades familiares, sociales o laborales por ver televisión o experimentar abstinencia cuando no se puede consumir. No obstante lo anterior, el consumo excesivo de televisión no está reconocido por la Asociación Americana de Psicología como una adicción.

A diferencia de lo que ocurre con la adicción a determinadas sustancias, como las drogas, Kubey y Csikszentmihalyi (2004) señalan que el consumo de televisión no es nocivo *per se*. Por el contrario, proporciona conocimiento, distracción, diversión y evasión. El problema surge cuando el espectador pierde el control de su comportamiento y, aun sabiendo que su consumo es excesivo, no es capaz de reducirlo. Esto es precisamente lo que ocurre en ocasiones cuando se practica *binge-watching*.

Detrás del *binge-watching* podría haber una explicación bioquímica. En torno a esta idea la Universidad Oberta de Catalunya (UOC) ha realizado un estudio a partir del cual Diego Redolar, neurocientífico y profesor de los Estudios de Ciencias de la Salud de la (UOC) comenta que la disponibilidad inmediata de episodios “ayuda a que nuestro sistema nervioso del refuerzo, que tolera mal la demora, se active, y que la persona pueda «engancharse» con mayor facilidad” (Marketing Directo, 2019, párr.3).

Tal “enganche” podría estar relacionado con la liberación de dopamina, la “hormona del placer”, según apuntan diversos estudios recientes, como los de Raj e Ida (2022), Goodman (2022) o Iyer *et al.* (2019).

La revisión de la literatura en torno los efectos negativos del *binge-watching* realizada por Raj e Ida (2022), concluye alertando de la posibilidad de que el encadenado de episodios de una serie de ficción actúe de la misma manera que una droga, si bien afirman que faltan estudios confirmatorios.

En esta dirección, Goodman (2022) alerta del peligro para los niños del aumento del tiempo de exposición a las pantallas, que podría establecer vías en los cerebros de los niños capaces de generar problemas de adicción cuando sean adultos.

A pesar de lo anterior, cabe valorar que, como en el caso de la televisión, el consumo de series de ficción no es perjudicial en sí mismo. El problema surge cuando se pierde el control sobre el comportamiento y se abusa del visionado consecutivo de episodios. La amplia definición del *binge-watching*, que comienza en el visionado de dos episodios consecutivos, aleja a muchos binge-viewers de la zona de riesgo, pues el visionado controlado aunque consecutivo de dos episodios, si bien por definición es una conducta *binge-watching*, se encuentra bien lejos de una adicción.

¿Adicción o atracón?

Esta última reflexión en torno al grado de control de la conducta nos conduce a la dualidad atracón-adicción. Ambos presentan tres diferencias significativas.

- Atracón implica un consumo excesivo de una sustancia que es aceptable, o incluso necesaria, con moderación. Son frecuentes los atracones de comida, bebida y compras. Adicción se asocia más frecuentemente con sustancias estigmatizadas, algunas de las cuales son ilegales, como las drogas.
- Atracón es un comportamiento y adicción una identidad. Por ejemplo, un estudiante universitario que se da un atracón de alcohol puede ser percibido como si simplemente estuviera pasando por una etapa de la vida. Un estudiante universitario adicto a la cocaína se percibe como alguien que necesita una intervención mucho mayor. Incluso cuando se aplican las dos palabras a la misma sustancia estigmatizada, la distinción está presente.
- Además, una borrachera (atracón) individual, a diferencia de una adicción, es finita. Un atracón puede terminar involuntariamente (como en el caso del clip de *Portlandia*, en el que se agotó el suministro de episodios) o voluntariamente, como resultado de la saciedad, pero un atracón siempre llega a su fin. En su borrador de 2006, el Oxford English Dictionary definió *binge* (atracón en español) como *a bout of overindulgence; an instance of engaging in a particular activity (especially eating) to excess* (cf. *Bingeting* n.), que podríamos traducir por “un acceso de exceso de indulgencia; un caso de atracción hacia una actividad concreta (especialmente comer) hasta el exceso”. *Bout* e *instance* apuntan a la naturaleza finita del atracón, y el uso del prefijo *over* en *overindulgence* apunta a un exceso de algo que es fundamentalmente permisible.

Esto último situaría al *binge-watching* más cerca del atracón que de la adicción. No obstante, no conviene obviar las señales de alarma apuntadas, sobre todo si consideramos que, según cifras de Netflix, hay más de 8 millones de personas en el mundo dispuestos a ver en un mismo día la temporada completa de una serie (Marketing Directo, 2019).

Finaliza este recorrido por el posible carácter adictivo del *binge-watching* con este pensamiento de Kubey y Csikszentmihalyi (2004, p. 48): “darse cuenta de cuando una diversión tiende a descontrolarse es uno de los grandes retos de la vida”. Aunque no se refieren directamente al *binge-watching*, es perfectamente aplicable,

4.5.3 El “intelectual omnívoro”

Las anteriores asociaciones negativas nos llevan a preguntarnos cuál es la consideración social de la práctica *binge-watching*. Para ello debemos valorar que la serie de ficción, bajo el concepto *Quality tv* ya explicado, goza del respeto de producto cultural. Excepcionalmente a la valoración de otros comportamientos practicados de forma abusiva, el consumo en exceso de cultura, como la música o la lectura (*binge-reading*, estudiado por Hanel, 2014), aún fuera de la norma, se aleja de esta animadversión hasta el punto de ser socialmente aceptado e incluso admirado.

Conviene recordar que el comportamiento *binge-watching* está ligado al drama. El drama seriado, ennoblecido gracias a sus estructuras narrativas complejas, directores y actores famosos, reconocimiento a través de premios y producciones millonarias, recibe la consideración de contenido de culto hasta el punto de que Jenner (2017) propone el término *binge-worthiness*, que alude a la dignidad del contenido de las series y reduce connotaciones negativas en torno al *binge-watching*. Juega, entonces, el contenido un papel de elemento moderador del comportamiento ya que este, entendido como una elección deliberada de ver series de calidad, carece de percepción negativa, pues la complejidad narrativa requiere libertad de administración.

Peterson acuñó en 1996 el término de “intelectual omnívoro” referido a la persona que disfruta de múltiples contenidos culturales y artísticos. Grandío (2016) recoge la expresión y la aplica al *binge-viewer*, que se observa actualmente como un consumidor intensivo de cultura. Cabría concluir que la práctica *binge-watching* no solo carece de juicio social negativo, sino que incluso podría desatar una cierta admiración.

¿Qué queremos decir cuando hablamos de *binge-watching*?

Capítulo 5. Estudio 1: La experiencia *binge-watching*. Una aproximación desde la Teoría Fundamentada¹

La práctica binge-watching es una conducta reciente y en aumento, sobre cuyos antecedentes, práctica y efectos existen aproximaciones diversas y controvertidas. La novedad del fenómeno requiere una aproximación empírica a la vivencia del espectador.

¹ NOTA ACLARATORIA: El Capítulo 5 de esta tesis doctoral se ha publicado en la revista Comunicar (factor de impacto Q1):

Martínez-Serrano, E., Gavilan, D., & Martínez-Navarro, G. (2023). Hablemos de series: Binge-watching vs. maratón. La dualidad en el consumo de episodios desde la Teoría Fundamentada. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 31(75), 77-99. DOI: <https://doi.org/10.3916/C75-2023-06>

A continuación se describe la investigación realizada: metodología, resultados y conclusiones.

5.1 Metodología de la investigación

En este punto se describe el diseño de la investigación realizada en términos de enfoque, fuentes de los datos y plan de análisis de resultados, con especial atención a la Teoría Fundamentada, metodología elegida para el análisis.

5.1.1 Enfoque: La Teoría Fundamentada

Para estudiar la experiencia de los consumidores de series en la práctica del *binge-watching*, sus antecedentes y resultados, se ha optado por un enfoque cualitativo basado en la metodología propuesta por Glaser y Strauss (1967) Grounded Theory (GT), traducida al español como Teoría Fundamentada (TF). No obstante, TF es más bien un paradigma de investigación. Como tal, deja espacio para la interpretación y la adaptación, lo que permite el surgimiento de una metodología de investigación (Birks y Mills, 2015). La investigación se basa en la metodología que resulta del paradigma de la TF, la cual identifica categorías teóricas a partir de los datos (Glaser y Strauss, 1967), mediante un sistema de códigos y subcódigos. A través de un razonamiento inductivo (Charmaz, 2008), se realiza una aproximación cualitativa de carácter exploratorio al fenómeno estudiado, proporcionando una visión teórica (Papathanassis y Knolle, 2011). De este modo y bajo la metodología TF se aborda el presente estudio sobre la experiencia de los consumidores de series en forma encadenada. El esquema general del proceso se presenta en la Figura 32.

Figura 32. Esquema general de la investigación



Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Técnicas de recogida de datos

Considerando la naturaleza exploratoria de la investigación, para la recopilación de datos se optó por la entrevista personal semiestructurada complementada con técnicas proyectivas y el *focus group*, todas ellas habituales en la aplicación de TF. La combinación de técnicas de interrogatorio individuales, como la entrevista, y colectivas, como el *focus group*, nos permite comprobar el efecto de la interacción.

Entrevistas

Se siguió un guion semi-estructurado (tipo embudo, de lo general a lo específico) dividido en cuatro bloques de temas: el primero, de carácter introductorio, tenía la finalidad de explorar la personalidad y hábitos de vida del entrevistado en el empleo del tiempo libre. El segundo se centraba en los hábitos de consumo de series. El tercero se enfocaba en describir el *engagement* hacia las series y el cuarto se dedicaba a identificar los efectos del *binge-watching*. La entrevista terminaba con dos técnicas proyectivas.

La combinación de la entrevista con un método indirecto, la técnica proyectiva, se consideró idónea para identificar aquello que para los entrevistados resultara difícil de expresar de manera directa, bien fueran motivaciones, creencias, actitudes o sentimientos subyacentes (Malhotra, 2004) con respecto al *binge-watching*. Dentro de las técnicas proyectivas, optamos por dos modalidades: una técnica de complementación, basada en ofrecer una situación de estímulo incompleta (Malhotra, 2004), y una técnica expresiva, que lleva al entrevistado a expresarse por boca de terceros.

Tabla 9. Frases estímulo para el test de frases incompletas

Frases estímulo para el test de frases incompletas	
1	<i>Para mí el fenómeno Netflix ha supuesto...</i>
2	<i>Estas series para mí son...</i>
3	<i>La parte buena de esto para mí es...</i>
4	<i>La parte que menos me gusta es...</i>

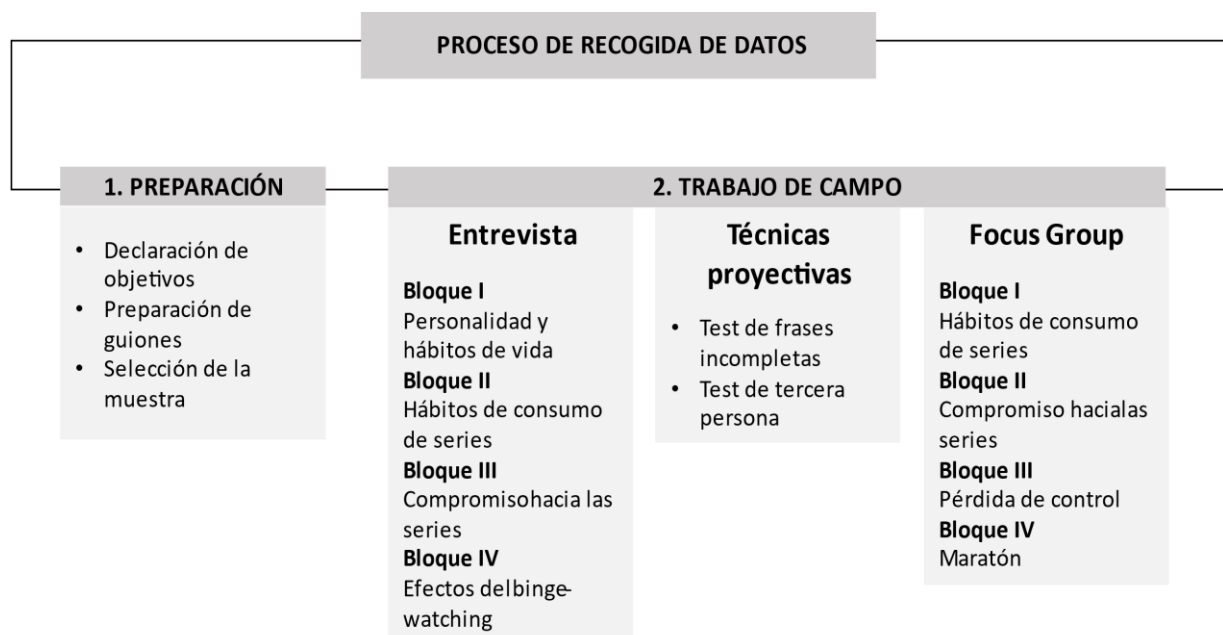
Se recurre al test de frases incompletas como técnica de complementación donde los entrevistados tenían que concluir con la primera idea que les viniera a la cabeza una relación de enunciados como se recoge en la Tabla 9.

La última parte de la entrevista abordaba la posible relación entre el *binge-watching* y el comportamiento adictivo. Para ello se mantuvo el carácter de las técnicas proyectivas aplicando la modalidad de tercera persona, una variante de las técnicas proyectivas de expresión. Pedimos a los entrevistados que describieran el comportamiento de terceras personas, en lugar de hablar se sí mismos, con el fin de reducir el efecto que la consideración social negativa de la adicción pudiera tener a la hora de hablar de su propio comportamiento (*...aunque tú no lo hayas hecho nunca, ¿conoces a algún amigo o compañero que haya dejado de ir a clase por estar viendo una serie?*)

Focus Group

El guion del *focus group* también fue semiestructurado y con secuencia de embudo. Abordaba los hábitos de consumo de series de ficción, el compromiso (*engagement*) hacia las series, la pérdida de control a la hora de interrumpir el visionado y la práctica de maratones. El resumen del proceso de recogida de datos se muestra en la Figura 33:

Figura 33. El proceso de recogida de datos



Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Muestreo

Para la selección de los participantes se estableció una sola condición de perfil, la edad mayor de 16 años, y dos condiciones de filtro: ser usuario de Netflix y haber visto una temporada completa de alguna serie de ficción en los últimos seis meses. Se dispuso de una muestra final de 20 sujetos, a 13 de los cuales se les administró la entrevista mientras que los 7 restantes participaron en el *focus group*.

El procedimiento de muestreo utilizado fue no probabilístico, combinando conveniencia y bola de nieve. Dado el carácter exploratorio de la investigación, la diversidad ha primado sobre la representatividad en la selección de la muestra (Papathanassis y Knolle, 2011).

Para la composición de la muestra del *focus group* se tuvieron en cuenta los criterios de homogeneidad (edad y clase social) y heterogeneidad (sexo, formación y ocupación), recomendados para esta técnica (Malhotra, 2004).

La Tabla 10 aporta detalles de la muestra, así como la duración, de las entrevistas y el *focus group*.

En el caso de las entrevistas, el trabajo de campo se realizó entre el 21 de mayo y el 1 de junio de 2019. El *focus group* se realizó en marzo de 2020.

La recogida de datos alcanzó la saturación con 20 sujetos, entendiendo por saturación el hecho de que dejan de obtenerse hallazgos en torno al problema, tornándose repetitivos los datos que se recogen. Según Papathanassis y Knolle (2011), esta situación en la investigación cualitativa puede considerarse equivalente a la representatividad en los estudios cuantitativos.

Tabla 10. Descripción de la muestra

Sujeto	Edad (años)	Ocupación	Nivel de estudios	Género	Entrevista/ Focus group
1	16	Estudiante	Bachillerato	Mujer	Entrevista (59 minutos)
2	20	Estudiante	2º curso Grado en Marketing	Hombre	Entrevista (59 minutos)
3	22	Estudiante	4º curso Grado en Publicidad	Mujer	Entrevista (41 minutos)
4	22	Estudiante	4º curso Doble Grado en Publicidad y Protocolo y Organización de Eventos	Hombre	Entrevista (37 minutos)
5	25	Estudiante (opositor)	Ingeniero agrónomo	Mujer	Entrevista (47 minutos)
6	26	Profesor de universidad (programa doctorado)	Ingeniero informático en programa de doctorado	Hombre	Entrevista (42 minutos)
7	30	Encargada de tienda	Técnico de caracterización y maquillaje	Mujer	Entrevista (27 minutos)
8	39	Ingeniero	Ingeniero industrial	Hombre	Entrevista (22 minutos)
9	47	Director Comercial	Licenciado ADE	Hombre	Entrevista (30 minutos)
10	53	Profesora de infantil	Licenciada Turismo y Magisterio	Mujer	Entrevista (32 minutos)
11	58	Militar	Escuela Superior del Ejército	Hombre	Entrevista (28 minutos)
12	64	Juez	Licenciada en Derecho	Mujer	Entrevista (27 minutos)
13	75	Geólogo. Profesor de universidad jubilado.	Licenciado en Geología	Hombre	Entrevista (34 minutos)
1	56	Ama de casa	Bachillerato	Mujer	Focus group (52 minutos)
2	56	Abogada	Licenciada en Derecho	Mujer	Focus group (52 minutos)
3	56	Ama de casa	Bachillerato	Mujer	Focus group (52 minutos)
4	59	Militar	Escuela Superior del Ejército	Hombre	Focus group (52 minutos)
5	60	Empresario	Licenciado en Biología y MBA	Hombre	Focus group (52 minutos)
6	60	Empresario	Bachillerato	Hombre	Focus group (52 minutos)
7	62	Directivo en un banco	Licenciado en Económicas	Hombre	Focus group (52 minutos)

5.2 Análisis de los datos

Las sesiones fueron grabadas en audio y posteriormente transcritas para facilitar la codificación de la información obtenida. El análisis de los datos siguió un proceso de codificación (1) abierta, (2) axial y (3) selectiva (Corbin y Strauss, 1990).

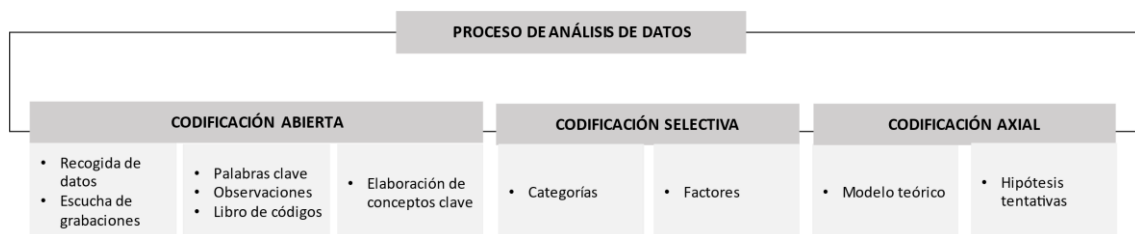
En primer lugar se identificaron los conceptos y se agruparon en categorías (codificación abierta). Para ello, a lo largo de cada entrevista se tomó nota de las palabras clave y se

anotaron todas las observaciones oportunas, todo ello sirvió para crear un libro de códigos que se utilizó como base para la codificación axial. Esta actividad de codificación implica la identificación de los conceptos subyacentes y las interrelaciones entre esos conceptos según el tipo de contenido con el que se relacionan, lo que permite su posterior interpretación (Borgatti, 2008). Se excluyeron los códigos no relacionados semánticamente con el resto.

A partir de los datos recogidos se identificaron ocho categorías para desentrañar y comprender el proceso de experiencia del espectador frente al *binge-watching*. En esta etapa, y en función de la naturaleza de su influencia, las categorías se agruparon en torno a tres factores (codificación axial).

En la última fase de análisis (codificación selectiva), el objetivo era ofrecer una visión general del fenómeno de estudio mediante la creación de un concepto teórico que permitiera la formulación de hipótesis tentativas. Este proceso de codificación se describe en la Figura 34.

Figura 34. Proceso de análisis de datos



Fuente: Elaboración propia

5.3 Resultados

Al analizar los códigos se identifican siete categorías susceptibles de agruparse en torno a tres factores que están determinados por el momento del proceso experiencial de los usuarios durante la práctica del *binge-watching*: la disposición del espectador (antes del visionado), su experiencia de consumo (durante el visionado) y los efectos derivados (después del visionado).

La disposición del espectador es un factor que da lugar a una categoría referida a la intención respecto del comportamiento *binge* que se ha considerado central ya que, a

partir de ella, se observa una dualidad del proceso condicionando el segundo factor, la experiencia ante el visionado, que agrupa tres categorías que permiten comprender mejor ese momento: dimensión social, unidad de visionado y momento de vida de la serie. Por último, el tercer factor, relacionado con las consecuencias de la experiencia, se refiere al efecto de la conducta *binge* en sus dimensiones psicológica, social y física. En cada una de las siete categorías se observan dos patrones de comportamiento. La figura 35 recoge los factores y categorías descritos, así como los patrones relacionados con cada categoría.

Figura 35. Resultados del análisis de datos



Fuente: Elaboración propia

5.3.1 Disposición de consumo

Este primer factor alude a la experiencia previa a la práctica *binge-watching* y contempla una categoría, la intención, la cual se desdobra en dos patrones de comportamiento: consumo planificado y consumo no planificado.

5.3.1.1 Consumo planificado vs. Consumo no planificado

Código ilustrativo (planificado): “En verano y días festivos, veo 5 o 6 capítulos de un tirón”.

Código ilustrativo (espontáneo): “No me gusta nada tener que esperar a ver otro capítulo. Si es una buena serie y te cortan, dices: sólo voy a ver cómo se soluciona. Y ves el capítulo entero. Cuando me veo 5 o 6 capítulos me digo: ¡pero tía! ...”.

Cuando los entrevistados describen su forma de ver las series aparecen dos patrones, cada uno con intenciones de partida diferentes que plantean una dualidad en el proceso.

Por un lado encontramos entrevistados que conciben el maratón de series como una actividad más dentro del ocio que, al igual que otros muchos entretenimientos, se planifica con antelación. Tiene, pues, un carácter intencional, requiere disponer de tiempo libre suficiente para ver varios episodios seguidos y decidir previamente que ese tiempo se va a dedicar al visionado de la serie.

Por el contrario, otros entrevistados declaran fijar un tiempo para la serie, no más de dos episodios, unas dos horas, que luego se sobrepasa debido al interés que desata la trama, restándolo habitualmente de las horas de sueño. El maratón en este caso no es premeditado y podría calificarse de espontáneo.

En la literatura sobre consumo televisivo de programas, no específicamente de series, se reconoce la existencia de diferentes patrones de consumo en maratón. Riddle *et al.* (2018) introducen el binomio *binge* intencional y no intencional y lo relacionan con un rasgo de la personalidad, la impulsividad. Mientras que ciertos consumidores manifiestan intencionalidad: “toman previa y conscientemente la decisión de maratón, dedicándole tiempo, espacio y/o recursos a la práctica de ver múltiples episodios de un programa de televisión”, otros realizan esta conducta de forma espontánea, no intencionada. Se trata de sujetos que consumen “múltiples episodios del mismo programa sin tener de antemano el objetivo de hacerlo” (Riddle *et al.*, 2018, p. 590). Por su parte, Pittman y Sheehan (2015) ya distinguían diferentes tipos de comportamientos *binge* referidos en concreto a las series de ficción, siendo la planificación uno de los factores determinantes de las tipologías *binge*. Destaca la descripción que realizan del consumo intencional: *bingers* que “planean la borrachera”. Mientras que para los *bingers* no planificados la relajación, el compromiso y el hedonismo actúan como motivadores principales, para los *bingers* intencionales entran en juego dos factores más: la calidad del programa y el aspecto social.

Ya que ambos patrones son un desdoblamiento de la categoría definida como intención, podrían analizarse desde la perspectiva de la Teoría de la Acción Planificada. El modelo propuesto por Ajzen (1985) establece que la conducta está determinada por la intención de llevar a cabo un determinado comportamiento.

En el caso del *binge-watching* intencional el maratón es el comportamiento planificado, que se ve alentado, además, por una norma subjetiva favorable y un afecto anticipado ligado a emociones placenteras por efecto del visionado.

Por el contrario, en el *binge-watching* no intencional, el maratón es el comportamiento a evitar, siendo la interrupción del visionado al cabo de uno o dos episodios el comportamiento planificado en este caso. Este patrón constituye un claro ejemplo de que la correlación intención-comportamiento, aunque sustancial, puede variar (Ajzen, 2011), siendo el control real sobre el comportamiento un moderador a considerar. Siguiendo este razonamiento, podría asociarse el *binge-watching* no intencional a individuos que, con baja aptitud para regular su conducta, no son capaces de inhibir sus impulsos. En términos de afecto, podría haber un arrepentimiento anticipado ligado a la conducta no planificada (*binge-watching*) que, aunque actuaría como freno, no tendría fuerza suficiente para evitarla.

5.3.2 Experiencia de consumo

La experiencia de consumo agrupa tres categorías: la dimensión social de la experiencia, la unidad de visionado y el momento de la vida de la serie.

5.3.2.1 Dimensión social de la experiencia: compartida vs. individual

Código ilustrativo (experiencia compartida): “Los fines de semana veo más de 3 o 4 capítulos seguidos, con mi chico”.

Código ilustrativo (experiencia individual): “Es solitario. Tú te administras tu tiempo”.

Los participantes narran una variedad de experiencias, a modo de abanico, idea que es apuntada por Pittman y Sheehan (2015), quienes describen un recorrido desde el visionado en solitario hasta el planificado con otros.

A pesar de esa diversidad, las vivencias de los entrevistados son susceptibles de agruparse en dos modalidades, según el visionado transcurra en solitario o en compañía.

Diversos estudios han abordado la frecuencia con que se presentan ambos comportamientos, individual o acompañado, mostrando mayor frecuencia de visionado individual. La encuesta realizada por Sung et al. (2018) entre menores de 30 años arroja el

siguiente dato: el 83% de la muestra realiza el visionado habitualmente en solitario frente a un 17% que lo hace acompañado. En el estudio realizado por de Feijter *et al.*, (2016) con hombres y mujeres alemanes de entre 18 y 34 años, un 77% de la muestra declaró practicar el visionado en soledad.

Tanto la experiencia compartida como individual puede tener un carácter planificado o espontáneo.

Algunas de las prácticas narradas por los participantes muestran una relación entre el comportamiento *binge* premeditado y la experiencia compartida, como apuntan Pittman y Sheehan (2015). El maratón premeditado en compañía (pareja, familia o amigos) está ligado a las series de moda, habitualmente coincidiendo con el lanzamiento de nuevas temporadas, siendo una forma más de entretenimiento social. Tiene carácter de evento y, como tal, requiere una preparación. No hay sentimiento de culpa al ser compartido y planificado.

Por el contrario, el maratón en compañía no planificado surge espontáneamente a partir del visionado diario de series, con la familia o convivientes, evolución del tradicional visionado de televisión en familia, tras la cena, con carácter de premio (descanso del día). Se caracteriza por una dosis de consumo establecida (uno o, como mucho, dos episodios) que se excede, de forma excepcional, en puntos de máximo interés de la serie.

Algunos entrevistados declararon su preferencia por el visionado en solitario de forma premeditada como una actividad más de ocio, en este caso individual, que no genera sentimiento de culpa, una narración coincidente con la recogida por Riddle *et al.* (2018) sobre la experiencia individual, descrita como un placer solitario, de apagar el teléfono y encerrarse a ver una temporada completa de un programa.

En ocasiones, cuando se trata de series de moda, los entrevistados jóvenes se mantienen en conexión con otros espectadores a través de las redes sociales de forma que el visionado adquiere carácter de evento. Esta conducta es citada en la literatura por Pang (2014) quien alude al *real-time chat* y por de Feijter *et al.* (2016) cuando sugieren que el *binge-watching* tiene un carácter "*solitariamente social*": se practica en solitario dentro de un contexto on line socialmente activo.

Por último, los entrevistados declaran también practicar el *binge-watching* no intencional en soledad. Lo describen como una experiencia individual que a menudo acarrea sentimiento de culpa, posiblemente relacionado con el número de episodios visionados, como apuntan los resultados del ya referido estudio de Feijter *et al.* (2016), donde pareció encontrarse una correlación entre el visionado en solitario y un mayor número de episodios.

Los participantes prefieren la televisión como dispositivo de visionado para el consumo en compañía, mientras que para el consumo en solitario mencionan el ordenador, la tableta y el teléfono móvil como dispositivos habituales.

Parece que el sentimiento de culpa es menor cuando la experiencia es compartida.

5.3.2.2. Unidad de visionado: conjunto de episodios vs. episodios sueltos encadenados.

Código ilustrativo (conjunto de episodios): “Cuando salió Dragon Ball no podía pensar en otra cosa. La vi entera en una tarde, unos siete capítulos de veinte minutos. Hice un grupo para verla.”

Código ilustrativo (episodios sueltos encadenados): “Te ponen lo interesante al final y dices: no puede ser, no me van a dejar así. Y te pones otro capítulo”.

Aunque la cantidad de episodios vistos puede ser la misma, los datos recogidos sugieren que la diferencia está en que en el visionado de un conjunto de episodios se consideran unidades de contenido, como la temporada o una parte concreta de esta; mientras que en el visionado de episodios sueltos encadenados, la unidad de contenido es el propio episodio, que se va enganchando al siguiente al no poderse dominar la curiosidad por saber cómo se desarrolla la trama. La sucesión de episodios podría incluso llegar hasta la temporada completa.

De las entrevistas se desprende que el visionado de un conjunto de episodios a menudo está relacionado con el lanzamiento de una nueva temporada de una serie exitosa, que adquiere carácter de evento. Esta circunstancia también es descrita por Pittman y Sheehan (2015), quienes la equiparan con la Super Bowl.

Al igual que de Feijter *et al.* (2016) relacionan el visionado encadenado con el tipo y la estrategia del contenido, los entrevistados coinciden en no sentirse “enganchados” por las

comedias pero sí por los dramas, al presentar la narrativa elementos de continuidad. El drama frente a la comedia, y el suspense dentro del drama, estimulan un mayor tiempo de visionado. Respecto de la estrategia de desarrollo del contenido, los episodios pueden tener un final cerrado o abierto, siendo este último el que más favorece el encadenamiento, sobre todo cuando las situaciones de máxima tensión dentro de la trama (*cliffhanger*) se sitúan al final del episodio.

5.3.2.3. Momento de la vida de la serie: lanzamiento vs descubrimiento

Código ilustrativo (lanzamiento): “La quiero ya. Antes que nadie. Antes de que te hagan todos los spoilers”.

Código ilustrativo (descubrimiento): “Siento que alguna serie me atrapa cuando acaba un capítulo y me gustaría verme otro”.

El lanzamiento de una serie esperada y, sobre todo, las temporadas sucesivas de una serie de éxito, propician el visionado encadenado, a menudo programado, especialmente entre los entrevistados de menor edad. No se observa entre los entrevistados mayores de 40 años la misma afición por seguir las modas, ni tampoco por ser los primeros en sus círculos en ver una nueva serie o temporada. De las entrevistas realizadas se desprende que la motivación hacia el *binge-watching* programado de los estrenos de moda que presentan los jóvenes tiene una naturaleza social, de vinculación al grupo.

El comportamiento *binge-watching* a causa del lanzamiento de una nueva temporada de una serie de éxito ha sido ampliamente recogido por la literatura. Ya se ha ilustrado el caso de *Stranger Things*, pero hay otros muchos ejemplos. Según indica Wallenstein (citado por Matrix, 2014), los quince episodios de la nueva temporada de *Arrested Development*, lanzada por Netflix en el verano de 2013 fueron vistos por el 10% de los espectadores en las siguientes 24 horas. Matrix señala que nuevas temporadas de *House of Cards* y de *Orange is the new black* desataron efectos similares.

Sin embargo, los entrevistados declaran también prácticas de *binge-watching* no ligadas a un lanzamiento sino al descubrimiento de una serie de calidad, con una trama envolvente capaz de atraer al espectador, que encadena un episodio con otro. Esta es una conducta a menudo no planificada y no tan claramente relacionada con el componente social. Este

comportamiento podría verse facilitado por la forma en que los *binge-viewers* seleccionan las series: las escogen cuidadosamente, son prescriptores y recomendados. Las que no les gustan, las abandonan y presentan un alto nivel de exigencia. Existen abundantes referencias al efecto descubrimiento y el consecuente visionado encadenado de episodios. Flayelle et al. (2017) relacionan la inmersión (*engagement*) en la serie con la estructura de la trama que se extiende a lo largo de toda la temporada, el atractivo de su inicio, y la personalidad de los protagonistas, hacia los que los *bingers* pueden desarrollar fuertes lazos.

5.3.3 Efectos de la experiencia

En la tercera categoría, resultado del consumo, se agrupan tres variables: los efectos psicológicos, los efectos sociales y los efectos físicos del *binge-watching*.

5.3.3.1. Efectos psicológicos: gratificación vs culpabilidad

Código ilustrativo (gratificación): “Te evades a otros mundos”

Código ilustrativo (culpabilidad): “[...] Pierdes el control. Es comparable con una droga, que no puedes dejar de consumirla. Tú quieres dejarlo, pero no puedes.”

Los entrevistados ven las series como un entretenimiento, buscando la evasión: declaran “meterse” de lleno en la trama, experimentando un proceso de inmersión. El vínculo que establecen con dichas series puede llegar a ser intenso, hasta el punto de pensar en la serie en otros momentos del día, hablar de ella, recomendarla, identificarse con los personajes, comprar artículos de *merchandising* e incluso generar contenidos, habitualmente dibujos. Entre los entrevistados más jóvenes se observan fuertes vínculos hacia determinadas series que incluso desatan sentimientos de desolación y vacío cuando acaba la temporada. Estos efectos han sido estudiados desde la Teoría de los Usos y Gratificaciones. Pittman y Sheehan (2015) hablan de hedonismo, evasión e inmersión, de vivencias que alejan a los *bingers* de la cotidianeidad y sus obligaciones. Jones et al. (2018) hablan incluso de escapismo, “la imaginación capturada por el *binge-watching*” (p. 497).

Si bien esta gratificación se refleja tanto en el relato del *binge-watching* planificado como en el espontáneo, en el caso del consumo no intencional el sentimiento de culpa aflora en

el discurso de algunos entrevistados. Pittman y Steiner (2019) lo han denominado el arrepentimiento *post binge* (*post binge regret*) y relacionan su intensidad con la atención que este suscita, que a su vez depende de la evasión a la que conduce la narrativa y la necesidad de completar la narración. A mayor atención, menos sentimiento de culpa.

La frase “*se pierde el control*” se convierte en denominador común cuando los entrevistados aluden al visionado encadenado de episodios. De esta falta de intención podría brotar el sentimiento de culpa, que se manifiesta a través de términos negativos, como vicio, enganche, adicción o droga para describir la vivencia, y que no aparece en el caso del *binge-watching* planificado.

Los entrevistados apuntan también otros posibles desencadenantes de la culpabilidad, asociada al *binge-watching* intencional, como la percepción del comportamiento como poco saludable por ser sedentario y de interior (en el discurso aparecen términos como “encierro” o “ermitaño” que describen esa percepción negativa) o el coste de oportunidad del tiempo: la procrastinación de actividades, también citada en los estudios de Feijter *et al.*, (2016).

En contraposición, encontramos también en la investigación dos factores reductores del sentimiento de culpa (autoindulgencia, concepto introducido por Sung *et al.*, 2018). En primer lugar, la ya argumentada ausencia de valoración social negativa de la práctica *binge-watching*, al considerarse las series un contenido de calidad. Y en segundo lugar, la normalización del comportamiento, que también desculpabiliza al *binger*: lo hacen todos, luego no está mal.

Por todo lo anterior, parece que el *binge-watching* premeditado cursa como una gratificación sin sentimiento de culpa, mientras que el no intencional conduce a una dualidad que podría calificarse como una gratificación culpable. Este conflicto lo describen Shim *et al.* (2018) desde el mismo inicio de su artículo: “Odio el *binge-watching* pero no puedo evitarlo...”. De su investigación concluyen que en los *binge-viewers* conviven una serie de experiencias positivas que facilitan y refuerzan el comportamiento junto a sentimientos negativos hacia este.

5.3.3.2. Sociales: integración vs aislamiento

Código ilustrativo (integración): “Si el grupo es de tres y hay dos personas viendo la serie, te quedas fuera”.

Código ilustrativo (aislamiento): “A lo mejor he quedado con un amigo, le digo que estoy malo y me quedo viendo la serie”.

La dualidad que se desprende del discurso de los entrevistados, socialización vs. aislamiento, coincide con los resultados de la encuesta realizada a 406 universitarios estadounidenses por Vaterlaus et al. (2019). En este trabajo, los autores reconocen el carácter social de la conducta (incluso los estudiantes afirman hacer nuevos amigos), pero también advierten de que los maratones pueden aislar socialmente.

Los participantes más jóvenes del presente estudio declararon hablar de series con sus amigos, recomendar y ser recomendados, estar al tanto de las series de moda, ver episodios en conexión on line, crear grupos de Whatsapp en torno a las series y organizar maratones. Consideran que las series son algo imprescindible en su vida para poder relacionarse. Posiblemente en búsqueda de uniformidad con el grupo, ver y saber sobre series les integra, hasta el punto de que ellos mismos califican a Netflix como un instrumento de socialización. Es abundante la literatura centrada en los efectos socializantes del *binge-watching* entre jóvenes. Los estudios de Feijter et al. (2016) sobre individuos entre 18 y 34 años encuentran estímulos sociales saludables para la conducta *binge-watching*. Ramayan et al. (2018), en una investigación con estudiantes universitarios, reflejan los efectos positivos sobre la comunicación interpersonal e introducen el término *binge-bonding* para aludir a la cohesión entre los que practican *binge-watching*. También Umesh y Bose (2019) defienden que entre los jóvenes el maratón de series tiene un valor social porque favorece poder conversar sobre la serie en redes sociales y crea un sentimiento de pertenencia. Igualmente, los universitarios estudiados por Ramayan et al. (2018), afirman sentir aislamiento y tristeza cuando no pueden participar en las conversaciones de sus amigos por no haber visto una serie o algún programa de televisión.

En los jóvenes entrevistados, el comportamiento *binge-watching* asocia una motivación adicional: anticiparse a sus amigos en acabar una serie. En este sentido, Horeck et al., (2018) aluden a un ritual enfocado en terminar series y acumularlas como si se tratase de trofeos, para luego poder discutir y hacer *spoiler* de ellas en foros diversos. Aunque los entrevistados declaran que a veces practican *binge-watching* para evitar *spoilers*, en su discurso la búsqueda de liderazgo asoma como objetivo: ser el primero en completar la temporada es un logro y, por el contrario, ser el miembro que se queda rezagado podría acarrear sentimientos de exclusión.

Este efecto socializante se observa con menor intensidad entre los entrevistados adultos, aunque también para ellos la serie suele ser materia de conversación, e incluso de recomendación, entre familia, amistades o compañeros de trabajo. La selección de series descansa en el boca a boca, las series aportan temas para hablar con los amigos y ayudan a entender bromas y referencias culturales (Pang, 2014).

El efecto contrario, aislamiento del grupo a causa de la práctica del *binge-watching*, también se desprende principalmente del discurso de los entrevistados jóvenes, quienes declaran que en ocasiones la inmersión en una serie es tan intensa que les paraliza temporalmente su vida habitual, incluido el aspecto social. Las relaciones sociales pueden posponerse a causa del maratón (de Feijter *et al.*, 2016).

Los participantes afirman que no les pasa con todas las series que ven, solo con aquellas hacia las que desarrollan una fuerte implicación, y que el efecto aislamiento desaparece al terminar la serie, teniendo por tanto un carácter ocasional y pasajero.

e-watching bajo un solo patrón de comportamiento. El desdoblamiento del fenómeno en *binge-watching* planificado y no planificado, según se apunta en el presente trabajo, podría explicar las distintas relaciones reseñadas en la bibliografía entre el maratón y los estados de soledad y depresión.

Siguiendo este razonamiento, la ausencia de conexión podría asociarse al maratón planificado, dado su carácter social. Por el contrario, cabría considerar una posible conexión entre soledad y depresión y el maratón no planificado, dado su carácter mayoritariamente individual, pudiendo adoptar la práctica *binge-watching* en este caso tanto la consideración de causa como de efecto, según concluyen Sun y Chang (2021).

5.3.3.3. Físicos: inofensivo vs perjudicial

Código ilustrativo (inofensivo): “Ponemos las series después de cenar [...]. Las vemos a veces de dos en dos pero alguna vez, ya envidados, hemos llegado a ver hasta tres capítulos.”

Código ilustrativo (perjudicial): “Hay veces que me han dado las ocho de la mañana”.

Una parte de los entrevistados no encuentran aspectos perjudiciales desde el punto de vista físico en la práctica del *binge-watching*. Se trata de *bingers* que se administran el tiempo y no abusan del número de episodios vistos en la misma sesión, siendo lo habitual dos episodios, llegando a tres en situaciones de máximo interés de la trama. Es su forma de emplear parte de su tiempo libre, está programada, y es perfectamente compatible con el resto de actividades de su vida, tanto obligaciones como ocio.

Sin embargo, cuando la visualización supera los tres episodios, la cantidad de horas dedicadas a una actividad de carácter sedentario puede resultar poco saludable. Además, en ocasiones el *binge-watching* se asocia al consumo de comida rápida o poco saludable (palomitas, pizza...) incluso de forma compulsiva (*filling your freezer full of microweable food*: llenando la nevera de comida para el microondas), según declaraciones recogidas por Riddle *et al.* (2018; p. 590).

En el caso del consumo encadenado de episodios, los entrevistados destacan importantes consecuencias negativas sobre el sueño, ya que la mayoría practican *binge-watching* por la noche: declaran quedarse atrapados hasta las dos o las tres de la mañana de un día laborable e incluso quedarse sin dormir toda la noche. Algunos estudiantes entrevistados también confiesan en ocasiones verse perjudicados en sus obligaciones, sobre todo en temporada de exámenes.

Los espectadores que practican el *binge-watching* no intencional están más expuestos a consecuencias negativas (Riddle *et al.*, 2018). La literatura reconoce la procrastinación como efecto de la conducta *binge-watching*. A menudo los *bingers* posponen actividades como los quehaceres de la casa, deberes escolares, deportes y actividades de trabajo y sociales a causa de estar inmersos en una serie. Según de Feijter *et al.*, (2016), la pérdida de control no les permite planificar y limitar el tiempo de visionado, y refiere en su estudio

a una mujer de la muestra que confesó haberse quedado un día entero en la cama viendo una temporada completa de *Entourage* en lugar de ir a trabajar.

Davis (2016) va mucho más allá en el estudio de los potenciales efectos sobre la salud del *binge-watching*. Asocia un patrón de estilo de vida de alta visualización de televisión con mayor riesgo de enfermedad cardíaca y mortalidad por cualquier causa, independientemente de otros factores como actividad física, familia, antecedentes, edad y duración del sueño. Como conclusión de su trabajo califica el *binge-watching* de comportamiento perjudicial y reclama mayor investigación en los efectos adversos de la conducta.

En el extremo opuesto se sitúan los trabajos de Perks (2019), quien, tras estudiar a doce personas enfermas participantes en un maratón de medios, afirma que esta práctica puede ser beneficiosa desde el punto de vista cognitivo, emocional y físico para quien se enfrenta a un problema de salud.

5.4 Modelo propuesto

5.4.1. Modelo teórico

El enfoque TF sugiere la identificación de una categoría o categorías centrales y su relación con otras (Borgatti, 2008). En el presente análisis se identifica una categoría dominante que tiene que ver con la intencionalidad del proceso de visionado: *binge-watching* planificado o no planificado. Es a partir de esta categoría donde se observa un desdoblamiento del fenómeno *binge* en cuanto a la experiencia y resultados para el usuario. A partir de ella se describe la experiencia del usuario y el efecto final que resulta del visionado en modo *binge*. (Figura 36).

Figura 36. Desdoblamiento del fenómeno

FACTORES	DISPOSICIÓN DE CONSUMO	EXPERIENCIA DE CONSUMO			EFECTOS DEL CONSUMO		
CATEGORÍAS	INTENCIÓN	DIMENSIÓN SOCIAL	UNIDAD DE VISIONADO	MOMENTO DE LA VIDA DE LA SERIE	PSICOLÓGICOS	SOCIALES	FÍSICOS
COMPORTAMIENTOS BINGE-WATCHING	MARATÓN PLANIFICADO	Experiencia compartida	Conjunto de capítulos	Lanzamiento	Gratificación	Integración	Sedentarismo Malos hábitos alimenticios
	MARATÓN NO PLANIFICADO	Experiencia individual	Capítulos sueltos encadenados	Descubrimiento	Gratificación culpable	Efecto integrador con posible aislamiento temporal	Sedentarismo Malos hábitos alimenticios Falta de sueño Procrastinación

Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Hipótesis tentativas

El modelo propuesto para comprender la experiencia de los usuarios durante la práctica del *binge-watching* podría expresarse en un conjunto de hipótesis tentativas susceptibles de verificación empírica. Las hipótesis tentativas (Tabla 11) establecen la influencia de las categorías en cualquiera de los tres momentos seleccionados del proceso *binge-watching*.

Tabla 11. Modelo propuesto - hipótesis tentativas resultantes

Factor	Categoría	Hipótesis tentativa resultante
Disposición	Intención	H1: Los usuarios que visualizan episodios sucesivos de series pueden afrontar esta actividad de forma planificada, aunque también puede haber usuarios que afronten esta actividad de forma no planificada.
Experiencia del Usuario	Dimensión Social	H2a: Los usuarios que afrontan la visualización de series como un maratón planificado (vs. quienes realizan un maratón no planificado) tienden a realizar esta actividad como una práctica social (vs. una experiencia solitaria).
	Unidad de visionado	H2b: Los usuarios que afrontan la visualización de series como un maratón planificado (vs. quienes realizan un maratón no planificado) tienden a visualizar un conjunto definido de episodios (vs. una sucesión indefinida de episodios encadenados).
	Momento de vida de la serie	H2c: Los usuarios que afrontan la visualización de series como un maratón planificado (vs. quienes realizan un maratón no planificado) tienden a visualizar la serie inmediatamente tras el lanzamiento (vs. el momento del descubrimiento).
Efectos	Psicológicos	H3a: Los usuarios que afrontan la visualización de series como un maratón planificado (vs. quienes realizan un maratón no planificado) tienden a experimentar como resultado de esta actividad gratificación (vs. culpabilidad).
	Sociales	H3b: Los usuarios que afrontan la visualización de series como un maratón planificado (vs. quienes realizan un maratón no planificado) tienden a experimentar como resultado de esta actividad integración social (vs. aislamiento).
	Físicos	H3c: Los usuarios que afrontan la visualización de series como un maratón no planificado (vs. quienes realizan un maratón planificado) tienden a experimentar como resultado de esta actividad falta de sueño y procrastinación.

5.5 Conclusiones

Las definiciones de *binge-watching* recogidas en la literatura se enfocan en el número de episodios de la serie visionados consecutivamente, siendo realmente escasas las alusiones a otros factores. La investigación realizada, sin embargo, muestra que, bajo la condición de visionado consecutivo de varios episodios, se engloban diferentes patrones de consumo.

Del análisis de las variables identificadas en la investigación se desprende un fenómeno latente en toda conducta humana: el desdoblamiento. Del fenómeno *binge-watching* emergen dos manifestaciones bien diferenciadas que, aun con el mismo número de episodios visionados durante una misma sesión, partiendo de distintas motivaciones, provocan experiencias diversas y dan como resultado diferentes efectos. Este resultado de la investigación es coincidente con la conclusión propuesta por Flayelle *et al.* (2020) tras una revisión sistemática que incluye 24 estudios y 17.545 participantes: el comportamiento *binge-watching* es de naturaleza heterogénea y abarca al menos dos realidades distintas, con diferente grado de nocividad.

La dualidad del comportamiento pivota en la intención con la que se afronta esta actividad como el factor clave. Siendo la intención la esencia de la decisión del ser humano, su estudio se ha abordado desde la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1985). De este modo, la principal contribución académica de esta investigación es la diferenciación entre *binge-watching* planificado y *binge-watching* no planificado.

Binge-watching planificado es el consumo intencional de más de dos episodios consecutivos de una serie de ficción, habitualmente de contenido dramático. Tiene carácter de evento: se planifica en tiempo y recursos como cualquier otra actividad de ocio. Como tal, puede desarrollarse en solitario o en compañía (real o virtual). La televisión emerge como dispositivo principal.

La unidad de visionado es un conjunto de episodios determinado de antemano: serie completa, temporada completa o una parte concreta de esta. A menudo, especialmente cuando la experiencia es compartida, se practica cuando se lanza una nueva serie muy esperada o una temporada completa de una serie de éxito. Necesita por tanto de una determinada práctica por parte de la industria audiovisual: el lanzamiento simultáneo de

todos los episodios, frente al lanzamiento dosificado semanal. El maratón planificado está, de esa manera, frecuentemente ligado a la moda.

Los efectos psicológicos del maratón planificado son principalmente positivos: la gratificación basada en la evasión. Durante un tiempo, el espectador se encuentra inmerso en una trama envolvente, huyendo de la cotidianidad. Apenas se encuentra sentimiento de culpa debido a la premeditación de la actividad, a la normalización de la misma, a ser a menudo compartida, y a la consideración social positiva de la serie (“contenido de culto”). No obstante, también hay posibles efectos negativos ya que se observa un tímido sentimiento de culpa debido al carácter sedentario de la actividad.

Este consumo en maratón planificado tiene un efecto socializante. No solo porque se practique frecuentemente en compañía, sino también porque es un elemento integrador cuando gira en torno a una serie de moda, lo cual es habitual sobre todo en los jóvenes. Aun cuando la serie no sea de actualidad, las conversaciones sobre series y las recomendaciones se han popularizado, incluso en otros tramos de edad.

Desde el punto de vista físico se observan dos aspectos negativos: se trata de una actividad sedentaria y habitualmente ligada a hábitos alimenticios poco sanos, como la comida rápida.

Por el contrario, hemos denominado *binge-watching* no planificado al visionado de más de dos episodios consecutivos de una serie de ficción, habitualmente de contenido dramático, en un encadenamiento no premeditado. Tiene un carácter espontáneo: el espectador no ha planificado ni tiempo ni recursos para esa actividad, pero no puede parar el visionado debido a hallarse inmerso en una trama envolvente.

Aunque pueda practicarse en compañía, es más frecuente en solitario, debido a su carácter no intencional. Además de la televisión, emergen con fuerza los dispositivos de visionado de carácter individual, como ordenador, tableta o teléfono móvil.

La unidad de visionado es cada episodio individual, que se va enlazando al siguiente debido a la curiosidad que suscita la trama y al atractivo de los protagonistas, hacia los cuales los *bingers* pueden desarrollar fuertes lazos.

El *viewer* experimenta un descubrimiento en relación con la serie. No necesita que esta esté de moda o sea un lanzamiento reciente. Sólo necesita que los episodios estén disponibles.

En cuanto a los efectos psicológicos, estos son de carácter dual, pudiendo resumirse en una gratificación culpable. En contraposición a la gratificación derivada de la evasión, aparece un sentimiento de culpa tras la práctica del maratón no planificado derivado en primera instancia de la pérdida de control pero reforzado por el sedentarismo y la posposición de actividades. La ausencia de valoración social negativa de la práctica *binge-watching* y la normalización del comportamiento emergen como factores reductores de la culpa.

En cuanto al efecto social, a pesar del posible aislamiento pasajero del *viewer*, la consecuencia final del maratón no planificado es la integración, como ocurre con el maratón no intencional, pero en menor grado ya que, al practicarse más en solitario y no estar necesariamente ligado a la moda, se reduce su poder socializante.

Son destacables los efectos físicos negativos del maratón no planificado. Como el planificado, es sedentario y se liga a hábitos alimenticios poco saludables pero, a diferencia de este, se practica habitualmente a costa de perder horas de sueño y en ocasiones conduce a la procrastinación.

5.6 Limitaciones y prospectiva del Estudio 1

La investigación expuesta a lo largo de este capítulo no está exenta de limitaciones procedentes de la metodología utilizada y de las técnicas de recogida de datos.

5.6.1 Limitaciones propias de la metodología cualitativa

El Estudio 1 se ha abordado desde un enfoque exploratorio, según requería el estado del arte en el momento en que se inician los procesos de investigación. El objetivo de esta tesis, arrojar luz a la comprensión de la experiencia *binge-watching*, ha demandado una metodología cualitativa que, como tal, también aporta sus limitaciones.

Cierta subjetividad en el planteamiento

Dado que el objetivo final de la investigación cualitativa es revelar aspectos no conocidos en torno al problema, los conceptos y variables a investigar no están totalmente definidos previamente, sino que surgen a lo largo del proceso, lo cual podría considerarse relativamente subjetivo. Esto es especialmente aplicable en este caso, ya que la investigación se llevó a cabo en un momento en que el conocimiento en torno al *binge-watching* era muy escaso y se buscaba el descubrimiento.

Cierta subjetividad en la interpretación de los datos

Es habitual tachar de subjetiva la metodología cualitativa si la comparamos con la cuantitativa, que cuenta con un sustento numérico en el que apoyar los resultados. En esta investigación el objeto de estudio es el discurso de los espectadores, por naturaleza extenso, verbal, polisémico, y diverso, para cuyo análisis no hay reglas. La dificultad, en consecuencia, de esta fase del proceso de investigación es alta y susceptible de ser desarrollada desde una cierta subjetividad.

Proceso condicionado por los resultados

En la metodología cualitativa el análisis se realiza a lo largo de todo el proceso, lo cual, a su vez, lo condiciona. Por ejemplo, en la composición de la muestra se aplica la saturación como principio metodológico ampliamente aceptado en investigación cualitativa: se interrumpió la recogida de datos por considerar suficientes los ya obtenidos.

Resultados no conclusivos

La metodología cualitativa no aporta resultados concluyentes. Esta es una limitación que, por otro lado, se convierte en oportunidad, ya que invita a continuar investigando sobre el tema desde un prisma cuantitativo.

5.6.2 Limitaciones propias de las técnicas de recogida de datos

Por otro lado, en esta reflexión sobre las posibles limitaciones del Estudio 1 debemos considerar que la recogida de datos se ha realizado a través de técnicas cualitativas de interrogatorio, bien individuales, las entrevistas en profundidad y las técnicas proyectivas, bien colectiva, la reunión de grupo; bien directas, como las entrevistas y la reunión de

grupo, o indirectas, como las técnicas proyectivas aplicadas a lo largo de las entrevistas. En cualquiera de los casos, y a pesar de que han aportado interesante y abundante información, no se puede obviar que, como en toda investigación, cada técnica aporta sus sesgos al proceso.

Sesgo por influencia del entrevistador/moderador

Las técnicas utilizadas se catalogan, en contraposición a las técnicas de observación, como técnicas de interrogatorio.

Como apuntan Cornejo y Salas (2011, p. 12), en las técnicas cualitativas de interrogatorio “se acepta ampliamente el hecho de que el investigador y el investigado se influyen mutuamente”, lo cual puede afectar al discurso del entrevistado.

Aunque en este caso la labor de entrevistador y moderador la ha ejercido la propia doctoranda, que cuenta con amplia experiencia en la administración de estas técnicas, no se puede asegurar que los portadores de información se hayan sustraído por completo de una potencial, y por supuesto totalmente involuntaria, influencia. Se trata de un sesgo inherente a las técnicas utilizadas que no es posible cuantificar.

Sesgo por influencia entre los asistentes a la reunión de grupo

En el caso concreto de la reunión de grupo, la interacción entre los participantes, valorada tradicionalmente como una ventaja de la técnica, también puede entenderse como un sesgo, en la medida en que un punto de vista individual puede influir en el grupo (Ivankovich-Guillén y Araya-Quesada, 2011).

Aunque la doctoranda siguió estrictamente las normas de moderación buscando la participación de todos los asistentes y apaciguando a los líderes, nuevamente es difícil anular por completo ese sesgo.

Barreras psicológicas y sociales

Seguimos con las entrevistas en profundidad y la reunión de grupo. Como técnicas de laboratorio que son, el sujeto se sabe observado (Malhotra, 2008) y, en consecuencia, su discurso puede perder espontaneidad.

La conducta estudiada, *binge-watching*, aunque se vea rodeada de factores que disminuyen una posible consideración social negativa, no deja de ser un comportamiento

excesivo con ciertos efectos negativos cuya confesión pública, tanto ante el entrevistador como ante el grupo, puede estar afectada por barreras de tipo social o psicológico que pueden desembocar en un discurso alterado, distorsionado, incompleto y hasta falseado.

A pesar de ello, gran parte de los trabajos de investigación primaria realizados en torno al *binge-watching* recurren a técnicas de interrogatorio, bien sean cualitativas o cuantitativas, como se desprende de la revisión realizada por Starosta e Izydorczyc (2020).

Subjetividad propia de las técnicas proyectivas

Con el fin de contrarrestar el efecto anterior, se recurre a las técnicas proyectivas. Estos procedimientos buscan la expresión no razonada del participante evitando el efecto de posibles barreras. En contrapartida, la interpretación de los datos está sujeta a un importante componente subjetivo.

Además de los cuatro sesgos anteriores, inherentes a las técnicas utilizadas, podemos añadir otras dos circunstancias relativas a la muestra y al trabajo de campo que también deberían ser tenidas en cuenta.

Composición de la muestra de las entrevistas en profundidad

Otro comentario pertinente gira en torno a la muestra de las entrevistas en profundidad. Se aplica una selección por conveniencia buscando la máxima diversidad en torno al criterio edad. Este diseño se decide de manera intuitiva, pensando que la edad sería una variable relevante, lo cual se confirma posteriormente. Nos queda la duda de si podrían haber cambiado los resultados en caso de componer la muestra en torno a otro criterio.

Posibles cambios derivados del periodo de confinamiento

En lo que se refiere a las técnicas de interrogatorio cabe, por último, señalar que esta tesis doctoral se ha desarrollado a lo largo de varios años y el trabajo de campo del Estudio 1 terminó justo antes del periodo de confinamiento de la población española a causa de la Covid-19. Como ya se ha visto en el Capítulo 3, el aislamiento social sufrido trajo consigo algunos cambios en los hábitos de los espectadores en relación con el consumo de producto audiovisual, y en concreto de las series de ficción, que, lógicamente, no se reflejan en los resultados del Estudio 1, aunque sí se estudian a través de fuentes secundarias y se incorporan a la tesis.

5.6.3 Futuras líneas de investigación

De las diversas líneas de investigación que abre el Estudio 1, en esta tesis doctoral se opta por continuar con el enfoque cualitativo-exploratorio en torno a la experiencia *binge-watching* ya iniciado por el Estudio 1, con la intención de ampliarlo y complementarlo.

Debido a los inconvenientes expuestos en relación con el Estudio 1, se recurre a una técnica basada en el método de observación en entorno natural. Se opta por la observación con el fin de sortear las limitaciones de las técnicas de interrogatorio. Y se recurre al entorno natural en contraposición a las ya utilizadas técnicas de laboratorio, con el objetivo de analizar el discurso espontáneo de los espectadores de series. Esta segunda investigación realizada, denominada Estudio 2, se presenta en el Capítulo 6.

Otras líneas futuras de investigación serán expuestas en el Capítulo 8.3.

Capítulo 6. Estudio 2: La experiencia espontánea auto reportada de los espectadores de series

Militares, navegantes o topógrafos refieren la localización de la posición de un objeto en el espacio a partir de múltiples puntos de referencia, seguros de que la precisión será superior a la obtenida a través de un solo punto. Tal proceso se denomina triangulación. (Cea d'Ancona, 1998). Dado que la investigación de mercados trata igualmente de aproximarse a una realidad, fue bien acogida la traslación del término a este campo realizada por Denzin en 1970, quien propuso la triangulación como “la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos o métodos de investigación en el estudio de un fenómeno singular” (Pasadas del Amo, *et al.*, 2004. p. 2). Con este espíritu, el estudio expuesto en el Capítulo 5 continúa bajo un nuevo enfoque.

6.1 Justificación de la investigación

Asumiendo que las limitaciones de unos métodos y técnicas son las ventajas de otros, la triangulación se aleja de concepciones previas excluyentes y, con un carácter pluralista, apunta que existe un amplio abanico de técnicas complementarias a las que recurrir en función de los objetivos de investigación (Pasadas del Amo *et al.*, 2004),

Con el fin de acercarnos con más precisión a la realidad objeto de estudio decidimos recurrir a una segunda investigación, asumiendo entonces un proceso de triangulación. La

combinación propuesta por Denzin (1970) puede ser de fuentes de datos, de investigadores, de teorías, de métodos o múltiple si conviven dos o más de las anteriores. Recurrimos en este caso a la triangulación múltiple ya que en el segundo proceso de investigación dentro de esta tesis doctoral utilizamos una nueva fuente de datos y también un método diferente de recogida y análisis de datos.

El método ahora es la observación no estructurada de carácter indirecto y testimonial (no etnográfica), por lo que continuamos dentro del enfoque exploratorio y el ámbito cualitativo. La técnica en concreto es el análisis de contenidos.

La observación consiste en “el registro sistemático de patrones conductuales de personas, objetos y sucesos con el fin de obtener información sobre un fenómeno de interés.” (Malhotra, 2008, p. 202). En este caso la conducta observada será la expresión voluntaria de los espectadores sobre sus experiencias de consumo de series de ficción. La fuente de datos será la red 2.0.

La técnica elegida, el análisis de contenidos, consiste en la observación y estudio del contenido manifiesto de un mensaje.

Con esta elección contrarrestamos algunas de las desventajas propias de las técnicas de interrogatorio utilizadas en el primer proceso de investigación como la posible influencia del investigador, el sesgo de saberse investigado o la interacción de terceros, y abordamos el objeto de interés desde otro enfoque.

6.2 Objetivo de la investigación

Esta investigación cualitativa interpretativa estudia el consumo de series a partir de la información natural reportada por la audiencia a través de comentarios vertidos a la red 2.0. El objetivo último es describir, analizar, dar sentido o interpretar el fenómeno del consumo de series de ficción de género dramático y la experiencia que vive el espectador (Denzin y Lincoln, 2011).

Buscamos una comprensión detallada y profunda de la experiencia, las emociones, las variables que intervienen en el consumo de series de ficción que nos permita aproximarnos al fenómeno *binge-watching* desde una perspectiva fenomenológica, así como la

identificación de los elementos de la serie que incitan al visionado encadenado de episodios.

Bajo este objetivo formulamos las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Qué significado da el espectador al consumo de las series de ficción?
- ¿Cómo es la experiencia de consumo?
- ¿Cómo se expresa la implicación afectiva del espectador hacia la serie?
- ¿Qué elementos de la serie destacan como proveedores de experiencia?
- ¿En qué medida reporta el usuario información que puede ser sintomática de la práctica *binge-watching*?

6.3 Metodología

Para responder a las preguntas de investigación expuestas anteriormente, se ha llevado a cabo un análisis de contenido exploratorio cualitativo e interpretativo cuyo diseño se detalla a continuación.

6.3.1. Diseño de la investigación

Conscientes o no, los investigadores incorporan en su interpretación de la realidad ciertas creencias o supuestos filosóficos desde los que parten sus razonamientos. Esto nos enfrenta al reto de reconocer los presupuestos de partida del investigador y decidir si se deben mantener en la investigación. En los últimos 20 años se han identificado y consensuado cuatro supuestos filosóficos desde los que se aborda la investigación interpretativa (Denzin y Lincoln, 2011). Estos son la ontología (la naturaleza de la realidad), la epistemología (qué se considera conocimiento y cómo se justifican las necesidades de conocimiento), la axiología (el papel de los valores) y la metodología (el proceso de investigación).

De todos ellos, este trabajo parte del supuesto ontológico: se cuestiona cómo es la realidad del consumo de series de ficción y sus características. Desde esta posición es inevitable abrazar la idea de que existen múltiples realidades, vinculadas con cada serie, expresadas

con palabras diferentes por la audiencia y presentadas desde diferentes perspectivas (Creswell y Poth, 2018). Sin embargo, mientras un estudio narrativo se centraría en reproducir la historia de la experiencia individual de uno o varios sujetos, en este trabajo se opta por una perspectiva fenomenológica, reportando el significado que comparten diversos sujetos de la experiencia del consumo de series de ficción.

La fenomenología pone el foco en describir lo que tienen en común las personas que participan de un mismo fenómeno. De este modo, la experiencia individual se convierte en la descripción de la esencia de dicho fenómeno. Se trata de “la comprensión de la propia naturaleza de las cosas”, en palabras de Van Manen (1990, p. 177).

La adopción de una perspectiva fenomenológica justifica el uso de un *software* para el análisis de los datos ya que la fenomenología se encuentra a caballo entre lo cualitativo (experiencia del sujeto) y lo cuantitativo (la definición objetiva de la experiencia agregada de los sujetos).

6.3.2 Recogida de datos

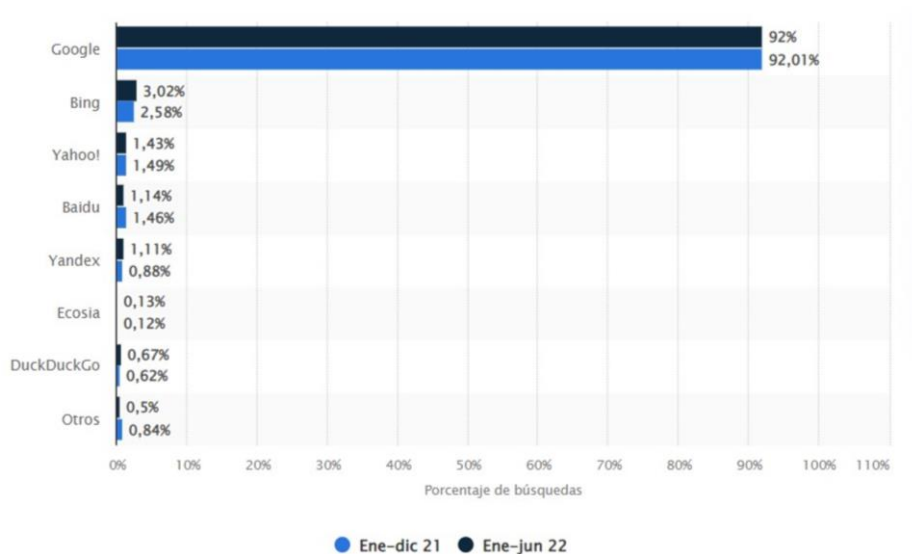
Es característico de la investigación cualitativa recoger datos en el lugar donde los participantes experimentan el fenómeno. La recogida de datos mediante la entrevista o la reunión de grupo no deja de ser una situación artificial donde el participante evoca la experiencia pero no la vive. Con el objetivo de acercarnos más al contexto en el que sucede el consumo de las series, este trabajo analiza las reseñas espontáneas que hacen los espectadores en la Web 2.0. Estas reseñas son la expresión natural de la vivencia del espectador que desea compartir con otros usuarios. Recordemos que el consumo de series acaba siendo una experiencia social, aunque el visionado haya transcurrido en solitario, y que la Web 2.0 se convierte en ese gran salón virtual en el que los usuarios comparten su experiencia durante o tras el consumo de la serie. Por ese motivo la red 2.0, donde los espectadores dejan la huella de sus vivencias en torno a las series, emerge como una interesante fuente de datos.

Fuentes de datos

Según Levine (2013), cuando se analizan reseñas es fundamental contar con un tamaño de muestra razonable a lo largo de un periodo de tiempo prolongado. En este estudio se analizaron 4.618 reseñas escritas originalmente en castellano en Google y Sensacine.com entre enero 2012 y julio de 2022.

Google permite a sus usuarios realizar comentarios de los contenidos que ofrece en su buscador. Siendo el buscador más utilizado en el mundo, con una cuota de mercado superior al 90%. Como se puede ver en la Figura 37, ofrecida por StatCounter en Statista, es una de las primeras opciones para el espectador. Google nos ofrece una muestra amplia y diversa, que trasciende de las fronteras españolas y nos permite aproximarnos al colectivo hispanohablante.

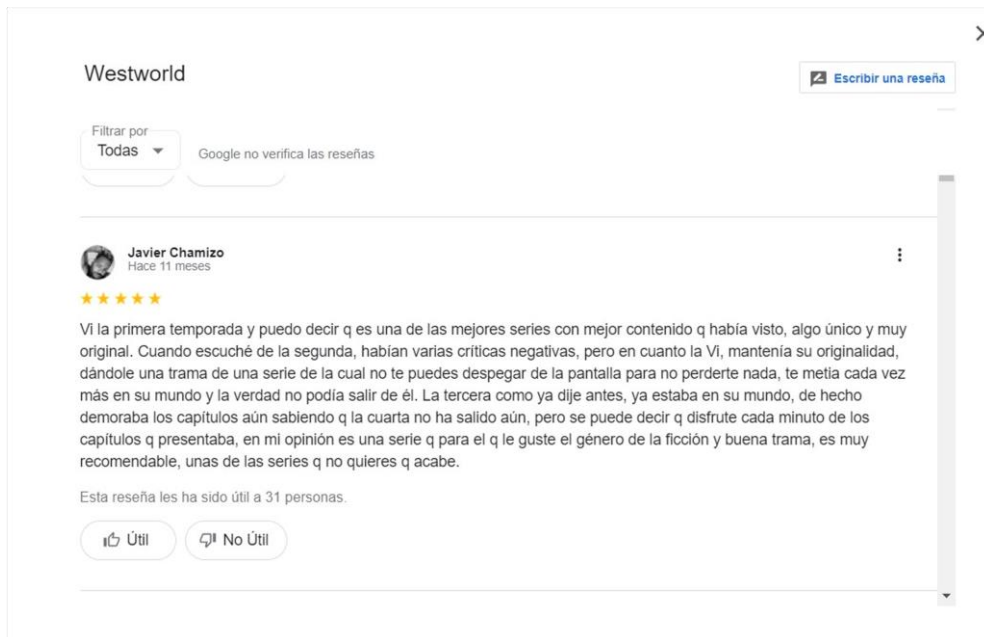
Figura 37. Cuota de mercado de los principales motores de búsqueda online a nivel mundial en 2021 y 2022



Fuente: StatCounter en Statista, (2023)

Para el espectador resulta tan fácil como introducir el nombre de la serie como término de búsqueda, que conduce a la información general sobre esta, y luego entrar en la pestaña Reseñas, donde puede puntuarla en una escala de 1-5 estrellas y emitir un comentario sobre la misma (Figura 38).

Figura 38. Ejemplo de reseña en Google

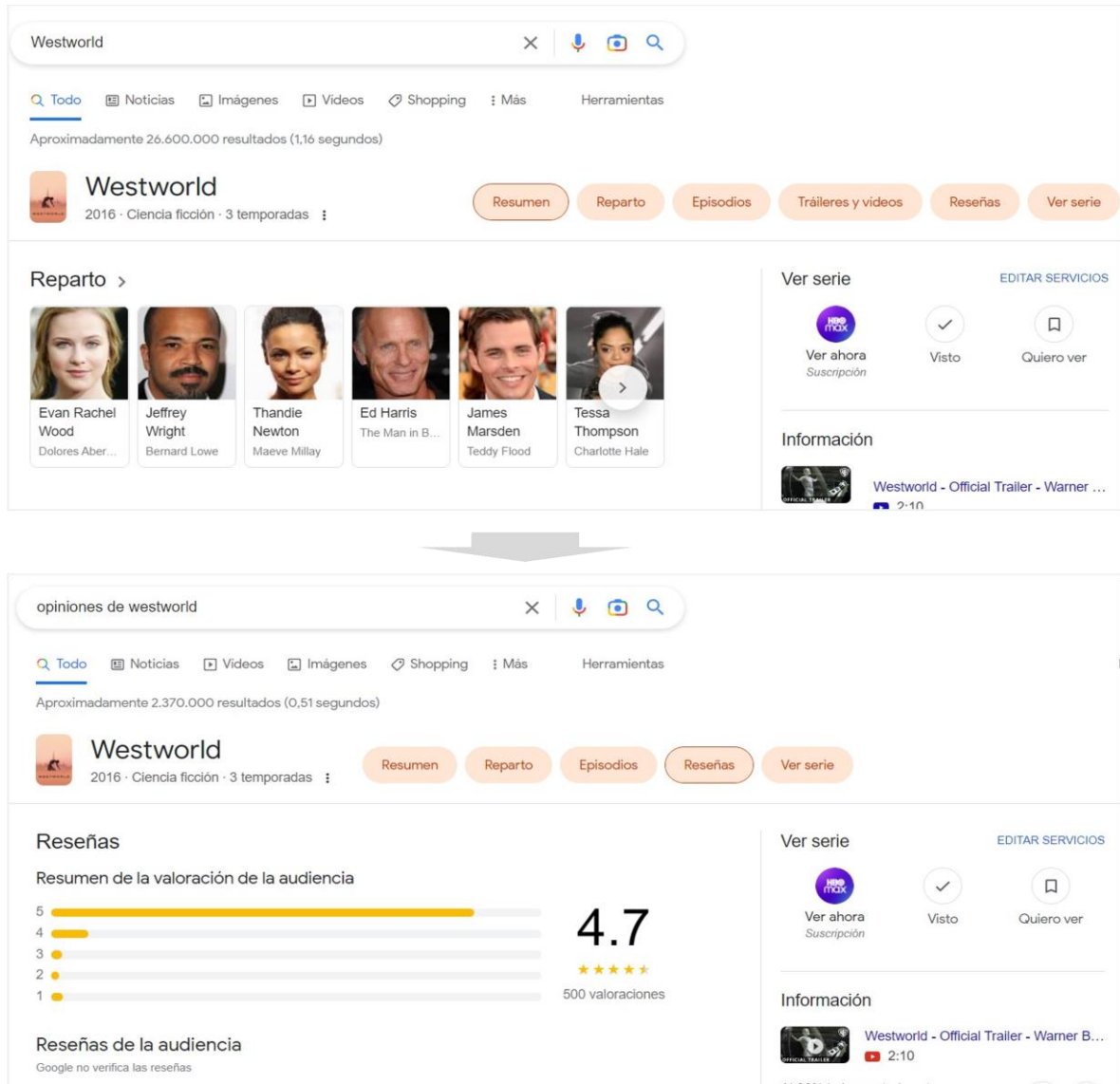


Fuente: Google (s.f.)

La reseña se presenta con el nombre de usuario del autor, la fecha en la que se ha hecho, que queda expresada en función de la distancia al presente (por ejemplo: Hace un año), y el número de personas que han valorado a su vez la reseña como útil o no útil. La Figura 39 ofrece un ejemplo de reseña sobre la serie *Westworld*.

El alcance de Google, la facilidad del proceso que ofrece a los usuarios y el alto número de reseñas que aporta a la muestra total son razones de peso para su elección.

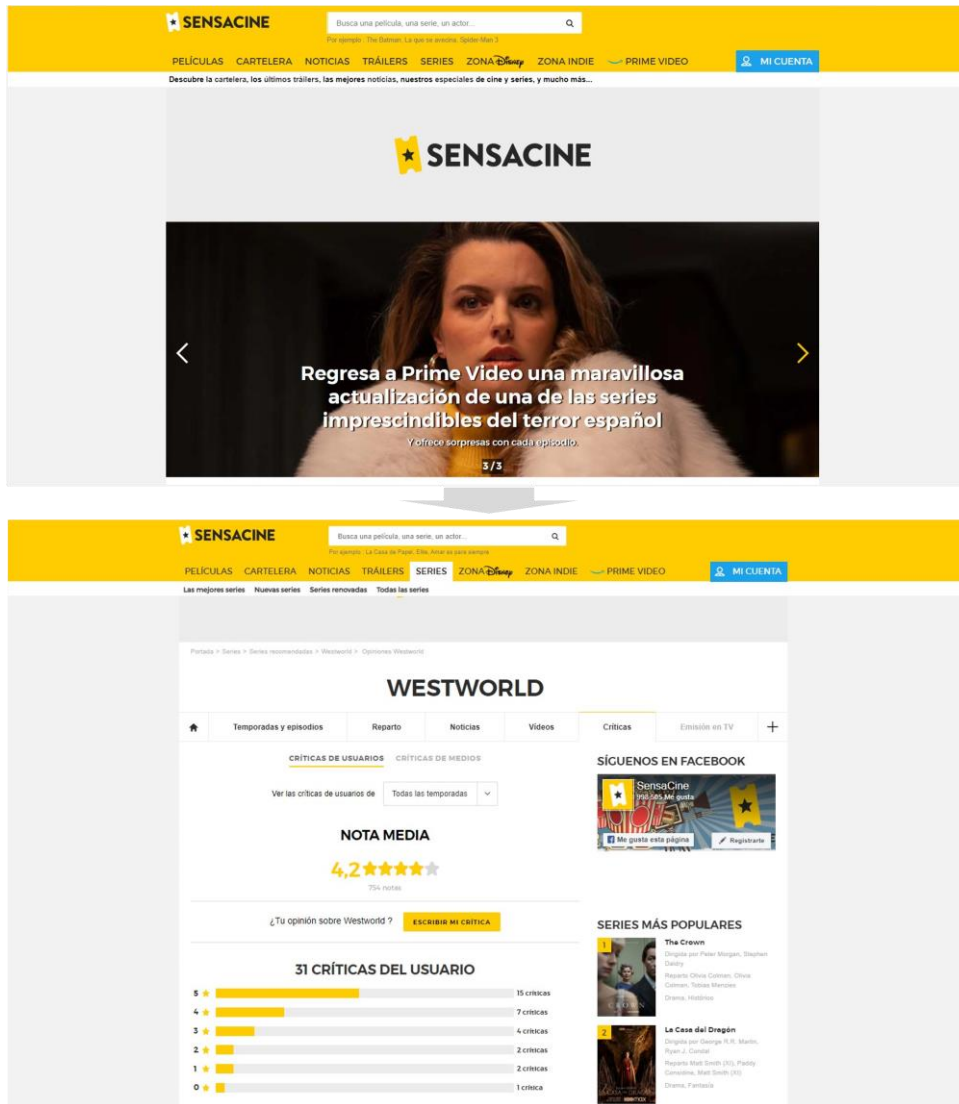
Figura 39. Proceso para incluir una reseña sobre series de ficción en Google



Fuente: Elaboración propia a partir de Google (s.f.)

La segunda fuente de datos seleccionada fue SensaCine.com. Se trata de una web española de información y actualidad sobre cine y series creada en 2008. Dispone de una sección específica sobre series donde se ofrece amplia información para los usuarios y se les permite realizar sus comentarios, a los que denominan críticas (Figura 40). A diferencia de Google, para aportar una crítica es necesario disponer de una cuenta.

Figura 40. Proceso para incluir una reseña sobre series de ficción en SensaCine



Fuente: Elaboración propia a partir de Sensacine.com (s.f.-a)

Como en Google, en SensaCine las críticas o reseñas de los usuarios incluyen una puntuación en una escala de 1-5 estrellas. En este caso los comentarios no pueden tener un número de caracteres inferior a 100. SensaCine ofrece un sistema un poco más sofisticado que Google, ya que permite al usuario seleccionar la parte del texto de la reseña que incluye *spoilers*.

La reseña se presenta con el nombre de usuario del autor, el número de críticas que ha hecho en SensaCine y los usuarios que le siguen, junto a la fecha completa de la publicación

de la crítica, y el número de personas que la han valorado de forma positiva y negativa. Todo lo anterior se muestra en la Figura 41.

Figura 41. Ejemplo de críticas en SensaCine

The screenshot shows the SensaCine website interface. At the top, there is a navigation bar with categories: PELÍCULAS, CARTELERA, NOTICIAS, TRÁILERS, SERIES, ZONA Disney, ZONA INDIE, PRIME VIDEO, and MI CUENTA. Below the navigation bar, there are tabs for 'Las mejores series', 'Nuevas series', 'Series renovadas', and 'Todas las series'. The main content area displays a list of reviews for the series 'The Crown'. Each review includes the user's profile picture, name, rating (stars), publication date, and a short critique. The right sidebar contains a Facebook link and a list of popular series with their respective posters and brief descriptions.

Fuente: Sensacine.com (s.f-b)

En contraposición a la amplitud y diversidad de Google, la elección de SensaCine como fuente de datos aporta a la muestra un colectivo de espectadores más interesados en el mundo audiovisual que la media, al tratarse de una web especializada en la que tienes que abrirte una cuenta si quieres participar. Frente al carácter internacional de Google, al ser una web española es posible que la muestra procedente de SensaCine esté más concentrada geográficamente.

Las razones expuestas convierten a SensaCine en un contrapunto a Google que enriquece la muestra.

Procedimiento de muestreo

Podría definirse la población como todas las reseñas sobre series de ficción que hayan sido escritas originalmente en castellano y publicadas en la Web 2.0 en los últimos diez años. Una población cuya magnitud requiere recurrir a un proceso de muestreo que identifique un subconjunto, la muestra, para ser estudiado.

La selección de la muestra se realiza en dos etapas. Primero se recurre a un muestreo por juicios que conduce a la identificación de 20 conglomerados. Los juicios aplicados fueron:

- La serie de ficción a la que deberían referirse las reseñas. Se seleccionaron 10 series considerando diversos criterios tales como el género, los galardones recibidos, la variedad en la extensión (número de temporadas), o la nacionalidad de la producción, de manera que combinados aseguraran una representación amplia de las series reconocidas por el público (Tabla 12).
- El lugar donde habían sido depositadas dichas reseñas. Se seleccionaron Google y SensaCine.com.

Tabla 12. Relación de series seleccionadas para la extracción de los comentarios

Serie	Estreno-fin de la serie	Nº de temporadas	Duración capítulo (min)	Género	Plataforma	País de origen	Reconocimientos	
1	Juego de tronos	2011-2019	8	50-80	Fantasia/ drama / acción/ aventura/ terror	HBO	Estados Unidos	59 Premios Emmy entre otros muchos
2	The walking dead	2010-	11	41-67	Terror	Netflix, Amazon Prime Video, Dinsey+, HBO Max y Movistar Plus	Estados Unidos	Numerosos premios, entre ellos, Mejor programa de televisión 2010
3	El cuento de la criada	2017-	4	50-64	Drama distópico	HBO	Estados Unidos	Numerosos premios Emmy, Sindicato de actores, Crítica televisiva
4	Strangers things	2016-	4	42-151	Ciencia ficción	Netflix	Estados Unidos	Actores famosos. Numerosos premios y nominaciones Grammy, Sindicato de actores, Crítica televisiva
5	Westworld	2016-	3	97-51	Ciencia ficción	HBO	Estados Unidos	Actores famosos. Numerosos premios y nominaciones
6	La casa de papel	20217-2021	5	50	Thriller	Netflix	España	Numerosos premios y nominaciones : Feroz, IRIS, Emmy Internacional, Unión de actores
7	Chernóbil	2019	1, es miniserie	60-72	Drama	HBO	Estados Unidos Reino Unido	Aclamación universal de la crítica y se convirtió en la serie mejor valorada de la historia por el portal especializado IMDb
8	The crown	2016-	5	47-61	Drama histórico	Netflix	Estados Unidos Reino Unido	Numerosos premios y nominaciones: Emmy, BAFTA,
9	Vikingos	2013-2020	6	45	Drama histórico / acción / aventura	Netflix	Canadá / Irlanda	Diversos premios Canadian Screen Awards
10	El juego del calamar	2021-	1	32-63	Acción / suspense / terror	Netflix	Corea del sur	Varios premios y nominaciones, como 79th Golden Globe Awards. serie más vista en la historia de Netflix, llegando a 111 millones de hogares en solo 17 días de lanzamiento

De los 20 conglomerados identificados, todos los elementos procedentes de SensaCine pasaron a componer la muestra (muestreo por conglomerados simple), mientras que los

elementos poblacionales procedentes de Google se sometieron a un proceso aleatorio simple de selección (muestreo por conglomerados bietápico).

Tamaño muestral y corpus para el análisis

Se obtuvieron 1.011 reseñas procedentes de SensaCine y 4.600 reseñas procedentes de Google elegidas aleatoriamente. Tras eliminar las duplicaciones de casos la muestra final contaba con 4.614 reseñas (Tabla 13).

Tabla 13. Composición de la muestra por serie y origen de la reseña

	Serie	Reseñas Google			Reseñas SensaCine			Total reseñas Google y SensaCine	
		Iniciales	Depuradas	%	Iniciales	Depuradas	%	Total	%
1	Juego de tronos	275	252	7,0	264	257	25,9	509	11,03
2	The walking dead	600	471	13,0	234	230	23,1	701	15,19
3	El cuento de la criada	125	125	3,5	21	20	2,0	145	3,14
4	Strangers things	1100	793	21,9	145	145	14,6	938	20,33
5	Westworld	75	75	2,1	23	22	2,2	97	2,10
6	La casa de papel	575	454	12,5	167	165	16,6	619	13,42
7	Chernóbil	100	100	2,8	35	34	3,4	134	2,90
8	The crown	225	218	6,0	9	9	0,9	227	4,92
9	Vikingos	225	218	6,0	97	96	9,7	314	6,81
10	El juego del calamar	1300	914	25,2	16	16	1,6	930	20,16
	Total	4600	3620	100	1011	994	100	4614	100

Fuente: Elaboración propia a partir de Leximancer

Utilizando un proceso de raspado de datos con un script de Python personalizado, los datos se descargaron y almacenaron en un archivo de hoja de cálculo. Cada uno contenía los siguientes datos: (a) nombre del autor, (b) valoración dada a la serie, (c) fecha de la reseña, (d) contenido de la reseña y (e) utilidad.

A partir de aquí se elaboró una base de datos que prescindía de algunos datos de menor relevancia y agrupaba los siguientes datos clave: (a) serie a la que corresponde la reseña, (b) rating, (c) count, que es el número de caracteres, incluyendo espacios, de la reseña (d) contenido de la reseña. La Figura 42 muestra el aspecto de esta hoja de cálculo.

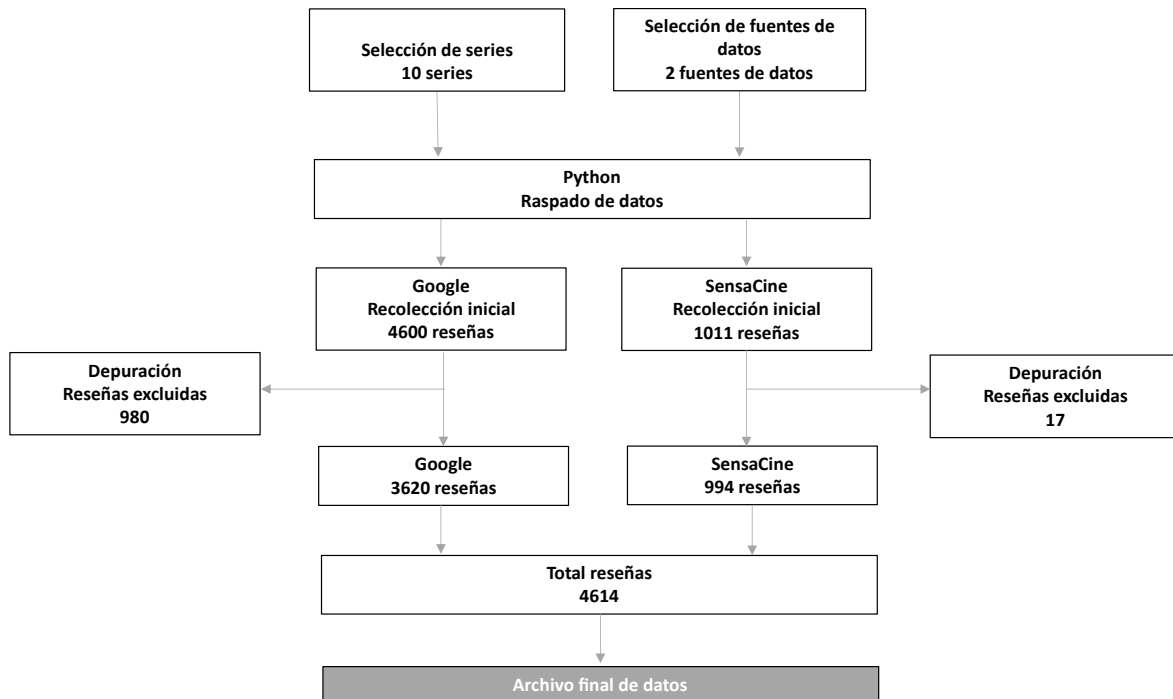
Figura 42. Detalle de la base datos empleada en el análisis

Serie	Rating	Count	Content
1	5	1649	Sin duda alguna estamos ante la mejor serie de la historia o entre las mejores. Si hay algo que caracteriza a Juego De Tronos es su enorme guion y grandiosos personajes. Una serie que te hará reír, llorar e incluso odiar. La serie tiene un gran desarrollo de personajes (Aunque en la octava temporada deja mucho que desear). Aquí en este show no hay un claro protagonista ya que cada personaje tiene un peso importante durante el programa. El show de HBO fue muy importante para futuras series ya que a raíz de esta serie muchas productoras decidieron invertir en las series de hoy en día. Yo creo que es un show muy adelantado por su gran avance en los efectos visuales para la pequeña pantalla también tiene muy buenos efectos de sonido. La banda sonora de Ramin Djawadi es una obra maestra y no me refiero solo a la intro sino la música en sí de la serie. Por supuesto la introducción con esa maqueta que va construyendo los siete reinos es una pasada mejor cabecera que esa ser á muy difícil de volver a ver. Para mi personalmente los mejores personajes son Ned, Tyrion, Jaime y Cersei. También tiene enormes frases como por ejemplo "El hombre que dicta la sentencia debe blandir la espada", "El poder reside don de los hombres creen que reside". Ni más ni menos. Es una sombra en la pared. Pero las sombras pueden matar. Y, a veces, un hombre muy pequeño puede proyectar una sombra muy grande". La elección de los directores ha sido muy buenas muchos de ellos dirigieron varios episodios de Los Soprano. Cada toma es una obra de arte y por supuesto tiene una magnífica fotografía. Gracias HBO por esta grandiosa serie que nos has traído.
1	5	1182	Es la mejor serie que eh visto en toda mi vida, es capaz de transmitirte los sentimientos. Llore por cada personaje que murió, cada historia de cada personaje es demasiado creible, la serie trata de fantasía y drama. Mi personaje es Arya porque es un objetivo claro del feminismo. Me gusta que en la serie se desarrolle el lgbtq+, feminismo, drama y fantasía. Quede pegada, cada capítulo termina cortante entonces hace que veas y veas la serie todo el día, personalmente es la mejor serie que eh visto en mi vida. Utilizan muy buenos efectos todo parece muy real los dragones, las luchas, etc. Todo es demasiado bueno! La recomiendo bastante incluso a los niños hay escenas para adultos, pero en ese caso se tapan los ojos. Cuando yo iba por la temporada 7 n o quería seguir viendo por qué no quería que se acabara por lo tanto me la veía de vez en cuando y cada capítulo era mejor que el anterior, uno con el final queda demasiado sorprendido aunque otras personas hubiesen hecho otro final, me parece impresionante el final de juego de tronos aunque me hubiese gustado que h hubiesen más temporadas! ¡Una muy buena serie! ¡Recomendable 100 por ciento! ¡No te arrepentiras de verla!

Fuente: Elaboración propia

La Figura 43 aporta un resumen del proceso descrito hasta llegar al archivo final de los datos preparados para el análisis (corpus).

Figura 43. Resumen del proceso de muestreo



Fuente: Elaboración propia

Muestra resultante

Se trataba de obtener una muestra de reseñas homogéneas y comparables relativas a series reconocidas por la audiencia.

Con el fin de conocer la valoración general (rating) que recibe cada una de las 10 series estudiadas, se calcula la media de las calificaciones obtenidas y también la dispersión de los datos a través de la medida de la desviación típica. Este análisis se ha realizado de forma separada para cada fuente de datos, Google y SensaCine, y también de manera agrupada. A continuación se presentan los resultados del análisis descriptivo descrito (Tabla 14).

Tabla 14. Análisis descriptivo de las valoraciones de las series (ratings)

Ratings por serie y fuente de datos							
Serie		Google		SensaCine		TOTAL	
		Media	Desviación típica	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
1	Juego de tronos	4,3	1,3	4,4	1,2	4,35	1,2
2	The walking dead	4,7	0,9	4,1	1,3	4,4	1,1
3	El cuento de la criada	4,4	1,2	3,4	1,7	3,9	1,5
4	Strangers things	4,9	0,7	4,4	1,1	4,7	0,9
5	Westworld	4,5	1,0	4,1	1,3	4,3	1,2
6	La casa de papel	4,4	1,3	3,2	1,9	3,8	1,6
7	Chernóbil	4,9	0,5	4,4	0,7	4,7	0,6
8	The crown	4,4	1,1	4,2	1,4	4,3	1,3
9	Vikingos	4,6	1,0	4,4	0,9	4,5	1,0
10	El juego del calamar	4,7	0,9	3,3	1,5	4,0	1,2

Se considera cumplido el objetivo de elegir series reconocidas por la audiencia ya que, siendo 5 la máxima valoración, todas obtienen en Google una calificación superior a 4,3 e incluso dos series se sitúan en 4,9. SensaCine arroja datos más moderados que Google, oscilando las valoraciones entre 3,4, y 4,4. El espectador que reseña en Sensacine ha acudido a una plataforma de contenido específico y, en consecuencia, es más exigente, se muestra más crítico y puntúa más bajo. También muestra SensaCine mayor dispersión en los datos de valoración en 8 de las 10 series analizadas.

También se analizó el tamaño de las reseñas por número de caracteres incluyendo espacios. En la Tabla 15 se indica el tamaño medio de las reseñas y la desviación típica por fuente de datos y total para cada serie.

Tabla 15. Análisis descriptivo de las reseñas por número de caracteres

Número de caracteres de las reseñas por serie y fuente de datos							
Serie		Google		SensaCine		TOTAL	
		Media	Desviación típica	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
1	Juego de tronos	262,5	423	305,8	275,1	284,2	349,1
2	The walking dead	307,7	403,9	227,2	245,6	267,5	324,8
3	El cuento de la criada	335,4	281,5	260,3	222,9	297,9	252,2
4	Strangers things	278,2	259	254,3	228,3	266,3	243,7
5	Westworld	271,1	159	229,9	202,1	250,5	180,6
6	La casa de papel	405,3	606	261,8	254,2	333,6	430,1
7	Chernóbil	405,9	855,2	191,1	154,2	302,5	504,7
8	The crown	417,6	395,4	255,5	247,3	336,6	321,4
9	Vikingos	327,3	392,1	241,1	234,3	284,2	313,2
10	El juego del calamar	411,8	411,8	248,9	265,9	317,7	338,9

El número de caracteres medio de las reseñas oscila entre 262,5 y 417,6 en Google, con alta desviación típica, que llega a 855,2. En SensaCine, aun habiendo un tamaño mínimo por reseña establecido en 100 caracteres, el tamaño es considerablemente inferior, oscilando entre 191,1 y 305,8 caracteres, siendo la dispersión también considerablemente inferior, con un máximo de 275,1.

6.3.3 Plan de análisis de datos

Los contenidos reportados por los usuarios satisfacen los requerimientos de la investigación cualitativa por la naturaleza del dato que proporcionan y brindan interesantes oportunidades a los métodos de análisis de contenido asistidos por ordenador (Spry y Dwyer, 2017; Tseng *et al.*, 2015; Wu *et al.*; 2014; Tkaczynski *et al.*, 2015). El gran volumen de datos generado por los usuarios necesita de la minería de textos con el fin de abordar un análisis que sería muy difícil de realizar manualmente. Por este motivo se escoge para el análisis de los datos de la presente investigación el *software* Leximancer (edición 5.0). Se trata de una herramienta ampliamente utilizada en el análisis de la experiencia de consumo del usuario en turismo y hostelería (Scott y Smith, 2005; Darcy y Pegg, 2011; Lee, 2014).

Como señalan Fisk *et al.* (2014, p. 159), "una característica del análisis de Leximancer es su fiabilidad evaluada de dos maneras: estabilidad y reproductibilidad". También Thompson

et al. (2014, p. 70) destaca sus ventajas: “este análisis alcanza la validez tan buscada por investigadores cualitativos puesto que supone validez aparente, estabilidad (muestreo de los miembros), y reproductibilidad, que a su vez implica la validez estructural (muestreo de representativos), validez predictiva y validez correlativa”.

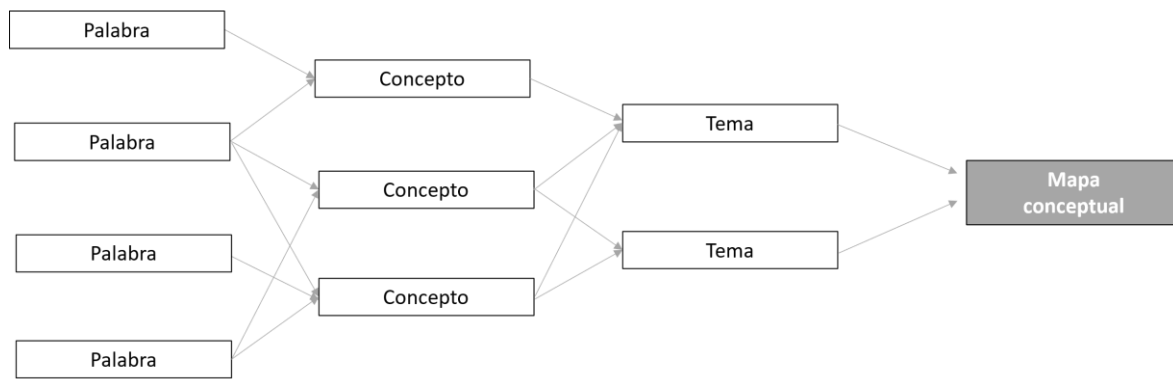
Por último, según apuntan McKenna y Waddell (2007), Leximancer limita la influencia del investigador al construir los conceptos sin la necesidad de una referencia lexicográfica externa.

Leximancer es una aplicación de *software* de minería de texto que codifica automáticamente grandes conjuntos de datos cualitativos (Haynes *et al.*, 2019) y arroja los resultados del análisis en forma de mapas conceptuales. La presente investigación, de naturaleza cualitativa, estará respaldada por los datos cuantitativos ofrecidos por Leximancer (Sicilia *et al.* 2013)

A diferencia de otros programas de análisis de contenido como NVivo o ATLAS.ti, Leximancer utiliza su propio algoritmo para analizar el significado dentro de los párrafos del texto. Basándose en la teoría estadística bayesiana, transforma la información de co-ocurrencias léxicas del lenguaje natural en patrones semánticos sin necesidad de supervisión (Smith y Humphreys, 2006).

Leximancer identifica inicialmente las palabras clave "que viajan juntas a lo largo del texto" (Guía del usuario de Leximancer, 2021, p. 17) y las agrupa en un concepto. Los conceptos pueden ser nombres propios o palabras. Bajo el término palabras se agrupan los sustantivos comunes, verbos o adjetivos. Leximancer clasifica los conceptos e identifica las palabras que aparecen frecuentemente en las frases que contienen cada concepto. Cuando los conceptos coinciden en el texto, se representan juntos en el mapa conceptual. El *software* agrupa esos conceptos en *clusters* y los etiqueta como temas. El mapa conceptual es un mapa de calor de los temas en el que la importancia del tema se expresa en color, del rojo al violeta, según el espectro del arco iris. Este proceso se representa en la Figura 44.

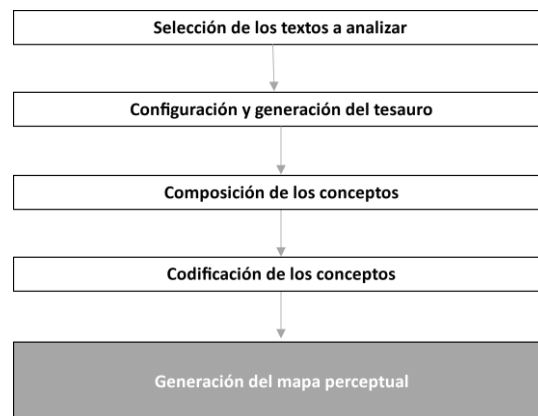
Figura 44. Modelo simplificado de extracción de patrones semánticos en Leximancer



Fuente: Elaboración propia a partir de Wu *et al.* (2014)

Para obtener resultados interpretables, fue necesario configurar la semilla de los conceptos y el tesoro (lista de palabras seleccionadas para representar los conceptos). El proceso completo se representa en la Figura 45.

Figura 45. El proceso de análisis de Leximancer, paso a paso



Fuente: Elaboración propia a partir de Haynes *et al.* (2019)

De esta manera, Leximancer permite identificar cuáles son los temas principales de un texto, ver cómo se relacionan los temas entre sí e identificar los archivos de origen que contienen esos temas (Wu *et al.*, 2014).

6.4 Resultados

Se generaron mapas conceptuales visuales y resultados estadísticos que permiten comprender mejor la experiencia que reporta la audiencia de las diez series de ficción

seleccionadas. La unidad de análisis fue la reseña. En primer lugar se presentan los resultados globales obtenidos y a continuación los resultados de las 5 series cuyo volumen de respuesta era superior al 10% de la muestra.

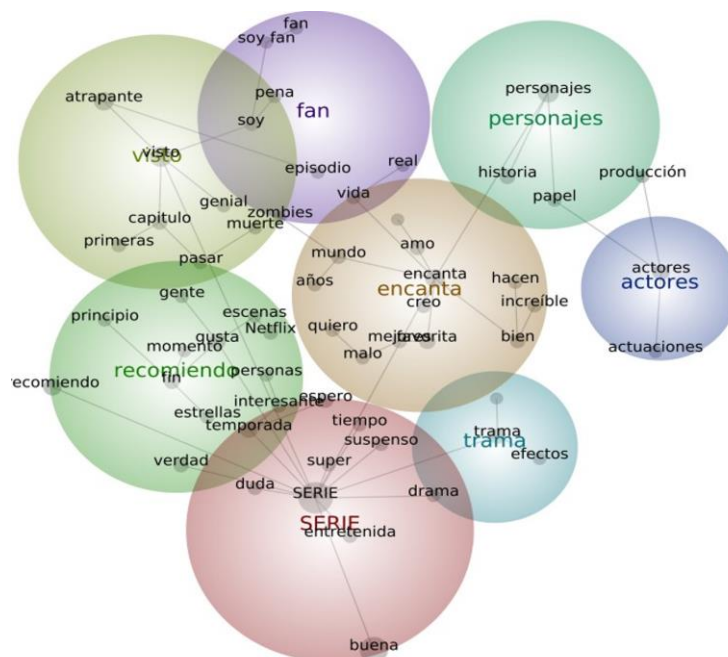
6.4.1 Resultados globales

A continuación se analizan los datos obtenidos con carácter general, es decir, no ligados a ninguna serie. Comenzamos por el mapa conceptual.

Mapa conceptual

El mapa conceptual (Figura 46) se configuró para presentar el 100% de los conceptos reconocidos disponibles; el tamaño del tema se fijó en el 46%, lo que se considera una elección adecuada (Spry y Dwyer, 2017). Se seleccionó una vista de red tópica del resultado. Estas mismas características se mantuvieron a lo largo de todo el análisis.

Figura 46. Mapa conceptual de co-ocurrencias léxicas encontradas en los comentarios de la audiencia de las series de ficción estudiadas



Se encontraron 59 conceptos que se agrupaban en torno a 8 temas: serie, encanta, visto, recomiendo, personajes, actores, trama y fan. El mapa conceptual representa las relaciones entre los 8 temas y los 59 conceptos encontrados.

La Tabla 16 expone el número de reseñas (*hits*) relacionadas con cada uno de los 8 temas.

Tabla 16. Número de hits por tema

Temas	Hits número de reseñas relacionadas
Serie	1102
Encanta	456
Visto	427
Recomiendo	405
Personajes	343
Actores	158
Trama	119
Fan	36

Lo primero que llama la atención es la diversidad de tipologías en los temas encontrados: cuatro (*serie*, *personajes*, *actores* y *trama*) son relativos a la propia serie o sus elementos, y dos (*visto* y *recomiendo*) se refieren a una participación activa del espectador, mientras que los dos restantes se desarrollan en el plano afectivo: *encanta* (refleja intensidad, grado en que la serie atrapa al espectador) y *fan*, que denota una condición en la que se reconoce el espectador.

En cuanto al tema dominante, *serie*, por su carácter genérico y central, resulta lógica su mayor presencia en reseñas (1102) frente al resto. Lo mismo podría decirse de *visto* (427), que ocupa el tercer lugar. También *recomiendo* (405) es un tema esperable si tenemos en cuenta que los espectadores utilizan la Red 2.0 para recomendar y ser recomendados en materia de series de ficción. Resulta muy interesante el segundo tema en número de *hits*, *encanta* (456), que expresa la intensidad de la implicación del espectador la serie. Por su parte, *personajes* (343), *actores* (158) y *trama* (119) son elementos a valorar dentro de la serie. Los personajes emergen como pieza principal en la implicación, muy por encima de actores y trama. El tema *fan* se es minoritario, con 36 *hits*, lo cual es lógico al ser el que demuestra mayor compromiso con la serie.

A continuación se analizan en profundidad cada uno de los ocho temas y sus conceptos asociados. Para argumentar este análisis se aportan algunas reseñas originales de los espectadores, a las cuales tan solo se les ha eliminado los emoticonos pero no se les ha hecho ninguna revisión ortográfica o semántica.

Tema 1. Serie

Serie aparece en 1102 de las 4614 reseñas estudiadas.

Aglutina los conceptos: *SERIE, buena, temporada, espero, entretenida, suspenso, duda, interesa, tiempo, drama y super.*

La Tabla 17 resume el tema Serie.

Tabla 17. Resumen Tema 1: Serie

Tema	SERIE
Número de reseñas	1102
Peso sobre el total reseñas	(23,9 %)
Conceptos	<i>SERIE</i> <i>buena</i> <i>temporada</i> <i>espero</i> <i>entretendida</i> <i>suspenso</i> <i>duda</i> <i>interesa</i> <i>tiempo</i> <i>drama</i> <i>super</i>

Presente prácticamente en una de cada cuatro reseñas, *serie* se erige como tema dominante, siendo palabra comodín que permite nombrar el objeto comentado.

Dado que la mayoría de las reseñas son positivas, lo cual se desprende de los temas y conceptos que arroja el mapa perceptual y, sobre todo, de los ratings obtenidos, todos por encima de 4 sobre 5 en Google y de 3 sobre 5 en SensaCine, como ya hemos visto en la Tabla 14, parece lógica la presencia de un concepto positivo genérico como *buena* referido a la calidad de la serie:

- *Ya entiendo porque es una de las mejores series del mundo, la recomiendo 100% , desde el primer episodio logro captar mi atención, además es una serie muy **buena** y esta muy bien hecha, también tiene un muy buen reparto.*

Además de esta evaluación global, los espectadores valoran muy positivamente el género *dramático* y el recurso del *suspense* dentro de la trama. Todas las series seleccionadas para el estudio son del género drama y también en gran parte de las mismas el *suspense* domina la narrativa (Tabla 12, resumen series). Ambos conceptos, drama y *suspense*, aparecen a menudo ligados en el discurso:

- *La mejor serie de Zombies por lejos, tiene de todo: **suspense, drama**, acción, romanticismo, se hacen querer mucho los personajes y que sus papeles en la serie sean tan poco predecibles y corran el riesgo de morir de manera brusca sin que tengan la inmortalidad que tienen los personajes principales y secundarios en la mayoría de las series hace que esta sea simplemente genial. Realmente es una muy buena serie, re contra recomendada. Saludos desde Argentina*

Drama y *suspense* emergen como generadores de *interés* y facilitadores de evasión, pues *entretener* es distraer, divertir, recrear (Real Academia Española, s.f.-b, definiciones 1 y 3), en definitiva, evadir, lo cual emerge como objetivo del visionado,

- *Una de las mejores series que jamás he visto. Al principio no sabía si darle una oportunidad, pero pronto me di cuenta que cometía un error. Una serie con una trama bastante **interesante**, que sabe combinar el drama y la acción a la perfección.*
- *Hola a todos no soy de series, de hecho, me aburren pero esta la empecé a ver por casualidad y no pude parar hasta el último capítulo es alucinante **entretendida** y sobre todo te da mucho que pensar ¿para cuando la 4 temporada?*

Los conceptos *espero* y *temporada* van frecuentemente unidos. Reflejan la expectativa que la serie genera a causa de ofrecer un relato interesante y capaz de evadir al espectador con un formato fragmentado en temporadas.

- *Por el momento muy entretenida. **Esperemos la 2 temporada***

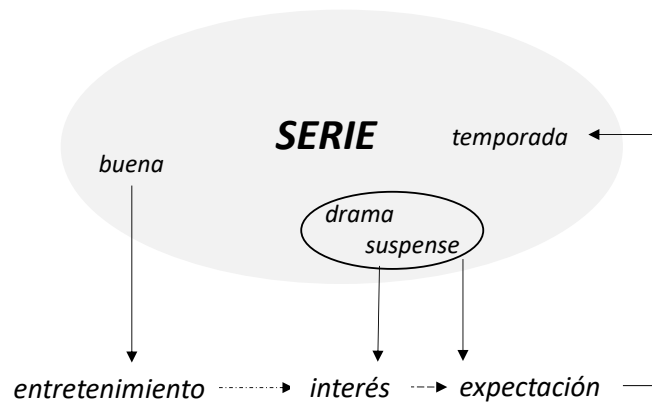
Para finalizar, tres conceptos secundarios: *super*, *tiempo* y *duda (sin duda)*. Los tres se utilizan con el fin de enfatizar el discurso, a menudo en torno a aspectos positivos de la serie:

- ***Super** entretenida la serie, y te engancha desde el primer capítulo y no es predecible.*

- *Excelente serie no quiero hacer spoiler. Lo mejor que veo en mucho **tiempo**. Gracias*
- *Excelente de principio a fin sin **duda** marcará un antes y un después en series*

En conclusión (Figura 47), la serie emerge como elemento central del discurso, frecuentemente rodeada de conceptos positivos y a menudo enfatizados: calidad, capacidad para entretener y para despertar un interés que genera expectación ante el estreno de las nuevas temporadas. Se ensalzan el género dramático y el suspense como elementos de valor.

Figura 47. Análisis del Tema Serie



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de Leximancer

En las preguntas de investigación nos cuestionábamos acerca de la presencia del consumo en atracán o maratón en el discurso del espectador. Se observa una relación entre los conceptos que aglutina el Tema 1 y el comportamiento *binge-watching*, presente en el relato de los espectadores, que declaran haber visto episodios de sus series preferidas de forma encadenada:

- *¡Magnífica! Me la tragué **de una sentada**. Puede que tenga varios tópicos anti URSS pero, obviando esto, la serie es muy buena.*

Al visionado consecutivo se llega tanto de manera premeditada como espontánea:

- *Una serie con 8 capítulos puede ser mejor q una serie con 8 temporadas... Si esta serie es buena de principio a fin, **super recomendada para maratonear un fin de semana viendo 4 capítulos por día** aunque se que en un solo día se la veran toda. Y*

al finalizar de verla pueden pasar por mi canal de Youtube de tecnología, informática, gaming y más Busca en youtube : Untalandres

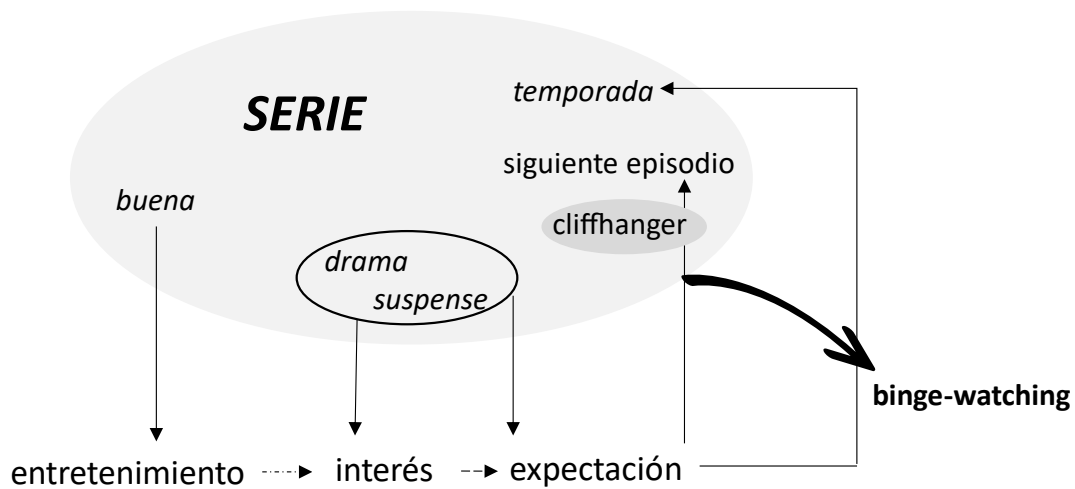
- *La mejor serie que he visto....al principio vi que eran muchas temporadas y pense que me aburriria....Al final fue todo lo contrario...**despues de cada episodio, no podia esperar para ver el proximo.....***

El género drama confirma su capacidad para generar expectativas y atrapar al espectador, que se identifica con los personajes hasta el punto de sufrir, llorar o reír con ellos:

- *La mejor serie de Netflix, en mi opinión.... Tiene de todo, nos hace **entrar en catarsis, sufrimos, amamos y odiamos con los personajes.***

En definitiva, podríamos integrar el comportamiento *binge-watching* dentro del gráfico resumen del Tema Serie (Figura 48):

Figura 48. Binge-watching en el Tema Serie



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de Leximancer

Según se refleja en el gráfico, los espectadores reconocen la eficacia de la práctica del *cliffhanger*, acabar los episodios en un momento álgido de la trama, a la hora de provocar el comportamiento *binge-watching*.

- *Una serie super centrada ,con mucho y buen suspenso del que no te aburres , ademas de que **cada capitulo te deja ansioso** y con ganas de más 100% ADICTIVA*

Tema 2. Encanta

Encanta aparece en 456 de las 4.614 reseñas estudiadas.

Aglutina los conceptos: *ENCANTA, favorita, bien, mejor, mundo, amo, vida, creo, quiero, increíble, hacen, escrita, malo, y años.*

La Tabla 18 resume el tema Encanta.

Tabla 18. Resumen Tema 2: Encanta

Tema	ENCANTA
Número de reseñas	456
Peso sobre el total reseñas	(9,9 %)
Conceptos	<i>ENCANTA favorita bien mejor mundo amo vida creo quiero increíble hacen escrita malo años</i>

Encanta es el concepto central, que da nombre al tema. Si atendemos a la definición del término encantar no podemos quedarnos sólo en la intensidad con que algo agrada (Real Academia Española, s.f.-a, definición 4), ya que otras acepciones, como atraer, ganar la voluntad de alguien (Definición 2), o “someter a poderes mágicos” (Definición 1), adquieren significado en este contexto y expresan la capacidad de la serie para cautivar al espectador. El Tema *encanta* refleja el efecto emocional de la serie sobre la audiencia.

Las emociones que experimenta el espectador son de gran intensidad y se transforman en sentimientos hacia la serie y sus personajes. El discurso adquiere en ocasiones altos grados de exaltación, recurriendo a menudo al concepto *amo* y sus variantes (amar, enamorarse).

- *Definitivamente la mejor serie de todos los tiempos, más que cualquier otra sin dragones, te **amo** game of thrones nunca cambies*

La experiencia afectiva que se refleja en los relatos de los espectadores es, en la mayoría de los casos, positiva, capaz de conducir a una preferencia de la que surgen los conceptos *mejor* y *favorita*.

- *Es la **mejor** serie que vi en mi vida. En cada aspecto es buenisima. Creo que los efectos especiales no se van a poder repetir en años ya que son buenisimos. La trama en sí- me encanta y el desarrollo de personajes tambien. Lo unico malo es el final que lo quisieron hacer de una manera rapida pero no les salio bien*

Favorita (favorito, favoritas, favoritos), va ligado a la serie (serie favorita) o hacia alguno de los personajes:

- *10 de 10 mi serie **favorita**, disfrute mucho y cuando la termine me quede con ganas de mas, me hubiera gustado de jon snow y aria se hubiera quedado con un mejor final...*
- *Me encanto solo que me dio mucha tristeza que se murio la chica era mi **favorita** los finalistas eran mis 3 favoritos que triste pero bueno quiero ver la temporada 2*

La trama envolvente que ofrece la serie es capaz de construir una fantasía que el espectador expresa bajo el concepto *mundo*, el cual emerge con un significado profundo, ya que es usado para aludir al universo de la serie: atractivo, compartido y repleto de simbologías, un “mundo encantado” en el que el espectador se encuentra temporalmente inmerso:

- *Es sin duda alguna una de las mejores series de toda la historia, lo tiene todo para que disfrutes cada capítulo y haga que siempre quieras más, la trama a medida que avanza te lleva por un sin fin de emociones, te hace llorar, reír, amar y odiar a ciertos personaje. La actuación de cada personaje te sumerge totalmente en su historia, los detalles de las escenas, los efectos especiales, los diálogos, la ambientación y los vestuarios hacen que te sientas en la era medieval por completo, la trama cada vez va a mas, la evolución de los personajes es sencillamente magnifica. Toda persona*

*debería darse una oportunidad para sumergirse en el **mundo** de GOT para que pueda disfrutar de una de las mejores historias que te tendrá enganchado de principio a fin. Muchos odian el final pero es gusto de cada quien y en lo personal tal vez podían haber hecho un final mejor pero es un final aceptable.*

Secundariamente, *mundo* es utilizado bajo otra acepción con el fin de expresar rotundidad (*la mejor serie del mundo*) y se usa para enfatizar el discurso, de la misma manera que ocurre con *vida*: (*es la mejor serie que he visto en mi vida*).

Volviendo al significado de *mundo* como el universo propuesto por la serie, es precisamente su alejamiento de la cotidianidad lo que lo convierte en atractivo: es una fantasía, es *increíble*:

- *Es una maravilla. El manejo de los personajes es excelente, la ambientación, la música, los giros en la trama, y el desarrollo de los personajes es una delicia. Gracias por haber hecho tan maravillosa serie. Y por supuesto gracias al escritor que creo todo este **increíble** universo.*

Increíble es un adjetivo que también actúa para enfatizar la calidad de la serie.

- *Excelente y atrapante mini serie. **Increíble** la ambientación del lugar y épocas. Muy recomendable.*

De igual forma, el adverbio de modo *bien*, junto con los adjetivos relacionados, *bueno/buenos/buena/buenas*, son palabras recurrentes para destacar aspectos positivos de la serie.

Pero el discurso del espectador en ocasiones es un análisis organizado en el que no todo es positivo. *Malo* surge como contrapeso a los abundantes comentarios favorables que generan las series, en una dualidad bueno - malo.

- *Excelente serie, una aventura completa televisiva, era obvio que una producción tan **bien** lograda tuviese q ser basada en una gran historia como lo es Canción de Hielo y Fuego. Sinceramente me gustó toda la serie al menos hasta su final y desenlace. Lo **bueno**: personajes, actuaciones (la de Peter con Tyrion), tramas, efectos, tomas épicas, guion (hermosísimo guion), Toda la serie hasta la temporada 8. Lo **malo**: -la*

inconsistencia de la trama al final-el derroche de oportunidades al final-el desenlace de personajes como Bran y Jon Snow-La larga duración de los últimos capítulos simplemente por no hacer 10 de 40 minutos. El final no es del todo malo, pero sí bastante exagerado y algo fuera de lugar, es como si se hubiesen quedado sin ideas y empezaran a buscar una forma apresurada de cerrar la serie. Lo mejor para mí: La batalla contra el Rey de la Noche y el ejército de los Muertos.

Escrita y sus variantes (escrito, escritor, escritores) aparece frecuentemente en forma de felicitación. Se reconoce el guion como un elemento clave para que la serie *encante*.

- *Sin duda ha sido la mejor serie q he visto . Me atrapó desde el primer capítulo. Muy bien x el **escritor***

Pero *escrita* es un concepto que también aparece en reseñas negativas, a menudo cuando al espectador no le gusta cómo se desarrolla la trama o el destino de alguno de los personajes.

- *Lamentablemente no comparto la opinión de muchos, ya que para mí- el **escritor** mato de raíz la serie en la temporada 4 a sacrificar al personaje principal de esta excelente historia (Ragnar Lodbrok). Seria para darle popularidad a los demás personajes o para quitarle protagonismo al personaje principal. Bueno no lo se, ya que es cosa del **escritor**. Por eso para mí- digo lamentablemente porque hasta la temporada 4 capítulo 3 la ví-*

Lo anterior es nuevamente un reflejo del poder de la serie para desatar en el espectador emociones de gran intensidad en magnitud pero a veces de carácter bipolar. Precisamente por la alta afinidad que la serie genera en la audiencia, esta se vuelve implacable cuando algún elemento de la misma no cumple sus expectativas. Si considera que alguno de los protagonistas muere prematuramente, que la serie se alarga sin sentido, que el desenlace no está a la altura del desarrollo o que la serie está sobrevalorada, los espectadores expresan su frustración sin pudor alguno:

- *Todo estaba bien estaba fenomenal, esperaba con ansía y algo de tristeza la última temporada... Y cuando llegó, sentí que queriais dejar la serie, que os ibais rápido, que habí-a que cerrar si o si este "culebrón"... Parecía que existían otras prioridades*

y el encanto se perdió. La escena de la elección del nuevo rey fue fantasmagórica, no puede ser que tanto y tan bien hecho lo echarais al agua en un abrir y cerrar de ojos. Mi voto es un 4 por todo lo anterior y la quinta estrella en blanco por la última temporada. Adios Juego de Tronos.

- *INSULTO TELEVISIVO Una estructura narrativa que ya saca de quicio a cualquiera de la audiencia ha ido perdiendo la paciencia y las ganas con el paso de los años. Muchos han aguantado estas ocho temporadas, pero, dudo que la mitad regresen en la novena porque la serie ha perdido su capacidad de sorprender al espectador. Su estructura narrativa se ha convertido en una trampa mortal además de en una pérdida absoluta de tiempo y en tomadura de pelo. Siempre caracterizada por un gran comienzo, un desierto en mitad de la temporada con la pérdida de atención por parte del espectador y un final espectacular con grandes artificios y clímax. solo las 3 primeras temporadas fueron buenas. 4 5 y 6 tiene cliffhangers por abusar y giros inverosímiles e inconsistentes. Muchos deus ex máquina. La 7 8 y 9 ya eran hasta anticlimáticas desde la "muerte" de Rick hasta la escena en que negan fue derrotado. La estúpida e inverosímil forma de morir Carl. La falsa muerte de Glenn en la 6 temporada cuando Nicholas decidió suicidarse y cae encima de Glenn, y pensábamos que había muerto y nos cortan con un cliffhanger para el siguiente episodio no había sido comido por qué tenía al Nicholas encima. O el final de la 6 donde dan vuelta en un carretera para terminar con un cliffhanger y la primera escena bien dirigida de The Walking Dead. O sea un baitfui muy fan de twd cuando era joven, pero la serie es un bodrio a partir de la 4 temporada, La segunda era la que de verdad hacía que los personajes tuvieran conflictos Morales y éticos. Dónde la historia la movían los personajes y no la historia a ellos. O toda la 4 cuando se pierden después del gobernador se reúnen y terminan con un otro cliffhanger. Y literalmente la temporada 10 tiene uno de los peores capítulos calificados con 4.1 de promedio ¿Entonces? La dirección es malísima y de telenovela, capítulos enteros de relleno. La serie le hace baits al espectador para luego un cliffhanger que anteriormente no se construyó nada. La serie comienza a dejar de ser interesante por que se vuelve predecible e inverosímil, inmediatamente después de una calma saldrá una tormenta de la nada para reiniciar el panorama en su punto más bajo. sin*

mencionar el CGI mal hecho la poca continuidad narrativa de dirección en donde en ocasiones se veía la tela de la grabación tiene the walking dead algún diálogo bien construido y decente en toda la serie? ¿O siempre escriben frases que pretenden tener un clímax lapidario y acaban dando vergüenza ajena? Es que vaya pesadilla.

Las emociones intensas que experimenta el espectador en relación con la serie también derivan en una necesidad de continuar con el visionado, apuntando de nuevo al comportamiento *binge-watching*, como denota el uso frecuente del concepto *quiero* unido al siguiente episodio o a las próximas temporadas de la serie:

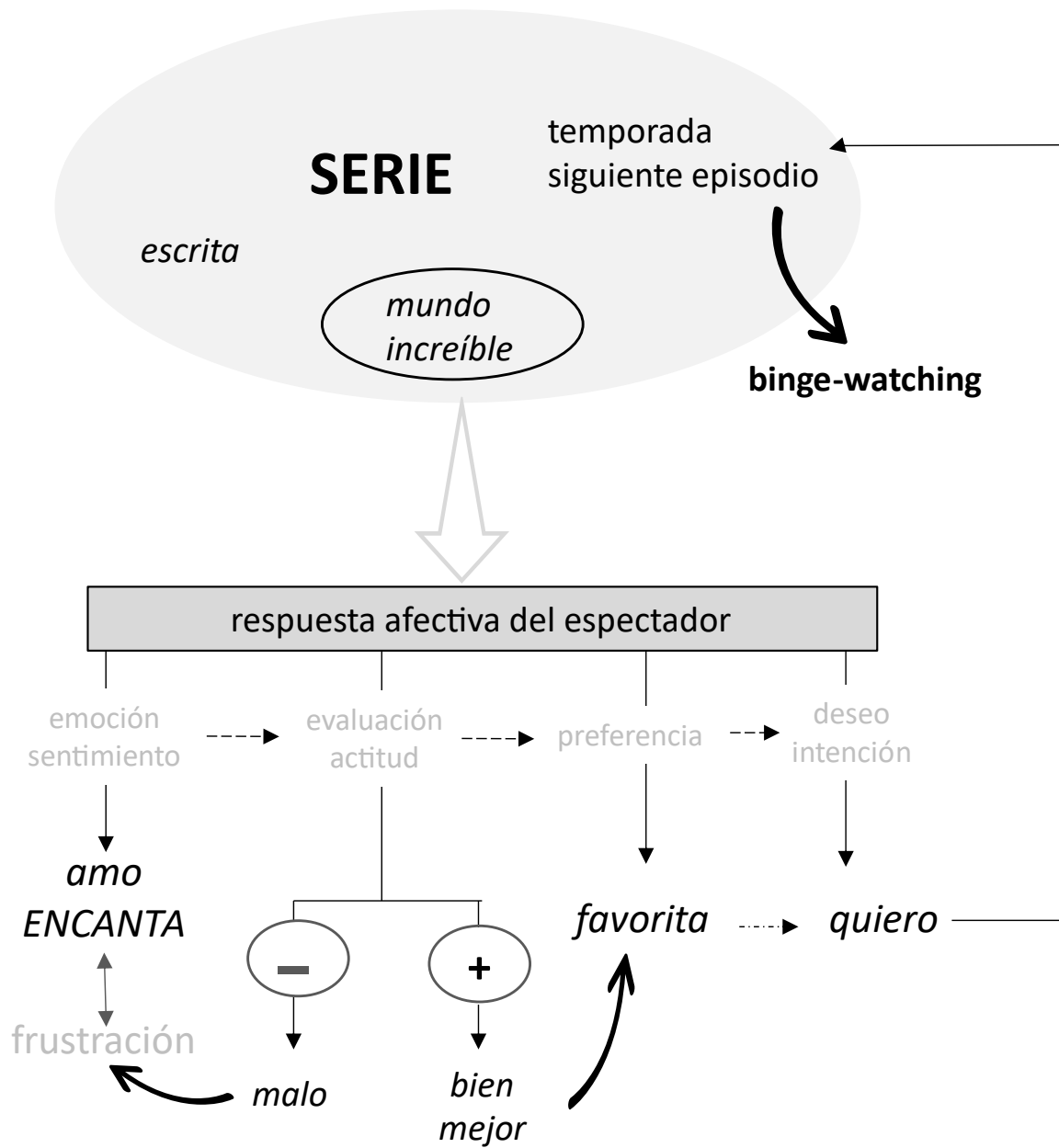
- *Me encantó esta serie, te atrapa al instante, me gusta la época en la que está basada 80/90, es muy interesante, te terminas un cap y ya **quieres** ver el otro, los personajes están muy bien hechos, todos tienen relevancia, ninguno es menos interesante me gustó mucho eso, cada personaje tiene su historia, sus actuaciones me encantaron, a pesar de que la serie es de suspenso y ciencia ficción siento que lo saben equilibrar, ya quiero ver la 4ta temporada en fin, si les gusta la ciencia ficción, el suspenso y el misterio VEANLA no se van a arrepentir*
- *Me encanto esta serie.. **Quiero** mas temporadas please*

Para finalizar, desestimamos el concepto *años* ya que se usa para establecer referencias temporales sin que tenga mayor interés para el análisis, al igual que los conceptos *creo* y *hacen*, que se repiten como herramientas para articular el discurso.

En resumen, el visionado de la serie genera una serie de emociones intensas (amor) y evoluciona al nivel afectivo hacia una evaluación casi siempre positiva (bien, mejor), generando una actitud capaz de construir un sistema de preferencias (favorita) y un deseo (quiero) hacia los próximos episodios o las nuevas temporadas que a menudo conduce al consumo encadenado de episodios. Todo ello es fruto de la trasportación a universos (mundo) increíbles a través de tramas (escrita) envolventes y fuertemente polarizantes (malo) cuando se alejan de los planes que el espectador ha construido en su mente.

La Figura 49 resume la experiencia del espectador en torno al Tema Encanta.

Figura 49. Análisis del Tema Encanta



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de Leximancer

Tema 3. Visto

Visto aparece en 427 de las 4614 reseñas estudiadas.

Aglutina los conceptos: *VISTO*, *atrapante*, *capitulo* y *primeras*.

La Tabla 19 resume el tema Visto.

Tabla 19. Resumen Tema 3: Visto

Tema	VISTO
Número de reseñas	427
Peso sobre el total reseñas	(9,2 %)
Conceptos	<i>VISTO</i> <i>atrapante</i> <i>capítulo</i> <i>primeras</i>

Visto es el concepto central que da nombre al tema. Al igual que ocurría con *serie*, es palabra comodín que, en este caso, aborda el aspecto cognitivo del proceso: la percepción del estímulo, en este caso la serie. De hecho visto y serie aparecen frecuentemente unidos.

- *Para mi es la mejor serie que he visto por lo menos en los últimos dos años, gran historia, además de que son acontecimientos reales, una obra maestra.*

Algo parecido puede comentarse sobre los conceptos *capítulo* y *primeras*.

Inherente al relato fragmentado que ofrece la serie, *capítulo* hace referencia a la unidad de visionado y tiene la misión de articular el discurso del espectador. En realidad se trata de una utilización errónea, aunque vulgarizada, del término. Capítulo hace referencia a las divisiones en una obra literaria mientras que cuando la obra es una producción cinematográfica el término correcto es episodio. Por este motivo solo usaremos la palabra capítulo cuando hablemos por boca del espectador.

También *primeras* es palabra recurso. En cualquiera de sus variantes (*primeras/primeros/primera/primero/primer*) acompaña a temporada o a capítulo y sirve para situar el discurso en relación con un momento de la serie.

- *Las tres primeras temporadas muy buenas, después han perdido el hilo y el argumento se ha vuelto muy monótono. Una lastima*

En ocasiones se utiliza para enfatizar:

- *Es una serie que te **atrapa** desde el **primer** capítulo.*

De los cuatro conceptos reunidos bajo el tema *visto* sin duda el más interesante es *atrápante*, un término de uso extendido aunque no esté reconocido por la Real Academia de la Lengua Española. Su significado, “que atrapa”, se utiliza en sentido figurado, como sinónimo de cautivador, fascinante o envolvente, y se aplica a historias (libros, películas, series...).

- *¿Qué puedo decir? Más allá de que me pareció increíble, fue toda una experiencia. George R. R. Martin es un genio, tanto los libros como la serie son tan **atrápantes**, con un desarrollo y una historia que te cuela hasta en los huesos.*

En el discurso de los entrevistados el término *atrápante* se aplica a la serie en su conjunto, pero también a la trama, los episodios o el argumento. Es la cualidad de la serie que provoca el consumo encadenado:

- *Totalmente recomendable! Tenes que tener mucho **autocontrol para no enviarte!** Diferente, con contenido social. En el primer capítulo pude entender lo poderoso que es el dinero en nuestras vidas. Lo considerarí-a un Dios (o su antitesis) para muchos en esta vida! Muyy **atrápante!!***

La pérdida de control y la sensación de enganche o adicción son expresiones frecuentes en la narración de la experiencia de los espectadores.

- *Por mucho, la mejor serie que he visto. En verdad sentí por momentos **que no podía parar**. La trama, actores, vestuario, cualquier cosa puede pasar allí. La recomiendo al 1000%, es excelente y maravillosa la manera como te haces parte de la historia y sientes que estas dentro de ella. Fabulosa.*
- *Un **vicio!** Esa desesperacion por saber qué pasaría en el proximo capítulo o en el proximo instante. Me encantó!*
- *Totalmente recomendable! **Tenes que tener mucho autocontrol para no enviarte!** Diferente, con contenido social. En el primer capítulo pude entender lo poderoso que es el dinero en nuestras vidas. Lo consideraría un Dios (o su antitesis) para muchos en esta vida! Muyy **atrápante!!***

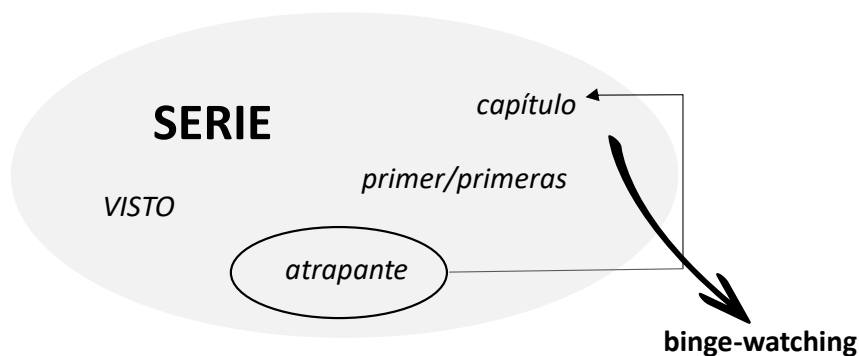
- *Que me parece la Serie? Increíble. El nivel de las actuaciones es excelente, la trama de la historia, los escenarios escogidos, el vestuario, la fotografía, los efectos. Te **engancha** cada capítulo. La empiezas y ya **no puedes parar**.*

Esta sensación de sentirse atrapado, de enganche o de pérdida de control, es parte del disfrute de la audiencia. No se atisba en los espectadores sentimiento de culpa alguno en relación con la práctica del *binge-watching*. Tan solo el hecho de publicar su experiencia ya es una muestra de que se encuentran lejos de sentirse culpables. La consideración de la serie como contenido de culto, que ejerce un efecto amortiguador sobre la posible culpabilidad provocada por el comportamiento *binge-watching*, se refleja en las reseñas:

- *Simplemente maravillosa, lo que he vivido con esta serie, no lo he vivido con ninguna otra. El resto del universo Twd también es maravilloso pero aquí me centraré en la serie madre. Devolviendo el género zombie auténtico a la cultura del cine en el 2010, **convirtiéndose en culto**,...*

La Figura 50 resume la experiencia del espectador en torno al Tema Visto.

Figura 50. Análisis del Tema Visto



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de Leximancer

Tema 4. Recomendando

Recomiendo aparece en 405 de las 4.614 reseñas estudiadas.

Aglutina los conceptos: *RECOMIENDO, gusta, verdad, fin, Netflix e interesante.*

La Tabla 20 resume el tema Recomendando.

Tabla 20. Resumen Tema 4: Recomendando

Tema	RECOMIENDO
Número de reseñas	405
Peso sobre el total reseñas	(8,8 %)
Conceptos	<i>RECOMIENDO</i> <i>gusta</i> <i>verdad</i> <i>fin</i> <i>Netflix</i> <i>interesante</i>

Recomiendo, acción de recomendar, es la etapa final del camino que atraviesa el espectador a lo largo de la vida de la serie cuando ésta le ha *gustado*. La Real Academia de la Lengua Española (s.f.-e) nos ofrece dos acepciones aplicables: “aconsejar algo a alguien para bien suyo” (Definición 3) y “hablar o empeñarse por alguien, elogiándolo” (Definición 2). *Recomiendo*, por tanto, es un reconocimiento a las cualidades de la serie hasta el punto de resultar aconsejable su visionado.

- *Esta fue la primera serie de Netflix me pareció muy **interesante** y me atrapo demasiado tanto al punto de soñar con ella es una de las mejores series Netflix la **recomiendo** totalmente*

Lógicamente, a este nivel de “recomendador” sólo llega aquel espectador al que la serie le ha parecido *interesante* y, en consecuencia, le ha *gustado*.

- *"Sinceramente "" El juego del CALAMAR "" es la serie que mas me **gusto** en **Netflix** es muy buena y **interesante** llama mucho la atención todas las escenas en fin les **recomiendo** que lo vean les va a encantar SALUDOS"*

También llegar hasta el *fin/final* de la serie es condición para recomendarla. Se desprende del análisis de los discursos que el final de la serie es una pieza clave en la valoración de esta. Entendido como cierre de la temporada o de la serie completa, el *final* es un elemento

fundamental en la gestión de las emociones del espectador. Es frecuente el sentimiento de frustración:

- *Me encanto aunque el **final** no tanto pero es buenisima vale la pena esperando su segunda temporada*
- *Una serie tremenda,, el **final** me dejo un poco confundida pero ese giro inesperado le dio un toque epico*
- *No le doy 5 estrellas porque no me gusto el **final** la verdad pero enserio la recomiendo mucho porque es muy buena serie amooo*

El concepto *Netflix* es inherente a la recomendación. Aparece a título informativo para que el lector pueda encontrar la serie dentro de la oferta de plataformas *VOD*.

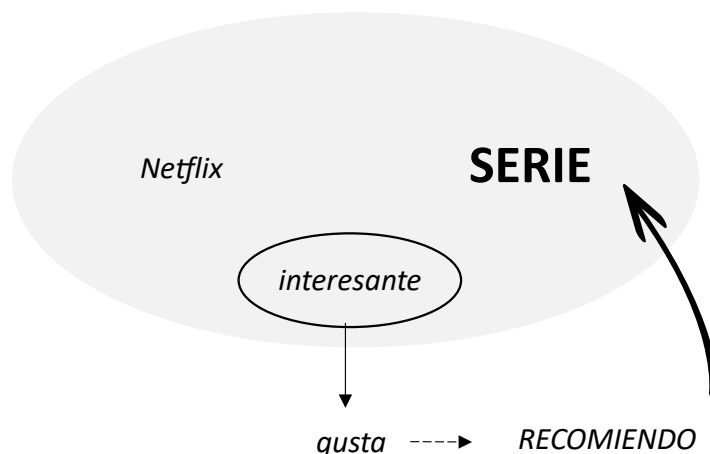
Por último, el concepto *verdad* aparece con el fin de enfatizar el discurso.

- *La mejor serie de **Netflix** de los últimos años, es una pasada la **verdad** maravilloso.*

Como se ha visto en capítulos anteriores, compartir la experiencia de visionado es un comportamiento propio de los *binge-viewers*, como también lo es recomendar, concepto principal analizado en este tema.

La Figura 51 resume la experiencia del espectador en torno al Tema Recomendando.

Figura 51. Análisis del Tema Recomendando



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de Leximancer

Tema 5. Personajes

Personajes aparece en 343 de las 4614 reseñas estudiadas.

Aglutina los conceptos: *PERSONAJES* e *historia*.

La Tabla 21 resume el tema Personajes.

Tabla 21. Resumen Tema 5: Personajes

Tema	PERSONAJES
Número de reseñas	343
Peso sobre el total reseñas	(7,4 %)
Conceptos	<i>PERSONAJES</i> <i>historia</i>

Los *personajes*, elemento principal de la serie, ejercen una fuerte atracción sobre el espectador, que se identifica con ellos emocionalmente:

- *La mejor serie de Netflix, en mi opinión.... Tiene de todo, nos hace **entrar en catarsis, sufrimos, amamos y odiamos con los personajes.***
- *La mejor serie de zombies que puede haber, sigan así por favor. Aunque me entristece recordar que Glenn y Carl ya no están espero que los **personajes** puedan seguir recuperándose, y que ya no halla más muertes de nuestros **personajes** preferidos:(revivan a Carl o Lloro. Y no la hagan tan larga porque a mis papas no le gusta. Gracias.*

En ocasiones la admiración es tal que el espectador llega incluso a convertir en ídolos a sus personajes favoritos, lo cual es propio de los fans, como se verá más adelante.

- *Me encanto , mi **personaje** preferido es Millie Bobby Brown (Eleven) .quiero que salga ya la temporada 4 , mi **idola** es Millie Bobby Brown . Tengo muchas cosas de *Stranger Things* y soy super fan de *Stranger Things* *Stranger Things* te enseña muchas cosas :1 . Los amigos no mienten (*Friends Don't Lie*) .2 . No todos los heroes llevan capa (*Not All The Heroes Wear A Coat*) .y eso es todo .*

Cuando el concepto *historia* aparece unido a *personajes*, hace referencia a la vida de estos:

- *Esta serie es tope de gama, te hace reír, amar y odiar, la mejor que he visto en mi vida. Cada **personaje** tiene una **historia**, un desarrollo y un fin. Y voy a decir que no estoy de acuerdo con los que piensan que el final es malo, para mí es magnífico, solo hay q darle una vuelta de tuerca y todo entenderemos al verdadero heredó al trono de los 7 reinos.*

También es frecuente encontrar el concepto *historia* como sinónimo de argumento de la serie:

- *Yo lo recomiendo por el nivel de detalle su **historia** y su creatividad para los juegos*

Tema 6. Actores

Actores aparece en 158 de las 4.614 reseñas estudiadas.

Aglutina un solo concepto: **ACTORES**

La Tabla 22 resume el tema Actores.

Tabla 22. Resumen Tema 6: Actores

Tema	ACTORES
Número de reseñas	158
Peso sobre el total reseñas	(3,4 %)
Conceptos	<i>ACTORES</i>

Los *actores* emergen como un elemento importante dentro de la serie, un aspecto más que elogiar:

- *Todos los **actores** y **actrices** son maravillosos*
- *Muy buena serie la verdad, dinámica entretenida y con buenos **actores** y una analogía muy buena con la realidad, la super recomiendo*

- *Grandiosa serie te atrapa al instante, muy pegada a los ochentas, con una muy buena trama, aparte del suspenso y la comedia, los actores saben muy bien cómo interpretar a los personajes, que por cierto son muy interesantes, y te encariñas de inmediato con ellos, la recomiendo.*

La gran mayoría de los comentarios de la muestra son positivos, lo cual puede deberse a las series seleccionadas, todas ellas galardonadas y reconocidas por público y crítica.

Tema 7. Trama

Trama aparece en 119 de las 4614 reseñas estudiadas.

Aglutina un solo concepto: *TRAMA*

La Tabla 23 resume el tema Trama.

Tabla 23. Resumen Tema 7: Trama

Tema	TRAMA
Número de reseñas	119
Peso sobre el total reseñas	(2,6 %)
Conceptos	TRAMA

La *trama* de la serie es la manera en que los distintos componentes (personajes contexto, narrador y acción) se entrelazan. No es lo mismo que argumento, aunque a menudo se confunden:

- *Sus **tramas** y personajes estan muy buen escritos*

Al igual que ocurría con *personajes* y *actores*, en las series seleccionadas la *trama* se convierte en elemento a ensalzar:

- *La **trama** engancha muchísimo.*
- *La mejor serie del mundo. Desde la **trama** hasta las actuaciones de los actores superan las expectativas. Esperando la temporada 4!!!*

Tema 8. Fan

Fan aparece en 36 de las 4.614 reseñas estudiadas.

Aglutina un solo concepto: *FAN*

La Tabla 24 resume el tema Fan.

Tabla 24. Resumen Tema 8: Fan

Tema	FAN
Número de reseñas	36
Peso sobre el total reseñas	(0,8 %)
Conceptos	<i>FAN</i>

Aunque cuantitativamente sea el menos notorio de los ocho temas, su presencia en el discurso es muy importante, al expresar un alto grado de implicación del espectador hacia la serie.

Algunos espectadores se reconocen fans de la serie:

- *La mejor serie de la historia. Soy super **fan**. Increíble producción y reparto.*

O fans del género:

- *La mejor serie que vi en mi vida. Soy **fans de las películas de Zombies**. Con *The Walking Dead* quedé impactada, es la mejor serie, la volveré a ver miles de veces porque es la mejor. La recomiendo.*
- *Vale la pena verla y más si eres **fan de la ciencia ficción** y temas de IA. La razón por la que le doy tres estrellas es porque la forma en que una de las "anfitrionas" logra tomar el control de su destino, no es creíble y si los humanos tuviéramos ese nivel de "control" sobre la IA... We're screwed!*

O fan de un personaje:

- Amo esta serie, espero la temporada 11 en español, que nunca acabe por favooooooooooooor, amooooooooo, mi personaje favorito es **Norman Reedus**, espero que algún día vengan a conocer a **sus fans latinos**, los amoooooooooo

O bien identifican que existe una comunidad fan en torno a la serie:

- *Una copia al juego del miedo y a la casa de papel. El mensaje oculto está bueno, el alma de la serie. Tiene muchos errores lo cual denota que Netflix quiso sacar la serie lo más rápido que pudo sin pulir los detalles. Normalmente me gusta el contenido de sur corea pero como siempre la mano de Netflix arruinando los contenidos. Mírala, no te vas a aburrir pero no creo que merezca las buenas críticas y **el fanatismo que tiene**. No es dark. Es para pasar el rato y para personas que no buscan el buen contenido y calidad. Solo para consumidores compulsivos.*

Dentro de las reseñas de aquellos espectadores que se declaran fans, se detectan diversos elementos comunes:

- Una fuerte conexión emocional con la serie
 - *Absolutamente increíble y asombrosa esta gran experiencia con esta Genial serie, The best series sin duda alguna, marco mi vida como **Fanatico** y jamás **idolatrare** otra serie como esta. Mi personaje favorito sin duda Daryl Dixon sus características como cazador y sobreviviente son Asombrosas y Espectaculares pero en el general Todos los personajes son Increíbles. Mi Serie favorita Forever. Desde Venezuela #THEWALKINGDEAD #FOREVER.*
- La conversión de los personajes en ídolos:
 - *Me encanto , mi personaje preferido es millie bobby brown (eleven) .quiero que salga ya la temporada 4 , **mi idola es millie bobby brown** . Tengo muchas cosas de stranger things y soy super **fan** de stranger things stranger things te enseña muchas cosas :1 . Los amigos no mienten (friends dont lie) .2 . No todos los heroes llevan capa (not all the heroes wear a coat) .y eso es todo .*

- La admiración hacia el universo ofrecido por la serie:
 - *No es necesario escribir tanto, los **verdaderos fans** sabemos lo increíble que es el **universo TWD** simplemente es perfecta...*
- La experiencia compartida
 - *Guau, excelente, es de las mejores que he visto,. Espero ansiosa por la temporada cinco. **En mi familia somos fans**, sacamos nuestras propias conjeturas, y hasta ya organizamos una quiniela*
- El sentimiento de participar en una comunidad
 - *Game of Thrones, no es una serie de televisión que se pueda entender en términos convencionales posee una grandeza en todo los ámbitos vistos y por haber. Es algo más. Una conjunción de lenguajes que más que contar una historia, ofrece un sofisticado menú de personajes para crear lo más difícil que se puede crear en el espectáculo de hoy: **una comunidad** .Recalcó que todo ser humano puede tener interés. Insisto **todos los millones de fan áticos nos sentimos parte de ella**, porque entre sus personajes hay elementos con los que nos identificamos, porque podemos entender todo ese horror de poder y sangre, el horror de poder y sangre en el que vivimos.Siempre es más gratificante sentir que somos ese niño, ese enano, esa ciega, esa viuda o ese manco, que todaví-a tienen esperanza, a ser lo que somos. Admito que una de las más grandes*
- La integración en comunidades virtuales
 - *Soy muy **fan** tengo ropa de st y tengo hasta una **cuenta en tik tok**.*
- El comportamiento activo respecto de la serie
 - *La mejor serie en el mundo, me **encanta mi favorita**. De todas las series sin duda esta el la mejorsoy **mega fan** tengo **ropa de S.T**. mi **fondo de pantalla** etc solo miren la foto de perfil.Literalmente lo único que tengo en **mi lista de mi cuenta de Netflix** es Stranger Things y **El universo de Stranger things** además tiene el mejor elenco del mundo -Finn Wolfhard HELLFIRE-Millie Bobby Brown (Mi actriz favorita) Club-*

Gaten Matarazzo-Noah Schnapp (ademas amo a Millie)-Caleb mclaughlin-Sadie Sink Actúan muy bien.

- *Yo no soy de ver series porque no me atraen para nada, pero esta es la única que me interesa y veo actualmente ,siempre me gustaron las historias de zombies, la veo desde el 2012 ,tení-a 7 años ,ya se una edad nada recomendable, pero desde el primer episodio me he vuelto un gran **fan** ático ,tanto que también empecé a **coleccionar los comics***
- El sentido crítico respecto de la serie:
 - *Es sin duda LA serie de fantasí-a número 1 que se haya creado hasta el momento. Sumamente adictiva. Espectacular donde se la mire. Rompe todos los esquemas. No sé cuántos años tienen que pasar para que creen otra que la supere. La única crí-tica es el capítulo final...creo que cualquier fanático de GOT hubiese ideado un final mucho más impactante que el que le dieron...a veces pienso que ese en verdad no fue el final...y que van a volver a sorprendernos...están en deuda con los **fans**: darnos un final digno, al estilo GOT.*

La reflexión anterior se ha realizado a partir de las reseñas que contenían la palabra fan, por tanto, considera solo los comentarios de aquellos espectadores que se consideran fan de la serie y así lo declaran. No obstante, se adivina la conexión emocional con la serie propia de los fans en numerosas reseñas analizadas que no contienen la palabra fan.

Cuando queremos analizar la relación de los fans con el comportamiento *binge-watching*, restringimos el análisis a las reseñas de los fans declarados. Se observa que el discurso del fan no se centra en comportamiento de visionado sino en la relación emocional con la serie. Apenas se encuentra algún comentario sobre el espacio temporal dedicado a la serie:

- *La mejor serie que vi en mi vida! **La termine en menos de un mes** de lo hermosa que es la historia. Hoy en dia me puedo considerar un nuevo fan de GOT, cada capitulo es una pelicula. Tiene una produccion muy buena, un reparto perfectamente seleccionado, matiene un muy buen nivel a lo largo de las temporadas.De lo mejor que vi en años*

Cabría afirmar que la relación entre el comportamiento *binge-watching* y el fenómeno fandom no se expresa de forma explícita en el discurso de los fans.

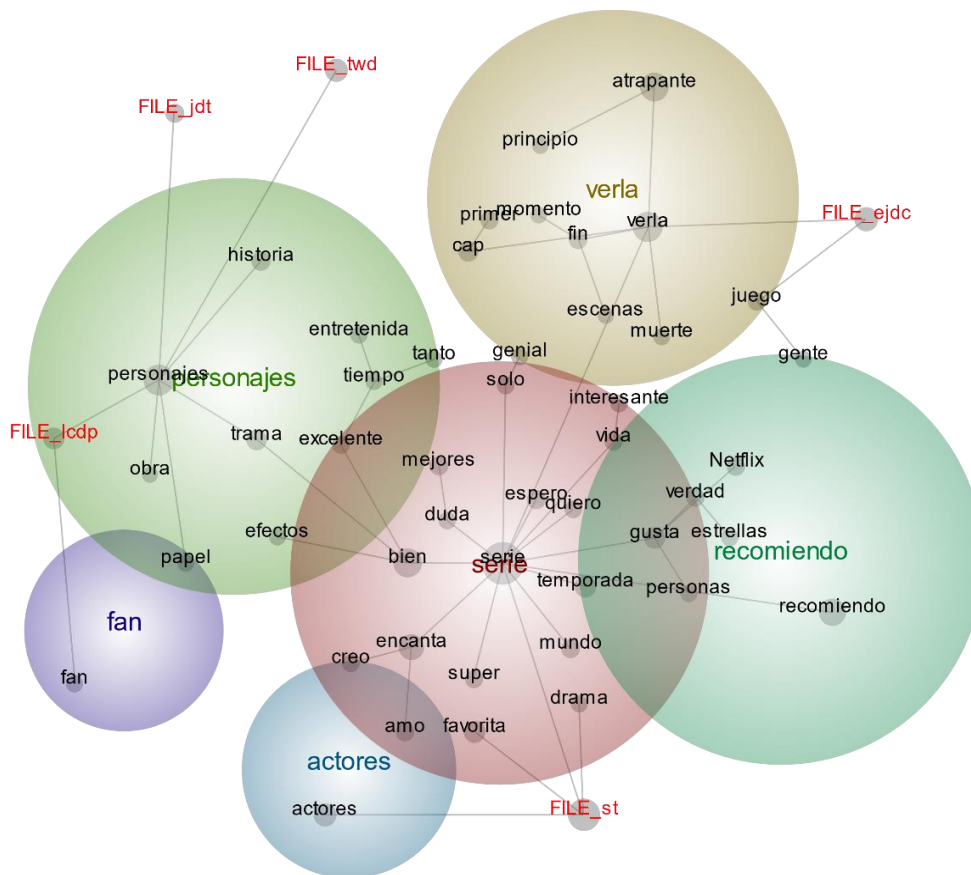
6.4.2 Resultados por serie

A continuación se analizan los datos obtenidos en relación con cinco de las series analizadas. Comenzamos por el mapa conceptual.

Mapa conceptual

De nuevo, el mapa conceptual (Figura 52) se configuró para presentar el 100% de los conceptos reconocidos disponibles.

Figura 52. Representación del mapa conceptual de los comentarios de la audiencia de 5 series de ficción etiquetados por serie



El tamaño del tema se fijó en el 48%, lo que se considera una elección adecuada (Spry y Dwyer, 2017). Se seleccionó una vista de red tónica del resultado. Mantuvimos estas características a lo largo del análisis, pero en esta ocasión se pidió la representación como

etiqueta de las 5 series cuyo volumen de respuesta era superior al 10% de la muestra: *Juego de tronos*, *The walking dead*, *Stranger things*, *La casa de papel* y *El juego del calamar*.

La Tabla 25 resume los 6 temas encontrados, con sus *hits* (número de reseñas por tema) y conceptos relacionados.

Tabla 25. Temas, hits y conceptos

TEMA	HITS	CONCEPTOS
Series	525	SERIE, bien, encanta, favorita, temporada, gusta, mejores, espero, mundo, vida, super, interesante, quiero, solo, duda, drama
Verla	342	VERLA, atrapante, capítulo, fin, primer, juego, genial, principio, muerte, momento, escenas
Personajes	335	PERSONAJES, trama, historia, excelente, entretenida, efectos, tiempo, tanto, obra
Recomiendo	240	RECOMIENDO, verdad, Netflix, estrellas, personas, gente
Actores	161	ACTORES, amo, creo
Fan	49	FAN, papel

Se desestima en este caso el análisis de temas y conceptos por su similitud con el análisis de los resultados globales ya realizado. Sin embargo, sí resulta interesante detenernos en el etiquetado de las series.

De las seis series, el atractivo de tres de ellas está fuertemente ligado a los *personajes*. Se trata de: *Juego de tronos*, *The walking dead* y *La casa de papel*.

Sobre *Juego de tronos*

- *Sin duda alguna estamos ante la mejor serie de la historia o entre las mejores. Si hay algo que caracteriza a Juego De Tronos es su enorme guion y grandiosos **personajes**. Una serie que te hará reír, llorar e incluso odiar. La serie tiene un gran desarrollo de **personajes** (Aunque en la octava temporada deja mucho que desear). Aquí- en este show no hay un claro protagonista ya que cada **personaje** tiene un peso importante durante el programa. El show de HBO fue muy importante para futuras series ya que a raíz de esta serie muchas productoras decidieron invertir en las series de hoy en día. Yo creo que es un show muy adelantado*

Sobre *The walking dead*:

- *Literalmente hermosa, maravillosa, encantadora, obsesiva belleza. Total. A mi esta serie realmente me encanto ¡se la recomiendo mucho si no son esa persona que se obsesiona con muchos **personajes** como yo, no tengo mas palabras que decir solo que si no la viste te estas perdiendo de algo espléndido!*

Sobre *La casa de papel*:

- *Acabo de ver el último episodio, lo pospuse por meses porque esta serie llegó tan profundo en mi corazón que no quería acabarla... Llevo 45 minutos llorando y no puedo creer todo lo que viví con esta serie. No puedo describir lo mucho que marcó mi vida aunque muchos piensen que es tonto. Gracias por crear esta serie, gracias por la acción, gracias por el esmero, gracias por el amor. Aún no me lo creo. Gracias a esta serie descubrí- cosas nuevas, mi mente es más abierta y no puedo explicar lo mucho que me encariñé con los **personajes**. (Ya van 50 minutos llorando eso no me ha pasado antes). Admiró con todo mi ser a los creadores, colaboradores y actores, son lo mejor. Esta serie es la mejor, tan buena que 5 estrellas no es suficiente. Muchas gracias de verdad. PD: Feliz Cumpleaños Aní-bal Cortés. 15/04/95.*

Los relatos anteriores son muestras del grado de identificación e intensidad de la conexión emocional de los espectadores con la serie .

La casa de papel, además, establece conexión con el tema *fan*:

- *Al principio no me llamo mucho la atención pero un amigo me la recomendó y me transforme en super **fan** de la serie es bastante buena son joyas cada capitulo, cada capitulo vale oro es la mejor serie que he visto quede impactado cuando la vi. Amo esta serie*

Stranger things, por su parte, establece conexión con dos temas, *serie* y *actores*, y dos conceptos aglutinados en *serie*, drama y favorita. Los actores son positivamente valorados en el discurso de los espectadores:

- *Me encanta la **serie**, es genial te enseña muchas cosas incluida la importancia de lo que es un amigo. Los **actores** son geniales. Y también me gusta mucho que sea de una época de los 80/90. *Stranger Things* se ha convertido en un de mis series **favoritas**. La recomiendo muchísimo. Me gustó mucho también porque ves a todos los **actores** cómo crecen. Cómo por ejemplo Millie Bobby Brown, siendo tan solo una una cuando se empezó a grabar la serie, ahora ya tiene 16 años y se ha convertido en una estrella, la hemos visto cómo creció en esta serie*

Para finalizar, *El juego del calamar*, se une a un tema y dos conceptos genéricos: *verla*, *juego* y *gente*.

6.4.3 Análisis transversal de los resultados

Tras el análisis pormenorizado de cada uno de los temas y conceptos aportados por Leximancer completado por la lectura de las reseñas recogidas en la base de datos conviene, a modo de resumen previo a las conclusiones, realizar una lectura transversal de los resultados y dar respuesta a las preguntas planteadas al inicio de la investigación.

Las series de ficción adquieren relevancia en la vida del espectador al ofrecerle la oportunidad de evadirse de la cotidianidad. Satisfacen necesidades de carácter hedonista (novedad, estimulación sensorial y cognitiva) y también de carácter social (pertenencia, afiliación) fruto de la experiencia compartida. A menudo los personajes de la serie influyen sobre el autoconcepto del espectador que, en ocasiones, se siente fuertemente

identificado con algunos de los protagonistas. A consecuencia de todo lo anterior, el espectador se encuentra altamente motivado hacia el consumo de series de ficción.

La experiencia de consumo se vive desde el plano afectivo: felicidad, tristeza, miedo, ira, sorpresa... emociones primarias que se tornan en sentimientos duraderos. El espectador se encuentra inmerso, atrapado en la trama.

La implicación afectiva hacia la serie se expresa principalmente en relación con los personajes, hacia los cuales se desarrollan actitudes y sentimientos fuertemente arraigados en el espectador, que a su vez desembocan en preferencias. Amor, adoración... hacia los personajes son palabras frecuentes en las reseñas analizadas. Pero no todo es positivo: la frustración, e incluso la indignación, aparece en el momento en que la trama se aleja de sus expectativas.

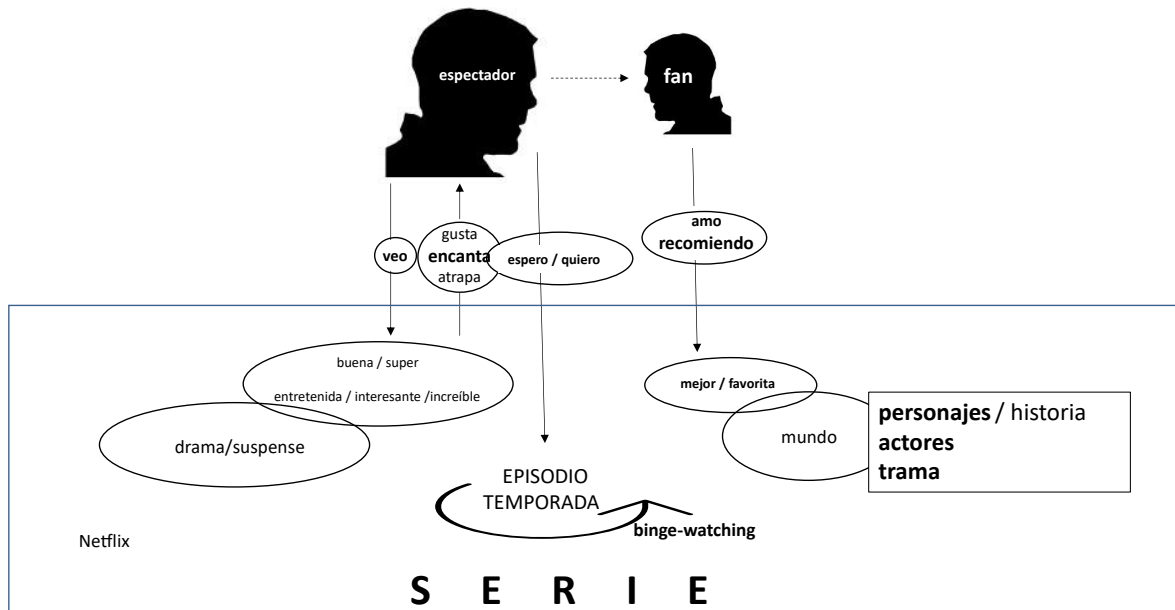
Los personajes y su historia, los actores que los encarnan y la trama de la serie actúan como elementos clave en la experiencia de consumo. El género drama se reconoce como factor esencial para captar el interés del espectador.

El comportamiento *binge-watching* está presente en el relato de los espectadores, que admiten el consumo encadenado de episodios a consecuencia del interés que suscita la serie y de la alta implicación que desarrollan hacia esta y sus personajes.

Cuando la conexión emocional hacia la serie alcanza un alto grado de intensidad, se reconoce a través de la narración de los espectadores una condición de fan de la serie o de alguno de sus elementos, que puede ser declarada o no por el espectador. El fan muestra emociones y sentimientos a menudo exaltados que le conducen a un comportamiento más activo en relación con la serie.

Los distintos temas y conceptos estudiados se entrelazan, tal y como se muestra en la Figura 53.

Figura 53. El viaje del espectador a través de la serie



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de Leximancer

La estructura fragmentada de la serie en temporadas y episodios aumenta la necesidad de cognición y estimula el deseo, que lleva a la audiencia a esperar con ansiedad una nueva entrega. Cuando el espectador llega a desarrollar una fuerte conexión emocional hacia la serie, esta adquiere altos niveles de relevancia personal. El espectador se encuentra atrapado, consume episodios de manera encadenada, se convierte en recomendador y, en ocasiones, reconoce su condición de fan de la serie.

6.5 Conclusiones

Bajo un objetivo de evasión, el género drama, y en concreto el suspense, consigue atrapar a la audiencia de la serie introduciéndola en mundos increíbles, donde el atractivo de los personajes, encarnados por buenos actores e inmersos en una trama envolvente, actúa como pieza principal de implicación.

El visionado de la serie sumerge al espectador en un complejo entramado de emociones y sentimientos. En el caso de las series elegidas, todas éxito de audiencia, y teniendo en cuenta que se han analizado las reseñas espontáneas que hacen los espectadores en la Web 2.0, la mayoría de los comentarios son positivos. Este es un aspecto diferencial frente

a las reseñas de los consumidores en otras categorías, donde se vierte la percepción del valor recibido a modo de opinión. En el caso de las series, prima el deseo de compartir una experiencia altamente gratificante frente a la opinión e incluso la recomendación.

Otro aspecto diferencial respecto de otras reseñas es la independencia con que se construye el relato, libre de las posibles consecuencias para el productor. Quizás por este motivo no se ocultan experiencias negativas: en ocasiones el espectador narra una profunda frustración a consecuencia del devenir inesperado de la trama. Cuanto más atrapado se haya sentido por la serie, mayor será la decepción y el deseo de compartirla.

Se detecta en esta frustración el sesgo del coste hundido, teoría formulada por Kahneman y Tversky en los años 70. Cuando nos planteamos por qué el espectador no abandona la serie en el momento en que esta deja de cubrir sus expectativas debemos considerar que emerge el sentimiento de aversión a la pérdida. Ante la decisión de abandonar o continuar con el visionado el espectador valora, no sólo las horas dedicadas previamente a la serie, sino también el esfuerzo emocional empleado en el establecimiento de vínculos hacia sus elementos. Un alto coste que se percibe superior a la posible rentabilidad de las horas que sigue invirtiendo en una actividad que le produce una profunda insatisfacción. Esta situación no hace más que alimentar el desengaño hacia la serie que desemboca en reseñas cargadas de sentimientos negativos.

El visionado en forma de atracón y maratón se muestra intrínseco al consumo. No se adivina sentimiento de culpa en relación con esta práctica. Más bien al contrario, es una consecuencia de la capacidad de la serie para atrapar al espectador. Cuanto mejor es la serie (de culto) en términos de actores, personajes y trama, mayor será su poder “atrapante” y mayor capacidad tendrá a la hora de inducir al consumo encadenado.

El Estudio 2 de esta tesis doctoral corrobora las conclusiones arrojadas por el Estudio 1 en torno al fenómeno *binge-watching*, Sin embargo, el Estudio 2 pone de manifiesto la presencia del fenómeno fandom en relación con el consumo de series. El fenómeno fandom no considerado hasta el momento, proporciona enorme riqueza al análisis de la experiencia del consumidor de contenidos audiovisuales.

El término fan aparece con una cierta frecuencia en el discurso de los espectadores, que se declaran fans de la serie, del género o de algún personaje. Los fans relatan una intensa conexión emocional hacia la serie que se traduce en la admiración por el universo que ofrece y adoración a los personajes. El fan se caracteriza por fuerte sentimiento de comunidad y por tener un comportamiento activo. Su discurso se centra en la experiencia afectiva y no en el hábito de visionado.

6.6 Limitaciones de la investigación y futuras líneas de estudio

6.6.1 Limitaciones del Estudio 2

El Estudio 2 no está exento de limitaciones.

Composición de la muestra

En la composición de la muestra utilizada para este estudio interviene el juicio del investigador al seleccionar las fuentes de datos y las series a estudiar lo cual puede introducir un cierto sesgo que se ha intentado paliar de diversas formas.

En primer lugar, se planteó la necesidad de seleccionar una muestra dentro de las numerosas series existentes. Este proceso se ha realizado según el juicio del investigador, escogiendo 10 series con altos índices de audiencia y reconocidas a través de diversos premios y crítica. Igualmente se seleccionaron a juicio del investigador las fuentes de datos, Google y SensaCine.com, por las razones ya expuestas en la Metodología de la investigación (6.3.2 Recogida de datos). Finalmente se construye una muestra descargando todas las reseñas de las series elegidas, 4614, un tamaño muestral capaz de atenuar un eventual sesgo de la muestra y proporcionar una visión amplia de la experiencia de los espectadores vertida a la Web 2.0.

Subjetividad en la interpretación de los mapas conceptuales

Aunque la elaboración de los mapas conceptuales por parte de Leximancer es de carácter cuantitativo y, en consecuencia, totalmente objetiva, posteriormente estos mapas son interpretados bajo el criterio del investigador. Como toda interpretación, esta también puede adolecer de una cierta subjetividad.

A pesar de las limitaciones expuestas, consideramos que estas no comprometen las conclusiones obtenidas, valoradas bajo un enfoque exploratorio que es como en todo momento se ha abordado el objeto de estudio.

6.6.2 Futuras líneas de investigación

Las conclusiones del estudio realizado abren una nueva línea de investigación. Los resultados obtenidos presentan el término fan como tema (*cluster* resultado de la agrupación de conceptos) tanto en el análisis global como por series, lo cual denota la importancia del término dentro del discurso de los espectadores.

Cuando se analizan en profundidad las reseñas de aquellos espectadores que se declaran fans, emerge un conjunto de elementos propios en su relación con la serie y el universo propuesto por esta. Tanto a nivel afectivo como conativo, el fan se despega del espectador convencional.

Se abre, de esta manera, una nueva línea de estudio de gran interés: la relación del fenómeno fandom con el consumo de series y en concreto con el comportamiento *binge-watching*: cómo es el fan de una serie de ficción, cuál es su experiencia, si es el *binge-viewer* un fan de la serie o si practican los fans el *binge-watching*.

Esta tesis doctoral finaliza su investigación analizando esta relación, cuyos resultados se presentan en el Capítulo 7.

Capítulo 7. Relación entre el *binge-watching* y el fenómeno fandom

El fan existe mucho antes de que se conceptualizara el término (Torti y Schandor, 2013). El ser humano constantemente ha sentido fascinación por determinadas personas, a las que ha convertido en ídolos capaces de generar afinidad e inspiración (Jácome *et al.*, 2017). Históricamente, tanto figuras religiosas como deportistas de élite, referentes culturales, celebridades e incluso personajes de ficción han suscitado corrientes de admiración de tal intensidad. Como se ha visto en el Estudio 2, el rico universo que ofrecen las series de ficción también es capaz de generar movimientos fan. Este capítulo trata de explicar la relación de la práctica *binge-watching* y el fenómeno fandom.

7.1 El fenómeno *fandom*

La Real Academia de la Lengua Española (s.f.-c, definición 2) registra el anglicismo fanático: “preocupado o entusiasmado exageradamente por algo”, lo que se entiende popularmente por fan. Aunque este término abreviado (fan) se utilizó por primera vez en el siglo XX para aludir a los seguidores de los equipos deportivos profesionales (Grandío, 2016), el fenómeno existía desde mucho antes, realmente desde siempre. Desde el punto de vista de la sintáctica (Aller, 2021), la palabra fan puede usarse como sustantivo (ser un fan) o como adjetivo (ser muy fan de algo).

Como apunta Busquet i Duran (2012), la sociedad de cada época, con su sistema de valores y tendencias culturales, “fabrica sus propios ídolos, los cuales suscitan una gran admiración popular y se erigen como espejos de los valores dominantes de un tiempo” (p. 13). Aller (2021) también insiste en que los fans comparten un sistema de valores tras estudiar la comunidad de fans de la saga *Harry Potter* en Argentina.

Es curiosa la relación que diversos autores establecen entre el movimiento fan y la religión. Los trabajos de Jindra (1994), Davidsen (2013), Crome (2014) o Elliot (2021) establecen analogías entre ambos. De hecho, existe cierta terminología compartida (culto, adoración, canon, icono, rito, devoción...). Esta ilación no es gratuita, ya que, como explica Jenkins (2010), *fanático* procede de *fanus*: “de o perteneciente al templo, un servidor del templo, un devoto” (p. 24), haciendo clara referencia al exceso en la práctica religiosa. Incluso algunos movimientos fans se han llegado a llamar religión, como la *religión trekkie* referida al movimiento fan de la serie *Star Trek*.

Otra visión del fenómeno *fandom* es su consideración de subcultura, entendida esta como un conjunto de individuos con creencias y comportamientos alternativos a la cultura dominante... “las subculturas representan el ruido (en contraposición al sonido)” (Hebdige, 2012, p. 125).

De la contracción de fan y *kingdom* (reino) surge la palabra *fandom*, reino de los fans: grupos de individuos que comparten preferencias y gustos estéticos (Torti y Schandor, 2013) o, como lo define Aller (2021), “grupos de personas que se sienten parte de una comunidad que interactúa alrededor de un objeto, persona, texto, etc. y que comparte un universo simbólico común” (p. 25-26). La palabra reino hace referencia al rico universo que rodea al fenómeno, siendo el fan un “habitante” del *fandom*.

En la actualidad, es innegable la importancia del fenómeno *fandom* tanto desde el punto de vista social, como económico y cultural.

7.2 ¿En qué consiste ser fan?

Tal y como explica Aller (2021), ser fan implica sentir, pensar, hacer y relacionarse de una determinada forma con respecto al objeto de culto.

Según Torti y Schandor (2013), el fan llega a serlo a través de un proceso. Se inicia como seguidor o público, atraído por el objeto de admiración. El seguidor se convierte en *entusiasta* (fan) cuando se involucra emocionalmente hacia el objeto. En tal caso, suele consumir productos de culto y es frecuente la agrupación con otros fans a través de eventos o intercambios. El fan puede evolucionar a un estadio superior, convirtiéndose en *cultista*, cuando el fenómeno comienza a formar parte de su vida. En este caso, el fan será un conocedor profundo del objeto de culto, poseerá múltiples productos relacionados y puede que se agrupe físicamente con otros *cultistas*. En adelante se denominará genéricamente fan tanto al fan propiamente dicho, como al *cultista*, entendiendo a este como un estadio superior, pero fan, en definitiva. Como apunta Thompson (1998, citado por Busquet i Duran, [2012]), entre ser no-fan y ser fan sólo hay una cuestión de grado.

Torti y Schandor (2013) describen a los fans a través de siete características: producción, idioma, adopción, apropiación del objeto, trascendencia, fantasía interna, y debate y racionalización.

- Producción: Los fans son generadores de contenidos. Por su importancia, es un aspecto que se tratará en profundidad más adelante.
- Idioma: Los fans comparten giros idiomáticos y dan nuevos significados al lenguaje, construyendo una jerga propia en torno al objeto de culto. Aller (2021), habla de una dinámica colectiva en la que el fan debe comprender la jerga particular del *fandom* y utilizarla, demostrando así su conocimiento. Hasta 120 unidades lingüísticas propias han encontrado Pignata y Menti (2021) investigando a fondo la jerga de los fans de la cultura *otaku* (admiradores de la cultura japonesa, seguidores de Manga y Anime).
- Adopción: Los fans establecen una relación a nivel cognitivo con el objeto de culto que se vuelve parte de la identidad del sujeto.
- Apropiación del objeto: Hace referencia a al vínculo emocional que se establece con el objeto de culto, el cual condiciona experiencias posteriores. “Los fans se relacionan con sus objetos de interés involucrándose emocionalmente con los mismos, otorgándoles un lugar relevante en sus identificaciones y llevando a cabo

prácticas en torno a ellos” (Aller, 2021, p. 26). Torti y Schandor (2013) aportan el ejemplo de que un fan de la saga de Harry Potter ante la palabra ministerio, pensará en el Ministerio de Magia de estos relatos en lugar de enfocarse en la acepción común del término.

- **Trascendencia:** Ser fan impone un estilo de vida. Aunque el individuo deje formalmente de serlo, no podrá eliminar las consecuencias que haya tenido sobre su estructura cognitiva.
- **Fantasía interna:** La Teoría de la Convergencia Simbólica formulada por Bormann en 1985 explica que, dentro de un grupo de individuos que comparten el gusto hacia un objeto, se genera de forma espontánea una fantasía interna, que no es sino un conjunto de conocimientos compartidos que, a su vez, actúa como elemento de cohesión. “Shared fantasies provide group members with comprehensible forms for explaining their past and thinking about their future - a basis for communication and group consciousness” (p. 126), lo cual podría traducirse como: “Las fantasías compartidas brindan a los miembros del grupo formas comprensibles para explicar su pasado y pensar en su futuro: una base para la comunicación y la conciencia grupal”.
- **Debate y racionalización:** Los fans mantienen un continuo debate en torno al objeto de culto ante el cual construyen su propio significado, que no siempre coincide con el de los productores (Jenkins, 2010). Además, generan contenidos que, a su vez son consumidos por otros fans y son capaces de influir en la producción canónica (producción original).

7.3 El estigma del fan

Históricamente, ser fan no ha gozado de una valoración social positiva. Ligado al estereotipo de un comportamiento excesivo, desequilibrado y obsesivo, se le considera próximo al trastorno (Lewis, 2002). Recurriendo de nuevo a la etimología, no en vano su nombre procede de *fanatic*, término que, en el siglo XVIII, se utilizaba en Inglaterra para calificar a personas “presas del fervor religioso y la enajenación” (Guerrero, 2016. p. 60).

La definición de fan que ofrece Jenkins (2010) basada en el *Oxford Latin Dictionary*, “relativo a personas inspiradas por ritos orgiásticos y delirios entusiastas” (p. 24), tampoco favorece la percepción del fan. Con el tiempo, el término fanático trascendió del ámbito religioso para nombrar cualquier veneración falsa o excesiva, llegando a relacionarlo con la locura. Una imagen más actual (Figura 54) de personas que rozan la histeria cuando ven a su ídolo (estrellas del cine o de la música) tampoco beneficia la visión del fan.

Figura 54. Jóvenes 'fans' de "Los Beatles", histéricas, al ver fugazmente a sus ídolos en el aeropuerto Internacional de Los Ángeles



Fuente: El Correo (2020)

Es habitual el uso indistinto de las expresiones fan y friki. Las tres definiciones de friki que aporta la Real Academia de la lengua Española (s.f.-d) se formulan en forma negativa. Las dos primeras, “extravagante, raro o excéntrico” (definición 1) y “persona pintoresca y extravagante” (definición 2), se pueden explicar a partir de la procedencia de la palabra friki, el término anglosajón *freak*, que se atribuye a las personas de apariencia y conducta rara, extraña o poco común (Allué, 2012), tan extraña, que los *freaks*, siglos atrás personas con malformaciones o características físicas inusuales, eran considerados curiosidades humanas dignas de ser expuestas en los *freak shows*, espectáculos a modo de circo (Chiluisa, 2020). Es la tercera definición de la RAE, “persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición” (definición 3), la única que se acerca al fan. Esta correspondencia entre lo friki y lo esperpéntico, junto al estrecho vínculo entre el friki y el fan refuerzan la estigmatización social del fenómeno fan.

Jenkins (2010) resume el estereotipo que se asocia a los fans: inmaduros intelectual y emocionalmente, inadaptados sociales, incapaces de separar fantasía y realidad, acumuladores de conocimiento inútil y consumidores de cualquier producto con tal tenga relación con el objeto de culto. Una serie de tópicos que en el fondo son reflejo de la preocupación social ante el reto de los fans a la cultura dominante, y que Jenkins desmonta a lo largo su profundo análisis de las comunidades de fans.

La siguiente tabla elaborada por Busquet i Duran (2012), denominada “Tres miradas sobre la cultura fan” (Tabla 26) ofrece una comparativa entre el estereotipo social del fan, los estudios sociológicos de Thompson y los culturales de Jenkins.

Del análisis de Busquet i Duran (2012) se desprende una visión alejada de los tópicos peyorativos que relacionan al fan con adolescentes histéricas seguidoras de estrellas del cine o la música. Se desvincula al fan de la patología y predomina la valoración cultural del fenómeno fan, definido por Jenkins (2010) como una subcultura caracterizada por estilos concretos de consumo y determinadas preferencias culturales. Torrado (2017) abunda en la misma idea, afirmando que en los últimos 50 años ha pasado de patología a revalorizarse como objeto de estudio.

Tabla 26. Tres miradas sobre la cultura fan

ESTEREOTIPO SOCIAL Perspectiva de "sentido común"	LA MIRADA SOCIOLÓGICA J. B. Thompson	LOS ESTUDIOS CULTURALES H. Jenkins
Término peyorativo	Estudio del fenómeno fan con una vocación descriptiva y comprensiva	Estudio del fenómeno desde una perspectiva hermenéutica. Implicación personal dentro de la comunidad
Movimiento excepcional → Forma de conducta irracional y caótica	Comportamiento habitual Hecho social complejo, profundamente estructurado Regido por pautas y normas convencionales	Las comunidades organizan su tiempo de forma significativa Los fans son "cazadores furtivos"
Se trata de un comportamiento patológico	Solamente en casos excepcionales se puede hablar de patología	Se trata de una actividad sana
Protagonizada por chicas jóvenes adolescentes	Protagonizado por distintos grupos de edad	Protagonizado por distintos grupos de edad
Comportamiento más bien individual Seguidoras incondicionales y apasionadas de los estrellas de mundo del cine, la música, la moda o el deporte	Comportamiento grupal Comunidades integradas por miembros que comparten una misma afinidad Las comunidades no están localizadas en el espacio ni en el tiempo No son necesariamente grupos minoritarios	Comportamiento grupal "Inteligencia colectiva" Comunidades integradas por miembros que comparten una misma afinidad Las comunidades no están localizadas en el espacio ni en el tiempo No son necesariamente grupos minoritarios
Relacionada con la cultura de masas	Relacionada con la cultura mediática, la cultura popular y también determinadas expresiones de alta cultura	Relacionado con todo tipo de manifestaciones culturales Encuentra en las "redes sociales" un terreno de expresión óptimo.
Moda actual	Fenómeno histórico	Fenómeno histórico
Signo de decadencia cultural		Signo de riqueza y rivalidad cultural

Fuente: El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica, (Busquet i Duran, 2012, p. 23)

7.4 El fanverse

Ser fan tiene una importante vertiente social, sobre la cual enfatiza Aller (2021): "Ser parte de un *fandom* conlleva expectativas por parte de los demás sobre cómo comportarse y cómo relacionarse. Aunque esas actividades y esas formas de ser fan no son explícitamente

obligatorias, son en cierto modo esperadas por los demás fans” (p. 31). Un aspecto propio del fan es el deseo de compartir sus experiencias.

Los espacios comunes son clave en la vida de los fans. Durante años, las comunidades de fans se han mantenido relativamente dispersas, limitadas a las reuniones físicas: eventos temáticos, convenciones o *cosplays*, que es como se denominan los juegos de disfraces (la Figura 55 muestra a una fan de Anime disfrazada de uno de los personajes).

Figura 55. Mirikashi Cosplay



Fuente: Tierra Gamer (s.f.)

También han sido un tradicional motivo de encuentro de fans la visita a los lugares emblemáticos relacionados con el objeto de culto.

Figura 56. Andén 9 ¾ de King's Cross Station



Fuente: Living London (2022)

El famoso andén 9 ¾ de *King's Cross Station*, en Londres, de donde partía el *Hogwarts Express* en la saga *Harry Potter* (Figura 56) es buen ejemplo de esta práctica.

Sin embargo, la forma de relacionarse dentro de las comunidades fans sufrió un vuelco con la llegada de Internet: el fan de la era digital es un ser mucho más social. Los fans han sido pioneros en el uso de las nuevas tecnologías, siendo, por ejemplo, los creadores de los primeros foros *on line* (Busquet i Duran, 2012).

Internet ha sido capaz de conectar los reinados entre sí, posibilitando la mutación del *fandom* hacia otro concepto, el *fanverse*, contracción de fan y *universe* (universo del fan) que alude a la expansión de esos reinos posibilitada por las nuevas tecnologías, que eliminan las barreras físicas y facilitan la interacción (Establés, 2016).

Como apunta Busquet i Duran (2012), el fan, lejos de ser un consumidor pasivo, puede ser un generador de contenidos, los *fanworks*, que encuentran en Internet espacio para su difusión creando verdaderos circuitos culturales.

El fan adquiere, de esta forma, un doble rol, el de creador y receptor. Es, en definitiva, un *prosumidor*, recurriendo al término acuñado por Alvin Toffler en 1980 (Alonzo, 2019). Algunos de estos contenidos se convierten en virales, traspasando las fronteras de la propia comunidad fan. Desde el punto de vista de la industria, los fans en estos casos ejercen una labor de promoción tan importante que han dado lugar a un nuevo término, *fanadvertising* (Martínez *et al.*, 2019), relativo a la actividad publicitaria ejercida por los propios fans.

7.5 De espectador a fan: el fan de las series de ficción

La cultura es un importante generador de movimientos fan. La serie de ficción, como producto cultural que es, también goza de esa capacidad. El fan de las series de ficción tiene sus antecedentes en la literatura y relación con los fans de las sagas cinematográficas.

Los precedentes literarios aparecen en el siglo XVIII de la mano de Goethe. La novela *Las desventuras del joven Werther* provocó el fenómeno *Werther-Fieber* (fiebre de Werther): los jóvenes europeos comenzaron a emular al protagonista en modales y forma de vestir (Torti y Schandor, 2013). La imitación llegó tan lejos que algunos llegaron a suicidarse al

igual que el atormentado Werther, lo que obligó a las autoridades de la época a censurar la obra.

Otra curiosa comunidad de fans en torno a un personaje literario fue la que emergió con Sherlock Holmes, de Arthur Conan Doyle. El interés, en este caso, se centra especialmente en la aparición de los primeros *fanworks*: los fans estudiaban y compartían las inconsistencias de los relatos, dando lugar a lo que se llamó la “especulación holmesiana”. Parece que Doyle escribía con poco cuidado, incurriendo en numerosas inconsistencias. Algunos lectores se afanaron en señalar estos errores y toda esa producción crítica la recopiló en 1911 Roland Knox en un ensayo, *Studies in the Literature of Sherlock Holmes*, texto fundamental en la historia de *fandom* (Torti y Schandor , 2013).

Otra fuente de importantes comunidades de fans son las sagas cinematográficas. *La guerra de las galaxias*, *El señor de los anillos* o *Harry Potter* son evidentes ejemplos de ello.

Si continuamos dentro del mundo audiovisual, pero centrándonos ahora ya en los fans de las series de ficción, su existencia, en opinión de Grandío (2016), es connatural al fenómeno *fandom*. En la actualidad es innegable la importancia de las comunidades de fans en torno a las series de ficción: capaces de encumbrar o hundir una serie, son una tendencia en la conformación de las audiencias.

Figura 57. Klingon to this: Star Trek has lived long and prospered in the hearts of, from left, Frank Kiernan, Clare McLoughlin and Alan O’Shea. Fotografía de Lorraine O’Sullivan



Fuente: The Sunday Times (2016)

La primera comunidad de fans de una serie de ficción se creó en la década de los 60 y adquirió su propio nombre: los *trekkies* o *trekkers* (Figura 57), seguidores de la serie *Star Trek* (Stafford, 2002).

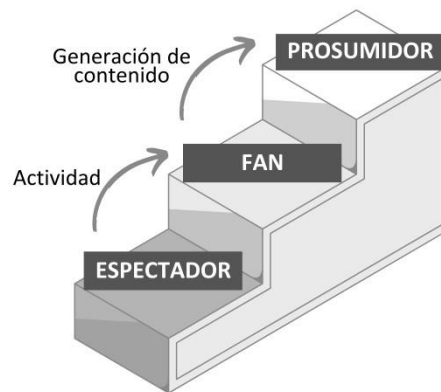
Desde entonces, son innumerables los ejemplos de las series que, tanto desde el drama (*Twin Peaks, The wire, Perdidos, Juego de tronos, The walking dead...*) como desde el humor (*Friends, Cheers, The Big Bang Theory, Cómo conocí a vuestra madre, Modern Family, ...*), han logrado construir una comunidad de fans.

Siguiendo a Grandío (2016), un fan de una serie de ficción es una persona que presenta un alto consumo, obtiene una importante gratificación a consecuencia de dicho consumo, desarrolla una implicación hacia el universo de la serie y, además, experimenta el deseo de compartir la experiencia. En esta última condición también incide Jenson (1992): el fan presenta tanto una vertiente individual como colectiva, llegando a formar parte de una comunidad cuyo interés común es la serie.

Como se ha visto en el Estudio 2, el fan de series presenta un comportamiento activo, que puede variar desde la mera búsqueda de información hasta organizarse en torno a alguna exigencia (Torrado, 2017). Podemos encontrar diversas categorías en función de su actividad: los buscadores extratextuales, que completan su conocimiento de la serie a través de otros medios, los participativos conversadores (a través de las redes sociales), los participativos creadores que generan contenidos (*prosumidores*) y los participativos activistas, que organizan campañas con algún fin, como la continuidad de la serie, tal y como ocurrió con *Star Trek, Cagney & Lacey, Jerichó* o *Moonlight* (González de Garay, 2011).

Al igual que en el resto de las comunidades, el fan de las series de ficción puede ser un activo *prosumidor*. Miranda (2017) propone un proceso de participación de la audiencia basado en una gradación entre el espectador (pasivo), el fan (activo) y el prosumidor (fan generador de contenidos) representada en la Figura 58.

Figura 58. La escalera de participación de la audiencia



Fuente: Elaboración propia a partir de Miranda (2017)

Analizando el grado de compromiso con la serie de cada una de estas tres categorías en relación con el nivel de actividad, Miranda (2017) distingue entre:

- Espectador, audiencia pasiva con bajo grado de compromiso, por tanto, un mero consumidor del producto que no realiza esfuerzo alguno.
- La posición opuesta la ocupa el *prosumidor*. Fan activo y comprometido, realiza tareas propias de los fans y, además, produce contenidos alternativos a los originales, que comparte con el resto de la comunidad.
- El fan no prosumidor, por su parte, siempre es activo, pero en términos de compromiso ocupa una posición intermedia: más implicado que los espectadores, pero menos que los *prosumidores*.

Para finalizar y teniendo en cuenta el estigma que históricamente se asocia al fan, cabe plantearse cuál es la consideración social específica del fan de las series de ficción. Inicialmente se percibieron como personas con alguna dificultad social o emocional, que buscaban sustituir la realidad por la fantasía que les brindaba la serie (Miranda y Fernández-Martínez, 2020), pero esta perspectiva ha cambiado notablemente. Actualmente el fan de las series de ficción, lejos de verse como una persona obsesiva, se percibe como un consumidor intensivo de cultura (Peterson, 1996). La actual consideración de contenido de culto que reciben algunas series puede haber influido en esta nueva percepción. A lo largo del análisis de contenidos realizado en el Estudio 2 no se ha

detectado ningún sentimiento negativo en aquellos que exponen en su discurso su condición de fan.

7.6 Un fan *transmedia*

Como cualquier otro fan, el fan de las series de ficción presenta actualmente una intensa actividad social facilitada por las nuevas tecnologías, especialmente por las redes sociales, que posibilitan la creación y el fortalecimiento de las comunidades de fans sin barreras geográficas (Cascajosa, 2005).

Como hemos comprobado en el Estudio 2, gracias a Internet, el fan prolonga su estado de excitación tras el episodio. Allí encuentra un universo paralelo de contenidos capaz de saciar su hambre de conocimiento sobre la serie (Lagoa, 2010).

Foros, redes sociales y otras plataformas ofrecidas por la Web 2.0 ejercen múltiples funciones: son proveedores de información sobre la serie, permiten establecer conversaciones, transportan los contenidos generados por los fans e incluso permiten a los fans organizarse con algún fin (Torrado, 2017). Así se genera lo que Miranda y Fernández-Martínez (2020) denominan una inteligencia colectiva, que amplía el conocimiento general.

En cuanto a la industria, la comunicación entre los fans y los productores, históricamente sólo vertical, se transforma en horizontal a raíz de la aparición de la Web 2.0. Las comunidades de fans, antes obviadas por los creadores de contenidos oficiales, son ahora muy tenidas en cuenta, hasta el punto de que en algún caso se les da incluso la oportunidad de participar en la narrativa oficial a través de plataformas interactivas creadas con este fin. En España, fue especialmente exitosa esta estrategia en el caso de la serie *Si fueras tú*, emitida a través de Plaiz, plataforma interactiva de Radio Televisión Española (Miranda y Fernández-Martínez, 2020).

En definitiva, los fans se alimentan de mundos narrativos complejos en medios y plataformas diversas, que ofrecen un sinfín de posibilidades para compartir y mejorar su experiencia.

Una de las principales actividades de los fans es la generación de contenidos relacionados con las series. Estos son compartidos principalmente a través de Internet, aunque algunas editoriales apuestan en ocasiones por su publicación.

Los contenidos relacionados con las series de ficción elaborados por sus fans, llamados *fanworks*, son prolíficos y difíciles de categorizar. En una primera aproximación, se puede considerar su carácter ficcional o no ficcional como calendarios, enciclopedias o libros de cocina.

Nos entraremos en adelante en los *fanworks* ficcionales, obras de ficción “creadas sobre las pautas argumentales y los personajes de una ficción preexistente y conocida de antemano por los autores y los posibles lectores” (Morán, 2007, pp. 32-33).

Ramos-Serrano *et al.* (2012) proponen posibles criterios de clasificación para los *fanworks* de carácter ficcional:

- El formato. Guerrero-Pico y Scolari (2016) distinguen en función del formato los *fanworks* más comunes:
 - *Fan fictions*, también conocidas por sus abreviaturas *fanfic* o sencillamente *fic*. Son narraciones escritas. Este formato de texto es el más abundante y, por ello, es habitual encontrar en la literatura el término aplicado a otros *fanworks*.
 - *Fan vid*: vídeos cortos y películas elaborados con imágenes, música y sonidos procedentes de fuente propias o de terceros.
 - *Machinima*: “vídeos o películas realizados manipulando el motor gráfico de un videojuego en 3D” (p. 191).
 - *Fan art*: *fanwork* de carácter gráfico. La Figura 59 muestra un *fanart* de Expediente X.
 - Otros autores (Ramos-Serrano *et al.* 2012) añaden a las categorías anteriores el formato sonoro, en auge gracias a los *podcasts*.

- La autoría, individual o compartida. Determinados *fanworks* crean un universo alternativo que otros fans toman como punto de referencia, creando así universos compartidos.
- El género: ciencia ficción, fantasía, suspense, terror, románticos o cómicos.
- El público al que van dirigidos

Figura 59. Fanart de Expediente X



Fuente: fueradeseries. com. Fanfiction (s.f.)

Al ser los *fans fictions* la producción más numerosa, Ramos-Serrano *et al.* (2012) ofrecen nuevas clasificaciones sólo para este formato siguiendo dos criterios:

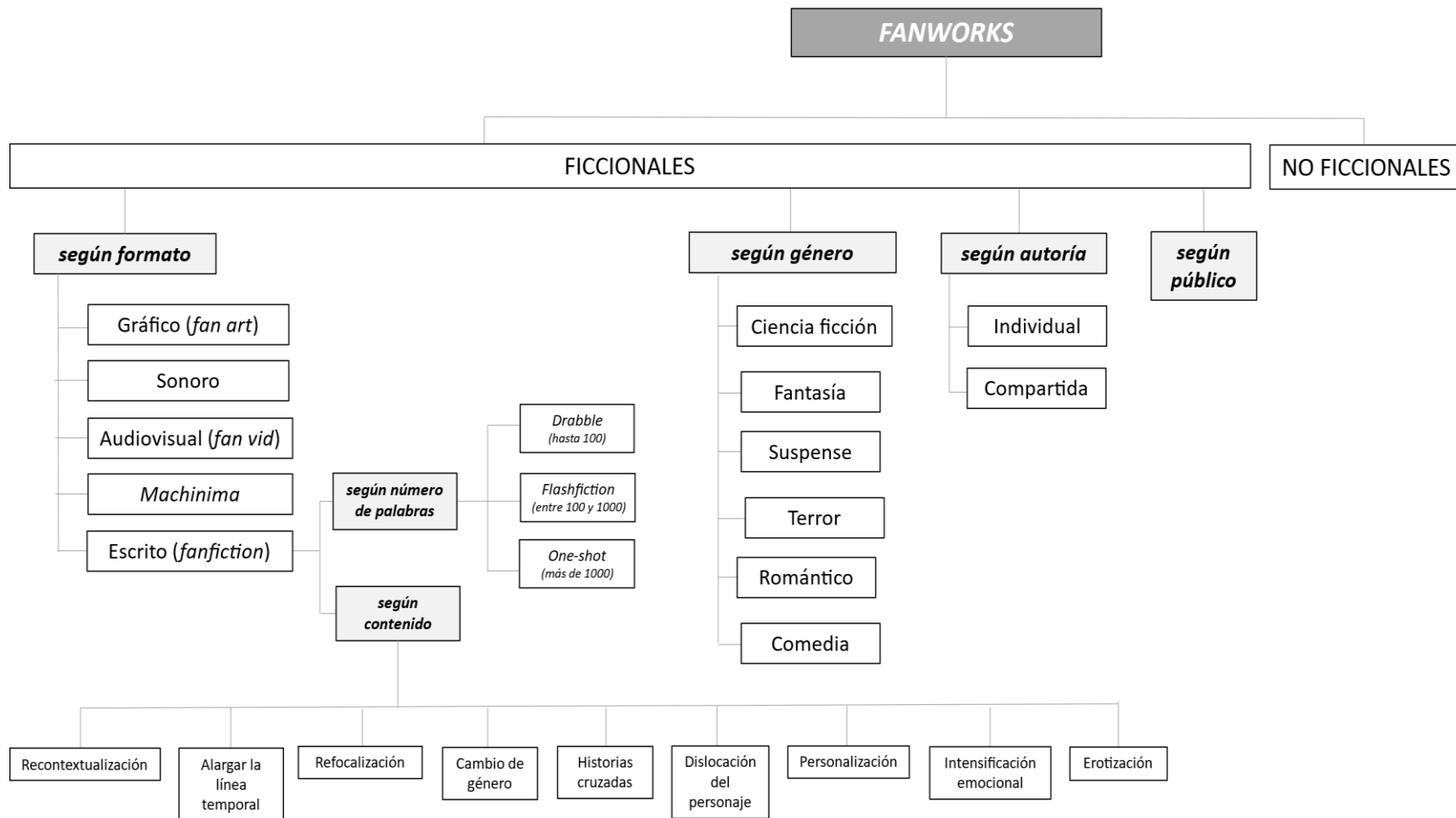
- En función del número de palabras
 - *Drabble*: hasta 100 palabras
 - *Flashfiction*: entre 100 y 1000 palabras
 - *One-shot*: más de mil palabras
- Según el contenido y la relación que guarden con el texto canónico (original). Los citados autores distinguen, a partir de Jenkins (2010), hasta diez categorías de relatos basados en los siguientes fenómenos:
 - Recontextualización: Completan la trama y explican vacíos en el argumento.
 - Alargar la línea temporal de la serie: La historia se sitúa en un momento temporal anterior o posterior a la trama del texto original.

- Refocalización: Centrados en personajes secundarios. Una variante es la realineación moral, que convierte en protagonistas a los “malos” de la serie, modificando así los principios morales en los que descansa el texto original.
- Cambio de género: Moldean la trama hasta cambiarla a un género narrativo diferente al original.
- Dislocación del personaje: Se descontextualiza a uno o varios personajes, cambiándoles de identidad.
- Personalización: Una persona real se convierte en personaje o un personaje de la ficción pasa al mundo real.
- Intensificación emocional: Los relatos abordan los conflictos emocionales de los personajes.
- Erotización: Los relatos abordan posibles relaciones eróticas entre los personajes.
- Historias cruzadas (*crossover*): Mezclan argumentos y personajes de textos diferentes. Esta categoría merece especial interés por su carácter híbrido, según Guerrero-Pico y Scolari (2016), que la han estudiado ampliamente.

Aunque esta última clasificación se ha realizado para relatos escritos, el criterio de clasificación podría también aplicarse al resto de formatos de *fanworks*.

La Figura 60, resume la clasificación de los *fanworks* expuesta.

Figura 60. Clasificación de los fanworks

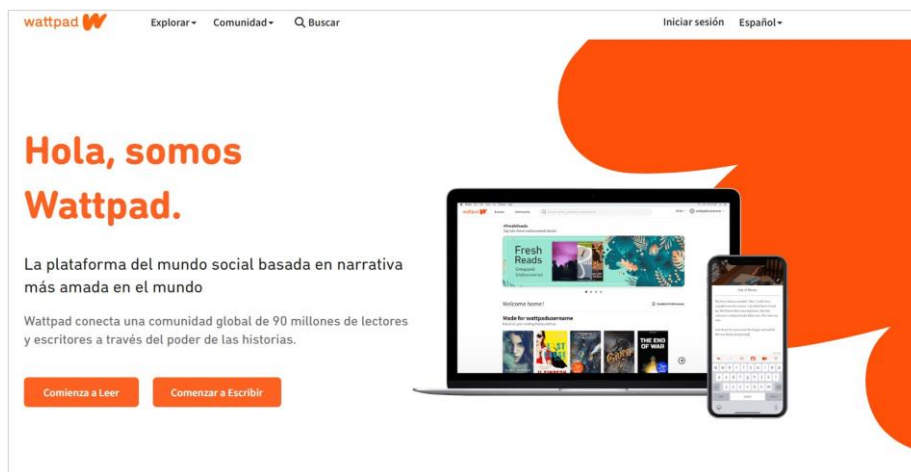


Fuente: Elaboración propia

Los *fanworks* encuentran en la red numerosas plataformas para ser publicados:

- Plataformas generalistas, como *Pinterest*, *TikTok* o *YouTube*, donde encuentran su espacio los *fans vid*.
- Plataformas en las que se puede publicar todo tipo de *fanworks*, con independencia del fandom al que pertenezcan, como *Fanfiction.net* o *Wattpad* (Figura 61).

Figura 61. Página de inicio de Wattpad



Fuente: Wattpad.com (s.f.)

- Plataformas propias de la serie, como su página de Facebook, en la que los fans en ocasiones publican *fanworks*.

Para cerrar este tema, cabe preguntarse cuál es la opinión de la industria en torno a los *fanworks*. En esto debemos distinguir a los creadores de la serie, esto es escritores y guionistas, de productores y distribuidores. Mientras estos últimos las valoran positivamente e incluso las alimentan, ya que, según Morán (2007), aprecian su capacidad promocional (*fanadvertising*) y los consideran, en definitiva, una prueba del éxito de la serie, no todos los creadores las ven con buenos ojos. Por ejemplo, el autor de *Juego de Tronos*, George R. R. Martin, ya en 2010 se oponía abiertamente y reclamaba una regulación, según se expresaba en su blog:

Fan fiction - or whatever you want to call it- has been around for a long time, but never like now. The Internet has changed everything. Whereas before the fanfic might be published in obscure fanzines with a circulation of a hundred, now tens

of thousands, maybe hundreds of thousands, can read these... well, let's just call them "unauthorized derivative works." (Except in cases where the writer has authorized 'em, which I suppose would be "authorized derivative works.") More than ever, we need some boundaries here.

Lo cual podría traducirse por:

Fan fiction - o como se quiera llamar - ha existido durante mucho tiempo, pero nunca como ahora. Internet lo ha cambiado todo. Mientras que antes el *fanfic* se publicaba en oscuros *fanzines* con una tirada de cien, ahora decenas de miles, tal vez cientos de miles pueden leer estas... bueno, llamémoslas simplemente "obras derivadas no autorizadas" (excepto en los casos en que el autor las haya autorizado, entonces supongo que serían "obras derivadas autorizadas". ") Más que nunca, necesitamos algunos límites.

Esta postura es secundada por más autores famosos, como Diana Gabaldón, la creadora de la exitosa serie *Outlander*, mientras que otros se muestran más permisivos, siempre que no haya ánimo de lucro y se reconozca la autoría original.

Escuchando a la otra parte, Marcos Muñoz, creador del *fanfic Lazarillo Z* sobre la serie *El ministerio del tiempo*, indica en una entrevista que lo habitual es que los personajes se traten con cariño en estas obras alternativas, pero que entiende el malestar de los autores cuando existe ánimo de corrección o transgresión del material primitivo (Cruz, 2016).

7.7 Fans y *binge-viewers*... una frontera borrosa

Una vez definido al *binge-viewer* y al fan de series de ficción, debemos reflexionar sobre la relación entre ambos: ¿Es el *binge-viewer* un fan de la serie? ¿Practican los fans el *binge-watching*?

Como punto de partida, lo primero a considerar es que el término *binge-watching* se define en torno al consumo encadenado de episodios de una serie. Alude, por tanto, a un comportamiento, mientras que el término fan se refiere a un sentimiento, preferencia o entusiasmo, en definitiva, a una actitud. Pero, como sabemos, actitud y comportamiento están íntimamente relacionados.

Desde la perspectiva del modelo de respuesta jerarquizado del receptor basado en tres etapas, cognición – actitud – comportamiento, formulado en 1961 por Lavidge y Steiner, la conducta del *binge-viewer* debería requerir una raíz en el plano afectivo, esto es, una relación con la narrativa (Jenner, 2017) que podría presentarse con distintos grados de intensidad.

En sentido contrario, el sentimiento del fan desembocaría en una serie de comportamientos, uno de los cuales podría ser el *binge-watching*, si consideramos la histórica relación del fan con el exceso.

Ya Ramos-Serrano *et al.* en 2012 apuntan que el fandom televisivo actual está definido por los nuevos hábitos de consumo audiovisual, al igual que el *binge-watching*. También Jenner en 2017 enlaza directamente la condición de fan de una serie con la conducta *binge-watching*. Pero es Bury en 2021 quien estudia en profundidad la relación entre el *binge-watching* y el fan y, tras una investigación basada en comentarios en Reddit, llega a interesantes conclusiones:

- Una característica del comportamiento del fan de una serie de ficción es la anticipación. Impulsados por el compromiso emocional, la expectación y el deseo de finalizarla antes de que aparezcan *spoilers*, los fans tratan de ver la serie tan pronto como sea posible tras el estreno, independientemente del número de episodios o de su duración. Esto les conduce directamente a la práctica del *binge-watching*.
- Los fans practican *binge-watching* con los nuevos episodios de la serie y también con los que ya han visto. Los fans no saborean la serie, sino que la devoran, por ello necesitan volver a verla. Es la conexión con el texto y el conjunto de relaciones afectivas que engendra lo que impulsa a los fans hacia el *binge-watching*, ya se trate de la anticipación de un nuevo contenido o de la repetición de un viejo favorito.
- Con el fin de enriquecer la experiencia, los fans comentan sus vivencias en torno al *binge-watching* en foros, redes sociales y otros lugares compartidos, como ha quedado patente a lo largo de Estudio 2.

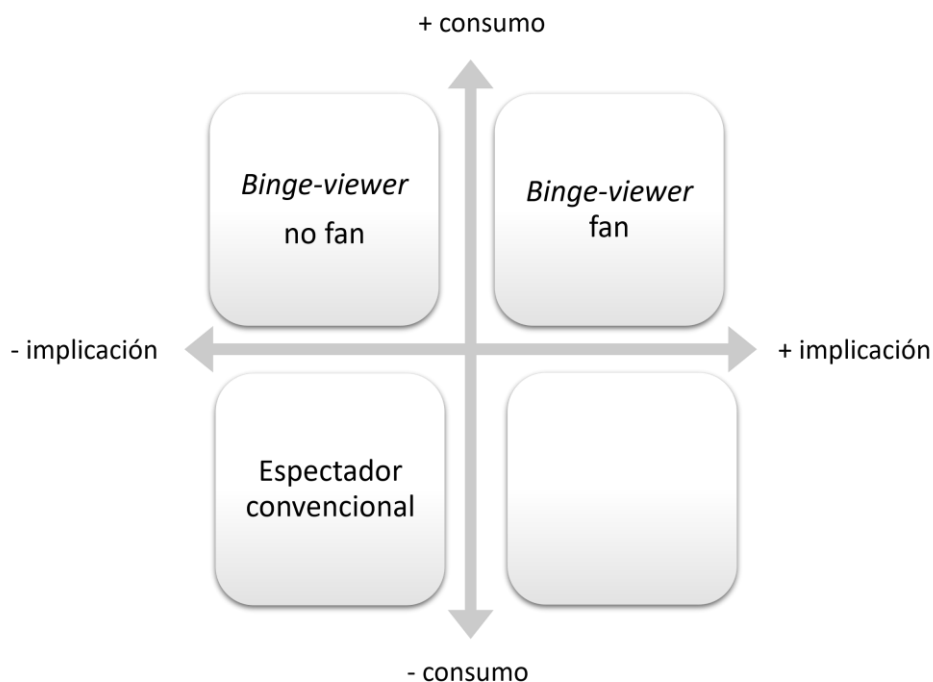
- Los fans consideran que el placer de la experiencia *binge-watching* compensa sus consecuencias negativas, como la privación de sueño.

Jenner (2017) argumenta que todo fan es *binge-viewer*, aunque no necesariamente todo *binge-viewer* es fan: “But what needs to be emphasized is that the practice of binge-watching, though rooted in fandom, is not exclusive to fan practices” (p. 315), lo cual podría traducirse como: “Sin embargo, es necesario destacar que la práctica *binge-watching*, que tiene sus raíces en el fandom, no es exclusiva de los fans”. Basándonos en Jenner, distinguiríamos entonces un *binge-viewer* fan y un *binge-viewer* no fan.

Pero la clave, además de las horas de visionado, está en la magnitud de la experiencia (Jenner, 2017). Gray en 2003 afirmó que la frontera entre el fan y el que no lo es la establece el grado implicación.

De lo anterior se deduce que intensidad de consumo y grado de implicación hacia la serie son dos dimensiones esenciales para definir tres categorías: espectador convencional, *binge-viewer* no fan y *binge-viewer* fan. Si enfrentamos ambas dimensiones (implicación y consumo) obtenemos la siguiente matriz (Figura 62).

Figura 62. Matriz implicación-consumo



Fuente: Elaboración propia

Si bien esta matriz facilita la descripción de las tres categorías, quizás lo hace desde un plano excesivamente teórico ya que la división entre los cuadrantes puede ser discutible.

En relación con el eje consumo, ya se ha visto en epígrafes anteriores que no hay acuerdo entre los autores sobre el número de episodios visionados en la misma sesión que definen el comportamiento *binge-watching* (aunque en este trabajo se haya optado por un visionado superior a dos episodios consecutivos), por lo tanto, el punto de corte del eje sería relativamente arbitrario.

Sin embargo, la mayor dificultad la encontramos en el eje implicación, cuyo punto de corte puede no resultar demasiado nítido si consideramos que, frente a la aportación de Gray ya citada, Jenner (2017) puntualiza que, mientras este umbral entre el no fan y el fan se visualiza de forma relativamente clara en otros objetos de culto, en el caso de la serie de ficción la frontera es borrosa.

Cabría plantearse en este momento cómo se construye la implicación hacia la serie. El Estudio 2 ha demostrado que una de las características de las actuales series de ficción es la intensa conexión que el espectador establece con el universo de la serie, especialmente con los personajes. Esta idea ha sido desarrollada por Brown (2015): la conexión emocional con el universo de la serie proviene principalmente de los personajes y puede explicarse a través de un proceso que consta de cuatro fases:

- El desplazamiento al universo narrativo: la historia absorbe al espectador de tal manera que traspasa el nivel cognitivo hacia el emocional.
- La interacción parasocial: los personajes ejercen atracción sobre el espectador.
- La identificación: el espectador reconoce aspectos de los personajes en su propia personalidad.
- La adoración: los fans convierten en ídolos a sus personajes preferidos.

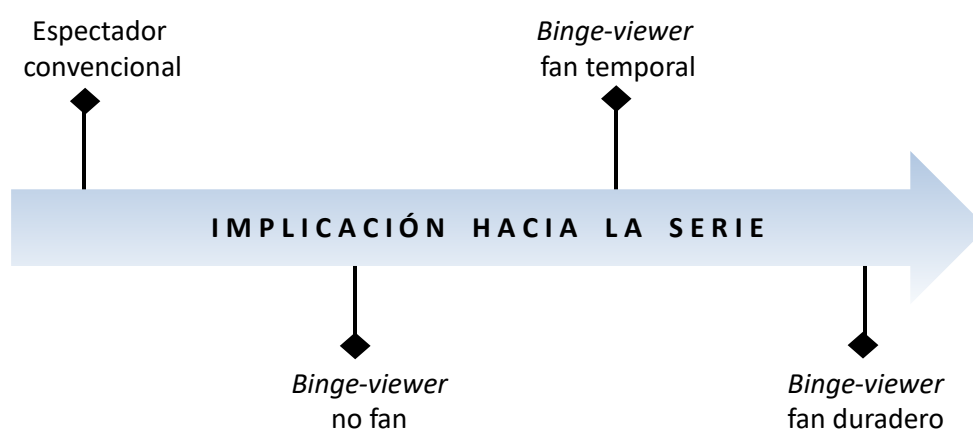
Siguiendo la propuesta de Brown, podríamos afirmar que si el *binge-viewer* alcanza la última fase, adoración, indudablemente se habrá transformado en un fan, al haber convertido a la serie en un objeto de culto. Pero esta condición de fan no está tan clara en

relación con las fases previas, situándose el espectador convencional, el *binge-viewer* no fan y el *binge-viewer* fan en un *continuum* sobre el eje implicación hacia la serie.

A todo lo anterior conviene añadir las ideas de Pearson (2007), quien apunta al plano temporal. Señala que, mientras en el caso del no-fan la relación con el objeto de culto será temporal, el fan lo incorporará a su propia identidad, siendo la relación resultante de carácter duradero. Esto sería aplicable al *binge-viewer*, que podría sentir y actuar como un fan de la serie sólo durante un determinado periodo de tiempo, o convertirse definitivamente en fan de esta.

Esta categoría de *binge-viewer*, que según Pearson se trataría un no fan, podría también denominarse fan pasajero o temporal, idea que aportan Alvarado y Marí (2021) en su estudio *Los fans de último minuto de Juego de Tronos*. Concluyen que algunos espectadores se convierten en fans de una serie de moda debido a la presión de sus redes sociales. Aunque su investigación estudia este fenómeno en relación con la última temporada de Juego de Tronos, señalan que es aplicable a otras series. Los autores están, por tanto, apuntando a la figura del fan pasajero, que adopta las prácticas del fan de una manera temporal e inducida por la búsqueda de conformidad con el grupo social, respondiendo según la Teoría de la acción razonada formulada por Fishbein y Azjen en 1975.

Figura 63. Continuum entre el espectador convencional y el fan



Fuente: Elaboración propia

Añadimos, entonces, una nueva categoría a las tres anteriores, el *binge-viewer* fan temporal. Las cuatro están representadas en la Figura 63.

Si en el plano afectivo la división entre el fan y el no fan es imprecisa, también resulta borrosa en la respuesta conductual. En opinión de Jenner (2017), los servicios *VOD* “offers an opportunity to no-fans to adopt the viewing protocol without adopting other fan behavior” (p. 136) que puede traducirse como: Los servicios *VOD* “ofrecen la oportunidad a los no fans de adoptar los protocolos de visionado de estos sin adoptar otros comportamientos fan”.

Aun compartiendo el visionado encadenado de episodios, el fan presenta una serie de comportamientos asociados a su condición que podrán ser adoptados o no por el *binge-viewer* y que, junto a la intensidad de la implicación, ayudarán a definirlo como fan o no fan.

En el plano conductual, frente a la pasividad del no fan, el fan es activo: Busca información sobre la serie, comparte la experiencia, adquiere productos relacionados con el objeto de culto, genera contenidos (*fanworks*), participa en eventos e incluso se organiza en torno a una causa. Aunque ninguna de estas actividades está contemplada en la definición del *binge-viewer*, por su relación emocional con la serie podría desembocar en alguna de estas prácticas. ¿Cuáles de ellas podría adoptar?

- Búsqueda extratextual. Informarse es algo propio del *binge-viewer*, aunque sólo sea para seleccionar la serie.
- Compartir la experiencia. Como ya hemos visto, el *binge-viewer* mantiene un intenso diálogo sobre las series en las redes sociales.
- Adquisición de productos relativos a la serie. En función de la implicación, podría el *binge-viewer* adquirir algún artículo relacionado con la serie, como camisetas o tazas (Jenner, 2017). Merece especial atención la relación de los fans con el *DVD* de la serie que, además de aportar un sentimiento de posesión (Martín, 2015), a menudo incorpora información adicional a los propios episodios de la serie, como escenas de rodaje o entrevistas con el director o los actores, incluso en ocasiones incluye artículos promocionales. Para los fans el *DVD* es un objeto de colección, mientras que los *binge-viewers* optan por el visionado a través de las plataformas de *streaming*.

- Generación de *fanworks*. Según señala Jenner (2017), aunque en principio no es una actividad propia de los *binge-viewers*, es probable que lo hagan dadas las amplias posibilidades creativas que ofrecen las redes sociales.
- Participación en eventos. Aquí es donde la diferencia entre el fan y el no fan es más nítida. Jenner (2017), apunta que la frontera que discrimina al fan de quien no lo es reside en la autoidentificación del sujeto. El fan se reconoce como fan y miembro de una comunidad y como tal participa de las actividades de la misma, mientras que el *binge-viewer* no fan o fan temporal rechaza ser etiquetado como fan, debido al estigma que históricamente este ha sufrido. No obstante, esta argumentación se ve debilitada gracias a la ya comentada consideración social actual del fan de series de ficción como ávido consumidor de cultura, que va desmontando la tradicional visión negativa del fan.
- Organización en torno a una causa (a menudo una reclamación). Es poco probable que el *binge-viewer* se convierta en activista.

Las diferencias entre el espectador y los distintos tipos de *binge-viewers* quedan resumidas en la siguiente tabla (Tabla 24):

Tabla 27. Diferencias entre el espectador y los distintos tipos de *binge-viewers*

	Espectador	<i>Binge-viewer</i> no fan	<i>Binge-viewer</i> fan temporal	<i>Binge-viewer</i> fan
Conexión emocional	Baja	Moderada	Alta	Muy alta
Consumo encadenado de capítulos	No	Sí	Sí	Sí
Probabilidad de búsqueda extratextual	Media	Alta	Muy alta	Muy alta
Probabilidad de participación en redes sociales	Muy baja	Moderada	Alta	Muy alta
Probabilidad de compra de productos relacionados con la serie	Muy baja	Moderada	Alta	Muy alta
Probabilidad de generación de <i>fanworks</i>	Nula	Baja	Moderada	Muy alta
Probabilidad de participar en eventos de fans	Nula	Muy baja	Baja	Muy alta
Probabilidad de organizarse en torno a una causa	Nula	Nula	Baja	Moderada

En conclusión, podemos afirmar que, tal y como se vislumbraba en las dos investigaciones realizadas a lo largo de esta tesis doctoral, especialmente en el Estudio 2, donde los

espectadores utilizaban espontáneamente la palabra fan en sus comentarios, sí existe una relación entre el comportamiento *binge-watching* y el fenómeno fandom.

Dando respuesta a las preguntas de inicio, cabría resumir que la práctica *binge-watching* está asociada al fandom aunque no es exclusiva de los fans.

Por otro lado, la consideración del *binge-viewer* como fan o no fan no puede abordarse en modo alguno de manera binaria, sino como una línea en la que las distintas modalidades de *binge-viewers* se posicionan en función de su conexión emocional hacia la serie y de la adopción de los comportamientos considerados propios de los fans.

Capítulo 8. Conclusiones

El presente trabajo de investigación contribuye a la comprensión de un nuevo comportamiento de consumo que, por su importancia social, está en el punto de mira de la producción científica. A continuación se sintetizan las principales conclusiones que aporta esta tesis doctoral las cuales, por otro lado, no están exentas de limitaciones.

Lo que hasta ahora se sabe no es, ni mucho menos, suficiente para entender una tendencia al consumo compulsivo de contenidos que trasciende la propia práctica *binge-watching*. Este capítulo acaba bosquejando las posibles líneas de investigación que se abren tras esta tesis doctoral.

8.1 Principales aportaciones

El objeto de estudio de la presente tesis doctoral es la práctica *binge-watching*, el visionado encadenado de episodios de una serie de ficción, un comportamiento reciente ya que va ligado a la proliferación de las plataformas *VOD* que tiene lugar durante la segunda década del siglo XXI.

Ya que la conducta *binge-watching* ha sido adoptada por más de la mitad de la población de países desarrollados sin distinción de edad, género, nacionalidad, etnia o religión, las consecuencias que esta práctica tiene tanto para la sociedad como para la industria audiovisual son notables. No resulta extraño, entonces, que el *binge-watching* haya

suscitado interés académico, generando una creciente actividad científica: en 2015 había un solo artículo indexado en Scopus que contuviera la palabra *binge-watching* en el título, resumen o palabras clave, mientras que en julio de 2023 ya eran 200 los artículos que trataban de definir, describir o aportar nuevos conocimientos en torno a esta conducta.

La profunda revisión de la bibliografía con la que comienza esta tesis doctoral refleja ciertas lagunas en torno a la definición y la comprensión del fenómeno *binge-watching*, la cual se aborda a menudo desde una metodología cuantitativa con fines descriptivos. En contraposición a este enfoque, el presente trabajo aporta a la literatura existente una amplia investigación primaria de carácter cualitativo-exploratorio destinada a comprender la experiencia del espectador de series de ficción cuando practica *binge-watching*.

Bajo un planteamiento que descansa en la triangulación múltiple, se llevan a cabo dos procesos de investigación. El primero (Estudio 1) trata de entender la experiencia de espectador de series de ficción en torno al *binge-watching*, su origen, práctica y efectos. Para ello se aplican técnicas como la reunión de grupo, la entrevista en profundidad y las técnicas proyectivas sobre una muestra de 20 individuos. Los datos obtenidos son analizados a través de la Teoría Fundamentada, lo cual permite contrastar la información obtenida con la bibliografía existente. La importancia de las conclusiones que ofrece el Estudio 1 han sido reconocidas y publicadas en el número 75 de la revista Comunicar.

Con el fin de complementar los resultados obtenidos en la primera investigación así como contrarrestar algunas de las desventajas propias de las técnicas de interrogatorio utilizadas en el Estudio 1, se inicia una segunda investigación (Estudio 2), que persigue una aproximación a la conducta *binge-watching* desde la perspectiva fenomenológica: trata de comprender de manera detallada y profunda la experiencia, emociones y variables que intervienen en el consumo de series de ficción. La técnica en este caso es la observación a través de un análisis de contenidos: se analiza el discurso espontáneo en castellano de los espectadores de series de ficción vertido a la web 2.0 durante los últimos 10 años (2012-2022) en forma de comentarios sobre las series. Los resultados se obtuvieron del análisis de una muestra de 4.614 reseñas.

En definitiva, se ha realizado una investigación a partir de datos secundarios y primarios de distinta tipología cuyos resultados permiten formular cinco grandes conclusiones.

Redefinición del término binge-watching

Como primera conclusión de esta tesis doctoral se ofrece una nueva definición del término *binge-watching* que concreta, precisa y amplía las definiciones aportadas por la literatura existente: debe considerarse práctica *binge-watching* el visionado consecutivo de más de dos episodios de una misma serie de ficción del género drama.

La necesidad de una definición precisa del término *binge-watching* surge de la revisión bibliográfica. Quizás por la novedad del comportamiento, que comienza a estudiarse en 2015, las definiciones aportadas muestran diversos problemas. El primero es la falta de acuerdo entre los autores estudiosos del tema en torno al punto clave de la definición, el número de episodios que deben encadenarse para convertir un visionado de serie de ficción en *binge-watching*. El segundo problema es la falta de rigor a la hora de precisar este número, que se formula a menudo a través de términos ambiguos. Por último, el tercer problema radica en un enfoque excesivo en el número de episodios visionados que, aunque elemento principal de la definición, no es el único.

La definición propuesta en este trabajo se formula a partir del estudio de fuentes secundarias y es posteriormente refrendada con la investigación primaria.

La frontera que separa el visionado “normal” del visionado “en exceso” se establece en dos, número en el que convergen una parte de los autores estudiados y también la muestra del Estudio 1.

Desgranando el resto de elementos de la definición aportada, cabe comentar que hay acuerdo entre los autores en que el visionado debe ser consecutivo (“de una sentada”), aunque no todos especifican que los episodios deban ser de la misma serie. La investigación realizada a lo largo de esta tesis doctoral aporta una dimensión a la práctica *binge-watching* que se eleva por encima del mero hábito y considera la implicación emocional entre el espectador y la serie un factor fundamental dentro del comportamiento descrito. Bajo este razonamiento, para considerar que una práctica de visionado es *binge-watching* estimamos imprescindible que los episodios sean de la misma serie.

Lo anterior nos conduce al último elemento fundamental de la definición que aportamos: la serie debe ser del género drama. Caracterizado por no utilizar el humor como elemento principal, el drama seriado es el formato más abundante dentro del actual panorama de la industria audiovisual. De contenido variado pero siempre alejado de lo cotidiano, el drama seriado presenta un argumento habitualmente complejo, girando en torno a varias tramas que se desarrollan simultáneamente. Sus personajes, de gran riqueza y encarnados a menudo por actores famosos, establecen entre ellos relaciones que se extienden a lo largo de toda la serie. Drama, argumentos complejos, personajes sofisticados y actores consagrados se revelan en el Estudio 1, y sobre todo en el Estudio 2, como el cóctel que envuelve al espectador y despierta su curiosidad hasta el punto de llevarle a encadenar episodios.

Para finalizar con el análisis de la definición de *binge-watching*, sólo apuntar que a menudo esta va ligada a la tecnología (como señala el Diccionario de Oxford). Sin embargo, no consideramos necesario incluir el factor tecnológico en dicha definición al ser el elemento que posibilita el comportamiento. La práctica *binge-watching* es fruto de la autonomía que adquiere el espectador cuando adopta un servicio *VOD* como suministrador de contenidos: puede decidir qué ver, cuándo, desde qué dispositivo y, sobre todo, en qué cantidad.

Identificación de dos modalidades de la práctica binge-watching

Como segunda conclusión esta tesis doctoral ofrece una identificación, clasificación y descripción de dos modalidades de *binge-watching*: planificado y no planificado.

Uno de los principales resultados del Estudio 1 es que no todo el visionado encadenado de episodios responde al mismo patrón de consumo. En el comportamiento *binge-watching* conviven dos patrones de conducta bien diferenciados: el maratón planificado y el maratón no planificado. Esto quiere decir que dos espectadores pueden ver el mismo número de episodios de una misma serie de manera consecutiva y vivir experiencias distintas que, a su vez, dan como resultado diferentes efectos. En el Estudio 2 igualmente se observan ambos patrones. La explicación reside en la intención previa al visionado.

El *binge-watching* planificado es intencionado y tiene carácter de evento: se programa en tiempo y recursos como cualquier otra actividad de ocio. Como tal, puede desarrollarse en

solitario o en compañía (real o virtual). El *binge-watching* planificado se practica desde la televisión como dispositivo principal. La unidad de visionado es un conjunto de episodios decididos de antemano por el espectador, que puede ser la serie completa, la temporada completa o una parte concreta de esta. Si la experiencia es compartida, se practica cuando se lanza una nueva serie muy esperada o una temporada completa de una serie de éxito. El lanzamiento simultáneo de todos los episodios por parte de la industria audiovisual lo favorece. El maratón planificado está, de esa manera, frecuentemente ligado a la moda.

Por el contrario, en el *binge-watching* no planificado el visionado de episodios se encadena de manera no premeditada, sin haber programado tiempo o recursos para ello. Es, por tanto, una conducta espontánea fruto de la inmersión del espectador en una trama envolvente de la que no consigue desengancharse. Aunque pueda practicarse en compañía, el *binge-watching* no planificado es más frecuente en solitario, debido a su carácter no intencional. Además de la televisión, emergen con fuerza los dispositivos de visionado de carácter individual, como ordenador, tableta o teléfono móvil. El *binge-watching* no planificado no necesita que la serie esté de moda o sea un lanzamiento reciente, solo que los episodios estén disponibles.

Efectos del binge-watching planificado y no planificado

El comportamiento *binge-watching* tiene una serie de consecuencias para el espectador que pueden estudiarse desde el plano físico, psicológico y social. La tercera conclusión de esta tesis doctoral propone que estos efectos son distintos en función de la modalidad de *binge-watching* que se practique: planificado o no planificado.

Esta afirmación procede principalmente del el Estudio 1, que arroja abundante información sobre los efectos del *binge-watching* y, además, profundiza en el impacto que la intencionalidad tiene sobre ellos.

En cuanto al plano físico, en ambos comportamientos, maratón planificado y no planificado, se observan consecuencias negativas: se trata de una actividad sedentaria, de interior, y habitualmente relacionada con hábitos alimenticios poco sanos. El maratón no planificado, además, se practica habitualmente a costa de perder horas de sueño y en ocasiones puede conducir a la procrastinación.

En cuanto al plano psicológico, la gratificación basada en la evasión es el principal resultado psicológico del consumo de series de ficción. Es un efecto positivo que resulta más intenso cuando el visionado se practica encadenado, que aparece haya o no planificación y que es perfectamente descrito en el Estudio 1 y especialmente en el Estudio 2, donde el discurso pivota en torno a la inmersión en el universo propuesto por la serie.

Un segundo efecto psicológico, en este caso negativo, es el sentimiento de culpa que puede surgir a consecuencia del sedentarismo o, en el caso del *binge-watching* no planificado, de la posposición de actividades o de la sensación de pérdida de control. Tal sentimiento de culpa emerge cuando los datos se extraen a través de técnicas de interrogatorio (Estudio 1), que aportan un discurso ligeramente razonado que busca aceptación. Sin embargo, en los datos arrojados por el Estudio 2, obtenidos a partir del relato espontáneo de los espectadores, no se observa sentimiento de culpa alguno. Más bien al contrario, la práctica *binge-watching* es un mérito de la serie que consigue “atrapar” a la audiencia. La normalización del comportamiento, la condición de conducta compartida y la consideración social positiva de la serie como contenido de culto son factores reductores de un posible sentimiento de culpa que, en el caso del *binge-watching* planificado, aun puede ser menor a causa de la premeditación.

Siguiendo con los efectos psicológicos, la sensación de pérdida de control es una constante en el relato de la muestra en torno al *binge-watching* no planificado. Aunque a menudo se experimente sin culpabilidad, la utilización en el discurso de términos como “enganche” o “droga” lleva a relacionar la práctica con la adicción. Sin embargo, debido a tratarse de un comportamiento y no una identidad, a su carácter aceptable e inofensivo en la mayoría de los casos, y a su naturaleza finita, el *binge-watching* no planificado se sitúa más próximo al atracón que a la adicción.

Finalizando con el plano social la descripción de los efectos de la práctica *binge-watching*, cabe destacar la capacidad de la serie de ficción para satisfacer necesidades de pertenencia. Como se ha podido comprobar en el Estudio 2, el espectador comparte con entusiasmo la experiencia de visionado, bien sea positiva o negativa. Las series se han convertido en un tema de conversación frecuente y la recomendación es habitual. En el caso del *binge-watching* planificado el visionado es compartido de forma real o virtual (co-

watching) y, si hablamos del *binge-watching* no planificado, en el que predomina el visionado solitario, la experiencia se vierte en redes sociales, que se convierten en un enorme salón virtual. En definitiva, cabe atribuir al consumo de series de ficción un gran poder socializante que favorece la práctica *binge-watching*: saber sobre series, poder hablar sobre ellas, recomendarlas o ser el primero en terminar la temporada de una serie de moda ejerce un efecto integrador del individuo en el grupo, sobre todo entre jóvenes, que en caso contrario pueden llegar a experimentar sentimientos de exclusión.

Relación entre el fenómeno fandom y el comportamiento binge-watching

Los resultados del Estudio 2 apuntan a la proximidad entre la condición de fan de una serie y el comportamiento *binge-watching*. El fan de una serie de ficción es una persona que presenta un alto consumo, obtiene una importante gratificación a consecuencia de dicho consumo, desarrolla una implicación hacia el universo de la serie y, además, experimenta el deseo de compartir la experiencia, una descripción que encaja en gran medida con la del *binge-viewer*. Tras el estudio de los datos recogidos se concluye en esta tesis doctoral que la práctica *binge-watching*, si bien está asociada al fandom, no es un comportamiento exclusivo de los fans: el fan sí practica *binge-watching* pero no todo *binge-viewer* adquiere necesariamente la condición de fan.

Para comprender la relación entre ambos resulta útil caracterizar el fandom como una actitud, por tanto una condición del espectador, frente al *binge-watching*, que es un comportamiento. Son diferentes niveles de respuesta de la audiencia ante la serie de ficción.

Diferencias entre el binge-viewer y el fan de una serie de ficción

La relación encontrada entre el fandom y el *binge-watching*, que apenas se ha tratado en la literatura, requiere establecer una frontera entre ambos fenómenos, de lo cual se ocupa la quinta y última conclusión de esta tesis doctoral.

El concepto implicación es clave para entender la relación que el espectador establece con la serie de ficción, la cual adquiere relevancia en la vida del espectador al ofrecerle la oportunidad de evadirse de la cotidianidad, satisfacer necesidades de carácter hedonista

(novedad, estimulación sensorial y cognitiva) y social (pertenencia, afiliación) y reforzar su autoconcepto gracias a una fuerte identificación con los personajes. El resultado es una alta motivación del espectador hacia una experiencia cuya intensidad afectiva refuerza la conexión hacia la serie que, por su estructura fragmentada, estimula en bucle el deseo de visionado, llevándolo al consumo encadenado de episodios. En consecuencia, altos niveles de implicación conducen hacia la práctica *binge-watching*, aunque no necesariamente a adquirir la condición de fan.

La investigación realizada a través de distintas fuentes a lo largo de este trabajo aporta datos suficientes como para proponer una jerarquización de la audiencia de las series de ficción en función de su implicación hacia la serie, encontrando diversas categorías de espectadores.

En la base de la pirámide se sitúa el espectador convencional, que no practica *binge-watching*. A continuación encontramos al *binge-viewer* no fan, que presenta hábito pero no actitud. A este le sigue el *binge-viewer* fan, que puede serlo con carácter temporal o duradero. La frontera entre estas cuatro categorías no es ni mucho menos nítida. Al contrario, se sitúan sobre el eje implicación como un *continuum* en función de su conexión emocional hacia la serie y de la adopción de los comportamientos considerados propios de los fans.

8.2 Limitaciones de la investigación

Los resultados propuestos por esta tesis doctoral no están exentos de limitaciones, las cuales puntualizaremos a continuación en función de las fuentes de datos utilizadas.

Dificultad en la integración de las diversas fuentes empleadas

La investigación secundaria aporta limitaciones de carácter metodológico principalmente derivadas de la diversidad de fuentes consultadas. Nos hemos enfrentado a datos con distinto nivel de desagregación, con alcances geográfico y temporal desiguales y referidos a variables diferentes. Los capítulos 2 y 3 han sido los más afectados en este caso, ya que aportan los grandes datos de la industria audiovisual, que han tenido que mostrarse a escala mundial o española en función de la disponibilidad.

Literatura sobre el objeto de estudio poco desarrollada

La práctica *binge-watching* es relativamente nueva, como también lo es el interés que ha suscitado entre la comunidad científica. Es notable la exigua bibliografía de calidad que aborda el comportamiento. A lo largo del desarrollo de esta tesis doctoral se habría necesitado información que no se ha podido encontrar por la sencilla razón de que no se había elaborado. Esta limitación tiene una doble lectura: el objeto de estudio sigue lleno de oportunidades para los investigadores interesados en el tema.

Literatura emergente

En otro orden, cabe destacar que la bibliografía en torno al *binge-watching*, aunque escasa, es toda reciente. Comienza a crecer a buen ritmo en 2017, con una producción en torno a los 20 artículos anuales indexados en Scopus con el término *binge-watching* incluido en el título, resumen o palabras clave. Es decir, que se avanzaba de prisa en la contribución al conocimiento de forma paralela a la redacción de la tesis. Esta circunstancia, si bien no es una limitación sino una oportunidad de continuo aprendizaje, ha supuesto para el desarrollo de la tesis una dificultad añadida, ya que exigía reajustes continuos en función de la evolución de la sabiduría compartida.

Fenómeno en proceso de estudio no consolidado académicamente

Ya para terminar con las limitaciones, señalar la escasa unanimidad de los autores en relación con temas clave en torno al *binge-watching*, como la propia definición del término, el origen de la conducta o sus efectos negativos en el plano social. No es solo que los autores no coincidan, sino que en ocasiones resultan contradictorios. Esta disparidad ha supuesto una dificultad añadida al análisis de la bibliografía.

Las circunstancias descritas, a excepción de la bibliografía reciente, son situaciones frecuentes en una revisión bibliográfica: las fuentes de datos secundarias rara vez se adaptan por completo a las necesidades del investigador. Se concluye que, en este caso, se trata de limitaciones que no afectan de manera determinante a los resultados.

8.3 Nuevas líneas de investigación

Al presente trabajo, como tesis doctoral que es, hay que ponerle un final, pero esto no significa en absoluto que los resultados obtenidos sean la última etapa del camino. La continuidad más inmediata de esta investigación ofrece tres líneas principales de estudio.

Demostración de las hipótesis formuladas

En primer lugar, y como acabamos de explicar, los resultados de la investigación realizada, de carácter cualitativo-exploratorio, no aportan resultados concluyentes. Las conclusiones extraídas no pueden ser generalizadas a la totalidad de la amplia y diversa población objeto de estudio. La primera y más evidente línea de investigación que se propone consiste en la verificación empírica de las dos modalidades de *binge-watching* propuestas por el Estudio 1. La descripción de los comportamientos *binge-watching* planificado y no planificado y sus efectos culmina en forma de siete hipótesis cuya demostración requiere una investigación de carácter descriptivo.

Conexión entre binge-watching y fandom

La segunda línea surge en torno al fenómeno fandom. La conexión entre el *binge-watching* y el fan, que brota de manera espontánea en el Estudio 2, apenas está esbozada en la literatura.

Bajo los términos de búsqueda en Scopus *binge-watching AND fan** aplicados a *Article title, Abstract, Keywords*, surgen ocho artículos de los cuales sólo cuatro abordan realmente el tema. En ninguno de los cuatro la relación entre el fenómeno fandom y el comportamiento *binge-watching* se erige como objetivo principal. De hecho, solo un artículo, firmado por Mareike Jenner, pionera en el estudio del *binge-watching*, incluye el término fandom en el título: *Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom*.

Fecha en 2017, es una de las primeras publicaciones sobre *binge-watching* y se ha citado frecuentemente a lo largo de la tesis. Tratándose de un objeto de estudio emergente (entre 2015 y 2017 se publicaron 24 artículos), el artículo de Jenner responde al estado del arte en ese momento. Básicamente la autora propone posibles conexiones (una de ellas el fandom) del comportamiento *binge-watching* sin llegar a profundizar en ellas.

En esta tesis la relación entre *binge-watching* y fandom se trata desde un plano teórico, proponiéndose una serie de conclusiones inéditas cuya validez debería ser comprobada con un estudio de carácter primario y diseñado *ad hoc*.

El efecto de las tácticas de la industria audiovisual sobre la conducta binge-watching

A lo largo de toda la tesis se ha expuesto cómo las prácticas de la industria audiovisual destinadas a favorecer el encadenado de episodios parecen resultar exitosas. Esta idea se expresa en ambos Estudios, 1 y 2. Sin embargo, sólo aparece en Scopus un estudio que intente demostrar dicha relación causa-efecto. Se trata de una reciente investigación llevada a cabo en las universidades suizas de Friburgo y Lucerna por Dominique S. Wirz , Alexander Ort , Björn Rasch y Andreas Fahr (2022): *The Role of Cliffhangers in Serial Entertainment: An Experiment on Cliffhangers' Effects on Enjoyment, Arousal, and Intention to Continue Watching*. Contra todo pronóstico, no queda demostrado que el *cliffhanger* incentive el encadenado de episodios.

La eficacia, no solo del *cliffhanger*, sino también del resto de las diversas tácticas que Netflix y el resto empresas de servicios VOD ponen al servicio del visionado continuado de episodios y que han sido explicadas a lo largo de esta tesis, deberían estudiarse a través de experimentos con el fin de poder establecer una relación causa efecto, siendo la táctica la variable independiente y el encadenado de episodios la variable dependiente. Los resultados serían de máxima utilidad de cara a una posible regulación de las prácticas de la industria audiovisual.

Hasta aquí la continuidad más obvia que esta tesis debería tener. Sin embargo, la trascendencia sobre un país de una conducta practicada por más de la mitad de su población bien merece que se valore en términos de impacto social, económico y, en el caso que nos ocupa, también sanitario. Se sugiere esta evaluación de impacto como una cuarta línea de investigación de gran interés.

Impacto del binge-watching

Principalmente el Estudio 1 aporta un buen punto de partida para valorar el impacto de la práctica *binge-watching*, ya que muestra cómo el consumo encadenado de episodios de

una serie de ficción puede tener efectos negativos sobre los *binge-viewers*, tanto de carácter físico como psicológico o social.

En el plano físico, sedentarismo, malos hábitos alimenticios, falta de sueño y procrastinación son posibles efectos del *binge-watching* que pueden desencadenar obesidad, trastornos vasculares, neurológicos, psicológicos e incluso psiquiátricos cuyo impacto sobre el sistema sanitario y laboral y, por ende, sobre la economía de un país aún no se ha evaluado.

Siguiendo en el ámbito de la salud pero ahora desde el plano psicológico, se ha acuñado un nuevo término, la “seriefilia”, que alude a una adicción sin sustancia. El vocablo por el momento no ha sido reconocido por la literatura científica, pero apunta a que el *binge-watching* podría acabar añadiéndose a la ya considerable lista de conductas que la Asociación Americana de Psicología estudia para una posible calificación de adicción comportamental, junto a los videojuegos, la televisión, Internet, el teléfono móvil, las compras o el ya reconocido juego. Aunque esta relación entre *binge-watching* y adicción sí ha sido abordada por la literatura, no se ha tratado su impacto social y sanitario.

Por último, en el plano social, se ha expuesto a lo largo de esta tesis que el visionado consecutivo de episodios de una serie de ficción se practica mayoritariamente en solitario y que su principal extraversión se produce a través de las redes sociales (“tan cerca pero tan lejos”). Se suma de esta manera el *binge-watching* a las diversas y cada vez más numerosas actividades de entretenimiento, como los videojuegos, que, al no necesitar el trato directo con otras personas, pueden fomentar el individualismo, el aislamiento y la exclusión, situación que se ha denominado síndrome de Hikikomori (de la Calle y Muñoz, 2018). El posible coste social del *binge-watching* es, por tanto, otra consecuencia que debería tenerse en consideración.

En definitiva, las múltiples aristas del posible impacto del *binge-watching* sobre nuestra sociedad ofrecen otra atractiva línea de investigación a desarrollar.

Al concluir con estas consideraciones finales, no podemos caer en el error de la miopía. Nos hemos centrado en ciertos aspectos concretos del comportamiento *binge-watching* pero

este no es sino una muestra más de la tendencia al consumo compulsivo de contenidos que se ha instalado en una parte mayoritaria del mundo desarrollado.

La llamada cultura de la inmediatez que se instaura tras la revolución digital descansa en la continua búsqueda de gratificación, raíz del *binge-watching* pero también de otras conductas que están transformando nuestra sociedad. Por su importancia, todas ellas, incluido el *binge-watching*, requieren ser analizadas en todas sus dimensiones.

8.4 Reflexión final

Tras todo lo estudiado en torno al comportamiento *binge-watching* a lo largo de esta tesis doctoral, cabe concluir que el espectador obtiene importantes gratificaciones a consecuencia de esta práctica. Sin embargo, y aun afirmando que se trata de una conducta relativamente inocua, no se pueden obviar sus posibles efectos adversos sobre los espectadores.

Teniendo en cuenta porcentaje de la población desarrollada que de forma esporádica o frecuente se ve envuelta en la práctica *binge-watching*, convendría plantearse la necesidad de regular las prácticas que convierten el producto en *bingeable*. Esto afectaría tanto a los productores de series de ficción, que podrían estar creando narrativas específicamente adaptadas al *binge-watching*, como a los suministradores, que favorecen el encadenado de episodios.

Pero no toda la responsabilidad debe ponerse en manos de la industria. El espectador también es dueño de sus propios excesos. Debe valorar las posibles consecuencias negativas del encadenado de episodios e intentar controlar su propio consumo, así como educar en un consumo responsable a niños y jóvenes, que se han convertido en la actualidad en objetivo de la industria audiovisual hacia la práctica *binge-watching*.

EPÍLOGO

La Doctoranda, capítulo final

Tras seis años de emisión, la serie *La doctoranda* ofrece su último episodio, El desenlace.

El gran acierto del guionista de esta serie fue cruzar en el primer capítulo a la protagonista con los otros dos personajes clave, dos profesoras cuya mente brillante les hubiera permitido estar en *The Big Band Theory*, pero no pasaron el *casting* por no ser suficientemente *frikis*. Y acabaron en *La doctoranda*. Ellas, las Doctoras Diana Gavilan y María Gema Martínez Navarro, son las dos piezas imprescindibles en este relato.

La doctoranda es una dramedia, mezcla de drama y comedia. Y la serie acaba en comedia, pues en el episodio final la doctoranda logra, tras múltiples vicisitudes, defender su tesis doctoral, en una realidad distorsionada propia de este género. Si lo habitual es que padres y abuelos orgullosos acudan a la defensa de la tesis doctoral de su hijo y nieto, aquí ocurre lo contrario, como en una buena *sitcom*. Lo raro es no oír las risas enlatadas.

La verdad es que *La doctoranda* es una serie aburrida. En la mayoría de los capítulos no pasa nada. La doctoranda está todo el rato sentada en una mesa escribiendo y lo más que hace es dar un paseo a comprar el pan. Este es el lado dramático de la serie, sin un atisbo de humor. Durante esa parte de la trama, la protagonista cuenta con un compañero de reparto, Jose, que acaba harto de ver fútbol, tenis y hasta billar en la televisión porque no tiene otro plan a causa de la tesis de ella. Su principal rasgo es la paciencia infinita. Otro personaje indispensable.

La doctoranda hereda de *Modern Family* ese entramado de familias entrelazadas, que se apoyan continuamente. Sus hijos, hermanos, sobrinos y algunos amigos forman ese reparto coral, indispensable en toda serie. Y como tiene que ser, todos ellos acompañan a la protagonista en el último capítulo.

La doctoranda seguro que tiene secuelas: le gusta investigar y escribir. Es posible que esto no haya terminado.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahmed, A. A. A. M. (2017). New era of TV-watching behavior: binge watching and its psychological effects. *Media Watch*, 8(2), 192-207.
- AIMC (Spain). (febrero 21, 2023). Porcentaje de individuos que vio programas de televisión a la carta en España en 2022, por plataforma de pago [Gráfica]. In *Statista*. Recuperado el 24 de julio de 2023, de: <https://es.statista.com/estadisticas/1030604/principales-plataformas-para-ver-por-internet-programas-de-tv-a-la-carta-espana/>
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control* (pp. 11-39). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Ajzen, I. (2011) The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26:9, 1113-1127, <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Aller, R. (2021). ¿Qué es ser fan?: un abordaje sobre el «fandom» de Harry Potter en Argentina. *Antropológicas*, (17), 24-35.
- Allué, M. (2012). Inválidos, feos y freaks. *Revista de Antropología Social*, 21, 273-286.
- Alonzo, R. M. (2019). Sobre el uso de los conceptos prosumer y emirec en estudios sobre comunicación. *Sphera Publica*, 1(19).
- Alvarado, J. A. L., & Marí, E. M. C. (2021). Los fans de último minuto de Juego de Tronos. *Global Media Journal México*, 18(34), 185-208.
- Amazon Prime Video (2019). Cartel Homecoming [Imagen digital]. Recuperado de: <https://www.sensacine.com/series/serie-22221/fotos/>
- American Psychiatric Association (2002). DSM-IV-TR. Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. Masson (original 2000)
- Arrieta, E. A., Castillo, L. M. & Amillategui, B. N. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 149-183. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Ayuso, L. (27 de febrero de 2023). Todo sobre SkyShowtime, la nueva plataforma que llega a España con afán competitivo y Bosé de reclamo. *eldiario.es*. https://www.eldiario.es/vertele/noticias/skyshowtime-nueva-plataforma-llega-espana-precio-catalogo-series-bose-yellowstone_1_9988907.html
- Barlovento Comunicación (2023a). *Análisis de la Industria televisiva-audiovisual 2022*. [Archivo PDF]. https://www.cineytele.com/wp-content/uploads/2023/01/Informe-anual-2022_Barlovento-Comunicacion.pdf

Barlovento Comunicación (2023b). *Barómetro TV-OTT: Televisión de Pago y OTT's, 2ª ola 2023*. [Archivo PDF]. <https://barloventocomunicacion.es/barometrotv-OTT/barometro-tv-OTT-television-de-pago-y-OTTs-2a-ola-2023/>

Beck, A., Wright, C., Newman C. & Liese, B. (1999). *Terapia cognitiva de las drogodependencias*. Paidós.

Becoña, E., & Cortés, M. (2016). *Manual de adicciones para psicólogos especialistas en psicología clínica en formación*. Socidrogalcohol.

Belinchón, G. (12 de mayo de 2022). El cine en Europa ha perdido el 58% de la taquilla de antes de la pandemia. *El País*. <https://elpais.com/cultura/2022-05-12/el-cine-en-europa-ha-perdido-el-58-de-la-taquilla-de-antes-de-la-pandemia.html>

Berridge, V., Herring, R., & Thom, B. (2009). Binge drinking: a confused concept and its contemporary history. *Social history of medicine*, 22(3), 597-607.

Birks, M., & Mills, J. (2015). *Grounded theory: A practical guide*. Sage.

BOE (2020). Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-3692>

Bol.com Colección de DVDs de la serie 24 a la venta en bol.com [Fotografía]. (s.f.). Recuperado 26 de febrero de 2022 de <https://www.bol.com/be/nl/p/24-complete-collection/1002004010657591/>

Borgatti, S. (2008). *Introduction to grounded theory*. Recuperado de <http://www.analytictech.com/mb870/introtoGT.html>

Bormann, E. G. (1985). Symbolic convergence theory: A communication formulation. *Journal of communication*.

Brown, W. J. (2015). Examining four processes of audience involvement with media personae: Transportation, parasocial interaction, identification, and worship. *Communication Theory*, 25(3), 259-283.

Bury, R. (2021). "A small Christmas for me": A study of binge-watching and fan engagement on Reddit. En Jenner, M. (Ed.), *Binge-Watching and Contemporary Television Studies* (p. 40-58). Edinburgh University Press.

Busquet i Duran, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Revista de Estudios de Juventud*, núm. 96, 2012.

de la Calle, M., & Muñoz, M. J. (2018). Hikikomori: el síndrome de aislamiento social juvenil. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 38(133), 115-129.

Capapé, E. (2020). Nuevas formas de consumo de los contenidos televisivos en España: una revisión histórica (2006 - 2019). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), 451-459.

- Carrasco, A. (2010). Teleseries: Géneros y formatos. Ensayo de definiciones. *Miguel Hernández Communication Journal*, (1), 174-200.
- Carrión, A. (2019). La Quality TV y la edad de oro de las ficciones seriadas. *Zer*, 24(46), 111-128. <https://doi.org/10.1387/zer.20386>
- Cascajosa, C. (2005). *Prime Time: Las mejores series de TV americanas: de «CSI» a «Los Soprano*. Calamar.
- Cascajosa, C. (2016). *La cultura de las series*. Laertes
- Cascajosa, C. (2018). Las series de televisión españolas ante la llegada de los servicios VOD (2015-2017). *El Profesional de la Información*, 27:6, 1303-1312.
- Cea D'Ancona, M.A. *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Síntesis, 1998.
- Chalaby, J. K. (2005). Towards an understanding of media transnationalism. *Transnational television worldwide: Towards a new media order*, 1.
- Charmaz, K. (2008). *Constructionism and the grounded theory method*. *Handbook of constructionist research*, 1, 397-412.
- Chiluisa, A. E. (2020). *Análisis comparativo de los monstruos dobles en La doble y única mujer de Pablo Palacio y la Cuarta temporada Freak Show de la serie audiovisual American Horror Story de Ryan Murphy y Brad Falchuk* (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
- Cía, A. H. (2018). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Inmanencia. Revista del Hospital Interzonal General de Agudos (HIGA) Eva Perón*, 6(1).
- Ciaramella, D. & Biscuiti, M. (2014). *Can't stop, won't stop: binge-viewing is our new favorite addiction*. Miner & Co. Studio.
- CisionPRWeb (8 de marzo de 2013). *MarketCast Study. TV "Binge-Viewing" Creates a More Engaged Viewer for Future Seasons and Not a Bingeing Habit*. CisionPRWeb <http://www.prweb.com/releases/2013/3/prweb10513066.html>
- Comparitech. (septiembre 26, 2021). Ranking mundial de países en función del número total de suscriptores de Netflix en 2021 (en millones) [Gráfica]. In *Statista*. Recuperado el 24 de julio de 2023, de: <https://es.statista.com/estadisticas/636438/numero-de-abonados-al-servicio-de-emision-continua-de-netflix-en--por-pais/>
- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative sociology*, 13(1), 3-21.
- Cornejo, M. & Salas, N. (2011). Rigor y Calidad Metodológicos: Un Reto a la Investigación Social Cualitativa. *Psicoperspectivas*, 10(2), 12-34. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol10-Issue2-fulltext-144>
- Creswell, J.W., & Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry and research design* (4th ed.). Sage Publications, Inc

- Crome, A. (2014). Reconsidering religion and fandom: Christian fan works in My Little Pony fandom. *Culture and Religion*, 15(4), 399-418.
- Cruz, A. (2016). *El fenómeno de la fanfiction*. (Trabajo de Fin de Grado no publicado). Universitat de Girona. Cataluña.
- Darcy, S., & Pegg, S. (2011). Towards strategic intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 468-476.
- Davidson, M. A. (2013). Fiction-based religion: Conceptualising a new category against history-based religion and fandom. *Culture and Religion*, 14(4), 378-395.
- Davis, B. C. (2016). *The Netflix effect and defining binge-watching*. Virginia Commonwealth University Research Report.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage.
- Echeburúa, E. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones: juego, sexo, comida, compras, trabajo, Internet*. Desclée de Brouwer.
- Elliott, M. A. (2021). Fandom as religion: A social-scientific assessment. *The Journal of Fandom Studies*, 9(2), 107-122.
- Establés, M. J. (2016). Entre fans anda el juego: audiencias creativas, series de televisión y narrativas transmedia. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (11), 476-497.
- Feeney, N. (2014). When, exactly, does watching a lot of Netflix become a 'binge.' *The Atlantic*, 18.
- de Feijter, D., Khan, V. J., & Gisbergen van, M. (2016, June). Confessions of a 'guilty' couch potato. Understanding and using context to optimize binge-watching behavior. In *Proceedings of the ACM International conference on interactive experiences for TV and online video* (pp. 59-67).
- Fernandes, F. (2023). Mapped: The Most Popular Video Streaming Service by Country. *Visual Capitalist*, 26 de febrero de 2023. Recuperado el 16 de julio de 2023 de: <https://www.visualcapitalist.com/cp/mapped-the-most-popular-video-streaming-service-by-country/>
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research Reading*. Addison-Wesley
- Fisk, K., Fitzgerald, R., & Cokley, J. (2014). Controversial new sciences in the media: Content analysis of global reporting of nanotechnology during the last decade. *Media International Australia*, 150(1), 156-166.
- Flayelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurage, P., & Billieux, J. (2019). Assessing binge-watching behaviors: Development and validation of the "Watching TV Series Motives" and "Binge-watching Engagement and Symptoms" questionnaires. *Computers in Human Behavior*, 90, 26-36.

Flayelle, M., Maurage, P., & Billieux, J. (2017). Toward a qualitative understanding of binge-watching behaviors: A focus group approach. *Journal of behavioral addictions*, 6(4), 457-471.

Flayelle, M., Maurage, P., Di Lorenzo, K. R., Vögele, C., Gainsbury, S. M., & Billieux, J. (2020). Binge-watching: What do we know so far? A first systematic review of the evidence. *Current Addiction Reports*, 7, 44-60.

[Fotografía de andén 9 ¾ de King's Cross Station]. (s.f.). Recuperado el 17 de agosto de 2023 <https://lovinglondon.com/es/estacion-harry-potter-londres/>

[Fotografía de Mirikashi Cosplay]. (s.f.). Recuperado el 17 de agosto de 2023, de <https://tierragamer.com/noticias/anime/mirikashi-cosplay-komi-san-gatita/>

Friedman, W. (2 de mayo de 2014). TV Binge Viewing On Rise. *Media Daily News*. <https://www.mediapost.com/publications/article/225018/tv-binge-viewing-on-rise.html>

de Frutos, A. (4 de mayo de 2023). Skyshowtime ya ha superado los 600.000 suscriptores en España, en parte gracias a Netflix. *El País*.

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2023/05/04/lifestyle/1683204316_569121.html

Gangadharbatla, H., Ackerman, C., & Bamford, A. (2019). Antecedents and consequences of binge-watching for college students. *First Monday*, 24(12).

<https://doi.org/10.5210/fm.v24i12.9667>

GECA (2022). *El balance GECA Año 2021*. [Archivo PDF].

<https://www.geca.es/geca/informes/20220103--El%20balance%20del%20a%C3%B1o-2021.pdf>

GECA (2023). *El balance GECA Año 2022*. [Archivo PDF].

[https://geca.es/geca/informes/02012023--Informe%20GECA Balance%20anual%20de%20audiencias%202022.pdf](https://geca.es/geca/informes/02012023--Informe%20GECA%20Balance%20anual%20de%20audiencias%202022.pdf)

Glaser, B.G., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Aldine Press.

González, A. (2013). *Tecnología Streaming*. [Archivo PDF]. http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/tecnologia_streaming.pdf.

González-Neira, A. & Quintas-Froufe, N. (2014). Traditional Audience versus Social Audience: a comparative analysis on prime-time television. *Mediterranean Journal of Communication*, 5(1), 105-121. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.1.02>

González de Garay, B. (2011). El destino en sus manos: ficción televisiva interactiva, feminismo y valores sociales. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 1 (9), 189-204.

Grandío, M. D. M. (2016). *Adictos a las series*. UOC

Guerrero, M. (2016). *Historias más allá de lo filmado: Fan fiction y narrativa transmedia en series de televisión* (Doctoral dissertation, Universitat Pompeu Fabra).

Guerrero-Pico, M. & Scolari, C. A. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Cuadernos. info*, (38), 183-200.

Goodman, A. E. (2022). Reduce Screen Time KY.

Google. Ejemplo de reseña en Westworld. [Captura de pantalla].(s.f.) Recuperado el 30 de octubre de 2022 de

[https://www.google.com/search?q=westworld&rlz=1C1CHBF_esES841ES841&oq=westworld&aqs=chrome.0.0i271j46i433i512j0i512j0i433i512j0i512j0i433i512j46i512j0i512.4794j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#wptab=s:H4sIAAAAAAAAAAOMwe8RoxS3w8sc9YSnDSWtOXmPU5uLLKMrPSk0uCUoty0wtLxaS5GJzzSvJLkKkU4pfi5eLWz9U3MDRMNqtKTuZZxCqWX5CZI5mfl1qskJKqUJ5aXFKeX5STAgDS628YWAAAAA](https://www.google.com/search?q=westworld&rlz=1C1CHBF_esES841ES841&oq=westworld&aqs=chrome.0.0i271j46i433i512j0i512j0i433i512j0i512j0i433i512j0i433i512j46i512j0i512.4794j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#wptab=s:H4sIAAAAAAAAAAOMwe8RoxS3w8sc9YSnDSWtOXmPU5uLLKMrPSk0uCUoty0wtLxaS5GJzzSvJLkKkU4pfi5eLWz9U3MDRMNqtKTuZZxCqWX5CZI5mfl1qskJKqUJ5aXFKeX5STAgDS628YWAAAAA)

Google. Reseñas en Westworld. [Captura de pantalla].(s.f.) Recuperado el 30 de octubre de 2022 de

https://www.google.com/search?q=westworld&rlz=1C1CHBF_esES841ES841&oq=westworld&aqs=chrome.0.0i271j46i433i512j0i512j0i433i512j0i512j0i433i512j46i512j0i512.4280j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#wptab=s:H4sIAAAAAAAAAAOMwe8RoxS3w8sc9YSnDSWtOXmPU5uLLKMrPSk0uCUoty0wtLxaS5GJzzSvJLkKkU4pfi5eLWz9U3MDRMNqtKTuZZxCqWX5CZI5mfl1qskJKqUJ5aXFKeX5STAgDS628YWAAAAA

Google. Westworld. [Captura de pantalla].(s.f.) Recuperado el 30 de octubre de 2022 de

https://www.google.com/search?q=westworld&rlz=1C1CHBF_esES841ES841&oq=westworld&aqs=chrome.0.0i271j46i433i512j0i512j0i433i512j0i512j0i433i512j46i512j0i512.4280j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Google Chrome Store. Netflix Party. [Captura de pantalla].(s.f.) Recuperado el 31 de julio de 2022 de:

<https://chrome.google.com/webstore/detail/netflixparty/mmnbenehknkpbendgmgnggaijnppnbe?hl=es>

Grandío, M. del M. (2016). Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans. *Adictos a las series*, 1-174.

Gray, J (2003) New audiences, new textualities: anti-fans and non-fans. *International Journal of Cultural Studies* 6(1): 64–81.

Hanel, R. (2014). Byliner brings binge culture to books. *Poets & Writers Magazine*, 42(3), 16+.

Harrington, S., Highfield, T., & Bruns, A. (2013). More than a backchannel: Twitter and television. *Participations*, 10(1), 405-409.

Harris Interactive (8 de abril de 2013). *Americans Talking Advantage of Ability to Watch TV on Their Own Schedules*. CisionPRWeb . <https://www.prnewswire.com/news-releases/americans-taking-advantage-of-ability-to-watch-tv-on-their-own-schedules-201924871.html>

Haynes, E., Garside, R., Green, J., Kelly, M. P., Thomas, J., & Guell, C. (2019). Semiautomated text analytics for qualitative data synthesis. *Research synthesis methods*, 10(3), 452-464.

- HBO España (2019). Cartel Big little lies. [Imagen digital]. Recuperado de <https://www.sensacine.com/series/serie-18542/foto-detalle/?cmediafile=21620135>
- Hebdige, D. (2012). *Subculture: The meaning of style*. Routledge.
- Helfat, C. E. & Raubitschek, R. S. (2000). Product sequencing: co-evolution of knowledge, capabilities and products. *Strategic management journal*, 21(10-11), 961-979.
- Heredia, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (135), 275-295.
- Herrero, M. & Diego, P. (2009). Series familiares de televisión: Concepto, producción y exportación. El caso de Médico de familia. *Revista Latina De Comunicación Social*, 12 (64), 238-247.
- Hintelholher, R. M. A. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios políticos*, 28, 81-103.
- Horeck, T., Jenner, M., & Kendall, T. (2018). On binge-watching: Nine critical propositions. *Critical Studies in Television*, 13(4), 499-504.
- Huertas, A. (2002). *La audiencia investigada*. Gedisa.
- Hwu, E. E. T., & Boisen, A. (2018). Hacking CD/DVD/Blu-ray for biosensing. *ACS sensors*, 3(7), 1222-1232.
- Ivankovich-Guillén, C. I., & Araya-Quesada, Y. (2011). Focus groups: técnica de investigación cualitativa en investigación de mercados. *Revista De Ciencias Económicas*, 29(1). <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7057>
- Iyer, K. P., Nishkala, G., Priyanka, V., & Srilalitha, R. (2019). Analysing Binge-Watching Behaviour Using Data Mining Techniques. *Think India Journal*, 22(10), 2571-2581.
- Jacobs, J. (2011) Television, interrupted: pollution or aesthetic? In: Bennett, J, Strange, N (eds) *Television as Digital Media*. NC: Duke University Press
- Jácome, A. I. S., Martínez, E. G., & Martínez, A. V. (2017). El Fenómeno Fandom: realidades de ciertos grupos de fans en Guayaquil, Ecuador. *Ação Midiática—Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura.*, 1(13), 241-266.
- Jay A. (2021). *Number of Netflix Subscribers in 2022/2023: Growth, Revenue, and Usage*. Finances on line. <https://financesonline.com/number-of-netflix-subscribers/>
- Jenkins, H., & Tatjer, A. C. (2010). *Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión*. Paidós.
- Jenner, M. (2016). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New media & society*, 18(2), 257-273.
- Jenner, M. (2017). Binge watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies 2017, Vol. 20(3)* 304 –320
- Jenner, M. (2018). *Netflix and the Re-invention of Television*. Springer.

- Jenson, J. (1992). Fandom as pathology: The consequences of characterization. *The adoring audience: Fan culture and popular media*, 9-29
- Jindra, M. (1994). Star Trek fandom as a religious phenomenon. *Sociology of religion*, 55(1), 27-51.
- Jones, S., Cronin, J., & Piacentini, M. G. (2018). Mapping the extended frontiers of escapism: binge-watching and hyperdiegetic exploration. *Journal of Marketing Management*, 34(5-6), 497-508.
- Jóvenes 'fans' de "Los Beatles", históricas, al ver fugazmente a sus ídolos en el aeropuerto Internacional de Los Ángeles. [Fotografía] (s.f.) Recuperado el 6 de marzo de 2022 de <https://www.elcorreo.com/culturas/anos-beatles-repaso-imagenes-mejores-grupos-historia-20200410111456-ga.html#imagen13>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80(4), 237–251. <https://doi.org/10.1037/h0034747>
- Kantar (2021). La pandemia eleva el consumo televisivo en España hasta cerca de 4 horas diarias, un 6,7% más. [Gráfico]. Recuperado de: <https://www.kantar.com/es/inspiracion/publicidad-y-medios/la-pandemia-eleva-el-consumo-televisivo-en-espana>
- Krouse, S. (2022). Netflix's Ad-Supported Tier Was Its Least Popular Plan, Analytics Firm Estimates. *The wall street journal*, 20 de diciembre de 2022. Recuperado el 15 de julio de 2023 de: <https://www.wsj.com/articles/netflixs-ad-supported-tier-was-its-least-popular-plan-in-launch-month-analytics-firm-estimates-11671539939>
- Kubey, R., & Csikszentmihalyi, M. (2004). Television addiction. *Scientific American Mind*, 14(1), 48-55.
- Kulak, Ö. (2020). The Binge-watching Experience on Netflix. *Yedi*, (24), 45-55. DOI: 10.17484/yedi.730496. <https://doi.org/10.17484/yedi.730496>
- La indignación en las redes por la decisión de Netflix sobre las cuentas compartidas (10 de febrero de 2023). *El mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/f5/mira/2023/02/10/63e6327b21efa08b748b45ce.html>
- Lacruz, C. & Gómez-Díaz, R. (2021). En el laberinto de las plataformas VOD: Un estudio comparativo de Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 32, e72919. <http://dx.doi.org/10.5209/cdmu.72113>
- Lagoa, M. (8 de noviembre de 2010). La pasión por las series se alimenta en Internet. *El País*. http://www.elpais.com/articulo/gente/tv/pasion/series/alimenta/Internet/elpepugen/20101108elpepugen_1/Tes
- Landay, L. (2010). *I Love Lucy*. Wayne State University Press.
- Las 9 series más caras de producir en la historia de la televisión y las plataformas. (9 de octubre de 2021). *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/series/20211009/7769755/9-series-mas-caras-producir-historia-television-plataformas-capitulo-millones-euros-pmv.html>

Lastra, E. (20 de enero de 2023). Prime Video corre que se las pela y logra el "sorpasso": tiene ya más cuota de mercado que Netflix en España. *Marketing directo*.

<https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/medios/prime-video-tiene-cuota-mercado-netflix-espana>

Lavidge, R.J. & Steiner, G.A., (1961). A model for predictions measurement of advertising effectiveness. *Journal of marketing*, Nº 25.

Lee, L. W. (2014). Advice from creative consumers: a study of online hotel reviews. *International Journal of Technology Marketing*, 9(1), 53-71.

León, N. (26 de mayo de 2019). Consumo de televisión tradicional, pago y streaming y sus diferencias por generaciones de edad. *Wearetesters*.

<https://www.wearetesters.com/wat-open-data/consumo-de-television-tradicional-pago-y-streaming-y-sus-diferencias-por-generaciones-de-edad>

Leximancer (2021). *Leximancer user guide*. [Archivo PDF].

<https://static1.squarespace.com/static/5e26633cfcf7d67bbd350a7f/t/60682893c386f915f4b05e43/1617438916753/Leximancer+User+Guide+4.5.pdf>

Levine, T. R. (2013). Quantitative communication research: Review, trends, and critique. *Review of Communication Research*, 1, 69-84.

Lewis, L. A. (2002). *The adoring audience: Fan culture and popular media*. Routledge.

Lotz, A. (2014). *The television will be revolutionized* (2nd ed.). NYU Press.

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Pearson Educación.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados (Quinta edición)*. Pearson Prentice Hall.

Mantilla, D. (19 de agosto de 2021). Los actores que más cobran de la tele: se disparan los sueldos en un sector saturado y difícil de destacar. *El español*.

https://www.elespanol.com/series/20210819/actores-mas-cobran-tele-dispara-sueldos-sector-saturado-dificil-destacar/605440067_0.html

Marketing Directo (14 de febrero de 2019). El consumo de series aumenta los niveles de dopamina. Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/tendencias/el-consumo-de-series-aumenta-los-niveles-de-dopamina>

Martin, G.R.R. (7 de mayo de 2010). Someone Is Angry on the Internet. [Entrada blog]. Recuperado de <https://grrm.livejournal.com/151914.html?page=3>

Martín, S. (2015). *Las series de culto estadounidenses en el mercado internacional: La recepción de Expediente X en España (y Latinoamérica)*. [Archivo PDF]. <https://core.ac.uk/reader/78531980>

Martínez, C. (13 de marzo de 2022). Las plataformas provocan la mayor caída del consumo televisivo en 30 años. *El independiente*.

<https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/03/13/las-plataformas-provocan-la-mayor-caida-del-consumo-televisivo-en-30-anos/>

Martínez, E. M., Gavilan, D. & Martínez, M.G. (2019). El fenómeno Binge-Watching: una nueva forma de consumo de las series de ficción. En *CUICIID 2019: Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy IX: Contenidos, investigación, innovación y docencia: 23 y 24 octubre* (p. 452). Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas (Fórum XXI).

Matei, A. (2021). Caso de estudio sobre el nuevo tipo de consumidor cinematográfico: el fenómeno binge-watching. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 8(1), 27-36.

Mateos-Pérez, J. (2021). Narrativas televisivas en contexto de crisis. El COVID-19 en las series de ficción televisiva española. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (18), 131-153.

Matrix, S. (2014). The Netflix effect: teens, binge watching, and on-demand digital media trends. *Jeunesse*, v. 6, Issue 1, p. 119-138.

McCarriston, G. (13 de septiembre de 2017). *Most Americans binge watch TV shows*. YouGovAmerica. <https://today.yougov.com/topics/entertainment/articles-reports/2017/09/13/58-americans-binge-watch-tv-shows>

McCormick, C. J. (2016). "Forward is the battle cry": Binge-viewing Netflix's House of Cards. In Kevin McDonald and Daniel Smith-Rowsey (Eds.), *The Netflix effect: Technology and entertainment in the 21st century* (pp. 101-117). Bloomsbury.

McKenna, B., & Waddell, N. (2007). Media-ted political oratory following terrorist events: International political responses to the 2005 London bombing. *Journal of Language and Politics*, 6(3), 377-399.

Medina, F. (1998). La radionovela y el folletín. *Revista Universidad Pontificia Bolivariana*, 47(145).

Medina, M.A., Silva, R. & Blanco, P. (2021) Así nos ha cambiado un año de pandemia. *El País*. [Archivo PDF]. <https://lazos.es/wp-content/uploads/2021/07/elpais-com-sociedad-2021-03-12-asi-nos-ha-cambiado-un-ano-de-pandemia-html-1.pdf>

Merikivi, J., Salovaara, A., Mäntymäki, M., & Zhang, L. (2018). On the way to understanding binge watching behavior: the over-estimated role of involvement. *Electronic Markets*, 28(1), 111-122

Miner & Co Studio (22 de abril de 2014). *Can't Stop, Won't Stop: Binge-Viewing Is our New Favorite Addiction*. Miner & Co Studio. <https://www.minerandcostudio.com/insights-blog-style/2014/4/22/cant-stop-wont-stop-binge-viewing-is-our-new-favorite-addiction>

Ministerio de Cultura y Deporte (2019) *Encuesta de hábitos culturales de España 2018-2019*. [Archivo PDF]. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1712f192-d59b-427d-bbe0-db0f3e9f716b/encuesta-de-habitos-ypracticass-culturales-2018-2019.pdf>

- Ministerio de Cultura y Deporte (2022) *Encuesta de hábitos culturales de España 2021-2022*. [Archivo PDF]. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:f2932131-e501-4da6-b5f4-6387044916cf/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2021-2022.pdf>
- Miranda, J. (2017). Configuración de proyectos transmedia para la ficción televisiva en España: el caso de “El Ministerio del Tiempo”. (Tesis doctoral no publicada). CEU San Pablo. Madrid.
- Miranda, J. & Fernández-Martínez, L. M. (2020). De fenómeno minoritario a elemento esencial: Importancia de la actividad de los fans de la ficción televisiva española en redes sociales e Internet. *Vulnerabilidad y cultura digital. Riesgos y oportunidades de la sociedad hiperconectada.*, 19.
- Moore, A. E. (2015). Binge watching: Exploring the relationship of binge watched television genres and colleges at Clemson University. *Graduate Research and Discovery Symposium (GRADS)*. 138.
- Morán, C. (2007). Li (ink) teratura de kiosko cibernético: Fanfictions en la red. *Cuadernos de literatura*, 12(23), 27-53.
- Netflix (2015). Cartel House of cards. [Imagen digital]. Recuperado de <https://www.sensacine.com/series/serie-7663/foto-detalle/?cmediafile=21266674>
- Netflix. (enero 19, 2023). Evolución del número de suscriptores de Netflix en el mundo del tercer trimestre de 2011 hasta el cuarto trimestre de 2022 (en millones) [Gráfica]. In *Statista*. Recuperado el 24 de julio de 2023, de: <https://es.statista.com/estadisticas/598771/numero-de-suscriptores-netflix-en-streaming-en-todo-el-mundo/>
- Netflix. (enero 19, 2023). Número de suscriptores de pago de Netflix en todo el mundo a fecha de 31 de diciembre de 2022, por región (en millones) [Gráfica]. In *Statista*. Recuperado el 24 de julio de 2023, de: <https://es.statista.com/estadisticas/638216/netflix-numero-de-suscriptores-de--por-regiones/>
- Netflix (s.f.-a). Company profile. Recuperado el 26 de febrero de 2022 de: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>.
- Netflix. Página de inicio. [Captura de pantalla]. (s.f.-b). Recuperado el 26 de febrero de 2022 de <https://www.netflix.com/browse>.
- Netflix. (s.f.-c). Preguntas frecuentes. ¿Qué es Netflix? Recuperado el 17 de julio de 2023 <https://www.netflix.com/es/>
- Netflix (s.f.-d) Selecciona el plan ideal para ti. Recuperado el 16 de julio de 2023 de: <https://www.netflix.com/signup/planform>
- Nielsen, R., Fletcher, R., Newman, N. & Howard, P. (15 de abril de 2020). Navigating the ‘infodemic’: How people in six countries access and rate news and information about coronavirus. *Reuters Institute for the Study of Journalism*.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/infodemic-how-people-six-countries-access-and-rate-news-and-information-about-coronavirus>

Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 4(8), 25-30.

Orús, A. (29 de abril de 2020). Juego de Tronos - Datos estadísticos. *Statista*.
<https://es.statista.com/temas/5541/juego-de-tronos/#topicOverview>

Otterson, J. (2 de noviembre de 2017). 'Stranger Things' season 2 premiere draws more than 15 million viewers in three days. *Variety*.
<https://variety.com/2017/tv/news/stranger-things-season-2-ratings-nielsen-1202605585/#comments>

Oxford English Dictionaries (s.f.-a). Binge. En Oxford English Dictionaries Online. Recuperado el 8 de febrero de 2021, de
https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/binge_1?q=binge

Oxford English Dictionaries (s.f.-b). Binge-watch. En Oxford English Dictionaries Online. Recuperado el 6 de marzo de 2022, de
https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/binge_1?q=binge

O'Sullivan, L. (s.f.). Klingon to this: Star Trek has lived long and prospered in the hearts of, from left, Frank Kiernan, Clare McLoughlin and Alan O'Shea. [Fotografía] Recuperado el 6 de marzo de 2022 de: <https://www.thetimes.co.uk/article/trekkies-set-your-phasers-to-fun-x3lc5b8tl>

Padilla, G. & Requeijo, P. (2010). La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas. *La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas*, 188-218.

Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge watching and college students: motivations and outcomes. *Young Consumers*, 18(4), 425-438.

Pang, A. S. (2014). In defense of binge watching: It's a thoughtful, smart way to enjoy the new House of Cards season. *Slate*. Recuperado de:
<https://slate.com/technology/2014/02/is-binge-watching-the-new-season-of-house-of-cards-bad-for-you.html>

Pasadas del Amo, S., Ruiz, J., & Navarro, L. (2004). *Estrategia multimétodo o triangulación metodológica*. <http://hdl.handle.net/10261/82068>

Papathanassis, A., & Knolle, F. (2011). Exploring the adoption and processing of online holiday reviews: A grounded theory approach. *Tourism Management*, 32(2), 215-224.

Peña, L. L. (2015). *Breaking binge: exploring the effects of binge watching on television viewer reception*. [Tesis de doctorado. Syracuse University, New York]. Repositorio Institucional - Syracuse University, New York

Pearson, R. (2007). Bachies, bardies, trekkies, and sherlockians. *Fandom: Identities and communities in a mediated world*, 102, 98-109.

- Pérez-Lanzac, C. (24 de Febrero de 2007). Las series de ficción, reinas del DVD. *El País*. https://elpais.com/diario/2007/02/24/cultura/1172271601_850215.html
- Pérez-Rufí, J. P. (2020). Televisión en España y grupos mediáticos internacionales: Políticas de comunicación europeas y alianzas frente a las plataformas VOD globales. En
- Perks, L. G. (2019). Media marathoning and health coping. *Communication Studies*, 70(1), 19-35.
- Peterson, R.A. & Kern, R.M (1996). Changing highbrow taste: from snob to omnivore. *American Sociological review*, Vol. 61, n. 5.
- Pignata M. E., & Menti, A. (2021) Unidades lingüísticas empleadas por los fans del anime y del manga en la ciudad de Córdoba. *Revista Digital Internacional de Lexicología, Lexicografía y Terminología*, (4).
- Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20(10).
- Pittman, M., & Steiner, E. (2019). Transportation or narrative completion? Attentiveness during binge-watching moderates regret. *Social Sciences*, 8(3), 99
- Raj, N., & Ida, S. (2022). A new era of viewing, binge watching. *Journal of Health Sciences*, 6(S6), 7831-7840.
- Ramayan, S., Estella, A. L. M., & Bakar, I. A. A. (2018). The Effects of Binge Watching on Interpersonal Communication among Department of Communication and Liberal Arts (DCLA) Students. *Ideology*, 3(3), 127-143
- Ramos-Serrano, M., Lozano, J., & Hernández-Santaolalla, V. (2012). Fanadvertising y series de televisión. *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 10, 1211-1223.
- Ramsay, D. (2013). Confessions of a binge watcher. *CST Online*. Recuperado de <http://cstonline.tv/confessions-of-a-bingewatcher>
- Real Academia Española. (s.f.-a). Encantar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 7 de abril de 2023, de <https://dle.rae.es/encantar?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.-b). Entretener. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 7 de abril de 2023, de <https://dle.rae.es/entretener?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.-c). Fanático. Definición 2. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 6 de marzo de 2022, de <https://dle.rae.es/fan%C3%A1tico>
- Real Academia Española. (s.f.-d.). Friki. Definiciones 1, 2 y 3. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 14 de agosto de 2022, de <https://dle.rae.es/friki>
- Real Academia Española. (s.f.-e). Recomendar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 8 de abril de 2023, de <https://dle.rae.es/recomendar?m=form>
- Riddle, K., Peebles, A., Davis, C., Xu, F., & Schroeder, E. (2018). The addictive potential of television binge watching: Comparing intentional and unintentional binges. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 589.

Rius, M. (7 de febrero de 2021). Estas son las estrategias de las plataformas para que los niños se den atracones de series. *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/vivo/psicologia/20210207/6219751/atracones-series-ninos-binge-watching.html>

Roa, M. (21 de abril de 2021). Baja el ritmo de suscripciones de Netflix tras el boom de la pandemia [Imagen digital]. Recuperado el 15 de julio de 2023, de:

<https://es.statista.com/grafico/21457/nuevos-suscriptores-netos-de-netflix-por-trimestres/>

Rubenking, B., & Bracken, C. C. (2018). Binge-watching: A suspenseful, emotional, habit. *Communication Research Reports*, 35(5), 381-391.

Rubenking, B., Bracken, C. C., Sandoval, J., & Rister, A. (2018). Defining new viewing behaviours: What makes and motivates TV binge-watching?. *International Journal of Digital Television*, 9(1), 69-85.

Saló, G. (2003). *¿ Qué es eso del formato?: como nace y se desarrolla un programa de televisión*. Gedisa.

Sanury, A. (2023). Netflix tenía razón: ya tiene más suscriptores en EE.UU. que antes de capar las cuentas compartidas. *La Vanguardia*, 13 de junio de 2023. Recuperado el 16 de julio de 2023 de:

<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20230613/9034220/netflix-sale-suya-eeuu-mas-suscriptores-acabar-cuentas-compartidas-pmv.html>

Scott, N., & Smith, A. E. (2005). Use of automated content analysis techniques for event image assessment. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 87-91

Sensacine.com. Página de inicio [Captura de pantalla].(s.f.-a) Recuperado el 30 de octubre de 2022 de <https://www.sensacine.com/>

Sensacine.com. Ejemplo de reseña en Westworld. [Captura de pantalla].(s.f.-b) Recuperado el 30 de octubre de 2022 de <https://www.sensacine.com/series/serie-16930/criticas/>

Shim, H., & Kim, K. J. (2018). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. *Computers in Human Behavior*, 82, 94–100.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.032>

Shim, H., Lim, S., Jung, E. E., & Shin, E. (2018). I hate binge-watching but I can't help doing it: The moderating effect of immediate gratification and need for cognition on binge-watching attitude-behavior relation. *Telematics and Informatics*, 35(7), 1971-1979.

Sicilia, C. B., Martínez, H. M. & Medina, R. Z. (2013). El relato de los movimientos sociales: claves del discurso ideológico y evolución en los mensajes de 'Democracia Real Ya'(2011-2013)/The story of social movements: keys in ideological discourse and evolution of the messages from 'Democracia Real Ya'(2011-2013). *Historia y Comunicación Social*, 18, 399.

- Smith, A.E., Humphreys, M.S. (2006) Evaluation of unsupervised semantic mapping of natural language with Leximancer concept mapping. *Behavior Research Methods* 38, 262–279. <https://doi.org/10.3758/BF03192778>
- Solà, P. (2 de noviembre de 2017). Stranger things 2: Over 4 million watched the season in one weekend ... what about you? *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/series/20171103/432566435271/stranger-things-2-audiencia.html>
- Spangler, T. (2016). Binge nation: 70% of Americans engage in marathon TV viewing Deloitte (2016, March 23) Recuperado de: <http://variety.com/2016/digital/news/binge-watching-us-study-deloitte-1201737245/>
- Spry, D., & Dwyer, T. (2017). Representations of Australia in South Korean online news: a qualitative and quantitative approach utilizing Leximancer and Korean keywords in context. *Quality & quantity*, 51, 1045-1064.
- Stafford, N. (2002). *Trekkers: Stories by Fans for Fans*. ECW Press.
- Starosta, J. A., & Izydorczyk, B. (2020). Understanding the Phenomenon of Binge-Watching-A Systematic Review. *International journal of environmental research and public health*, 17(12), 4469. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124469>
- StatCounter. (enero 1, 2023). Cuota de mercado de los principales motores de búsqueda online a nivel mundial en 2021 y 2022 [Gráfica]. In *Statista*. Recuperado el 25 de julio de 2023, de <https://es.statista.com/estadisticas/664510/desglose-porcentual-de-las-busquedas-online-mundiales-por-buscador/>
- Statista. (marzo 27, 2023). Número de usuarios de vídeo bajo demanda por segmento a nivel mundial de 2017 a 2027 (en millones) [Gráfica]. In *Statista*. Recuperado el 17 de julio de 2023, de: <https://es.statista.com/previsiones/1289341/usuarios-de-video-a-la-carta-por-segmento-en-todo-el-mundo>
- Such, M. (25 de mayo de 2007). El internado debuta con récord de audiencia. *Spinof*. Recuperado el 25 de febrero de 2022 de: <https://www.espinof.com/antena-3/el-internado-debuta-con-record-de-audiencia>
- Suing, A. y Kneipp, V. (Coords.), *Olhares sobre a imagem em movimento* (p. 236-263). Ria Editorial.
- Sun, J. J., & Chang, Y. J. (2021). Associations of Problematic Binge-Watching with Depression, Social Interaction Anxiety, and Loneliness. *International Journal of LaEnvironmental Research and Public Health*, 18(3), 1168.
- Sung, Y. H., Kang, E. Y., & Lee, W. N. (2018). Why do we indulge? Exploring motivations for binge watching. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 408-426.
- Sunnevo, D. & González. M. (26 de abril de 2023). Netflix pierde un millón de usuarios en España tras las medidas para acabar con las contraseñas. *Kantar.com*. <https://www.kantar.com/es/inspiracion/gran-consumo/netflix-pierde-un-millon-de-suscriptores-en-espana>

- Thompson, R. J. (1996). *Second Golden age: From Hill Street Blues to ER*. Continuum.
- Thompson, J., Davis, J., & Mazerolle, L. (2014). A systematic method for search term selection in systematic reviews. *Research synthesis methods*, 5(2), 87-97.
- Tefertiller, A. C., & Maxwell, L. C. (2018). Depression, emotional states, and the experience of binge-watching narrative television. *Atlantic Journal of Communication*, 26(5), 278-290.
- Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. R., & Cretchley, J. (2015). A vacationer-driven approach to understand destination image: A Leximancer study. *Journal of Vacation Marketing*, 21(2), 151-162.
- Torrado S. (2017). *María del Mar Grandío Pérez. Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans*. UOC, 2016, 174 pp. Palabra Clave, 20(4), 1161-1164.
- de la Torre, T. (2016). *Historia de las series*. Roca editorial.
- Torti, Y. & Schandor, A. M. (2013). *El reino más grande del mundo: la existencia del fandom como fenómeno cultural*. VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Trescom (2020). *I Estudio digital sobre plataformas streaming en España*. [Archivo PDF]. <https://www.trescomcomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/04/ESTUDIO-PLATAFORMAS-STREAMING-ESPA%C3%91A.pdf>
- Tseng, C., Wu, B., Morrison, A. M., Zhang, J., & Chen, Y. C. (2015). Travel blogs on China as a destination image formation agent: A qualitative analysis using Leximancer. *Tourism management*, 46, 347-358.
- Tukachinsky, R., & Eyal, K. (2018). The psychology of marathon television viewing: Antecedents and viewer involvement. *Mass Communication and Society*, 21(3), 275-295.
- Umesh, S., & Bose, S. (2019). Binge-watching: A matter of concern? *Indian journal of psychological medicine*, 41(2), 182-184.
- Van Manen, M. (1990). Beyond assumptions: Shifting the limits of action research. *Theory into practice*, 29(3), 152-157.
- Vaterlaus, J. M., Spruance, L. A., Frantz, K., & Kruger, J. S. (2019). College student television binge watching: Conceptualization, gratifications, and perceived consequences. *The Social Science Journal*, 56(4), 470-479.
- Walton-Pattison, E., Dombrowski, S. U., & Presseau, J. (2018). 'Just one more episode': Frequency and theoretical correlates of television binge watching. *Journal of health psychology*, 23(1), 17-24.
- Wattpad. Página de inicio. [Captura de pantalla]. (s.f.). Recuperado el 13 de agosto de 2022 de https://www.wattpad.com/?locale=es_ES
- Wheeler, K. S. (2015). The relationships between television viewing behaviors, attachment, loneliness, depression, and psychological well-being.

Wirz, D. S., Ort, A., Rasch, B., & Fahr, A. (2022). The role of cliffhangers in serial entertainment: An experiment on cliffhangers' effects on enjoyment, arousal, and intention to continue watching. *Psychology of Popular Media*.

Wolf, M. (1984). Géneros y televisión. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 189-198.

Wu, M. Y., Wall, G., & Pearce, P. L. (2014). Shopping experiences: international tourists in Beijing's silk market. *Tourism Management*, 41, 96-106.

ANEXOS

Anexo 1

Anexo 1. Cuestionario para entrevistas en profundidad

Bloque I. Introducción

Cuéntame cómo es un día en tu vida...

¿Cómo te describes a ti mismo?

¿Te parece que los demás te ven así?

Indagar en el rasgo organizado/metódico frente a caótico.

Cuando tienes tiempo libre, ¿en qué lo empleas? ¿Qué te entretiene? ¿Cómo te relajas? ¿Con qué disfrutas? *Indagar qué les “atrapa”.*

Si no aparece de forma espontánea... ¿y qué me dices de las series? ¿Hay alguna que te haya atrapado? Evitar la palabra enganche. Ver si sale espontánea.

Esa sensación... ¿con qué la compararías? *Sugerir tabaco si es o ha sido fumador. Hablar de enganche sin formular el término.*

Bloque II. Hábitos

Ahora vamos a centrarnos en las series.

¿Qué tipo de series te gustan?

Y cuando estás con una de estas series, ¿cuántos capítulos sueles ver “de una sentada”?

Entonces, ¿cuánto tiempo le dedicas, por término medio? ¿A diario, sólo en fin de semana...?

¿Podrías describir algún detalle? Momento, lugar, frecuencia, dispositivo, plataforma, sólo o acompañado...

¿Sueles ver una sola serie, o ves varias a la vez?

De forma general, cuando empiezas con una serie nueva, ¿Cuánto tiempo tardas en ver las temporadas disponibles?

¿De qué depende ese tiempo?

¿En qué momento dirías que te atrapa la serie? ¿De qué depende?

Bloque III. Engagement

Ahora vamos a profundizar un poco más en las series.

¿Cómo escoges las series que ves? *Indagar: recomendación, redes, publicidad, ...*

¿Cuáles son las series que más te han gustado?

¿Qué te hace elegir estas series de entre todas las que has visto?

Cuándo veías alguna de estas series, ¿cómo vivías ese momento?, ¿cuál era la rutina?

¿Sentías algo en concreto? ¿Puedes separar sensaciones del antes de ponerte a verla, durante y después?

¿Alguna vez has vuelto a ver algún capítulo? ¿Por qué motivo?

¿Cómo has vivido el fin de la temporada?

¿Y el fin de la serie, en caso de que se haya producido? ¿Buscas rápido otra serie para ver, o te tomas un descanso?

¿Alguna vez te has visto identificado con algún personaje? ¿Con cuál? ¿Por qué?

¿Eso te creaba algún vínculo con la serie?

¿Piensas en la serie o en sus personajes cuando estas realizando otras actividades?

¿Cuándo estás viendo la serie, te sientes inmerso en la historia?

¿Entiendes la serie como una recompensa que te mereces? *Concepto evasión.*

¿Estás deseando que llegue el momento de ponerte a verla?

¿Te parece que controlas el ritmo de ver la serie? ¿Alguna vez has sentido que estabas viendo más capítulos de los que debieras, que perdías un poco el control?

Si contesta Sí. ¿Qué pensaste/sentiste? ¿Cómo llamarías a esa sensación? Ver si sale espontáneo el concepto enganche. Si no, sugerir.

¿Cómo te diste cuenta de ello? ¿En qué momento se produce esa sensación? ¿Le diste importancia? ¿Por qué?

Cuando estás “inmerso” en una serie:

¿Buscas información sobre ella?

¿Hablas de ella con amigos, familia o compañeros? ¿La recomiendas?

¿Participas en conversaciones virtuales? ¿La recomiendas a través de la red?

¿Compras los DVD's? ¿Y artículos de merchandising?

¿Te has integrado alguna vez en una comunidad virtual sobre una serie?

¿Has visitado algún escenario de rodaje? *Si responde Sí: ¿Era uno de los motivos del viaje? ¿El principal?*

¿Has desarrollado algún contenido a partir de la historia original (historia paralela, video, gráfica...)

Bloque IV. Efectos

¿Piensas que te ha aportado algo positivo ver series? ¿El qué?

¿Y negativo?

Indagar si hay algún efecto sobre alimentación, sueño, sociabilidad....

Bloque V. Test de frases incompletas

Ya para terminar, por favor, finaliza la frase que voy a empezar yo con lo primero que se te venga a la cabeza, tiene que ser muy rápido.

Para mí el fenómeno Netflix ha supuesto.....

Estas series para mí son.....

La parte buena de esto para mí es.....

La parte que menos me gusta es.....

Bloque VI. Fin de entrevista

Si a lo largo de la entrevista no hubieran salido espontáneamente los conceptos “enganche” “adicción” etc.

Para terminar, ¿consideras que este visionado de series de esta forma que hemos hablado podría denominarse como adictivo? *Formular en 3ª persona para que no se piense que es un adicto, que suena mal....*

¿Crees que engancha?

¿Por qué?

¿Podrías explicarlo?

¡Muchas gracias!

Anexo 2

Anexo 2. Cuestionario para reunión de grupo

Bloque I. Hábitos

¿Qué tipo de series os gustan?

Y cuando estáis con una de estas series, ¿cuántos capítulos veis “de una sentada”?

Entonces, ¿cuánto tiempo dedicáis a ver series por término medio? ¿A diario, sólo en fin de semana...?

¿Podrías describir algún detalle? Momento, lugar, frecuencia, dispositivo, plataforma, sólo o acompañado...

¿Soléis ver una sola serie o varias a la vez?

De forma general, cuando empezáis con una serie nueva, ¿Cuánto tiempo tardáis en ver las temporadas disponibles?

¿De qué depende ese tiempo?

¿En qué momento os atrapa la serie? ¿De qué depende?

Bloque II. Engagement

Ahora vamos a profundizar un poco más en las series.

¿Cómo escogéis las series que veis? *Indagar: recomendación, redes, publicidad, ...*

¿Cuáles son las series que más os han gustado?

¿Qué os hace elegir estas series de entre todas las que has visto?

Cuándo veáis alguna de estas series, ¿cómo vivíais ese momento?, ¿cuál era la rutina?

¿Sentíais algo en concreto? ¿Podéis separar las sensaciones del antes de ponerlos a verla, durante y después?

¿Alguna vez habéis vuelto a ver algún capítulo? ¿Por qué motivo?

¿Cómo habéis vivido el fin de la temporada?

¿Y el fin de la serie, en caso de que se haya producido? ¿Buscáis rápido otra serie para ver, u os tomáis un descanso?

¿Alguna vez os habéis identificado con algún personaje? ¿Con cuál? ¿Por qué?

¿Eso os creaba algún vínculo con la serie?

¿Pensáis en la serie o en sus personajes cuando estáis realizando otras actividades?

¿Cuándo estáis viendo la serie, os sentís inmersos en la historia?

¿Entendéis la serie como una recompensa que uno se merece? *Concepto evasión.*

¿Estáis deseando que llegue el momento de ponerlos a verla?

¿Os parece que controláis el ritmo de ver la serie? ¿Alguna vezos habéis sentido que estabas viendo más capítulos de los que debieras, que perdías un poco el control?

Si contestan Sí. ¿Qué pensasteis/sentisteis? ¿Cómo llamaríais a esa sensación? *Ver si sale espontáneo el concepto enganche. Si no, sugerir.*

¿Cómo os disteis cuenta de ello? ¿En qué momento se produce esa sensación? ¿Le disteis importancia?
¿Por qué?

Cuando estáis “inmersos” en una serie:

¿Buscáis información sobre ella?

¿Habláis de ella con amigos, familia o compañeros? ¿La recomendáis?

¿Participáis en conversaciones virtuales? ¿La recomendáis a través de la red?

¿Compráis los DVD´s? ¿Y artículos de merchandising?

¿Os habéis integrado alguna vez en una comunidad virtual sobre una serie?

¿Habéis visitado algún escenario de rodaje? *Si responden Sí:* ¿Era uno de los motivos del viaje? ¿El principal?

¿Habéis desarrollado algún contenido a partir de la historia original (historia paralela, video, gráfica...)

Bloque III. Efectos

¿Piensas que te ha aportado algo positivo ver series? ¿El qué?

¿Y negativo?

Indagar si hay algún efecto sobre alimentación, sueño, sociabilidad....

Bloque IV. Fin de entrevista

Si a lo largo de la entrevista no hubieran salido espontáneamente los conceptos “enganche” “adicción” etc.

Para terminar, ¿consideráis que este visionado de series de esta forma que hemos hablado podría denominarse como adictivo? *Formular en 3ª persona para que no se piensen que son adictos, que suena mal....*

¿creéis que engancha?

¿Por qué?

¿Podrías explicarlo?

¡Muchas gracias!

NOTA: En la investigación se ha utilizado la palabra capítulo en lugar de episodio, que sería la correcta, por ser capítulo el término más utilizado por los espectadores, como se puede observar tanto en el Estudio 1 como en el Estudio 2.

Anexo 3

Anexo 3. Transcripciones

Recogemos del Capítulo 5 la tabla que describe la muestra con el fin de asociar el nombre identificador del entrevistado que se refleja en las transcripciones a su descripción:

Tabla XX. Descripción de la muestra con nombre del participante

Nombre	Edad (años)	Ocupación	Nivel de estudios	Género	Entrevista/ Focus group
Alejandra	16	Estudiante	Bachillerato	Mujer	Entrevista (59 minutos)
Jaime	20	Estudiante	2º curso Grado en Marketing	Hombre	Entrevista (59 minutos)
Lucía	22	Estudiante	4º curso Grado en Publicidad	Mujer	Entrevista (41 minutos)
Juan Manuel	22	Estudiante	4º curso Doble Grado en Publicidad y Protocolo y Organización de Eventos	Hombre	Entrevista (37 minutos)
Lara	25	Estudiante (opositor)	Ingeniero agrónomo	Mujer	Entrevista (47 minutos)
Faustino	26	Profesor de universidad (programa doctorado)	Ingeniero informático en programa de doctorado	Hombre	Entrevista (42 minutos)
Adriana	30	Encargada de tienda	Técnico de caracterización y maquillaje	Mujer	Entrevista (27 minutos)
David	39	Ingeniero	Ingeniero industrial	Hombre	Entrevista (22 minutos)
Fernando	47	Director Comercial	Licenciado ADE	Hombre	Entrevista (30 minutos)
Ana	53	Profesora de infantil	Licenciada Turismo y Magisterio	Mujer	Entrevista (32 minutos)
Mario	58	Militar	Escuela Superior del Ejército	Hombre	Entrevista (28 minutos)
Alicia	64	Juez	Licenciada en Derecho	Mujer	Entrevista (27 minutos)
Francisco	75	Geólogo. Profesor de universidad jubilado.	Licenciado en Geología	Hombre	Entrevista (34 minutos)
Amelia	56	Ama de casa	Bachillerato	Mujer	Focus group (52 minutos)

Macarena	56	Abogada	Licenciada en Derecho	Mujer	Focus group (52 minutos)
Victoria	56	Ama de casa	Bachillerato	Mujer	Focus group (52 minutos)
Javier	59	Militar	Escuela Superior del Ejército	Hombre	Focus group (52 minutos)
Rafael	60	Empresario	Licenciado en Biología y MBA	Hombre	Focus group (52 minutos)
Gregorio	60	Empresario	Bachillerato	Hombre	Focus group (52 minutos)
José Luis	62	Directivo en un banco	Licenciado en Económicas	Hombre	Focus group (52 minutos)

Entrevista 1

Alejandra. 16 años, estudiante. 01-06-19

Jaime. 16 años, estudiante. 01-06-19

Entrevistadora: E

Alejandra: A

Jaime: J

E: Alejandra, 16 años y Jaime, 20 años, ambos estudiantes, el 30 de mayo de 2019. Bueno, pues muchas gracias, Jaime y Alejandra por acceder a hacer esta entrevista que tiene una finalidad puramente académica, que es mi tesis doctoral. Por supuesto, está asegurado el anonimato de vosotros como informantes y la confidencialidad de los datos que aportáis a lo largo de la entrevista. Y luego, avisaros de que la entrevista va a ser grabada y asegurarme de que estáis de acuerdo. ¿Estáis de acuerdo?

A y J: Sí.

E: Muy bien, pues vamos a empezar. Vamos a ver, contadme un poco cómo distribuís el tiempo en vuestro día a día y esa parte que no estáis estudiando o trabajando o lo que hagáis, ¿a qué dedicáis ese tiempo, ese espacio de ocio?

A: Pues, a ver, depende. O sea, según me encuentre. Si estoy muy cansada lo dedico a dormir. Y si no, pues normalmente veo series, estoy con el móvil o cualquier cosa de eso.

J: Yo, sin embargo, me parece que dormir es una pérdida de tiempo, y me encanta informarme sobre cosas que me gustan, como el neuro-marketing, como te había comentado antes. Hacer deporte, que me parece que te ayuda para relajarte y para estar más saludable, está claro. Y por la noche, antes de dormir, sé que está mal, pero me gusta ver vídeos de YouTube, series, películas, que me fastidia un poco la conciencia del sueño, pero sí, me gusta verlo.

E: ¿Y por qué dices que está mal?

J: Porque no sé usar el móvil antes de dormir, por lo menos media hora antes

E: ¿Por qué? ¿Porque crees que tiene algún efecto negativo?

J: Bueno, no descansas igual, porque mantienes todo el rato la vista activa encima con la pantalla, que es malo ya de por sí. El sueño no es el mismo. Y... sé que había algunos factores más de que era malo al usar el móvil antes de dormir, pero ahora mismo no me acuerdo.

E: Bueno, y entonces habéis comentado que sí que tenéis una cierta afición cuando descansáis a ver series. ¿Qué tiempo le dedicáis más o menos al día a ver escenas?

A: Una hora.

E: Una hora, diaria, más o menos.

A: Sí, una hora.

J: Y yo sí también. A ver, si es por la noche sí que unas dos horas, depende si es una película, como he dicho antes, una serie de quizá a lo mejor veo dos capítulos.

E: Sí, vamos a centrarnos en las series.

J: Vale. Pues sí, mí me puedo ver dos, tres capítulos, depende de lo que dure. Si son de media hora, pues a lo mejor media dos, dos, tres capítulos. Y sí que a veces después de comer, que estás ahí con la modorra, pues que también te ves otros dos o tres. Puede ser.

E: O sea que, en un día, ¿cuántos capítulos, más o menos, o cuánto tiempo se le puede dedicar a la serie?

J: Yo creo que entre mediodía y noche, tres horas.

E: Tres horas.

J: Dos, tres horas.

A: Yo no. Yo, a ver, tengo el cálculo más o menos por *Juego de tronos*. Voy a un capítulo por día y es más o menos 50 minutos, no me veo más.

E: Ajá. ¿Y este ritmo es el mismo a diario, o sea, en laborable y en festivo? ¿O en festivo cambiáis el...?

A: No, en festivo más. Veo más. Porque, a ver, yo utilizo el tiempo de las comidas pues para ver series. Por ejemplo, si estoy comiendo, que yo normalmente como sola, pues veo series en ese rato.

E: Eso es en laborable.

A: Sí. En laborable. Después, por ejemplo, en festivo, sí que me levanto con calma y todo eso, entonces ahí empleo mucho tiempo para ver series. Y ... sí, al final ahí, al tener más tiempo y demás, al tener también la mañana, porque como en laborable estoy en el instituto, pues tengo mucho más tiempo y este tiempo lo empleo en ese ocio, en ver, por ejemplo, series.

E: O sea, que digamos que a diario tu rato de las series es el mediodía, ¿no?

A: Es el mediodía y antes de dormir.

E: O sea que puedes ver igual dos capítulos diarios.

A: No, no, un capítulo.

E: Ah, un capítulo. Vale, vale. O sea, lo tienes así medido.

J: ¿Y con otras series?

A: Es que con otras series hay algunos capítulos que son más cortos, pero más o menos con *Juego de Tronos*, que son 50 minutos o así, sí que voy a capítulo por día. A ver, si son, por ejemplo, series de media hora, o así, a lo mejor sí que me veo dos capítulos, pero en *Juego* hay que ver solo uno.

E: ¿Y en festivo?

A: A lo mejor veo dos o tres capítulos por día. Dos o tres. En festivo.

E: ¿En cualquier momento del día o en un momento más o menos?

A: No, en cualquier momento.

E: En cualquier momento te pones si estás libre, a ver un capítulo.

J: Yo creo que también tiene que ver con cómo de ocupado estés, y cuánta influencia tiene esa serie para ti. Porque si es una serie que te gusta pero no te aficiona, no le vas a dedicar tanto tiempo, no vas a invertir tanto tiempo en esa serie que en hacer otras cosas. Por ejemplo, yo he visto series que no me ha importado dejarlas para el día siguiente, pero si hay series que necesito estar viéndolas tres horas o cuatro.

E: Tú has dicho que no "me aficiona". ¿Qué quiere decir eso de "me aficiona"? ¿Cómo definirías eso de "me aficiona"?

J: Pues más o menos por los gustos. Si una serie es completamente compatible contigo y te sientes identificado o realmente la estás viviendo, pues yo creo que es como que te aficiona. Por ejemplo, yo tengo una parte muy friki. Este año salió la serie de *Dragon Ball* y no podía pensar en otra cosa que la serie. Da igual que sea diario, que sea festivo. Sin embargo, hay otras series que no me aficionan tanto que me puedo esperar al fin de semana, a cuando me levante, a mediodía, antes de la noche... Por ahí van los tiros.

E: ¿Y qué tiene que tener una serie para que te produzca esa reacción de, digamos, de enganche? Por decirlo de alguna forma, ¿qué te engancha?

J: Pues creo que es subjetivo, porque ya que las personas tienen diferentes gustos, a lo mejor a ella le puede gustar más algo romántico, no es que te guste, es un ejemplo. Y a mí me puede gustar algo más de acción, me puede gustar algo más... fantástico.

E: ¿O sea que es el género lo que determina?

J: Puede ser.

E: ¿El género de la trama o qué otro...?

J: Sí, el género, por ejemplo, a mí la comedia y la acción me encantan.

E: La comedia y la acción.

J: Sí. A mí la comedia y la acción me encantan, necesito verla. Cuando se vea una serie o una película, necesito verla. Si es de terror, por ejemplo, la veo, pero no voy a tener esa pasión por verla todos los días.

E: Pero fíjate, me estás nombrando dos géneros que son muy distintos en cuanto a formato. Porque la comedia normalmente viene en formato más corto y con episodios que empiezan y acaban en el mismo capítulo. Es decir, que tienen una trama del capítulo, aunque luego haya una trama continua de los personajes. Sin embargo, la acción normalmente es una trama continua a lo largo de la temporada. Las dos te enganchan, pero son muy distintas. Es decir, ¿qué te llama de una y de la otra?

J: La comedia lo que tiene es que vas a estar todo el rato activo. La acción también.

E: ¿Activo en qué sentido?

J: Si es una buena serie, desde luego. Hace que esté todo el rato riéndome, que la verdad es que la felicidad se agradece. Y la acción pues te tiene con esa tensión.

E: Y el terror también tiene tensión.

J: Sí, es verdad. Pero no es una tensión que a mí me llame tanto.

E: Ponme algún ejemplo de estas series que te han gustado especialmente.

J: Por ejemplo, hace poco vi una. Vi la de *Teen Wolf*, no sé si la conoces. Y me gustó bastante. Y eso que era romántica, acción, comedia... tenía un poco de todo. Y sí, también tenía algo fantástico de ciencia ficción. A mí me gustó, que era así como juvenil, de nuestra edad. Y la verdad es que a mí me gustó bastante. De comedia, por ejemplo, he estado hablando antes con Alex de *The End of the Fucking World*. Me gustó. Fíjate, me gustó más la de *Teen Wolf*, y eso que era de acción, entre comillas, que la de comedia. Y sí que es verdad que eran todos ratos capítulos cortos, y la vi en una tarde, de hecho, toda la serie.

E: ¿Cuánto era la temporada?

A: Uf, eran muy pocos, eran como 7 u 8.

J: Eran como 7 u 8 capítulos y duraban 20 y media horas.

E: Sí, estamos hablando de 3 o 4 horas.

J: Bueno, alguna más, pero sí.

E: ¿Y a ti Alejandra? ¿Qué series te han gustado?

A: Generalmente las que más me enganchan, porque, a ver, sí que he visto series, por ejemplo, de eso, de romance y demás, pero no me llaman tanto la atención como las de acción. Porque creo que la trama está como todo el rato como muy presente, en cambio en acción, o sea, perdón, en romance como que se va un poco más por las ramas, así de más. Entonces, de las que me han enganchado mucho, mucho, pues eso, son de acción, como *La Casa de Papel*, por ejemplo. Tienen una trama que está todo el rato constante, aunque también tengan elementos de amor, la trama de la acción está presente y hace que todo el rato pues me enganche y quiera, pues eso, lo que decía él, ver más y más y más.

E: Y cuando te pasa eso de ver más y más, ¿quiere decir ver más mañana o pasado o ver más en el momento?

A: Si puedo, en el momento. Si no puedo, a ver, pues me tendré que aguantar. Es que también por otra parte digo, jo, es que me da pena acabarme ya la serie. Por eso con *Juego de tronos* me la voy...

E: ... dosificando.

A: Sí, porque como estoy ya en la última temporada digo, jo, es que es la última y...

E: ¿Qué sensación os queda cuando una serie de estas buenas, que ya os ha gustado mucho, se termina ya la temporada?

A: Mi vida se acaba, está vacía. O sea, te tienes la sensación de que está vacía ahora, ya ahora qué veo.

J: Sobre todo cuando la serie tiene un mal final.

A: Sí.

J: Como ha pasado con *Juego de tronos*.

A: ¿Y has visto *Juego de tronos*?

J: No, pero he escuchado... He escuchado a mucha gente y dice que se han cargado una serie tremenda con un final y ha dejado un sabor amargo.

E: ¿No has sido aficionado a *Juego de tronos*?

J: No.

E: ¿Y eso?

J: Nunca me ha llamado la atención. Y fíjate que es de acción, pero nunca me ha llamado la atención quizás porque es muy larga. Yo prefiero una serie un poco más corta, pero más intensa.

E: Bueno, intensa... Intensa es un rato, ¿eh? Larga es, pero intensa también.

J: Sí, pero prefiero más... Yo no puedo invertir tanto tiempo. O sea, puedo ver una serie, estar un tiempo sin ver nada y ver otra. ¿Por qué? Porque yo invierto el tiempo en otras cosas.

E: Eso se iba a preguntar ahora. Entonces, cuando te deja dejando esa sensación de desolación el fin de la serie, ¿inmediatamente te pones con otra o dejas a un intervalo...? ¿necesitas llenar ese espacio rápidamente o dices, bueno, pues ahora voy a descansar un poco...?

A: Depende. Depende. Si sé que hay alguna serie que está bien y que no la he visto ni nada, sí que la veo.

E: ¿Inmediatamente después?

A: Sí.

E: ¿Ahora cuando acabe *Juego de tronos*, ya tienes un repuesto pensado?

A: No, aun no.

J: Hay una cosa muy interesante de cuando acabas una serie muy buena.. Y te quieres volver a poner a ver otra sin dejar un espacio entre medias...

E: Sí, sí, esa es la pregunta

J: Es malo porque no valoras lo suficiente la siguiente serie. Le empiezas a dar un valor que no tienes o no has dejado todavía al empezar con ella. Si tú acabas de ver *Juego de tronos* y te ha encantado y te pones a ver otra serie, tu escalón... Tu expectativa, tu escalón de expectativa está muy alta. Entonces no le vas a dar la oportunidad a la siguiente serie y puede que incluso la acabes antes de acabar el primer capítulo o segundo capítulo.

E: Porque ... ¿abandonáis? ¿Empezáis y abandonáis?

A: Sí, yo abandono.

E: ¿Qué serie sabéis abandonáis? ¿Por qué motivo? ¿O sea, qué era lo que os gustaba?

A: Yo abandoné al principio La Casa de Papel. Y luego la retomé.

E: ¿Y te gustó después?

A: Sí. La abandoné, por ejemplo, cuando la estaban echando a la tele. Porque tenía que esperar muchísimo para ver el siguiente capítulo y eso no me gustaba nada. O sea, yo... A mí lo que me gusta de una serie es tener yo la disponibilidad de ella. O sea, decir, bueno, ahora la puedo parar aquí y seguir viéndola de aquí a 15 minutos si me apetece. Pero el tener que verme la serie en la tele, tragarme todos los anuncios y todo eso, no me ha gustado nada. La que te administre la televisión.

E: Por tanto, necesitas disponer de la temporada completa.

A: Sí.

J: Yo iba a poner una pega. Porque sí que es verdad que otro factor en el que influye la tele puede ser, por ejemplo, yo, *Los Protegidos*. Una serie que salió en el 2003. Y mi familia estaba aficionada entera. Todos estábamos súper aficionados a esa serie. Entonces nos daba tiempo de dosificarnos y era una hora en la que podían mis padres terminar de trabajar y vernos todos en el sofá antes de ir a dormir. Creo que eran las 8 o 9 por ahí. Y la verdad es que era perfecto. Porque si llega a ser en el ordenador, iba a ser un caos. Me iba a ver uno, luego otro... Y no podía crear el factor familia viendo la serie.

E: O sea que, ¿en alguna ocasión la serie tiene esa función de cohesión?

J: Sí. ¿De ver en familia? Desde luego. O en amistad.

E: Contadme un poco de eso.

J: La de *Dragon Ball*, por ejemplo. Yo estaba súper apasionado con ella. Y según salía el capítulo, al minuto 00001 yo ya estaba viendo el capítulo con llamada en Skype con un amigo mío. Entonces nos creamos esa conexión entre mi amigo y yo, viendo la serie a la vez y comentándonos nosotros dos. Y luego te da que hablar con esa persona y puedes enlazar bastante más con la persona viendo la serie. Compartes, compartes sus gustos.

E: Que sí que habláis de series, tú también, ¿eh? Y... ¿recomendáis series también?

J: Sí. Por eso es bueno dejar un espacio entre serie y serie, porque mientras haya terminado una serie puedes hablar sobre ella, puedes disfrutar de lo que te ha gustado, recomendarla, no recomendarla... Y te deja ahí como el sabor, como el dulce, es como si tomas el postre y enseguida tomas algo salado. Es como... Deja de disfrutar a tu estómago y a tu gusto del sabor dulce.

E: ¿Y en qué dispositivo veis las series? ¿Las veis en la tele o en el móvil?

A: Ordenador.

J: Móvil u ordenador.

E: Ajá. O sea, la tele, salvo esa ocasión familiar...

J: Cada vez menos.

A: Cada vez se comparten menos. Cada vez la televisión va a menos. Porque ya incluso hay series que van directamente a solo internet.

E: Bueno, pero con la Smart TV sí que se puede...

J: Eh, sí y no. A ver, no sé si se puede decir... Pero, por ejemplo, yo...

E: ¡Aquí se puede decir todo!

J: Yo veo casi todo en Megadede ahora mismo, que es una página online en la que puedes ver todo. Cosa que no tienes que comprar ni una cosa, ni otra, ni...

E: Claro. O sea, ¿no utilizáis las plataformas habituales de Netflix, HBO?

A: Yo Netflix sí, HBO no. O sea, por ejemplo, *Juego de Tronos* lo estoy viendo en Megadede Pero Netflix sí que lo tengo. Y de hecho lo uso mucho.

E: ¿Y tú Jaime no usas Netflix?

J: No, fíjate, mi novia y mi hermano tienen Netflix. Pero... casi siempre usamos Megadede. O sea, lo tienen por si no hay algo, así que sale. Pero lo que pasa es que con esas plataformas, que al tener un contrato legal, llega todo el contenido más tarde. A Megadede y todas estas páginas web, al no ser legales, llega al instante. Incluso hay a veces que hay gente que graba la pantalla del cine y lo cuelga directamente. Entonces tú puedes verlo gratis al instante de salir, cuando está en el boom. Cuando sale una película y da el boom, ahí la quieres ver. No la quieres ver cuando ya te han hecho todos los spoilers.

E: O sea, que tiene mucha importancia verla en seguida...

J: Al instante, sí. Al instante. Porque el problema, entre comillas, es como un amor/odio el hablar de ello. La gente habla de ello después de verlo. Entonces, o vas con unos taponos o no sales de casa, o te vas a comer todo el spoiler, seguro. Por las redes sociales, seguro. Entonces, tiene que ser ya. Además, el ser humano es muy exigente. Lo quiero ya. No lo quiero para dentro de medio año.

E: O sea, que vosotros lo que no hacéis es: esta serie que lleva aquí todas las temporadas que están aquí almacenadas en Netflix, por ejemplo. O yo qué sé, en Netflix, o en cualquiera. Porque tiene seis o siete temporadas ahí almacenadas. Y están todas en Netflix. Eso no. O sea, lo que veis es la serie que acaba de salir. Es la novedad de la serie. Eso es lo que os gusta....

J: Por lo general, a mí sí. Desde mi punto de vista. Así que es verdad que hay veces que no has visto una serie y alguien te la recomienda. Y está ahí. Y para eso creo que sirve Netflix.

E: Sí, sí. Cómo yo qué sé, Vikingos o tal....

J: Ves una serie que ya se vio hace tiempo y que tú no la has visto. Que alguien te la ha recomendado y tú vas a verla.

E: Pero eso no tiene vertiente social, digamos. Es decir, eso te lo ha visto como una cosa particular. No vas a ir a contarla a los amigos ...

J: Depende. Si te ha gustado, yo creo que sí.

E: Sí. Pero lo que es estar, digamos, en la onda del comentario habitual, eso viene con la serie que acaba de salir. Digo yo, más o menos.

J: Sí, sí. Te puede pasar en el sentido de que, eh, pues ¿sabes qué? Y te digan, ya lo sabíamos, fue hace tres años. Claro. Y te fastidian y te arruinan el día. Básicamente, pero sí, también puede dar de qué hablar. Lo que pasa es que puede que llegues bastante tarde.

E: Claro. Entonces, digamos que los grupos de amigos, de alguna forma, vais al unísono viendo las mismas series, que son las series que son novedad, que son las que van saliendo. Y si os gusta, no veréis todas las que salen, pero vamos, aquellas que escogéis que os gustan, las vais viendo de una forma sincronizada.

A: Sí, más o menos.

E: O no, es que no sé, lo estoy describiendo porque me ha parecido que es algo así.

J: Es algo que tiene que ver con la sociología de la gente.

E: Por eso, ahí voy. Quiero decir que es importante el estar al día en las series también.

J: Sí, yo creo que sí. A ver, no va a significar una amistad, pero es una gran conexión. Si el grupo es de tres y hay dos personas viendo una misma serie, hay uno de ellos que se va a quedar fuera todo el tiempo.

E: ¿Y eso lo habéis sentido, lo habéis vivido?

A: Sí, desde luego. Yo ahora mismo estoy viendo un *Juego de tronos*. Una amiga mía ya se la ha acabado. Y otra amiga mía ni se la ha empezado. Estamos hablando de ello y se queda un poco más apartada esa otra amiga que no la ha visto.

J: No sé yo eso...

E: Se queda un poco fuera...

A: Sí.

E: ¿Y cómo escogéis entonces la serie? ¿Cómo la escogéis? Porque la verdad es que hay mucha oferta ahora mismo. Las plataformas ofrecen mucha variedad de novedades. Quiero decir, ¿cómo las escogéis? ¿Por qué una sí y otra no?

J: Pues hay yo creo varios tipos de factores. Recomendación por gente cercana. Porque has visto algo, un teaser, un trailer en alguna red social. Por el algoritmo que existe para ti. El famoso algoritmo de Google y todo esto que como te mira los resultados de lo que tú buscas, te recomienda ciertas cosas. Y luego el típico que te aburres a las 3 de la tarde o a las 2 de la noche y te pones a dar vueltas. Y encuentras algo.

E: A ver, déjame repasar los factores. Uno es la recomendación de los amigos. Eso es estar en el mismo círculo que están todos. Amigos o familia, no sé, compañeros, tal. Dos hemos dicho...

J: ¿Redes sociales?

E: Las redes, vale. Ahora hablaremos un poco de redes. Y 3, el algoritmo que es que tu propio ordenador te está diciendo qué te puede interesar. Igual que cuando compras un billete a no sé dónde, te empieza diciendo por qué no vas a un sitio que está cerca.

J: Y por ejemplo, Netflix tiene un buen algoritmo. Pero sin embargo es curioso porque la red Megadede, que es la que yo utilizo, tiene varias opciones. Tiene novedades y más vistas. Yo siempre me meto en más vistas. Porque sé que siempre van a ser cosas buenas. Y cuando veo algo que no he visto, por lo menos le echo un ojo. Porque si es lo más visto, es por algo.

E: ¿Tú crees que tu gusto coincide con el de la mayoría de los otros?

J: A ver, en cierto sentido puede.

E: Más vistas, *Juego de tronos*. Y sin embargo no te ha enganchado...

J: Por eso te digo, puede. Primero voy a las más vistas. Y voy haciendo *scroll*down. Y cuando veo alguna que no he visto, y me llama la atención y quizás tenga una buena puntuación, que a veces no va acorde con que sea buena o no, pues le echo un vistazo, por lo menos al tráiler o al primer capítulo. Le doy una oportunidad. Si es más vista será por algo. Si es más vista, será por algo. Yo, en la de *Juego de Tronos*, vi el primer capítulo, no me enganchó, y ahí lo dejé. Y pues eso. El más vistas yo creo que es muy influyente, al igual que el algoritmo de Netflix. Y luego, un cuarto factor era el que te aburres. Das con una serie y voy a entretenerme. Estás aburrido y a veces ves cualquier cosa.

E: Cuando habéis hablado de puntuaciones de las series, ¿os fijáis en las puntuaciones de los usuarios?

A: No, no.

E: ¿O de las puntuaciones de los expertos?

A: No, tampoco.

E: ¿Tampoco?

J: No.

E: Pues entonces de quien os fiais? De comentarios...

A: Visualizaciones. Yo, por lo menos.

E: Visualizaciones. El número de visualizaciones que tiene la serie.

J: Yo no. Porque puede ser que sea algo bueno y no haya sido visto.

E: Pero es lo que está diciendo Jaime que de las más vistas.

A: Claro.

J: Claro que sí. Vale.

A: A mí me afecta mucho el *feedback*. Cuando te metes a una serie, y a mí me ha pasado, o a una película, tú te metes, y por lo menos en los de internet, te deja ver el *feedback* de la gente en los comentarios. Diciendo, es una basura, no me gusta, tal, fatal... Ya no la quiero ver.

E: O sea que sí que sois sensibles a los comentarios de los desconocidos.

J: El *feedback* es súper importante. Pero al igual que pasa en Amazon o en Ali Express. Si sale un producto y a la gente no le gusta, no lo compras.

E: O sea que igual que cualquier otra compra. Porque no deja de ser una compra....

J: Desde luego, claro, una compra, no estás invirtiendo tu dinero, pero se cambia al tiempo. Exactamente. El tiempo también va a cambiar.

E: ¿Y el tema de las redes? ¿Tenéis alguna comunidad virtual o participáis de alguna comunidad virtual sobre series?

J: No, actualmente no.

E: ¿Pero la has tenido en alguna ocasión?

J: Sí que es verdad que alguna vez, a lo mejor un grupo de WhatsApp en el que se habla de series o películas o habla sobre cualquier tema, incluso Instagram, seguir a páginas que suben series, yo sigo actualmente a una, que suben trozos de series o suben trozos de películas, y ahí he encontrado series o películas que me han gustado.

E: Pero no es una comunidad que no va de series, quiero decir si alguna vez habéis hecho un grupo de WhatsApp, por ejemplo, o algo específico para las series, para recomendar, para hablar, específico de series, no quiero decir que en vuestro grupo de WhatsApp de amigos podáis hablar de una serie como habláis de otra cosa, sino que haya algo específico, esto es para hablar de series, para recomendarnos, para tal.

J: Yo creo que hice uno, pero para *Dragon Ball*. Pero... Yo sí creo que una cuenta de Instagram es una comunidad, yo creo que sí. Porque él, o ella, sube sólo contenido de series. suben *teasers*, tráilers... O sea, su contenido es ese. Sólo sube eso. Y los que visitan... Son gente que quiere saber de series. Entonces tú, por los comentarios, por mensajes, por tal...

E: Y de esa gente no hay una forma de decirlo, porque dices... Hombre, parece que es interesada, o que entiende, o que tiene un gusto...

A: Bueno, si sube... Imagínate, sube 10 *teasers* al día. Tú subes 10 *teasers*, y si te gusta uno, pues te gusta uno, si te gustan cinco, pues te gustan cinco. Y también te pone como imágenes o vídeos de 15 segundos de películas o series. Entonces... Y te responde también. A mí sí que me gusta más que los comentarios que ponen a un lado o lo que sea. Pero a mí el comentario no me afecta, porque yo me estoy fijando en el vídeo.

E: ¿Eso a ti te hace o te facilita al escoger una serie u otra?

J: Claro, es como un tráiler.

E: Es como un tráiler, pero el tráiler no oficial. Sino el tráiler de un usuario.

J: Exactamente.

E: ¿Y te da más fiabilidad el tráiler del usuario?

J: Es que hay varios pasos. Está, ver eso, vas a internet, buscas la peli, te metes en la peli y ahí ya lees comentarios. Tú ves el tráiler, te gusta. Siguiente paso, vas a internet, buscas la peli y antes de verla ves comentarios. Me han gustado, tal, la veo. Es horrible, pero el tráiler parecía buenísimo, me han engañado. No la veo.

E: Vale. O sea que antes de empezar con una serie hay un trabajo, ¿no?

A: No sé, yo es que, por ejemplo, nunca leo esos comentarios. O sea, me dan igual, porque además hay muchísimos que están llenos de *spoilers* y digo, bueno, he visto el tráiler, pues ya está, voy a ver la peli. No me gusta a la media hora y la quito.

E: ¿Qué haces para escoger?

A: Hay veces que, por ejemplo, al explorar en Instagram sí que me aparecen tráilers y los veo y entonces ya ahí ya paso a buscarla, a ver dónde la ponen. Si está en Netflix, prefiero Netflix antes que Megadede, por ejemplo. Pero si no está, pues nada, voy a una Megadede y la ve. Seguro que está ahí y ya está.

E: ¿Y por qué prefieres Netflix?

A: La calidad, sobre todo. La calidad es mucho mejor.

E: ¿Y cuántos capítulos le dais a la serie antes de dejarla cuando veis que no te gusta?

A: Es que si no me gusta nada es que a lo mejor me acabo ni el primero.

E: ¿Y tú, Jaime, lo mismo?

J: Sí, yo *Juego de tronos* no vi ni el primero.

E: ¿Y habéis dejado una serie a mitad mitad? Es decir, en el capítulo 6 o 7 cuando ya os queda...

J: En temporada 3 o 4, o algo así.

E: ¿Cuál es?

J: La de *Héroes*. Porque yo la veía en Inglaterra cuando venía de clases de allí, cuando yo estaba viviendo allí. Pues había un momento en el que yo estaba solo, siempre. Me gustaba verla en la serie en inglés. Y cuando llegué aquí, a España, que iba a salir la nueva temporada, pues tuve muchos problemas con ella. Y además yo la quería ver en inglés porque ya la había empezado a ver en inglés. Y al final la dejé.

E: ¿Pero más por problemas logísticos, digamos, que por el propio contenido de la serie?

J: Sí. Y porque cuando pasó mucho tiempo ya no me llamó la atención la serie. Era en el momento de cuando ya... cuando tienes el hilo.

E: Se te había pasado el enganche, digamos....

J: Exactamente. Sí, justo. Eso es.

E: ¿La publicidad de las series os gusta? Por ejemplo, *Juego de tronos* ha tenido muchísima. Muchas veces, cuando se estrena una serie, pues la ves en marquesinas de autobús y tal. ¿Eso os hace también decir a vosotros de qué va esto? Por lo menos me voy a informar....

A: No, a mí no.

J: Yo sí. Yo sí. Yo veo mucha publicidad de algo, y por lo menos algo veo. No sé si el trailer, no sé si un poco de... La casa de Papel yo tampoco la he visto. Y eso que está en los buses y carteles y todo eso. Y la graba un amigo mío. O sea, que el actor principal es amigo mío. Vi un capítulo y... no, no me he engancho. Quizás porque cuando la estaba viendo estaba yo liado con otro tipo de cosas externas de trabajo y... Y ahí puse la decisión de no me merece la pena.

E: ¿Veis varias series a la vez? O sea, simultáneamente, quiero decir.

J: Sí.

A: Sí, se puede. Sí.

E: ¿Y por qué? Quiero decir, ¿por qué no... ver primero una, luego otra... ¿La compartís con alguien?

A: Yo, a ver, a mí no me gusta nada ver dos series a la vez. No me gusta nada. Por ejemplo, yo ahora me estoy viendo *Juego de Tronos* y estaban echando en la tele en busca... No, en la casa de Monteperdido. De un secuestro de unas niñas y no sé qué. Entonces, la tele al final era la que me obligaba a ver dos series a la vez. La serie principal, que era *Juego de Tronos*, la llevaba viendo desde hace dos meses. Pues la quería seguir viendo, y más que ahora que han echado la temporada final y todo eso. Pero al salir esta y empezarla y que me engancho, aunque fuese eso, cada semana un capítulo, pues al final fue lo que me hizo verlas a la vez. Pero no me gusta nada ver dos series a la vez.

E: O sea, me estás diciendo que es porque alternas un contenido que es administrado por ti con un contenido que te administra otro. Entonces las ves a la vez porque uno no lo puedes controlar.

A: Sí.

E: Pero si tú puedes controlar el contenido, ves a la vez?

A: No, no me gusta. No.

E: ¿Y tú, Jaime?

J: Yo lo he llegado a hacer, pero tampoco me gusta. Por el mismo caso que ella.

E: ¿Por qué?

A: Yo es que siento que no disfruto la serie. O sea, no disfruto ninguna del todo.

J: Estás como mezclando.

A: Sí. Pero sí que es verdad que hay casos de que, pues justo hay una que va a salir el capítulo nuevo y mientras tú estabas viendo ya una serie, ¿verdad? Y pues mientras estás viendo una serie y justo sale un capítulo de la serie que te gustaba, pues te va a verla. O si es de la tele te pasa igual. Ves tu serie normal y justo cuando sale de la tele, pues ves el de la tele. Pero si tienes tú el poder de ver una u otra, ves primero una y luego otra.

E: Porque os sentís inmersos en la trama....

J: Sí, exactamente.

E: Hay un proceso como de inmersión.

J: Es como si ves la de *The End of the Fucking World* a la vez que la de *Stranger Things*. No tienen nada que ver. Es como estar mezclando dos mundos, uno que es de acción y fantasía con uno que es como de comedia. Entonces no acabas de...

E: Y os requiere una cierta, no sé cómo decirlo, una cierta concentración o inmersión. Y diría una inmersión en esa trama.

J: Yo en la de *Stranger Things*, por ejemplo, me metía dentro de la serie. Era como... no me quiero perder nada. No me quiero perder ni un detalle. Porque además hay tipos de series que te enfocan, por ejemplo, hacia aquí, hacia el salón, y si no estás atento a la silla te pierdes algo.

A: Sí, sí, sí.

J: Pero tienes que estar con los ojos así. Por eso también es malo verlo antes de dormir.

E: Y ¿veis algún capítulo repetido? Es decir, ¿lo volvéis a ver por lo que estáis viendo? Porque a lo mejor te ha perdido algo o sencillamente porque os ha gustado mucho y lo volvéis a ver.

A: Yo de repetir capítulos no soy, pero por ejemplo de repetir pelis sí que soy mucho.

E: ¿Películas de cine?

A: Sí, sí, sí. Por ejemplo, he visto una película que me ha gustado mucho, no sé qué, que tiene una trama súper liosa, o algo así. Y si no me ha quedado, por ejemplo, de todo claro, quiero saber más. Cuando la vuelva a ver, si me aclaran muchísimo algunas cosas. Veo cosas antes de tiempo, que antes no había visto. Me gusta mucho verlas dos veces.

J: Una serie es difícil de repetir.

A: Sí.

J: Muy, muy complicado. Porque ya se te hace muy monótono. No es una hora, como una película. Son mucho tiempo invertido en algo que ya sabes.

E: No me refería tanto a la temporada completa como a un capítulo que me ha gustado. Me gusta mucho ese capítulo, o hay algo que no he acabado de captar.

J: Por propio gusto no. Si es por recomendación de alguien, oye, mira este capítulo. De recomendación, sí. Yo sí que lo he hecho. Oye, vamos a ver este capítulo de esta serie.

E: Vamos a volver a ver este capítulo de esta serie porque pasa algo que a lo mejor no nos hemos enterado, por lo que sea....

J: Si estoy yo solo, no. A ver, si no me he enterado de algo o me he quedado dormido, sí, lo repito. Pero sí, fíjate, por ejemplo, en la serie de *Los Simpsons* nos tragamos los mismos capítulos durante mucho tiempo.

A: Sí. Y no nos importa.

E: En la televisión.

A: Sí. Es que los han vuelto a echar.

J: Lleva... ¿Cuántos años lleva? 20 años. No sé cuántos años lleva, pero nos tragamos una y otra. Y sabemos qué va a pasar, pero... y seguimos ahí. Y no me levanto de la mesa hasta que no termine el capítulo de *Los Simpsons*. Y me lo he visto 20 veces.

E: En ese caso no importa volver a verlo. En el caso de *Los Simpsons*. Pero igual, en una serie que sea una trama, o sea, un drama, digamos, de estos que tienen un hilo conductor complejo y tal, ahí a lo mejor no la vuelves a ver.

A: No.

J: No.

E: Qué veis las series... ¿Acompañados o solos?

A: Normalmente sola. Pero... es que ver una serie acompañada es muy difícil. Porque... por ejemplo, yo, si la quiero ver con una amiga, pues es muy difícil el que yo, si tengo, por ejemplo, la necesidad de ver el siguiente capítulo, el que yo aguante y el que ella aguante para que un día que podamos las dos quedar y verla. Es súper difícil. Yo soy mucho de partir el capítulo, no verlo de una sentada, sino de partir el capítulo, entonces es súper difícil verlo con una persona. A ver, desde mi punto de vista, vamos.

J: Lo que decía antes, si tienes tú el poder, fastidias el engagement de la familia. Lo que decía antes de *Los protegidos*. El factor familia lo destruyes. Porque siempre va a haber alguien que va a querer verlo por su propia cuenta porque le llama más que a otro. Si a ella le gusta más la serie que a mí... Va a adelantarse.

E: Entonces, la serie es algo solitario, digamos. Más bien solitario, no lo podemos decir 100%, pero es más bien solitario.

A: Sí. Es más solitario. Porque tú te lo administras como te da la gana.

J: Hay algunas que no, pero sí que es más solitario porque te administras tu tiempo.

A: Volvemos a lo de antes de una hora y ya está. Sobre todo si son series largas. Porque si son series cortas... Que es eso, son sí, digamos, de media hora. Sí que la vas viendo en la tarde y sí la vas a hacer acompañada, perfectamente porque es eso, la tarde ya está. Claro. Pero si es larga, de siete temporadas, es muy difícil verla acompañada siempre.

J: Ahí es donde está el juego de la amistad. Cuando dices, no pases a este capítulo porque me vas a hacer de los *spoiler*. Yo he escuchado a muchas amigas, mi hermana de Inglaterra, la de *Gossip Girl*, la serie esa, toda el rato con sus amigas, hoy vemos el 3. No os paséis del 3. Para que nadie vaya adelantada y que todas puedan hablar de lo mismo. Porque volvemos a lo de antes. Si alguien se adelanta, o está apartado del grupo el que se ha adelantado o el que no se ha adelantado.

E: O sea, que digamos que hay un componente social importante en el tema de las series.

J: En muchas sí. En algunas series, no en todas. En muchas sí.

E: Y coincide con que tiene que ser una novedad. ...

A: Normalmente sí.

E: Porque no se pone de acuerdo a grupos de amigos en ver una serie que se ha estrenado hace 4 años....

J: Puede ser, pero es raro.

E: Lo normal es que con la novedad, el grupo es posible que tenga gustos parecidos y entonces todos a la vez. Y no quiere que nadie se adelante porque no se va a fastidiar.

J: Pero eso también pasa con las películas. ¿Por qué queremos ir a ver todos a vez *Los Vengadores*? Para que nadie se excluya del grupo. Yo fui con todos mis amigos, que cada uno vive en una punta de Madrid y quedamos en un cine para verla. Lo mismo que las series. Tiene un componente social con la novedad.

E: Lo que pasa es que la diferencia es que con el cine, tú quedas a pasar una tarde con tus amigos y la serie necesitas muchas más horas. Necesitas una sincronización mucho mayor. Pero ahí el grupo se organiza de alguna forma. ¿Cuántos capítulos sois de continuo? De lo que se llama de una sentada.

A: Depende del tiempo.

E: Pero bueno, como una cosa habitual.

J: Imagínate que estás de examen y solo puedes ver uno. Pero si tienes un tiempo libre, no tienes nada que hacer fuera de casa, no tienes nada que hacer de trabajo. Yo me he llegado a estar dos días viendo series enteras. Dos días seguidos.

E: ¿Y eso te generaba algún sentimiento positivo o negativo?

J: Yo me sentía bien. Después de la serie mal, pero yo me sentía muy bien. Claro, porque estaba tan enganchado a la serie y tampoco tenía ninguna responsabilidad que hacer. Para mí, yo estaba feliz.

E: ¿No sentías ningún sentimiento de una cierta culpabilidad? ¿De que podías haber hecho otra cosa?

J: Sí, eso un poco más tarde.

E: ¿Cómo un poco más tarde?

J: Después de que ha pasado ya todo. He perdido dos días y podría haber hecho tal, pero...

E: Pero tampoco es intenso ese sentimiento, ¿no?

J: También depende de cómo tengas tu vida. Yo ahora no lo haría. No lo haría tanto, quizás.

E: ¿Eso cuándo lo has hecho? ¿Cuándo eras más joven?

J: Más joven, sí. Cuando era un poco más joven. 16, 16, algo así. Pero no varías tanto en ciertas cosas. El tiempo, por ejemplo. Porque el tiempo no vuelve ni se puede parar. Y cuando miras atrás dices... ¿qué he hecho? Yo por lo menos.

E: ¿Y te parece que ver series es una pérdida de tiempo?

J: En parte, sí. Sí que es verdad que tiene esa cosa de que te llena. Porque sí, de verdad que hay cosas que te llevan a llenar. Pero... sí, pero sí que es verdad que te puedes entretener de otras maneras. Te puedes poner a hacer deporte, te puedes poner a hacer otra cosa que sea más útil. Porque ver una serie no lleva a ningún lado. Hombre, a no ser que veas una serie y te den una idea de ser millonario... Pero en general no. En plan, ¿qué has sacado el *Juego de tronos*?

A: Nada. Porque además son series que se las sacan así. O sea, que no tiene por ejemplo nada histórico que digas ¡Joder! Estoy aprendiendo algo de historia con esta serie. No. Son series completamente... Que no te aportan nada realmente.

E: O sea, el beneficio entonces que le habéis asociado a la serie es entonces el mero entretenimiento.

A: Sí, básicamente.

E: La evasión. Sí. La evasión que se tiene de... bueno, estar inmerso durante un tiempo en una historia y...

A: Sí, justo. Eso es.

E: Pero eso lo notáis como algo efímero. Es decir, eso que cuando acaba la serie... Dices, pues ahora... ¿Ese es el sentimiento de la serie?

A: Sí. A ver, yo creo que... O sea, cuando estás haciendo una serie te sientes como súper lleno. Y de repente se te acaba y sabes que no va a haber más. Y yo por lo menos, a mí me pasa con mogollón de series que me siento como súper vacía. ¿Qué hago con todo este tiempo? ¿En qué lo empleo? O sea, toda esa pérdida de tiempo y después de que podría haber hecho todo esto durante todo este tiempo.

E: O sea, que sí que tienes ese sentimiento de... No de culpa, ¿no? Un poco de...

J: De malestar.

E: Alguna vez os ha pasado que estáis inmersos en una serie y te encuentras pues que sigues en pijama y son las 7 de la tarde...

J: Ah sí.

E: O que a lo mejor has estado comiendo patatas fritas porque no te has levantado ni... ¿Eso os ocurre?

A: Sí.

J: Mucho.

E: ¿Y eso os reporta un sentimiento bueno o malo?

J: A mí malo, sobre todo. Por ejemplo, yo ahora me he propuesto leerme diccionario entero.

E: ¿El diccionario de la RAE?

J: Sí. ¿Te ríes?

E: No, no, ¡no me estoy riendo!

J: Si estás sonriendo tú y mi madre también. No, pero es curioso porque creo que levantarme a las doce pierdo tiempo. Si me levanto a las diez y hago una hora de ejercicio y una hora de leer, me siento mejor... Es que ya he leído unos cuantos libros de neuromarketing y quiero hacer cosas diferentes. Estoy ahora en un tema de reuniones, negocios y eso y necesito vocabulario.

E: Ah, bueno.

J: Por eso ya ahora ya no veo series. Ahora en estos meses, digamos. No, porque no puedo emplear ese tiempo en eso. Claro. Si fuera algo útil, sí.

E: Pero te parece que no es útil ¿no?

J: Ahora mismo no. Yo ahora apenas quedo con amigos porque estoy muy ocupado. Y necesito hacer cosas útiles. Me había avisado que querías hacer una entrevista y he venido. Sí, puedo sacar un poco de tiempo, pero no para ver una serie.

E: Ya, porque crees que es demasiado tiempo...

J: Una película sí, una serie no puedo.

E: Claro.

E: ¿Y tú, Alejandra, tienes el mismo sentimiento?

A: A ver, depende. Tengo el mismo sentimiento cuando es una serie que estoy viendo pues... por pasar un poco el rato. O sea, como sin ningún tipo de interés en ella. Pero, por ejemplo, si es una serie que me interesa muchísimo, muchísimo, no tengo esa sensación. Porque es algo que estoy haciendo pues porque me gusta, porque me parece súper interesante. Aunque no tenga nada de real.

E: O sea, porque pasas un buen rato, claro. Y eso no te parece perder el tiempo para nada.

A: No, no.

J: Lo que hablábamos antes de si te apasiona o no.

E: ¿Alguno os habéis sentido identificados con algún personaje de una serie?

J: Sí.

E: ¿Con cuál?

J: Por ejemplo... Pero desde muy pequeño, te puedo poner un ejemplo. Las típicas series de Oliver y Benjy. ¿Sabes cuál es? A mí me encantaba ver la serie y salir al jardín y crearme un futbolista. A mí me encantaba. Y alrededor de la historia, pues... Bueno, de la historia hace 20 años, pero... Pues, con distintos personajes de distintas series. Siempre dentro de una serie va a haber alguien que te guste. La mayoría de las veces. Siempre hay alguien con quien te identificas.

E: ¿Y eso es lo que te hace vincularte más a la serie?

J: La empatía. Sí.

A: Sí, a ver. Yo tengo un ejemplo que es súper parecido al de él. Yo desde pequeña, cuando veía *H2O*, una serie de sirenas, éramos tres, justo coincidía que había una morena y tres rubias. Pues siempre mis primas y yo en la piscina creyéndonos sirenas. Y cada una era esta. Porque justo coincidían muchísimo con el carácter de la persona, el mismo que el del personaje. A ver, y ahora, pues ya no me pasa tanto, de hecho. Pero bueno, o sea, porque creo que cuando somos más pequeños, sí que queremos ser parte de ese personaje para que nos siga gustando la serie. No sé si me explico.

E: Sí, te vincula.

J: Sí, pero ahora ya no me siento muy identificada con ningún personaje de ninguna serie. No, ahora ya no.

E: O sea, estás viendo Juego de Tronos y no te identificas con el marco de ningún personaje.

J: Quizás no con el personaje, pero quizás con ciertas acciones.

A: Sí, eso sí, con acciones sí. Ah, bueno, sí, esto yo también lo haría. Sí. Sí, eso sí, pero con el personaje con cómo actúa siempre y con cómo es, no.

E: ¿Alguna vez habéis comprado el libro de la serie, pero una vez vista la serie?

A: No.

J: No.

A: Sí eso, al revés. Primero el libro y después la serie.

J: Yo sí, con *Dragon Ball*. Te lo prometo, cuando era pequeño vi la serie y luego me leí los cómics.

E: ¿Y ahora más recientemente?

J: No, no, me gusta leer libros de... me parece lo mismo, me parece una pérdida de tiempo.

E: ¿Y los DVDs los habéis comprado alguna vez?

A: No.

J: Sí.

E: ¿DVD's de series?

J: Ah, no. De películas sí, de series no.

E: ¿Y artículos tipo camisetas o tazas?

J: Sí, mucho. Ahí sí me gasto mucho dinero.

E: ¿Qué tipo de cosas?

J: De todo. En ropa, en accesorios... Pero accesorios de cualquier cosa, que si pajitas, que si tazas, que si figuras...

E: ¿De la serie?

J: De todo. Yo de eso soy... me encanta. Porque me encanta tener el recuerdo de que he pasado un buen momento.

E: ¿Y habéis visitado alguna vez algún escenario de rodaje?

E: Sí, yo he visto alguno.

E: ¿De serie,?

E: Sí, en *Élite*. Que es de *La casa de papel*.

E: ¿Y has visto el escenario de rodaje?

J: He participado en él.

E: Ah, muy bien. O sea, ¿has participado en la serie?

J: Sí.

E: Ah, entonces claro, lo has visto. Yo me refiero a como fan de la serie. Sabéis que ahora por ejemplo han rodado *Juego de Tronos* en Andalucía y muchos fans se van a ver los sitios de rodaje y tal.

J: Sí, sí, desde luego.

E: ¿Y lo habéis hecho vosotros?

A: No, yo no. Es que para mí pierde mucho... O sea, pierde la magia de la serie.

J: A mí... A ver... Como... A lo mejor ver un rato y me voy, porque me parece algo aburrido. Porque yo cuando he estado ahí, una escena a lo mejor tardas cuatro horas.

E: Sí, no, no, pero no me refiero a mientras se están rodando. Me refiero a los sitios donde se han rodado.

A: Ah, sí. En plan viajar y ver el sitio donde se han rodado y tal.

J: Sí, sí, eso es. Oye, aquí se grabó tal.

E: Sí, sí, por ejemplo, si habéis visto *Outlander*, por ejemplo, pues ahí hay un sitio muy especial, se llama Craig na Dun, en Escocia. O, por ejemplo, *Juego de tronos* en Croacia, Desembarco del Rey, Muchísima gente que va a verlo, no durante la rodaje, sino porque se ha rodado allí, pues para ver el lugar donde se ha rodado y tal.

J: Pues me gustaría. De hecho quizás cuatro de cada diez, mínimo, conocen Notre Dame por la serie y la peli. Si no, no conocerían Notre Dame. Entonces, es algo que tiene importancia. Se grabó aquí. ¿De dónde vienen los vampiros y todo eso?

A: Ya, ya, ya, pero vamos a ver. Es que a mí, por ejemplo, yo, ir, por ejemplo, a Andalucía y ver dónde se ha grabado *Juego de Tronos*, a mí no me llamaría nada la atención. Porque, a ver, por ejemplo, *Juego de Tronos*, porque es una serie muy fantástica, entonces para mí pierde mucha magia el ver ahí eso y no sé, no me gusta.

J: Quizás porque eres de Madrid, pero si vives al lado te pasaría a saber.

A: No, pero si yo digo...

J: No haría un viaje a Notre Dame porque se grabó la serie, pero si estoy cerca, quiero ver dónde se ha grabado. Eso pasa con *Élite*, por ejemplo. La gente pasa por el pueblo y dice mira, aquí se grabó Y de hecho yo cuando he pasado por ahí, los abuelos dicen aquí se ha grabado *Élite*. Hay gente que va allí, por eso.

A: Sí, sí, sí, pero a mí no me llama.

E: Muy bien, pues ya estamos terminando. Y os pregunto una cosita más. Cuando habéis tenido estos episodios de ver varios capítulos seguidos y tal, ¿os sentíais como que perdíais el control? Queríais parar de ver, pero no puedes.

J: Sí.

A: Sí.

J: Sí. De hecho hay muchos memes de eso. Este es el último capítulo y te encuentras a las 10 de la noche viendo más capítulos. Pierdes el último, el último, pero como siempre... Si es una buena serie, que lo han hecho bien, que el tema corta... Se corta en el momento que.... Y dice, venga, veo cómo se soluciona y ya está. Y luego al final es el otro y te vuelve a pasar.

E: Bueno, pues genial. Muchísimas gracias. Voy a parar la grabación.

Entrevista 2

Lucía. 22 años, estudiante. 01-06-19

Entrevistadora: E

Lucía: L

E: Lucía, muchas gracias por atender a esta entrevista. Bueno, como te imaginarás, la finalidad de esta entrevista es puramente académica, en concreto mi tesis doctoral. Está absolutamente asegurada la confidencialidad del informante, o sea, de los datos que aporta y su anonimato, por supuesto, como informante. Y la entrevista se graba para luego poder transcribir los datos. ¿Estás de acuerdo, ¿verdad?

L: De acuerdo.

E: Venga, muy bien, pues vamos a empezar. A ver, cuéntame un poco cómo transcurre tu día a día y, sobre todo, cómo empleas, más que la parte laboral, cómo empleas el ocio, el momento del día que tienes libre, en qué lo empleas.

L: Pues, principalmente, cuando llego del trabajo, ceno me ducho y tal, ¿no? Llego bastante tarde. Entonces, como llego normalmente a la noche, pues me suelo poner un capítulo de alguna serie en Netflix, principalmente, y hasta que me quedo dormida. Ese es mi momento de ocio del día.

E: Vale. Muy bien. Oye, ¿tú te definirías a ti misma como una persona metódica y organizada o más bien al contrario?

L: No, yo soy muy desordenada.

E: ¿Desordenada? ¿Y crees que los demás te perciben así o crees que los demás te ven más organizada?

L: Con temas de estudio sí soy bastante más organizada, pero mi día a día no. Y sé que los demás a mí lo perciben así. Sí, mi madre sobre todo lo percibe así.

E: Además de ver series en ese momento libre, ¿a qué otras cosas dedicas el momento de descanso?

L: Me quiero encontrar con mi familia los días de semana. Los días más de fin de semana puedo salir a tomar algo a la calle. Pero normalmente cuando llego del trabajo, cuando me voy a casa y me pongo algo.

E: O sea que la serie te sirve en ese momento un poco para entretener ese descanso, ¿no?

L: Sí, y para conciliar el sueño.

E: Vale, ¿qué tipos de series te gustan?

L: Pues me gustan mucho los dramas, comedias y podríamos también decir como románticas.

E: ¿Qué es lo que quieres decir con drama?

L: Pues que haya como algún hecho que te tenga, no de misterio, pero que te tenga enganchada.

E: Vale, y ahí puedes considerar por ejemplo series de acción o series de policíacas a lo mejor.

L: No tanto como acción pura, pero si algo de policía. Y a lo mejor como de abogados.

E: Vale. Cuéntame las series que has visto últimamente.

L: Pues mira, estoy viendo últimamente Cómo defender a un asesino y Avatar.

E: O sea, ¿ves varias series a la vez?

L: Sí. Sí.

E: Simultáneamente.

L: Normalmente si me engancho mucho a una serie, no me hace falta tener otra. Pero hay veces como que a lo mejor me engancho o simplemente no me apetece ver eso. Entonces me pongo otra y... Yo creo que son entre dos y tres incluso a la vez.

E: Entre dos y tres a la vez. ¿Pero suelen ser series de las que empieza y acaba el capítulo, aunque haya una trama paralela, o sea, que va a lo largo de toda la temporada, pero el capítulo tiene un principio y un final?

L: No entiendo.

E: Sí, sí quiero decir que las series que tú ves, por ejemplo, estas series de abogados, cada capítulo digamos que tiene un principio y un final. Es un episodio que tiene una entidad propia, no es parte de una trama continua que se va abordando.

L: Depende, por ejemplo, estas que descubrí últimamente, sí que tienen como una secuencia, es decir, el primer capítulo, o sea, para ver el último capítulo, tienes que haberte visto toda la serie.

E: ¿O sea, que cada capítulo no tiene entidad propia, por decirlo, sino que es continuo? Entonces, y a pesar de eso, a pesar de que haya una continuidad en los capítulos, alternas series, es decir, no te pierdes de una a otra cuando...

L: No, porque a lo mejor suelo ver series que son distintas, es decir, últimamente también he visto una que se llama *The Good Place*, entonces *The Good Place* es como comedia, y a lo mejor la de abogacía es como más misterio, de algo, como más a la muerte, entonces como que... que ver qué ha sucedido, pero de llevar casi a la abogacía, entonces también no hay que ver una con otra, por eso no me suelo.

E: Vale, ¿y cuánto tiempo le dedicas más o menos a diario a ver series?

L: Pues una hora más o menos. Los fines de semana le dedico más tiempo.

E: ¿Como cuánto?

L: Si no tengo que estudiar, dos horas, dos horas y media.

E: Del fin de semana. ¿En laborable, el momento de ver las series? Es la noche, me has comentado. ¿Y en festivo? ¿Qué momento?

L: La hora de después de comer.

E: Vale, ¿y hay cuántos capítulos puedes ver consecutivamente?

L: Pues si son de una hora, fácil, dos. Dos capítulos. Sí, o dos y medio.

E: Ajá.

L: Y si son cortitos, de veinte minutos, a lo mejor me veo, no sé, cuatro o cinco hasta que me canse.

E: Ajá. Y a diario, ¿cuántos capítulos sueles ver?

L: Pues estamos en las mismas, si son de veinte minutos, o sea, al final como una hora le dedico. Si son de veinte minutos, me veo dos o tres. Sí. Y si son de una hora, pues me veo uno.

E: Vale, vale. ¿Desde qué dispositivo ves las series? ¿Desde la tele, el móvil, el ordenador, la Tablet?

L: Pues principalmente lo veo o desde el ordenador o desde el *iPhone*, por lo mejor, porque la telecomunicación es más difícil.

E: Ajá. ¿Las series las ves sola o en compañía?

L: No, las veo sola.

E: ¿Y qué plataformas utilizas?

L: Pues utilizo Netflix y utilizo HBO.

E: Netflix y HBO. Ajá. ¿Y en dónde ves las series? ¿En tu casa o fuera?

L: En casa.

E: Vale. ¿A qué encuentras tú que has sustituido ese momento? O sea, las series antes cuando no había tanta serie, tanta oferta, a lo mejor hacías otras cosas, leías o veías la televisión o...?

L: Veía la televisión con mis padres.

E: ¿A qué edad empezaste a aficionarte a las series?

L: Uf, a ver. Pues, la primera que vi fue Juego de Tronos y hace 7 años fácil que empecé a verlo. Pero antes de eso no veía muchas más series. Es decir, veía Juego de Tronos y ya está. Pero después, allá, cosa de 3 años aproximadamente, 3 o 4 años, que ya es como que me pongo de verdad a ver series.

E: Hace 3 o 4 años que te aficionaste más. ¿Y qué es lo que te hizo aficionarte?

L: Pues la verdad es que no sé. Yo creo que también fue el hecho, porque la primera plataforma que tuve fue Netflix. Entonces yo sé que fue el hecho de que tiene tanta cantidad y tanta variedad y dices, ¿qué veo? Y te pones a buscar y dices, bueno, pues me pongo una serie, que no me tengo que preocupar de estar siempre pensando en qué es la serie. Me pongo una serie y me engancha y al final descubrí que me gusta más ver series que películas. Entonces yo estoy todo el día viendo series. Y es como ver una película muy larga, pero dividida en porciones.

E: Claro, que tú te administras, digamos, ese visionado.

L: Claro, claro.

E: Y te ahorra ese esfuerzo de tener que pensar cómo me entretengo ese rato.

L: Claro, claro. O simplemente el hecho de no tengo tiempo para ver dos horas de película y no quiero dejarla a la mitad. Entonces pongo un capítulo de una hora que no tengo que dejar el capítulo a medias.

E: O sea, tú no cortas capítulos.

L: No, al no ser que me duerma. Pero normalmente sí intento verlos enteros.

E: ¿Cuánto tiempo tardas en ver una temporada más o menos?

L: Es que hay veces que me lo veo en varios días. Si tengo tiempo, tres. Y si no tengo tiempo, pues a lo mejor me alargo. A lo mejor me pongo un capítulo por día y los capítulos que haya. Pero si tiene 12 capítulos y voy a uno por día, pongamos, puedo tardar 12 días o a lo mejor si me pongo uno más en... Es decir, me veo un capítulo y digo, ¡uf! ¡Qué intriga! Me pongo otro. Pues lo han cortado a la mitad.

E: ¿Cuántos capítulos, cuando te interesa mucho la serie, cuántos capítulos ves consecutivamente? Es decir, de una sentada. ¿Cuántos has llegado a ver?

L: 5 o 6 capítulos.

E: ¿Eso lo haces ahora o lo hacías más bien antes?

L: Ahora no porque no tengo tiempo.

E: No tienes tiempo. O sea, ¿cuándo hacías eso de ver 5 o 6 capítulos de una serie?

L: Algún fin de semana cuando sabía que no iba a salir. Normalmente suele coincidir con festivos, es decir navidad, verano o semana santa.

E: Claro. Y ahí es donde puedes enganchar 5 o 6 capítulos a la vez, de una sentada, digamos. Claro. Vale, muy bien. Cuando te pasa eso de que ves muchos capítulos consecutivos, ¿tienes algún sentimiento?

L: No sé. Pues sobre todo se intriga, ¿no? Sí. De lo que va a suceder y como... Pues bastante se intriga. No sé cómo explicarlo. Como que es un personaje que me gusta mucho y creo que ese vínculo, ¿no? Digamos que a lo mejor puedo llegar a... Empatizar con él. Es decir, o que me dé pena... Si él está triste o que me... No sé. Me alegro o me enorgullezco sobre el personaje tanto como que a lo mejor me puedo sentir igual de triste que él.

E: O sea, que te sientes digamos inmersa en la serie.

L: Sí, claro.

E: ¿Y te vinculas con los personajes? ¿Te identificas alguna vez con algún personaje?

L: Sí, con algunos sí.

E: ¿Con cuál? Cuéntame un poco con qué personaje te has vinculado.

L: Por ejemplo, en Juego de tronos con una actriz que hace del papel de una chica que es como valiente, muy echada para adelante. Muy atrevida. Le duele fracasar, pero no le importa porque no hayo aprendido de ello.

E: ¿Y te has sentido identificada con ella?

L: Sí.

E: Ah qué bien. Cuando estas viendo una serie, cuando estás haciendo otra cosa, igual en el autobús, ¿piensas en la serie?

L: Sí. Todo el día ando dándole vuelta. Si viene un momento clave de la serie nada más que estoy deseando llegar a mi casa para poder decir... Dios mío, ¿qué ha pasado?

E: Entonces, ¿Cómo vives ese momento?

L: No como una recompensa en el día, pero a veces lo percibo como tal. Es decir, si a lo mejor tengo que estudiar cualquier cosa y sé que necesito ver ese capítulo porque tengo muchas ganas, a lo mejor lo percibo como... Venga, haz todo eso que a cambio vas a poder ver este capítulo y ver lo que pasa. Pero antes hay que hacer esto y así. Entonces es como...

E: Como un premio. ¿Y el durante cómo es?

L: Y durante es como... No sé... Estoy nerviosa. Estoy como... Eh... O sea, para ver como con muchas ganas.

E: ¿Como con ansiedad?

L: No, no. No hay nada en este momento de ansiedad. Pero es como... Dios mío, Dios mío, Dios mío... Que ya está el capítulo.

E: O sea, que lo vives con expectación, con ganas.

L: Con muchas ganas. Sí. Sí. Sí. Sí. Es como que lo vivo, me meto mucho en la serie. El último capítulo de Juego de Tronos, por ejemplo, que sí que ansiedad, no podía esperar a verlo en casa entonces en un hueco del trabajo a la hora de comer lo vi.

E: Y ¿cuándo se acaba el capítulo que sentimiento tienes?

L: Estoy deseando ver el siguiente. Sobre todo si el capítulo ha sido tan bueno que me ha conseguido enganchar. Pero hay capítulos que no los hay y te tienes que aguantar.

E: Claro. Pero ¿y si tienes el capítulo disponible porque ya se ha ofrecido toda la temporada? ¿Qué pasa cuando estás ahí, con el que tú has dicho, estoy enganchada al capítulo? ¿Se acaba el capítulo y qué es lo que sientes?

L: Posiblemente no pueda aguantarme y me pongo el siguiente.

E: Y te pones el siguiente. Vale. Y eso, ¿aunque sea día de diario?

L: Barajo. Si es día de día y el capítulo ha merecido muchísimo la pena y tengo una expectativa muy grande hacia el siguiente y veo que todavía es medianamente asequible la hora, lo valoro. Es que luego lo de dormir y trabajar no lo llevo bien. Entonces, tengo que echar cuentas de que me interesa más.

E: Entonces, digamos que llegas un poco a controlarte. ¿Alguna vez te has visto como que has perdido el control?

L: Sí, sí. Cuando me veo 5 o 6 capítulos, digo, pero Lucia, ¿qué estás haciendo?

E: ¿Y qué sentimiento te genera eso?

L: Pues, me siento mal, porque he perdido toda la tarde viendo una serie que podría estar haciendo cualquier otra cosa: salir a la calle, ver la luz del sol, podría estar con... no sé... Haciendo cualquier otra cosa. Más interesante a lo mejor es que estás viendo una serie, ¿no? Al final estás en tu casa, recluida frente al ordenador y sin sociabilizar con otras personas. Pero sí que me puede la intriga, es tanta que tengo que seguir viendo la serie.

E: O sea, que... ¿Tú crees que la serie te trae cosas positivas, pero también negativas?

L: Claro, sí. O sea, de algunas incluso aprendo cosas, ¿no? Digamos, o sea, no digo que aprender, pero obviamente también me trae negativas de... has estado 7 horas en tu casa, encerrada, delante de una pantalla y no has hecho absolutamente nada. Entonces me siento como mal porque no he aprovechado el día.

E: Claro. ¿Con qué series te ha pasado eso? Eso de decir, no puedo dejar el capítulo, aunque sé que voy a dormir poco, que mañana tengo que ir a clase o al trabajo, tal. ¿Con qué series te ha llegado a pasar?

L: Pues mira, por ejemplo, con *Breaking Bad* me ha pasado de acostarme 1 de la mañana y al día siguiente tener que levantarme a las 7 y decir, no pasa nada, tengo que verlo. También, obviamente, con Juego de Tronos, si tenía todos los capítulos, pues obviamente, avanzaba.

E: ¿Y qué te parece que tiene que tener una serie para que a ti te lleve a eso de ver un capítulo, aunque conscientemente digas no debo, pero al final acabas cayendo y ves otro capítulo. ¿Qué es lo que tiene que tener esa serie? ¿Puedes poner en común algún ingrediente de la serie? Que digas, la serie es que a mí me ha ocurrido esto, con la que me ha ocurrido esto, no sé, tienen una característica o algo.

L: Yo creo que es misterio, ¿no? Al final es como... O que en el siguiente capítulo sepas que va a pasar algo muy interesante, porque ya te vas paralizando, ¿no?

E: O sea, es la trama, digamos, la trama lo que te engancha.

L: Sí, sí, sí.

E: ¿Y eso no te pasa, por ejemplo, con comedias a lo mejor, que es de estas que tienen capítulos independientes?

L: No, yo las comedias, por ejemplo, *Modern Family*, lo utilizo más como un momento de desconexión. Claro, si un capítulo normal de este corto, lo utilizo como un momento de desconexión. A lo mejor es que estudiando digo, quiero desconectar un poco, me pongo un capítulo de 20 minutos de comedia, que es contrario a lo que es lo que estoy haciendo, me río, desconecto y sigo con mi tarea.

E: Sí, pero ¿en el caso de la serie tipo Juego de Tronos?

L: Sí, sí.

E: Con una trama que te va atrapando la trama. Te gustan los personajes, a lo mejor te identificas con alguno de ellos y entonces eso ya es una sensación como de que no puedes parar.

L: Claro, claro.

E: En circunstancias, no de fin de semana de estas que estás relajado y lo más que te puede pasar es decir, bueno, pues he perdido la tarde viendo la serie. Pero de esto que dices, bueno, mañana me tengo que ir a trabajar, ¿cuántos episodios has visto consecutivamente en esa situación?

L: Dos más o menos.

E: ¿O sea, cuando estás en esa circunstancia que tú te ves que no tienes tiempo libre, más de dos no?

L: No, no, no, no. Además, me intento controlar porque es que pierdo el control rápido. O sea, si a mí me dejan ir y me dicen, no tienes responsabilidades, me puedo gastar la serie. Entonces, no, no, no, no.

E: Pero bueno, realmente no pierdes el control porque eres capaz de dosificarte aunque la serie te gusta mucho. Y puedes decir, bueno, pues me lo dejo para el fin de semana que me veo cinco o seis. Pero el fin de semana, que es cuando tengo tiempo, con lo cual de alguna forma, eres capaz de dosificarte.

L: Sí, sí, sí, sí. Porque si no, es que de verdad que pierdo el control. Entonces necesito organizarme y ponerme límites, sobre todo. Es decir, hoy no más de dos. O sea, por mucho que te guste, dos y no más.

E: Muy bien. A ver, ¿qué pasa cuando acaba la temporada? ¿Cuál es tu sensación?

L: Pues normalmente suele ser una sensación de, si me dejan con la intriga para el siguiente capítulo, de decir, o sea, acaba la temporada, ¿no? Y ha pasado algo tan interesante que tienes que esperar X tiempo para poder ver realmente cómo se desenlaza este problema. Pues me quedo con sensación de vacío, de no puede ser. ¿Por qué han hecho esto? Algo también un poco de odio, de decir, qué malas personas, ¿sabes? Pero claro, al final así es como mantienen que sigamos viviendo.

E: O sea, pero tienes un sentimiento como de orfandad, de decir, oye ahora me quedo huérfana, ¿ahora qué voy a hacer?

L: Sí, sí, sí, de hecho, tengo que buscar otra serie para mirarme ese vacío. Es como yo estoy muy integrada en la serie y ahora se ha acabado. Se ha acabado y no tengo otra cosa que ver. Entonces tengo que buscar otra serie para poder como llenar, digamos, el vacío de esa sensación, digamos.

E: Y enlazas una serie con otra, es decir, has acabado Juego de Tronos y al día siguiente estás viendo otra, por ejemplo. Sí, no esperas, no dejas pasar tiempo.

L: No, o sea, a lo mejor un par de días, ¿no? Si no tengo tiempo, obviamente, no va. Pero si tengo tiempo, perfectamente al día siguiente me veo alguna serie.

E: Muy bien. ¿Cómo escoges las series que ves?

L: Pues me suelo, o sea, hay veces que me llevo recomendaciones de amigos, familia o personas del trabajo. Y hay veces que simplemente empiezo a buscar o me voy a un tráiler de la serie o algo y ya como me decido.

E: O sea que como que buscas información sobre la serie, ves lo que te recomiendan. ¿Eres sensible a la publicidad de la serie? A la publicidad que encontramos... si eres sensible, si te das cuenta de ella y te llama la atención.

L: A ver, principalmente porque estoy estudiando publicidad, entonces como que me llama mucho la atención, ¿no? todo eso. Ahora estoy viendo Sexo en Nueva York también y es un medio increíble de publicidad, o sea, siempre compran de serie en la misma tienda, siempre están mostrando cosas... O sea, el intervalo es la serie, ¿no? Pero se nota que es publicidad. Por ejemplo, ayer venía un capítulo en el que estaban jugando al Twister. Y dices, ¿tú? ¿Quieres que juguemos al Twister? Y es como, ¿en serio? Entonces sí que te vas dando cuenta, pero principalmente yo creo que es por eso. O sea, mi madre posiblemente no se daría cuenta.

E: Claro. No, pero yo quería decirte si eres sensible a la publicidad de la serie. Es decir, cuando por ejemplo estás en la parada de autobús y ves que en la marquesina te están anunciando que va a salir la temporada de tal.

L: Pues puede ser, o sea... Puede ser que a lo mejor sí... O sea, si es una serie que ya me he visto, esa publicidad es como que me viene bien a modo de decir ¡Ostras, no me he enterado y van a traer una nueva temporada! Me viene bien saberlo, ¿no? Y a lo mejor tengo alguna serie y si me ponen un cartel y que me llame la atención a lo mejor hecho un ojo pero es difícil que... Que es difícil que por ver una publicidad... por ejemplo, una gráfica, ¿no? Solamente por ver una gráfica me llame la atención. Tengo que haber escuchado algo previamente de esa serie.

E: Vale, o sea que tu... digamos tu fuente de información son básicamente las personas de tu alrededor que te recomiendan.

L: Sí, críticas, a lo mejor también por internet...

E: Eso te iba a decir, ¿en internet dónde buscas y qué buscas?

L: Pues, a lo mejor por periódicos, sobre todo. Es decir, normalmente cuando sale alguna serie, ¿no? Hay algún periódico siempre que la crítica o la pone por Google, ¿no? Entonces siempre me va a llamar si hay otras cosas como eso, periódicos que es como para mí lo más viable.

E: Ajá. A ver... Cuando estás inmersa en la serie, cuando estás en una serie que te está gustando, ¿buscas información sobre ella, sobre los personajes o los protagonistas principales o sobre los actores que la protagonizan?

L: Normalmente no. O sea, creo que soy un poco descuidada con esto, pero no suelo buscar más allá de... A lo mejor sí, me gusta mucho un personaje, a lo mejor puedo llegar a seguirlo en redes sociales, pero no más allá de eso.

E: O sea, puedes llegar a seguir al personaje en redes sociales.

L: Sí.

E: Ajá, pero ¿en qué tipo de redes?

L: En *Instagram*, sobre todo.

E: En *Instagram*, sigues al personaje.

L: Sí, alguno, pero vamos, ahora mismo no te podría decir...

E: O sea, ¿la página del actor o cómo?

L: Claro, la página del actor sí, pero...

E: Vale. ¿Y recomiendas series tú?

L: Siempre. Siempre estoy diciendo a mis amigas tienes que ver esta serie o a mis padres. Además, mis padres como que poco a poco... Al principio no me hacían caso, pero después he conseguido que me hagan caso con las recomendaciones de series y al final siempre están viendo series también, últimamente...

E: Y tienes alguna... ¿participas en alguna comunidad virtual sobre series aparte de lo que ya me has comentado?

L: No.

E: O sea, ¿no tienes por ejemplo un chat de WhatsApp que hable de series o algo parecido?

L: A lo mejor hago alguno con mis amigos. Por ejemplo, para Juego de Tronos, para comentar el final hice uno con cuatro adultos, pero no es lo normal. O sea, esto fue como es la última temporada y tenemos que hablarlo. Pero no es lo normal.

E: O sea eso es cuando una serie realmente ya te engancha mucho entonces llegas a crear un chat de WhatsApp en torno a la serie.

L: Sí, pero solamente me ha pasado con Juegos de Tronos. No me ha pasado más.

E: Cuando ves que todo el mundo a tu alrededor está con alguna serie, ¿crees que pierdes una posibilidad de socializarte si tú no estás integrado con esa serie?

L: Es que el problema normalmente es que yo como llevo mucho tiempo viendo series, normalmente ya me las he visto. Entonces como que no... es muy raro que me pase eso a menos que sea una serie nueva. Pero no me siento excluida, o sea, porque posiblemente me la vaya a consumir posteriormente. Si me la recomiendan bien obviamente, probablemente me la vaya a consumir. Entonces no me suelo sentir excluida porque, bueno, si tan buena es, la voy a ver.

E: Pero ¿crees que las series es un factor de socialización?

L: Sí, obviamente. Yo creo que considero que es un factor al final de socializar de esto en mi trabajo con personas nuevas, al final acaba hablando de series. Es como un tema en común que últimamente creo que cada vez va más y que cada vez más personas están consumiendo. Entonces al final es como que puedes hablar con cualquier persona, incluso ciertas personas nuevas y para la serie de las que me estás hablando, se la puedes recomendar para que acaben consumiéndola.

E: Claro, ¿y qué series recomiendas básicamente?

L: Pues principalmente recomiendo las últimas que estoy viendo. O sea, si me ocupan mucho alguna serie de las que estoy viendo, suelo recomendar esas de... Pero si también hay que decir alguna así en concreto, posiblemente sería *Breaking Bad* o Juego de Tronos. Y a lo mejor alguna serie como de cine, que es como mucho de misterio y de dejarlo todo el rato como diciendo no entiendo nada. Y al final, te llevas una sorpresa grata. Entonces, no sé, recomendaría algo por... algo así.

E: Ajá. ¿Has visitado alguna vez un escenario de rodaje de una serie?

L: ¿A qué te refieres?

E: O sea, a ir al sitio donde han rodado algo de la serie.

L: Una vez, porque estaba en Reino Unido, no recuerdo exactamente en qué parte. Pero pasamos por delante del muro de Juego de Tronos y bueno no es algo que yo planease sino como que simplemente pasamos y nos dijeron que esto es el muro de Juego de Tronos. Pero no he ido yo, estrictamente.

E: Vale, vale. ¿Alguna vez te has comprado los libros de la serie?

L: Pues la verdad que no.

E: ¿Y la banda sonora?

L: Ya... no.

E: O sea, te la has descargado, que decir no comprado, sino te la has descargado en Spotify o lo que sea.

L: No. A lo mejor la he escuchado porque mis amigos las tienen y las ponen, pero no es que yo las descargue.

E: ¿Y los DVDs de una serie, alguna vez te los has comprado?

L: No.

E: ¿Y algún artículo de merchandising? O sea, alguna camiseta o tazas o...

L: Creo que no tengo nada, pero si te tuviese que decir que tengo algo, posiblemente sería de Juego de Tronos.

E: Bueno, a ver, ya estamos terminando. Solamente dos cositas que se me han quedado por ahí. Has dicho que cuando tienes esas tardes, a lo mejor de festivo, de domingo, a lo mejor que dices bueno, pues me pongo aquí a ver series y tal, por un lado, tienes el sentimiento positivo de escribir, de estar inmersa en la trama, pero por otro lado dices, ¿qué hago aquí perdiendo el tiempo? ¿Te parece que ver series es perder el tiempo?

L: No considero que sea perder el tiempo, pero sí que consumirla en cantidades efectivas, de modo seguido, sí que me parece perder el tiempo. O sea, una cosa es que lo utilices un par de horas como para desconectar o por, no sé, porque apetece, y otra cosa es como en grandes cantidades, o sea, abusar al final, que creo que sí que te hace perder el tiempo.

E: Ajá, o sea, que tú tienes ese sentimiento un poco de... ¿lo describirías de culpa?

L: Podría ser, sí.

E: ¿Te sientes como culpable?

L: Sí, o sea, si consumo muchas horas si me vuelvo culpable.

E: Sí, y cuando... me has dicho esa sensación que tienes, así como de, he perdido el control, ya, me voy viendo un capítulo tras otro y he perdido el control. ¿Eso cómo te hace sentir?

L: Pues... me hace sentir bien, ¿no?, obviamente porque es lo que quiero sino no estaría haciéndolo. Pero me hace sentir mal por el hecho de que no has sabido controlarte y... o sea, principalmente porque tú no has sabido controlarte y has estado todo el rato haciendo algo donde podrías estar invirtiendo tiempo en hacer otra cosa, como deporte, por ejemplo. Entonces me siento... o sea pienso que es mejor dosificar las cosas y hacer varias cosas a la vez que solamente una.

E: ¿Piensas que las personas que te rodean o la sociedad en general consideran negativamente el hacer un maratón de series?

L: Creo que hacer un maratón, un día específico, o sea, si lo planeas. Obviamente no que tu pierdas el control sobre ellos, no. Me voy a organizar y voy a hacer tantas cosas antes y luego voy a hacerme un maratón de una serie, por ejemplo. Pienso que eso una vez no hace daño. Otra cosa es que lo repitas considerablemente y no seas capaz de pues eso controlarte al final, ¿no? De que simplemente tu mundo gira a través de eso.

E: ¿Tú tienes alrededor personas que crees que la serie se está tomando demasiada importancia dentro de su vida?

L: Creo que ahora mismo no.

E: ¿Y cuando erais más pequeños sí?

L: A lo mejor alguna serie sí ha podido llevar a tomar el control sobre algún amigo mío.

E: Pero es una serie y luego cuando acaba la serie ya toma las riendas de su vida otra vez. ¿El proceso sería así?

L: Claro, contando de series, sobre todo, Manga, o sea, como de... Manga que tiene muchísimos capítulos y que tarda muchísimo en verla. A lo mejor tiene así por decirte, 200 capítulos. Entonces claro, es mucho tiempo.

E: ¿Lo podrías calificar como adictiva esa conducta en ese amigo, en ese caso concreto?

L: Sí.

E: Pero ¿qué hace ese amigo luego cuando acaba con el manga? Se acabó la serie, pues ya no...

L: A lo mejor busca otra serie, pero no pierde tanto el control. Una amiga en concreto se pasaba los fines de semana entero y viéndose la serie, ya no sabía ni cosa. Entonces, pero cuando acabó ya se terminó.

E: O sea, que quieres decir que al final puede haber un comportamiento, vamos a ponerle comillas, adictivo, pero hacia una serie concreta y luego cuando acaba la serie se acaba la adicción. ¿Podríamos resumirlo así?

L: Sí, sí, sí.

E: ¿Tú alguna vez vuelves a ver capítulos después de... o sea, un capítulo que ya has visto lo vuelves a ver?

L: Si el capítulo en concreto ha sido muy bueno sí. Y a lo mejor me empiezo a ver la serie.

E: Ah, o sea que has vuelto a ver de alguna temporada completa incluso, de alguna serie, ¿sí?

L: Sí.

E: Ajá. ¿Y por qué?

L: Porque a lo mejor no me acordaba. Porque a lo mejor quería entender qué sucedía. O sea, no entendía un capítulo, ¿no? Y sé que a lo mejor está desatemporado, entonces a lo mejor la veo para poder entender bien qué está pasando.

E: O sea, que crees que a veces la serie tiene más contenido que el que en el primer visionado puedes obtener, ¿no?

L: Sí.

E: Muy bien. Pues nada, ya para finalizar te voy a decir cuatro inicios de frase y tú las completas en el menor tiempo posible, ¿vale? Mira, te digo, para mí el fenómeno Netflix ha supuesto...

L: Un cambio de vida.

E: Estas series para mí son...

L: Un modo de descansar.

E: La parte buena de esto para mí es...

L: Relajante.

E: La parte que menos me gusta es...

L: perder el tiempo.

E: Muy bien, muy bien, Lucía. Muchas gracias. Voy a interrumpir la grabación ya.

Entrevista 3

Juan Manuel. 22 años, estudiante. 30-05-2019

Entrevistadora: E

Juan Manuel: J

E: Juanma, 22 años, estudiante. Bueno, Juanma, pues muchísimas gracias por prestarte a hacer la entrevista. Como sabes, tiene una finalidad académica, que es mi tesis doctoral, y bueno, por supuesto está garantizado absolutamente el anonimato del informante y la confidencialidad de los datos que se aporten. ¿Estás de acuerdo? Y la entrevista es grabada.

J: Vale.

E: Muy bien, venga, pues cuéntame un poco qué es lo que haces así en tu día a día, laborable, festivo, y sobre todo en qué empleas el tiempo en que no estás estudiando o yendo a la facultad.

J: Pues el tiempo en el que estoy estudiando o estoy con amigos tomando algo, o estoy en casa también, o una de dos, o estoy viendo alguna peli o alguna serie, o estoy en YouTube viendo algún vídeo, o leyendo a veces también.

E: ¿Cómo te describirías a ti mismo? Como una persona más bien organizada, metódica, o al revés, una persona un poquitín caótica.

J: Depende para qué sea. Yo para mi casa, sobre todo para cosas de limpieza, etcétera, soy súper ordenado, me gusta tener todo muy controlado, perfecto. Pero después a lo mejor para mi vida de hacer alguna tarea o quedar con gente, ya soy más caótico.

E: Y ¿cómo crees que te ven los demás? ¿Caótico o metódico?

J: Pues yo creo que si me conocen un poco, caótico. Pero si conviven conmigo algunos días o a lo mejor están en mi casa y por ejemplo no puedo irme de casa sin que esté todo recogido, sin que esté la cama hecha, sin que esté todo organizado en la cocina, no puedo. Y entonces pues yo pienso que para la gente que me conoce, saben que soy muy así, muy... saben que me gusta tener todo correcto, pero después para la gente que tampoco me conoce demasiado, pues veo demás.

E: Y cuando te relajas en tu tiempo libre, ¿qué es lo que más te entretiene, digamos? ¿Qué es lo que más te relaja o te entretiene?

J: Pues ir a pasear con el perro, con el perro. Sí. Son todos.

E: Y decías también que eres aficionado al cine y a las series. Sí. ¿Eso también te relaja?

J: Sí, mucho.

E: ¿Te entretiene?

J: Sí.

E: ¿Cuánto tiempo dedicas a las series, digamos? ¿Cuánto tiempo diario, semanal?

J: Pues a la semana a lo mejor estoy seis horitas, ocho horitas a la semana.

E: Sí. O sea, que eso viene a ser en días laborables, un ratito en días laborables. Y en festivos ¿sueles ver series también o no?

J: Sí, sí. También, también.

E: ¿Y ves más en festivo que en laborable o al revés?

J: Pues yo creo que veo más los días entre semana que en los festivos, porque a diciembre los festivos o los días de fin de semana estoy más en la calle y hago más cosas.

E: ¿Qué tipo de serie te gusta?

J: Pues me gustan mucho de misterio.

E: Las de misterio. Vale. ¿Y desde qué plataforma las ves?

J: Pues en Netflix. ¿En Netflix? Casi todo en Netflix.

E: ¿Y desde qué dispositivo? ¿La televisión, ordenador, móvil?

J: Televisión y ordenador.

E: ¿En qué momento del día te pones a ver las series?

J: Pues a la cena, más o menos a las 10 de la noche hasta que me duermo, hasta la 1 o 2 a lo mejor.

E: O sea que ¿te puedes ver consecutivamente varios capítulos de una serie?

J: Sí, claro. Y siempre depende del capítulo que sea. Si me está gustando mucho y si veo que el final es interesante pues sigo con el siguiente también.

E: ¿Y cómo cuantos puedes verte así de una sentada en una noche?

J: No, a ver... Ahora mismo no... llevo una semana con mucho ajeteo examen y no mucho. Pero alguna vez me he comido 10 capítulos enteros en un día. O sea, algún día. Una serie que me guste mucho y que me engancha me la puedo terminar entera en un día sin problema.

E: ¿Y cuáles han sido esas series que te han enganchado? ¿Qué es lo que tenían?

J: A ver, la verdad es que mis series preferidas siempre han sido las típicas que todo el mundo menciona. Como *Breaking Bad*, *Prison Break*, *Sons of Anarchy*. O sea, que son series muy largas pero que siempre tienen un contenido al final que es mucho misterio. Que no se sabe qué va a pasar con un personaje u otro.

E: Vale, y entonces, si tú dijeras, las series esas que me han enganchado más y tal, ¿tienen algo en común? O sea, ¿qué es lo que ves tú que tienen? O sea, o son históricas, o la trama va de esto, o había algún personaje que me gustaba mucho.

J: Pues yo creo que sobre todo tienen en común cómo es el proceso de evolución de los personajes de una temporada a otra. Al final, cómo cambian su forma de ser por los sucesos que pasan en la serie, por si una de dos o matan a un familiar, o se convierten en malas personas. Pues yo sí lo veo cómo va cambiando.

E: O sea que a ti te gusta ver cuál es la evolución del personaje.

J: Exacto.

E: ¿Te has identificado alguna vez con alguno de esos personajes?

J: Pues no, la verdad que no, porque casi todas las series van de drogas, o de disparos, o de mafias, cosas así, así que tampoco me siento muy identificado.

E: O sea, son series de acción, básicamente.

J: Sí, sí, acción, misterio también.

E: Vale, o sea que los personajes, no te has vinculado al personaje, te has quedado más bien como un espectador de esa trama que va ocurriendo, pero no te has sentido tú como vinculado a alguno de los protagonistas.

J: No, no, no.

E: Vale, muy bien. Cuando empiezas una serie nueva, ¿por qué la escoges?

J: Pues, casi siempre porque mis amigos o mi gente alrededor me lo dicen, o porque mis padres también me lo pueden decir. Al principio de la serie me cuesta mucho empezarla porque me aburre mucho. O sea, a lo mejor he empezado un montón de series, pero he dejado al segundo capítulo o al tercer capítulo.

E: O sea que para ti ese punto de inflexión entre la serie que abandonas y la serie que continúas está en el capítulo 2-3.

J: Exacto, para mí es muy importante el piloto, que sea muy bueno el piloto de la serie porque si no, tampoco me engancha.

E: Y si no te engancha la abandonas sin más y ya está.

J: A lo mejor si es un día que estoy muy aburrido, que no tengo nada que hacer, pues la sigo viendo, pero tampoco le presto atención. Y después ya a lo mejor, cuando hay muchas series, se supone que empiezan siendo mejores a partir de un capítulo avanzado. Y entonces, a lo mejor me fuerzo a verlas, pero casi nunca.

E: ¿Alguna vez has abandonado la serie ya a un capítulo mucho más adelantado, 8 o 9, o no has visto el final o algo así?

J: Sí, sí.

E: ¿Con qué series te ha pasado eso?

J: Por ejemplo, la de... ¿Cómo era el nombre? Cómo defender a un asesino. Creo que voy por la segunda temporada, la tercera, no sé muy bien. O sea, porque terminó la temporada y no sé si tuve exámenes o algo así, y no seguí, y entonces pues la dejé. Ya mismo ya no me acuerdo de la serie.

E: Decías antes que recibes recomendaciones de tus amigos o compañeros o de tus padres también. ¿Te informas también por otros sitios antes de empezar la serie? ¿Recibes alguna otra información?

J: No, de vez en cuando me meto en internet para ver reseñas y cosas así, pero nada, poquitas veces.

E: ¿Y la publicidad de las series que hay en publicidad exterior? Ahora hemos visto Juego de Tronos, como ha habido muchísima publicidad de la serie. ¿Eres sensible a esa publicidad de la serie? ¿Te llama al decir, voy a ver de qué va?

J: No mucho, o sea, me gusta ver publicidad de series para ver cómo va a seguir, sobre todo en Netflix, HBO, como que hace publicidad muy buena. Me parece que es muy buena la publicidad que hace, pero tampoco me llama a verlo. A lo mejor pienso, joder, está currado el trabajo, pero tampoco me llama a ver la serie.

E: O sea que eres más sensible a las recomendaciones.

J: Exacto, sí.

E: Ajá, vale. Y cuando te recomiendan varias, ¿qué es lo que te hace elegir? ¿Por qué te declinas por una o por otra?

J: Pues siempre miro cuánto dura un capítulo y a veces tiene temporadas muy largas. O sea, si a lo mejor tiene una temporada 50 capítulos o 20 capítulos y depende de cómo esté el momento y el tiempo para verlo. Porque a lo mejor si son series que duran muchas temporadas y estoy con tiempo limitado, pues tampoco lo veo demasiado.

E: O sea, que la duración te influye.

J: Claro, claro, muchísimo. A lo mejor en verano sí que me puedo tragar una serie muy larga, pero durante el año no.

E: Ajá. ¿La sueles ver solo, las series o acompañado?

J: Pues casi siempre solo. Casi siempre las ves solo.

E: ¿A qué notas tú que te ha sustituido la serie? Es decir, las series son relativamente recientes, de incorporación a nuestra vida. ¿Antes qué era lo que hacías cuando no veías series? ¿Leías o veías la televisión o qué sé yo?

J: Pues justamente, creo que, a la televisión muy poca, porque casi nunca he sido de ver la televisión, si acaso veía series de televisión. Como ahora se pueden ver las series cuando quieras, como ahora en Netflix se suben las temporadas enteras... Antes a lo mejor veía las series los miércoles, el internado, por ejemplo, los jueves esta serie, los viernes esta serie... y era como ver televisión, pero series nada más.

E: ¿A qué edad empezaste a ver series, pero ya administradas por ti? Series en plataforma.

J: Creo que fue hace 6 años, por ahí. Estaba en el colegio pasando a Bachiller. A los 15 años o 16.

E: ¿Quién te introdujo en el mundo de las series?

J: Yo creo que mis amigos, seguramente que alguno me diría esta serie es muy buena tal. Y al final pues empecé a verlas en internet o piratas o de alguna forma.

E: ¿Ves alguna vez dos series a la vez?

J: Mmm. Creo que nunca he visto dos series a la vez. Bueno a lo mejor he visto alguna vez una serie con mi madre o con mis padres o algo así en verano y yo he visto otra serie por otra parte.

E: ¿O sea porque la compartas con alguien entonces?

J: Claro, claro.

E: Pero si no tú solo ¿llevar varias a la vez?

J: No me gusta.

E: Cuándo llega el momento de ver la serie, ese momento que tú dices que es la hora de cenar ¿cómo lo vives? ¿Te apetece mucho ponerte a ver la serie? ¿Tienes un poco de curiosidad por ver que es lo que va a pasar? ¿O estás indiferente? Dices es algo que tienes en la rutina diaria. ¿Cómo lo vives?

J: Pues yo creo que depende del día. Si a lo mejor es un día que he estado de un lado para otro pues me gusta estar en casa tranquilamente, me hago la cena y a la vez, la miro, miro la serie. Y sí, para mí es genial estar viendo una serie y cenando. O sea por mí genial ese plan.

E: O sea que es un momento que vives como un pequeño placer. ¿Lo vives como una recompensa diaria, como un premio diario después de todo el día de estudio de tal? ¿Lo vives así como una especie de premio?

J: Sí. Pues hay días que, al contrario, estoy aburrido y para no estar aburrido pongo una serie. Por la noche casi siempre me gusta ver una serie tranquilamente.

E: Antes me decías que algunas series que te han gustado mucho que has visto varios capítulos consecutivamente. ¿Con qué series te ha pasado?

J: Con *Prison Break*, creo que son cuatro temporadas, pero sacaron una a los cinco años, a los seis años y me acuerdo de que la vi en un verano y la comí en dos semanas, o sea estuve dos semanas en casa en verano sin hacer nada más que ver la serie, solamente ver la serie, solamente en verano.

E: ¿Y qué sensación tienes cuando te pasa eso? Porque eso es como engancharte a la serie momentáneamente, que luego cuando acaba no pasa nada, pero ¿qué sensación te da? ¿Tienes algún sentimiento positivo o negativo?

J: Depende porque me lo pasó genial, si me engancho de vez, si me engancho tanto es porque me gusta mucho la serie, pero después digo, joder, podía haber hecho otra cosa que no estar dos semanas en casa sin salir, como un ermitaño sin hacer nada más. Pero después como me gusta tanto siempre digo, venga el capítulo ya terminó por hoy, pero el capítulo queda abierto, al final muy interesante, venga otro más y otro y otro y hay veces que me han dado las ocho de la mañana viendo una serie. O sea, toda la noche.

E: Exacto, toda la noche. Y eso, pero eso no te pasa a menudo dices, te ha pasado con algunas series.

J: Claro, claro, en verano, sobre todo en verano.

E: En verano que tienes tiempo libre. Y cuéntame entonces cómo era, por un lado tenías el sentimiento positivo, claro, de ir avanzando en la trama y tal, pero ese sentimiento negativo, descríbemelo un poco.

J: Pues a ver, es que ver series se supone también es un poco cultura, entre comillas, como que definitivamente está mejor visto ser cinéfilo, que te gusten las series, que veas un diferente tipo, pero yo creo que tampoco es necesario estar, o sea, conocerte toda la serie del mundo, estar tan enganchado porque yo quise, o sea, al fin y al cabo es estar en la pantalla enfrente todo el rato. O sea, yo pienso que en verdad es mejor hacer más cosas, más deportes, no sé, o sea, no estar tanto tiempo libre con la pantalla.

E: ¿Cabría llamarlo un poquito de culpabilidad?

J: Sí, sí un poco, a veces sí, puede ser.

E: O sea, ¿tú sentías que perdías el control? Es decir, como, es decir, me gustaría dejar de ver, pero no puedo porque estoy demasiado atrapado por esta trama, tal, o sea, ¿perdías un poco el control?

J: Sí, sí, sí.

E: ¿Con qué lo podrías comparar?

J: Pues no lo sé, pero a lo mejor, como, no sé, como una droga, por ejemplo, de esto que no puedes dejar de consumirlo porque ya a lo mejor, y tú sabes que estás enganchado porque tú eres consciente de que te gusta, pero es malo entre comillas, a ver, no es tampoco comparable una droga con una serie, pero tú quieres dejarlo pero no puedes.

E: No puedes, o sea, pierdes el control, vamos, sobre ti mismo en eso.

J: Exacto.

E: Vale, y ¿cómo cuantas veces te ha podido pasar esa situación, has podido atravesar esa situación de decir no puedo dejar de ver esta serie porque me tiene enganchadísimo?

J: Pues tres veces, cuatro veces.

E: ¿Y cuéntame con qué series? Una hemos dicho *Prison Break*.

J: *Prison Break*, *Sons of Anarchy*, *Breaking Bad* y *Perdidos* también.

E: Y con *Perdidos*. Sí. ¿Alguna vez vuelves a ver algún capítulo?

J: Sí. ¿O sea, lo que me he visto? Alguna vez que otra me he visto la serie y alguna serie dos veces, tres o cuatro.

E: La temporada completa la has vuelto a ver por lo que te ha gustado. Ajá.

E: Y cuando acaba esa serie que te gusta tanto, ¿cómo te sientes?

J: Es que depende mucho del final, de cómo he acabado, si me ha gustado o no. Y después, cuando termina la serie, como que tampoco sabes qué hacer. Ya sabes cómo qué hago en mi vida ahora. No sabes cómo seguir. Si buscar una serie más que te guste, que te enganche o qué.

E: O sea, que es un sentimiento como de estar huérfano, digamos.

J: Sí, puede ser.

E: Es decir, ahora, ¿qué hago?

J: A lo mejor si al final me encanta, digo, ¡guau! Ha sido la mejor serie. Muchas veces, cuando termino una serie y me ha gustado mucho, siempre digo, es la mejor serie que he visto nunca. Después ya se me pasa y, bueno, era muy buena, pero tampoco era para tanto comparado con otras series.

E: Y, ¿Cuánto tiempo tardas en volver a empezar a ver otra serie? Cuando has visto una serie que te ha gustado tanto, ¿inmediatamente enganchas con otra?

J: Es que lo que pasa es que después como que estoy muy exquisito. Para empezar una serie. O sea, a lo mejor me miro 5 series diferentes de un capítulo, otro tal, a ver si me engancho a alguna, pero como que tampoco logran engancharme porque comparo muchas veces. Y entonces digo, el capítulo 1 de esta serie es muy malo comparado con esta. Y entonces pues empiezo otra serie. Y así y así. Hasta que a lo mejor me engancha a los 2 meses otra o a los 3 meses.

E: Si tuvieras que buscar qué es lo que tenían en común esas series que te han hecho perder el control un poco sobre tu vida, de decir me encierro a ver la serie, ¿qué es lo que tenían en común? O sea, ¿cuál es ese elemento que a ti te hace engancharte a esa trama?

J: Pues yo es que lo que pienso que es sobre todo el misterio, saber qué va a pasar después en el capítulo siguiente o saber, no sé, sí, es que sobre todo saber qué va a pasar en el capítulo siguiente, o sea, porque a

lo mejor yo pienso que va a pasar una cosa pero hay siempre la serie que estoy viendo como que me hace dar una vuelta increíble a la trama.

E: O sea, que te de sorpresas la trama.

J: Exacto, que me de sorpresas, que yo piense que va a pasar una cosa pero al final no pasa y pasa la contraria.

E: Que te despiste.

J: Exacto.

E: Genial. O sea, que entonces cuando estás viendo la serie te encuentras totalmente inmerso en la historia, ¿no?

J: Sí.

E: Y luego cuando estás haciendo otra cosa, por ejemplo, por el día que vas, yo qué sé, en el autobús o tal, ¿piensas en la serie?

J: No, a lo mejor sí, sí, y tengo alguien que la ha visto, comento con esa persona, pues mira, voy por este capítulo que está pasando esto y a lo mejor me dice, pues mira, pues ahora está la mejor parte o algo así, pero tampoco pienso en ella. A menudo, no.

E: O sea, no piensas en ella. ¿Y en los personajes? ¿En alguno de los personajes?

J: No, no, tampoco. O sea, a lo mejor un personaje que me gusta mucho cómo es, cómo está hecho por dentro, cómo han hecho los guionistas que sea, pues a lo mejor digo, joder, este personaje es increíble, me parece que como persona es brutal, pero tampoco pienso demasiado en él, por el día no pienso. No se te ocurre en eso.

E: O sea, tú te metes a fondo en la serie, pero en el momento en que te pones a verla y el resto del día estás a tus cosas, digamos. Vale, pero ¿estás deseando que llegue el momento de verla?

J: Sí, o sea, tampoco pienso, pero a lo mejor cuando estoy ya cansado y llevo un día que estoy haciendo muchas cosas, digo, joder, pues estaría genial ahora viendo en casa, viendo esto.

E: Y cuando estás así con una serie que te gusta, ¿buscas información sobre ella?

J: Sí, un montón, muchísimo, la verdad, me busco mucha información de los actores, de los guionistas, del director, de si se ha hecho en un sitio u en otro, porque a lo mejor, yo qué sé, por ejemplo, *Lost* (Perdidos) creo que terminó en 2008 y yo me la empecé a ver en 2014, algo así, así que me gusta saber más o menos cosas de la serie, de cuándo han empezado, cuándo han terminado.

E: Sí, ¿y de los personajes también te informas y de los actores a lo mejor?

J: Sí, sí.

E: ¿Dónde te informas? ¿A través de qué?

J: Pues en internet, sobre todo en internet busco información, pongo a lo mejor su nombre y veo noticias tuyas, las primeras noticias que han salido, o a lo mejor me busco los sus nombres, los personajes y miro su perfil en Instagram o algo así.

E: ¿Hablas con los amigos o con la familia o compañeros de las series?

J: Sí.

E: ¿Recomiendas?

J: Pues la verdad que no mucho, no soy muy... mucho de decir a la gente que se mire una serie u otra, la verdad.

E: ¿Una que te ha gustado mucho no la recomiendas?

J: A lo mejor si empezamos a hablar de serie digo pues esta es muy buena, pero yo no de primera digo mira, esta serie tal... Sí, que cada uno se busque las series que le ha gustado.

E: ¿Tienes alguna red de WhatsApp o de otro tipo, alguna conversación virtual sobre series? ¿Participas de alguna conversación virtual?

J: No

E: ¿Compras los libros de la serie que has visto alguna vez?

J: No, justamente de series, no de películas, sí, pero... De series no.

E: ¿Y algún artículo de *merchandising* tipo tazas, camisetas?

J: Sí, sí.

E: Eso sí. ¿qué tipo de artículo?

J: Pues, camisetas y tazas, justo.

E: Ah, sí, qué casualidad.

J: Camisetas tengo dos y tazas tengo otra, una, sí.

E: ¿De qué serie?

J: De *Sons of Anarchy* y después de esta, de Netflix, de *Stranger Things*.

E: Ah, de *Stranger Things*. ¿Alguna vez, me decías antes que no sueles participar de esto, nunca te has integrado en una comunidad virtual sobre una serie?

J: No.

E: Eso no. ¿Y has visitado algún escenario de rodaje?

J: No, tampoco.

E: ¿Tampoco? ¿Y has desarrollado algún contenido relacionado con la serie? ¿Algún contenido? ¿Tipo algún escrito o alguna historia que hayas escrito, algún vídeo, alguna imagen gráfica, algún grafismo o algo relacionado con la serie?

J: No, no.

E: ¿Nunca?

J: Nunca.

E: Vale. ¿Qué piensas que te aporta en positivo y en negativo ver series? ¿Cuál es la parte buena y la parte mala de ver series?

J: Pues yo pienso que lo positivo es que estás feliz porque estás viendo una serie que te gusta y la trama. Y después también pienso que es bueno al fin y al cabo porque yo pienso que siempre los personajes como que van siendo de una manera u otra y hay algunas partes de la serie que te puedes fijar en ellos, hay cosas que no se pueden hacer, cosas que sí, etc. Y después que sea negativo pues que estás enganchado, tal cual, que no pasa, como te enganches, que a lo mejor estás... Yo pienso que empezar una serie, por ejemplo, ahora en junio o en diciembre o enero, en exámenes es un lío increíble porque te enganchas y no puedes controlarlo. Yo a lo mejor tengo un examen mañana, pero estoy tan enganchado en una serie que digo, es que no puedo porque voy a estar pensando... es que bueno, venga, un poquito más.

E: Y ese poquito más, ¿cuánto acaba siendo? Si la serie te gusta mucho.

J: Ese poquito más es siempre, o sea, ese poquito más es que a lo mejor empiezo a las 10 y digo, venga, a las 11 termino y a las 11 no es, es a las 2 de la mañana o a las 3.

E: Claro, y entonces si al día siguiente tienes un examen o tienes que ir a la facultad o tal, estás cansadísimo, ¿no? Para ti ese es el efecto negativo, o sea, que te puede quitar sueño, por ejemplo, y tal.

J: Exacto, o incluso a lo mejor si he quedado con un amigo y estoy tan enganchado a la serie y digo, oye, es que estoy un poco jodido o estoy malo o es que estoy cansado y tal, y al final me quedo viendo la serie.

E: ¿Y crees que ha tenido alguna vez la serie alguna consecuencia, alguna otra consecuencia? Como, por ejemplo, alguna vez has dicho, bueno, pues, no sé, esto es un ejemplo nada más, ¿no? Me levanto, voy a

ver este capítulo nada más y resulta que te has pasado no sé cuántas horas, aún sigues en pijama, aún ni te has duchado, has mal comido, o sea, te ha trastocado un poco tu vida en ese sentido.

J: *Prison Break* cuando la vi, fue eso, que estuve días sin hacer nada, pero es que era, me duchaba y ponía esto en el baño, en el lado, y mientras me duchaba la veía, cuando me hacía la comida la veía, después seguía viéndola, dormía poquísimo, o sea, era solo ver la serie, y así estuve una semana, dos semanas.

E: ¿De vacaciones? ¿O de normal era?

J: Sí, era en agosto.

E: En agosto, ajá.

J: Pero eso, que era solamente, o sea, ver, era comer, viéndola, mientras fregaba también, por la tarde, toda la tarde viéndola, por la noche dormía nada, cuatro horas, y así.

E: ¿Y entonces en cuánto tiempo has visto, por ejemplo, *Prison Break*? ¿Cuánto te ha costado verla?

J: *Prison Break*, creo que son cuatro temporadas, de 20 capítulos, que son muy largos, los capítulos son... O sea, son 80 capítulos. Por ahí, y creo que en dos semanas me la terminó. Un poquísimo tiempo, muy poco tiempo.

E: Bueno, y después, cuando acabaste, ¿qué sentimiento tenías de decir, bueno, me voy a dar un descanso, ¿qué hago?

J: Cuando acabé la cosa, que es que justo *Prison Break*, yo sabía que iba... Bueno, empecé a ver porque anunciaron una temporada nueva a los meses. Y entonces mis amigos como que estaban hablando de la temporada nueva y yo ni siquiera había visto la 1. Ni siquiera, entonces me dijeron, tal, míratela, que es lo que te gusta. Y ahí me enganché. Y entonces como que era, wow, y ahora tengo que esperar 3 meses más a que salga la nueva temporada. Y era como, wow, pues nada, a esperar 3 meses.

E: Y esto te ha pasado igual 3 o 4 veces, con esas grandes series que tú las consideras las mejores, vamos. Pero en el ritmo normal entonces, cuando no estás con una de esas grandes series que te gustan tanto, ¿qué sueles ver consecutivamente, de una sentada por la noche? ¿2, 3 capítulos?

J: Depende porque veo sitcoms, de estas que duran... Ah, sí, claro, que son más cortitas. Y entonces a lo mejor pues sí veo, si me dura 20 minutos, 25, pues me veo 5 episodios, 4. Y después si son largos, pues ya 2 episodios, me puedo ver 1.

E: Y de las sitcoms, ¿cuáles te gustan?

J: *The Ends* me gusta mucho o *Cómo Conocí a Vuestra Madre* también. Es que sobre todo sitcoms me gustan más de risa, porque tampoco me gusta seguir la trama, sino que a lo mejor estoy haciendo otra cosa y la miro, pero tampoco estoy concentrado viéndola. Es más como cuando estoy a lo mejor dormido, medio dormido ya para acostar, pues me la miro tranquilamente, sin seguir tampoco, porque me gusta, me río con ella y ya está, pero un poco estoy enganchado a ella.

E: La sitcom no te llega a enganchar, lo que te engancha es el drama, el que tiene una trama continuada que es la que te va dejando con interés de continuar.

J: Sí, pero a diferencia de las sitcoms, por ejemplo, *Friends*, me la puedo ver un capítulo 50 seguidos, justamente con *Friends*, muchas veces me lo pongo porque no tengo nada que hacer, tampoco tengo una serie de las grandes, me pongo *Friends* y como son 8 temporadas o 9, pues me la miro tranquilamente y no sé, a lo mejor, me he visto la serie entera 10 veces, a lo mejor.

E: La serie entera, sí, porque te gusta volver a ver los capítulos.

J: Exacto, porque tampoco me importa verlo otra vez.

E: Te siguen divirtiendo, digamos.

J: Sí.

E: Bueno, genial, pues ya estamos terminando. Nada más, mira, yo te voy a decir 4 inicios de frase y tú las completas, pero con lo primero que se te ocurra, ya sabes. Vale. Para mí, el fenómeno Netflix ha supuesto...

J: Pues yo creo que ha supuesto que ahora se vean más series.

E: Ajá. ¿Estas series para mí son?

J: Pues... Diversión.

E: ¿La parte buena de esto para mí es?

J: Que estoy en casa, que puedo ver la serie esta en casa tranquilamente sin tener que ir al cine o esperar otra cosa, sin tener que esperar que salga este miércoles o el siguiente miércoles, que lo puedo ver cuando yo quiera.

E: ¿La parte que menos me gusta es?

J: Que me engancha, que me engancha en la serie y estoy ahí metido sin hacer nada más.

E: Y eso no te gusta, lo de engancharte. ¿Conoces a alguien que sea, que pudieras decir, este es un adicto a las series? Es decir, este no controla su vida a causa de las series. O sea, lo que entendemos vulgarmente por el término adicción.

J: No, no conozco a nadie, creo que no. O sea, a lo mejor conozco a gente que le gusta mucho series, y ha visto muchísimas series, pero que tampoco está solamente pensando en eso. No, no creo.

E: Y en todo caso, ¿tú crees que hay una serie que te induce hacia ese comportamiento pero luego vuelves a tu vida normal? No necesitas tener una serie que te tenga muy atrapado. ¿Podrías saber que es lo que engancha de las series? A ti o a cualquiera.

J: Yo creo que es muy complicado dar con la fórmula perfecta para que a todo el mundo le guste una serie. Yo creo que por ejemplo Netflix sacó la de Narcos hace unos años y fue como un boom. Y a mí por ejemplo tampoco, yo vi un capítulo o dos y no me enganchó tanto. Pero todo el mundo, como era Escobar, todo el mundo se enganchó fácilmente. Pero yo creo que tampoco, o sea, eso es una fórmula perfecta entre comillas, pero para mí tampoco me enganchó esa serie. Y ni siquiera la he visto. Así que yo creo que es muy complicado conseguir que a todo el mundo le guste una serie o que se animen a verla.

E: Y, por ejemplo, Juego de Tronos que ha sido este fenómeno tan mundial.

J: No la he visto yo.

E: ¿No la has visto, Juego de Tronos?

J: No, no, no, no la he visto. He visto algunos episodios. He visto creo hasta el sexto o el séptimo episodio de la primera temporada. La dejé de ver porque tampoco me encantaba, pero como ha sido tan fenómeno, pues quería verla otra vez. Pero como ya sea por *Twitter*, por *Instagram*, o amigos, pues siempre te desvelan el final. O alguna cosa siempre, *spoilers*, que se dicen. Siempre todo el mundo está hablando de ella y ya tampoco me hace muchas gracias verla.

E: O sea que Juego de Tronos, fíjate, una persona como tú, que se puede considerar un seriéfilo, vamos. Es decir, una persona con afición a la serie, igual que el cinéfilo, no ha visto Juego de Tronos. Qué curioso.

J: No la he visto y es eso, que me gustaría haberla visto antes. Ya no me gustaría. Me gustaría haberla visto hace un año, para ver todas las temporadas poco a poco y ver la temporada final, que ha sido hace nada, pues verla bien. Pero ya no me gustaría verla porque ya me sé el final, ya sé todo lo que va a pasar, con todos los amigos y tal, que se les escapa. Así que tampoco me hace muchas gracias.

E: Bueno Juanma, muchísimas gracias. Hemos terminado. Voy a cortar la grabación. Un momentito, que ahora corto la grabación.

Entrevista 4

Lara, 25 años, ingeniera agrónoma y opositora. 21-05-19

Entrevistadora: E

Lara: L

E: Buenos días, Lara. Como sabes vamos a charlar durante media hora. El objetivo de esta entrevista es puramente académico. Es mi tesis doctoral y, por supuesto, está garantizado el anonimato del informante, la confidencialidad de los datos que nos salen de este estudio. Muchísimas gracias por acceder a colaborar.

L: De nada.

E: Bueno, pues cuéntame un poco qué haces un día a día en tu vida.

L: Intento levantarme pronto porque me gusta más aprovechar por la mañana; no soy una persona que se acueste mucho más tarde de las 12, imposible, y me gusta lo primero ir al gimnasio, bueno si pudiera hacer ejercicio en casa lo haría, pero como si no pago el gimnasio no me obligo pues voy al gimnasio. Desayuno cuando vuelvo y luego siempre voy con la hora justa para irme pronto a la uni, porque tengo clase por la tarde, pero si no voy no aprovecho la mañana.

E: Porque ahora mismo estás terminando tu máster para ser ingeniera agrónoma.

L: Sí, a lo que voy es a hacer el TFM.

E: Ah, vale, muy bien.

L: Y así aprovecho para ir a las tutorías, a ver a los profesores que si estoy en casa pues no podría. Y necesito bastante esas tutorías. Y después como allí, que siempre como tengo que llevar el "túper" pues voy que parezco como una mula. Y luego tenemos clase, que la verdad es que ahora tengo muy pocas y por la tarde eso es lo que hago. O sea mi día a día ahora es el TFM, no hago otra cosa.

E: Y luego, cuando llegas a casa, descansas un ratito ya por la noche o por la tarde.

L: Sí, suelo llegar como a las 8 o las 9 y entonces lo que hago es cenar, y ahora lo que estamos haciendo mucho mi madre y yo es que nos hemos aficionado a ver series. Estamos ahora con *The Good Doctor*, y mi siguiente paso es que nos ponemos a verlas en versión original pero bueno eso por ahora.

E: O sea que tú descansas viendo una serie con tu madre luego, vale, y esto en laborable, ¿y en fin de semana?

L: En fin de semana la verdad es que ahora mismo no cambia mucho porque como me queda un mes para entregarlo, excepto no ir a la uni, que me paso el día en la biblioteca, excepto no ver a los profesores, y sin clase, no cambia mucho más. Como allí y todo mi día allí, no estoy viendo casi nada a mis amigos. Pero si no estuviera así pues no sé, quedamos mucho con nuestro grupo de siempre, aunque mis mejores amigas no están aquí y las echo mucho de menos. Y luego también con los de la uni también. Pero ahora mismo de hecho al máster le dedico muchísimo tiempo.

E: ¿Cómo te definirías a ti misma, con qué rasgos de personalidad te definirías?

L: Me considero ser una persona que intenta ser bastante alegre, pero creo que es una cosa que no es que me llame a mí de por sí sino que yo me lo he trabajado porque yo he querido ser así, y he focalizado mucho en ser optimista de cara a los demás y ser muy sonriente, en parecer como accesible y que la gente no tenga miedo, que no parezca una persona que a ella no le pides ayuda, que es muy gordo, he intentado como ser maja y como, no sé, o sea como te gustaría que fuera para ti, pero bueno soy una persona como que me evalúo muchísimo y reflexiono mucho, ya no solo de mi forma de ser, sino también de qué estoy

haciendo con mi vida, si estoy trabajando para llegar a donde quiero, o sea no soy una persona que se deja llevar sino que soy súper nacional, pienso.

E: ¿O sea te definirías como organizada entonces?

L: Sí, sí.

E: ¿Y metódica?

L: También.

E: O sea, entre los extremos: organizada, metódica, caótica, desorganizada. ¿Estarías...?

L: Sí, más bien tirando a organizada. No soporto el, o sea, no me gusta el estar que pasen los días y no estar llevándolos hacia un objetivo. O sea, no lo soporto. Necesito estar sintiéndome útil o que estoy haciendo algo que, sí, ahora mismo es para mí pero en algún futuro me gustaría que fuera para algo más trascendente. O sea que no solo fuera ir a trabajar por trabajar. Por eso también quiero opositar, porque desde el Ministerio puedes meter un montón de proyectos o a Embajadas, o incluso al Parlamento de Europa, la Comisión de Expertos y hacer cosas, lo que sea que uno haga y lo que haya aprendido, que sirva para más allá, no sólo para tener un sueldo y ya está.

E: O sea que tú te gusta cada día digamos avanzar en alguna dirección.

L: Sí, total.

E: ¿Y tú te recompensas a ti misma de cada día después de?, sí, ¿cómo te recompensas en el día a día? Dices si ya he conseguido este pequeño avance en mi trabajo, ¿qué recompensas te das a ti misma?, ¿cómo te premias o no te premias?

L: Es una buena pregunta. A lo mejor no lo hago voluntariamente, pero yo creo que al fin y al cabo si te estás premiando cuando a lo mejor en vez de decir bueno, vale, quizá podría estar una hora más dedicándome a escribir el máster, o sea pues en vez de una hora más voy a verme una serie, que en bachillerato eso no lo hacía ni loca, en plan de no, esto es lo que tienes que hacer y no descansaba para nada, pero ahora es como que me lo tomo con mucha más tranquilidad. A lo mejor un día me levanto por la mañana y no está siendo productivo, no suelo hacer, pero sí no está siendo productivo y diga no, hoy mi cabeza es que quiere desconectar, pues a lo mejor sí que llamo un amigo que vive al lado y le digo que si nos vamos hoy al campo, a pasear, y lo hacemos. Y eso antes no lo hubiera hecho ni loca. Que a lo mejor no es en mi cabeza un proceso directamente de premiarme, pero sí que a lo mejor es como darme más tregua que antes.

E: Sí es ser menos dura contigo. Entonces te permites esos pequeños premios.

L: Cuando uno aprende a gestionarse empieza a aprender también que hay días que necesitas desconectar.

E: A no ser tan duro con uno mismo digamos. Genial. Entonces dime, ya me has dicho parte, pero ¿o sea el poco tiempo libre, que creo que tienes, en qué lo empleas?

L: Vale, bueno me gusta mucho ir al campo, o sea algo que también hago, aparte de con mis amigos, con mis padres, es hacer senderismo, me gusta mucho. Eso mucho. Luego también ver vídeos, pues por ejemplo en YouTube, de cosas que me interesan, en plan de charlas, conferencias, ...

E: ¿Cosas relacionadas con tu carrera?

L: No. De hecho. Mi carrera no la hago por pasión, o sea yo acabé ahí pero no sabía ni qué daban. Pero no es algo que me apasione. Me parece súper útil y muy necesaria, y no es que me arrepiento tampoco, pero no es como mis compañeros que en su tiempo libre también se ven cosas de agricultura. No, pero me gusta muchísimo la sociología, la psicología, me gusta muchísimo eso. De hecho he pensado, cuando ya esté estabilizada y tenga un trabajo y tal hacerme por la UNED, a distancia, una carrera de esas, porque me gusta, sí. Creo que como persona soy bastante más de ciencias sociales que de mi carrera, pero bueno estoy ahí, lo saco y ya está.

E: Muy bien, entonces tu entretenimiento es el campo y, bueno, decías también que te relaja el poder ver una serie con tu madre por las noches, después del trabajo, etcétera. ¿Qué es lo que más te atrapa, digamos, a la hora de tu tiempo libre?. ¿Hay algo que realmente te atrape para para utilizar ese tiempo?

L: Vale, ahora llevo como unos 3 meses, luego pasa que lleva mucho tiempo y no le puedo dedicar mucho, pero he empezado a quedar con mi tía a coser, y es algo que he descubierto que me encanta. Pero si es que yo llego allá las diez de la mañana, me voy a las ocho de la noche y es que no nos hemos enterado, o sea nos encanta hacer los patrones y me encanta coser. Obviamente es algo que solo quiero como hobby, pero he descubierto que como hobby me encanta, Y me gustaría dedicarle más tiempo a leer, lo que pasa es que me cuesta mucho que un libro me enganche.

E: ¿Te engancha más la serie que el libro?

L: Sí, pero conscientemente no me gusta que sea así, o sea me gustaría leer más que ver series.

E: ¿Y por qué?

L: Porque considero que, o sea, y sobre todo por ejemplo ahora que quiero opositar, y por lo que he ido viendo por conferencias y por una expresión y tal, se necesita. O sea creo que el saber hablar te lo proporciona, y el tener más vocabulario y el saber expresarse es súper importante. Ya no solo por tu trabajo sino en la vida. Y te lo da mucho más un libro que ver series, pero me da mucha rabia que luego los libros no me enganchan y sin embargo las series sí. Supongo también que porque mentalmente es mucho más fácil ver una serie. Si estás todo el día, pues luego lo que más te apetece es lo que menos trabajo te dé, pero me da rabia. Me gustaría invertir más tiempo en leer que en ver series.

E: ¿Qué tipos de series te gustan?

L: ¿De series?

E: Sí, ¿de que género, qué ...?

L: Me gusta mucho el género romántico, pero eso me lo ha metido mi madre. Por eso no vemos las series con mi padre porque mi padre está ya cansado. También me gustan las de medicina, vemos mucho en plan *House*, *Anatomía de Grey*, también es que mi madre es enfermera. Entonces, como le gusta, pues acabamos viendo estas series.

E: Claro, o sea que a tu madre es de las que les gusta ver cosas relacionadas con su trabajo.

L: Y luego también en plan política. A mí siempre como que me ha interesado mucho la política, por eso me encanta escuchar hablar a Rocío porque es que sabe de todo. Y por ejemplo *Scandal*, *House of Cards* es el tipo de series que van a entrar como detrás de cómo funciona todo. Bueno obviamente es una serie de ficción.

E: Bueno, claro, tiene su ficción, pero bueno si...

L: Pero sí ese tipo de cosas.

E: ¿Y qué sueles ver, series de estas que el episodio tiene un principio y un final, como las médicas por ejemplo, o las que tienen una continuidad de una trama que continúa toda la temporada?

L: Yo creo que nunca lo había pensado, pero en base a lo que acostumbro a ver yo creo que me es más cómodo las que terminan y acaban en un solo capítulo

E: Sí, sí.

L: Porque luego, como estoy muchos días sin ver, o sea yo no me puedo pegar un atracón de ver 3 capítulos un día y mañana seguir. Es como que si hubiera una trama seguida yo creo que al final me perdería mucho, o sea no me acordaría de un capítulo a otro. Y sin embargo al ser sólo un inicio y un fin en el mismo capítulo pues como que no necesitas acordarte todo lo que ocurre en el anterior, no sé. Pero nunca lo había pensado. Pero yo creo que es así.

E: Porque no tienes tanta asiduidad a lo mejor en verlo, ¿no?

L: Sí..

E: ¿Cuántos capítulos sueles ver lo que se llama de una sentada, es decir seguidos?

L: Dos.

E: Como mucho dos, máximo dos. ¿Y esto es a diario, o a diario y fin de semana también?

L: De hecho más fin de semana, o sea a diario también pero más fin de semana que a diario, porque el fin de semana es como que no importa un poco más y te acuestas un poco más tarde y son más flexibles. En fin de semana suelo estar más en casa que en diario, así que yo creo que veo más en el fin de semana que a diario.

E: ¿Y en horario nocturno también o el fin de semana puedes verlo en mejor?

L: No en el fin de semana no suele ser en nocturno porque es cuando solo queda con mis amigos, no con que a mí me guste quedar en nocturno sino porque ellos son así. Pero no, en fin de semana suele ser pues después de comer.

E: Vale, o sea que es después de comer el fin de semana y si ves algún capítulo a diario es de noche. ¿Y en qué dispositivo los ves, en ordenador, en televisión?

L: No, en el portátil.

E: En el portátil, ¿y qué plataforma utilizas?

L: Ilegal, porque mi madre no quiere pagar Netflix y yo desde luego con mis ahorros imposible pagar, así que es una página que se llama *Megadede*. Y cuando se cae, que es lo que tiene, pues buscas otras y si no está pues te fastidias por no haber pagado.

E: ¿Y alguna vez has tenido Netflix, has llegado a tenerlo?

L: He tenido cuando alguien me dejó su cuenta. Pero mía propia no.

E: Tuya propia no, pero si la has tenido. ¿Sueles ver varias series a la vez? O sea llevar varias simultáneamente.

L: No, nunca.

E: O sea ves una, cuando acaba otra cosa, vale. ¿Cuando empiezas con una serie nueva y cuánto tiempo tardas en ver las temporadas que hay disponibles?, se te alarga mucho en el tiempo o por el contrario dices ay, me gusta esta serie y la veo rápido.

L: Se me suele alargar, pero porque como no soy una persona de verme media temporada en un día, entonces me duran un montón las series, pero no me importa porque como, también igual que con los libros, como me cuesta mucho que una trama o una serie cómo está enfocada, o sea que me atrape de verdad, pues cuando encuentro una prefiero que me dure.

E: Hasta las largas para disfrutar.

L: Digo, hasta que vuelva a encontrar otra que me guste.

E: ¿Y abandona si no te gusta abandonas una serie?

L: Sí, sí.

E: Si no te gusta no continuas. Entonces ese tiempo depende de lo que te guste, cuando te gusta y dices me lo voy a dosificar, ¿no?. ¿Y cuando dices eso de que la serie me atrapa, en qué sentido te atrapa?, ¿qué es lo que te gusta de esa serie o qué depende?

L: Yo sé que una serie me atrapa cuando acaba un capítulo y digo jolín como me gustaría verme otro, pero digo no por lo que sea. Pero pues yo creo que depende, yo creo que a mí lo que más me importa es que los personajes tengan profundidad, o sea, no que solo sea el médico y ese es su rol, sino que sea el médico y le ponga una historia detrás y sepas de dónde viene y por qué es así. O sea, que no sea un personaje como tal, sino el médico y hace esto...

E: Sí, o sea las tramas paralelas que hay.

L: Sino saber el por qué es así y por qué hace esto y no lo otro, de dónde vienen sus actos, su historia, como profundizar, como empatizar un poco con los personajes, no solo que sean las cosas que pasan, sino también por qué pasan y de dónde viene su historia.

E: ¿Y dentro de la trayectoria de la serie, tú dirías que te atrapa, esa sensación de que te atrapas es al principio es a la mitad?

L: Al principio yo creo es que yo creo que sí no me atrapa al principio, como valoro muchísimo mi tiempo, es que si veo que no me está gustando, digo para qué voy a verla, o sea, no espero a que me vaya gustando.

E: Y entonces abandonas.

L: Es como que no le debo nada. Ya lo verán otros..

E: O sea, que tú ves los primeros capítulos, que te gusta continuas y si no la dejas.

L: Uno o dos, como mucho.

E: Uno o dos, y ya en ese momento ves si te gusta o no te gusta.

L: Puede haber una que la ha visto todo el mundo y a mí no me gusta.

E: ¿Cómo escoges las series que ves?

L: Pues normalmente son o por recomendaciones de amigos o simplemente por en la página web la valoración que tiene, más o menos, a ver, luego a veces no coincide, pero si yo me meto en una serie y tiene una baja valoración, o sea, es muy raro, ya me la he podido recomendar alguien de quien me fio mucho, pero es raro que la empiece.

E: ¿Dónde miras esas valoraciones?

L: En la página web donde las veo.

E: Ah, en la página donde descargas vale, vale, sí, sí. ¿Y la publicidad de las series te afecta?. La publicidad que se hace sobre la serie, es decir, por ejemplo ahora *Juego de Tronos* ha tenido mucho ruido alrededor esta última temporada. ¿Así te afecta es decir te hace interesarte?

L: No creo, porque realmente todas las series que veo a lo mejor fueron famosas en su momento, pero no son de actualidad. Además también porque hay una cosa que a mí no me gusta nada y es tener que esperar a verla cuando ellos la sacan. Yo prefiero ver series que ya fueron en su momento y que ya tienes todas las temporadas disponibles, a ver una serie que está siendo ahora y por eso tiene mucho boom y tener que tú estar esperando a que ellos den los capítulos y te lo dosifiquen, o sea entonces mira por ejemplo *Juego de Tronos* no la he visto.

E: ¿No has visto esta última temporada o no la has visto nunca?

L: No, no la he visto. Bueno creo que vi la primera y porque estaba en el Erasmus en Praga y entonces la veíamos entre todos porque era el boom, hace 2 años, pero ya está en cuanto volví a España no he visto nada.

E: O sea que entonces una serie te dura mucho, porque si buscas series que tengan toda la temporada ya realizada y ves con un ritmo que no es muy alto y tal, lo mismo te puedes pasar meses con una serie.

L: Sí, totalmente.

E: Vale, vale. ¿Y en redes, hay algo en redes, alguna información que te haga optar por una serie en redes sociales?

L: No, es que casi no me meto en las redes sociales, no soy muy activa.

E: ¿Cuál es la serie que más te ha gustado o las series que más te han gustado?

L: Una de las series que me parece una pasada es *Breaking Bad*, sea flipas, es buenísima. Y aparte de *Breaking Bad*, a ver. Pues no lo sé, *Scandal* por ejemplo me gustó un montón porque me hizo ver muchas cosas que yo ni me hubiera imaginado que podrían ser así en el mundo, pero tampoco la recomendaría por ser una serie buenísima, no es para tanto pero sí que me gustó porque a mí como que me interesaba mucho ese mundo.

E: Pues no eres la única, porque sabes que Michelle Obama se declaró en una entrevista adicta. Vamos, adicta o enganchada a *Scandal*, sí, sí. O sea que no es tan raro.

L: No sé cuánto tiempo estuvimos viendo el canal, puff, como mucho.

E: ¿La veías con tu madre también?

L: Sí.

E: ¿Y entonces, por qué eliges *Breaking Bad* o por qué eliges *Scandal*?, ¿qué te hace elegir eso?

L: Realmente es que no lo sé. Mi método es que me meto en la página, y me meto cuando he terminado una, bueno a veces no la he terminado, pero me voy creando como una lista de pendientes para el día que ya, pues o me he cansado de ver una serie o lo que sea, pues no buscar en ese momento sino darle a la lista y decir, ah pues mira ésta que era de no sé qué y la empezamos. Pero normalmente cuando me da por buscar lo que hago es o más vistas, sí, o mejor valoradas. Y entonces me pongo a ver la lista, empiezo a ver las tramas, a lo mejor me veo un tráiler y digo ah mira pues esta me la voy a guardar y luego pues pruebas. Y si el primer o el segundo capítulo están bien pues la sigo, y aunque no tengan nada que ver o sea no tienen por qué ser específicamente de medicina o de política, aunque suelen ser los temas por los que más me decanto de primeras, bueno pues *Vikingos* no tiene que ver con eso y sí que vimos una temporada, luego ya no porque era muy cansina, muy repetitiva. Es que ahora el problema es que como las veo con mi madre, porque si no como siento que me paso todo el día haciendo el TFM o la Universidad y tal, siento que si no hacemos eso, es como para pasar más tiempo con ella. Entonces claro ahora tienen que ser series que nos convenzan a las dos, que no es lo mismo que cuando elijo yo para mí. Por ejemplo *Breaking Bad* si que me la vi cuando yo veía series por mi cuenta.

E: *Scandal* si la viste con tu madre, las de médicos las ves con tu madre. Muy bien. Es decir que a ti no te gusta no tener una serie para ver, me hago una lista para decir cuando acabe o si abandono tengo otra preparada. ¿Te agobia la sensación de no tener serie para ver, digamos como el que no tiene libro para leer, por hacer un paralelismo?

L: Puede ser. No es tan agobio, pero sí me gusta tenerla, sí, porque al final es como una forma de entretenimiento muy recurrente, muy fácil y accesible. Y teniendo la opción de que esté ahí por si te apetece.

E: ¿Cuando te pones a ver una serie cómo es un poco el antes, el durante y el después?, ¿cómo percibes ese momento de ponerte a ver la serie?. ¿Qué grado de inmersión tienes en la serie cuando la estás viendo y luego cómo experimentas el acabar el capítulo, qué sensación te queda?

L: Yo creo que lo que más me gusta de las series es que te desconectas totalmente de todo lo demás mientras estaba viendo un capítulo, que ese es seguramente el objetivo. Y no estás pensando en lo que tiene que hacer mañana y en tus problemas, o sea, es como que haces un paréntesis de lo que estás haciendo en tu vida y luego, cuando se acaba, pues vuelves.

E: Te sientes inmersa.

L: también es verdad que muchas veces te pones un capítulo porque estás como cansado, aburrido y te apetece ponerte algo que te haga desconectar totalmente, y de hecho cuando estás pasando un buen momento en plan pues yo que sé porque la cena se larga porque estáis hablando, no te pones el capítulo porque se ha alargado y estás teniendo una charla entretenida y comunicación.

E: Y piensas que no lo necesitas. O sea, que la serie digamos es la alternativa de entretenimiento al final del día para descansar y tal, y que puede ser compatible con otros entretenimientos como charlar, como cenar con tus padres, con unos amigos, y es sustitutivo, ¿no?. ¿Y antes de ponerte a verla sientes que te apetece?

L: Sí es que sino no lo haría.

E: Sí pero bueno, ¿tienes un poco de ansiedad, a ver qué pasa o qué ha pasado?

L: Sí, o sea ...

E: Vamos de ansiedad entre comillas, quiere decir sí estás expectante.

L: Que no es solo por ver y en plan por pasar el rato, sino que como que la serie pues te ha atrapado quieres saber a ver qué pasa hoy.

E: O sea que luego te sientes inmersa en la en la trama. ¿Y cuando termina qué sensación te queda?

L: Uff, no me gusta. Es como cuando terminas con una relación que dices no voy a volver a sentir nada así. Es como un poco igual, que no voy a encontrar una serie que me guste tanto, luego obviamente la encuentro, pero cuando acaba es como, jolín, es que me gustaba.

E: ¿Lo definirías como una frustración, digamos una cierta frustración?

L: Si es así, pero tampoco es bueno que porque haya mucha gente que le guste las alarguen y a la gente porque al final lo que hacen es cargarse la serie.

E: Claro, o sea tu sientes que tiene que terminar, pero es una sensación como de pérdida digamos de alguna forma, ¿no?

L: Jamás en tu vida ya.

E: Claro que es un poquito temporal, pero bueno, tienes una, una cierta pérdida. ¿Alguna vez repites un capítulo que ya has visto, lo vuelves a ver?

L: No.

E: No la has hecho nunca.

L: Con películas, sí, pero mira con capítulos no.

E: ¿Y cuando acaba la temporada y ya sabes que ya no vas a ver más esa serie?

L: Sí que alguna vez he tenido la tentación de volver a ver alguna, no a lo mejor la temporada completa pero si pues el capítulo que más te ha gustado y tal, pero al final nunca lo he hecho porque prefiero encontrar otra serie y volver a hacer otra cosa.

E: ¿Porque lo entenderías como una pérdida de tiempo, tú que valoras tanto tu tiempo?

L: Sí.

E: O sea, que acaba la serie, tú te sientes un poco huérfana durante un tiempo, pero luego te encuentras otra serie a la que te vuelves a enganchar.

L: Lo que nunca suelo hacer es empezar una serie en cuanto se terminó, o sea el mismo día. Si hoy por ejemplo me puedo ver dos capítulos, y si solo me queda uno y se acaba no me empiezo otro el mismo día; no sé por qué pero no, no lo hago.

E: Vale, vale. ¿Alguna vez te has identificado con algún personaje de las series que ves?

L: Totalmente.

E: ¿Con cuál?

L: Sí me fijo que me siento identificada, pero no me preguntes por cuál porque ahora mismo no te sabría decir. Porque, uf, sé que me he sentido, pero ...

E: Pero no recuerdas ahora con cuál. Vale. ¿Y eso de identificación con el personaje crees que te crea más vínculo con la serie, o sea cuando hay un personaje con el que tú te identificas te crea más vínculo?

L: Puede quedar más decepción porque rara vez coincide exactamente con todo lo que tú harías, por qué tomaste esta decisión.

E: ¿Y luego, igual cuando estás haciendo otra actividad o estas actividades que no necesitan mucha actividad mental, por ejemplo vas conduciendo o vas en un transporte público, piensas alguna vez en la serie?

L: Sí, sí, claramente. A lo mejor cosas que me recuerdan a la serie, esto hubiera salido, no sé cuál o no sé qué.

E: ¿Alguna vez te has sentido demasiado atrapada por la serie, o sea demasiado como si dijeras estoy perdiendo el control un poco sobre mi tiempo?

L: Sí. Yo creo que con *Scandal* sí que nos llegamos a ver tres capítulos, y decimos ah pero qué nos pasa. Y es que luego porque *Scandal* no es una serie de las de inicio y fin en cada capítulo, es de una trama.

E: Es de una trama continúa, sí.

L: Y entonces el problema es que lo enfocan mucho en plan telenovela para que en cada capítulo no es que pasen muchas cosas y aunque. Pasa muy poco, entonces para enterarte realmente lo que va a pasar, tienes que pasar a seis capítulos después. Entonces lo hace muy bien para que te viciés.

E: Para que te enganches realmente.

L: El problema es que me gustan las series, pero no me gusta estar viciada porque es como que no tienes ya tu el control por la curiosidad de saber qué está pasando.

E: ¿Y esa sensación de pérdida de control te ha pasado muchas veces, o te ha pasado contadas veces, con poquitas series y con qué series te ha pasado? Con *Scandal* has dicho.

L: Con *Scandal* ... Es que soy muy mala para estas cosas, tendría que mirarme las series porque ahora no me acuerdo, como me duran tanto. A lo mejor en un año sólo he visto tres series, pues ya no me acuerdo de la del año pasado. De *Scandal* me acuerdo porque fue más en verano y entonces le dedicaba mucho más tiempo.

E: Con *Breaking Bad*, que contabas que le habías hecho, con *House of Cards*.

L: Sí, bueno y con *Crónicas Vampíricas*, madre mía con *Crónicas Vampíricas* también.

E: Te engancho.

L: Muchísimo.

E: ¿Y qué sientes ante esa sensación de enganche o de vicio que dices tu?, ¿Cuando esa serie te envía qué sensación tienes tú misma, o sea, te gusta esa esa situación o te disgusta?

L: Por una parte me gusta porque disfrutas mucho viendo la tele y como que te metes muchísimo en lo que está pasando y sientes como que es un rol activo dentro, como espectador.

E: Como espectador, sí.

L: Pero por otra parte no me gusta porque siento que no puedo decidir ver un capítulo y ya está. Me siento como que están decidiendo por mí de te vamos a dejar tan en vilo que tienes que verte otro. Y eso no me gusta.

E: No te gusta sentirte manejada, digamos, por la serie, ¿no?, o sea que esa sensación te hace sentir incómoda, digamos.

L: Sí, un poco incómoda. No que no me enganché, pero tampoco él no poder parar.

E: ¿Cuando estás inmersa, cuando te gusta una serie, estás un poco inmersa en ella, buscas información sobre la serie?

L: No.

E: ¿Sobre los personajes o los actores o los lugares de rodaje o tal?

L: No, no suelo hacerlo. Si que es verdad que alguna vez me entra la curiosidad de saber, pues lo típico de estos dos eran pareja en la vida real, lo he hecho alguna vez contadas ocasiones y solo para saber este tipo de cosas.

E: ¿Y hablas con de la serie con amigos, con familia, compañeros?

L: No, pero por lo que te he contado antes porque las series yo las veo tantos años después que ya no es tema de conversación. Si viera series del momento, pues por ejemplo cuando tienes Netflix, como les pasa a mis amigas, hablan entre ellas de las series porque están viendo las mismas series que acaban de salir, pero como yo no pues no. O sea, nadie está viendo a la vez que yo la misma serie.

E: ¿Y has recomendado alguna vez alguna serie?

L: Por ejemplo *Sunset* me parece buenísima.

E: Has dicho que no eres aficionada a las redes, ¿no has hablado nunca de series a través de las redes?

L: No. A través de las redes no.

E: Ni has participado en conversaciones virtuales, ni entiendo que te has metido en una comunidad virtual tampoco. ¿Y sobre alguna serie has comprado alguna vez algún artículo, algún DVD, por ejemplo, u otros artículos?

L: Sí, compre los DVDs una vez hace muchos años.

E: ¿Y artículos de merchandising?

L: No.

E: ¿Has visitado alguna vez algún escenario de rodaje de una serie?

L: No, y creo que el de *Friends* ahora en Madrid eso no me hubiera importado mirarlo, pero como estaba con el TFM.

E: No puedes más. ¿Y has desarrollado alguna vez algún contenido a partir de la historia de una serie, es decir, un escrito o has escrito una historia paralela, algún video, alguna imagen gráfica o algo?. O sea, lo que se llama desarrollar contenidos a partir de las tramas de la serie.

L: Yo creo que no.

E: No. En positivo, ¿qué te aportan las series?

L: Para empezar, diversión, entretenimiento, desconexión porque además no suelo ver series que sean en plan dramones sino más bien que, tampoco alegres, pero sí que no tiendan a la preocupación o tristeza, sino más bien pasar por encima, realmente que me entretenga la trama. Un dibujo animado también te puede entretener.

E: Ya, pero claro.

L: Me vale como que vayamos más al fondo o que trate temas más profundos o algo. Tampoco digo que vayas a aprender con esa serie, pero que no sea sólo jiji jaja, por ejemplo, no sé, seréis en plan *Modern Family* o tal es que no me enganchan. Sé que la gente se ríe mucho con ella, pero a mí no me llama porque necesito que haya como un más allá.

E: O sea, que haya una historia, que se esté contando una historia.

L: Sí, si es medicina, medicina; si es política, política. Si es amor pues amor, pero es como que haya un más allá, no reírse por reírse y ya está.

E: Claro. Y en negativo, ¿qué pondrías sobre las series?, ¿qué me dirías? Si lo hay, eh, si hay algo negativo.

L: Es que yo creo que hay tanto donde elegir, que realmente cada uno puede buscar las series que le aportan a cada uno, entonces yo creo que las series que tú ves es porque las quieres ver, entonces yo creo que no me aporta nada.

E: O sea, no encuentras efectos negativos sobre ti de las series.

L: No.

E: ¿Que alguna vez te haya quitado un poquito el sueño, que hayas invertido más tiempo?

L: Bueno, lo del sueño puede ser, además si las horas fueron en horario nocturno a lo mejor es como que te espabila mucho, porque a lo mejor fue un capítulo muy de estar súper metido y luego como que te has activado más, eso puede ser claro. Tampoco es que me moleste en exceso, porque yo creo que también como que eso ya lo tienes en cuenta.

E: Muy bien. Pues ya para terminar, mira te voy a decir al principio de una frase y tu la completas pero rápida, o sea no te lo pienses mucho con lo primero que se te venga a la cabeza, ¿vale? Yo te digo: Para mí el fenómeno Netflix ha supuesto ...

L: Una pasada. Aunque yo no lo utilice. me parece una revolución.

E: Estas series para mí son ...

L: Entretenimiento.

E: La parte buena de esto para mí es ...

L: El que la gente pueda elegir lo que quiere ver.

E: Y la parte que menos me gusta es ...

L: Que quizá vemos lo que quieren que veas.

E: ¿Alguna vez cuando te has encontrado?, no, no, tú no, porque tú no has sentido esta sensación, ¿pero alguien de tu alrededor le has visto realmente excesivamente enganchado?

L: Si totalmente. De hecho a gran parte de la gente.

E: ¿Lo podrías considerar como algo adictivo?

L: Sí, totalmente, pero es como que yo creo que son estas nuevas adiciones que están surgiendo ahora que antes no existían porque no había estos medios, pues como ahora la adicción al móvil, o sea que a lo mejor no está tan mal visto o no genera una preocupación en sus seres queridos o seres de alrededor, porque es algo que todavía no se habla, pero me parece que va a ser un problemón tremendo en los próximos años. Pero no solo por Netflix o tal, sino en general la adicción a pues cuando estás viendo una serie, estás más metido en un mundo virtual que viviendo en el que estás. La gente que se ve que se levanta por la mañana y lo primero que haces ya es ponerse capítulos y a lo mejor pasa toda la mañana y bueno pues no pasa nada, hoy he estado por la mañana. Me parece un problema. O sea, entiendo que eso lo puedas hacer alguna vez, pero si es algo que puedes hacer habitualmente es una adicción igual que podría ser cualquier otra. Yo creo que el problema está en que todavía no se ha reconocido en la sociedad, generalmente, el problema que es y como no está mal visto y nadie por decirle, por contarle a alguien que has hecho eso, nadie te va a decir tienes un problema, pues como que se está normalizando mucho la situación.

E: ¿Por qué crees que no está mal visto en la sociedad?

L: Porque es algo muy nuevo que todavía pues yo creo que no se ha estudiado, es algo super nuevo que se está empezando a estudiar ahora, yo creo que en psicología supongo que ya se empezaran a ver ese tipo de adicciones, también a las nuevas tecnologías y al móvil, y todas las series, y a las redes sociales. Y entonces como todavía no es algo que todavía no hace mucha gente, para empezar porque es un nuevo, pero yo estoy convencida que dentro de no tanto tiempo se va a empezar a tratar cada vez más y hablar sobre el tema porque no es que estés haciendo daño a nadie, pero al final si de una semana cuatro días te has tirado viendo series te estás dejando tu vida ahí y creo que muchas veces ni te estás dando cuenta, y eso es una adicción.

E: ¿Y tú ves que eso está teniendo algún efecto negativo sobre alguien de tu alrededor o efecto negativo sobre su persona, es decir ves alguna consecuencia negativa sobre sobre su persona?

L: Que a lo mejor descuidas un poco más tu vida, estás tan metido en esa serie y en ese mundo que no te estás parando a pensar, que no digo que lo tenemos que hacer todos los días, pero qué estás haciendo con tu vida. Si lo que sea en lo que estás enfocando, pues yo que sé, por ejemplo., si ha dejado de estudiar y están buscando trabajo, pero te pasas el día viendo series, que eso conozco. Y se pasan el día dedicado fácilmente dedicándose a eso, pues hombre, puedes estar cierto tiempo, pero si pasan los meses y los meses, y solo dedicas tu vida a eso, al final estás perdiendo muchísimo tiempo y ni te estás dando cuenta, pero ya te darás cuenta.

E: Claro. O sea que sí que crees que tienes, ¿y tienes muchas personas a tu alrededor que te parece que están inmersas en ese?

L: Unas cuantas, por lo menos 2 o 3.

E: Sí, dos o tres personas.

L: Sí, pero yo creo que han caído en eso porque ya han terminado el máster, bueno en mi caso el máster, y todavía no han encontrado trabajo, pero porque tampoco han hecho una búsqueda activa, se lo han tomado, pues como sabático. Entonces es que sí, o sea, si a mí me dijeras que esas personas de siempre han dicho, bueno, yo es que cuando termine quiero tomarme un descanso, pero el problema es que nunca dijeron eso. Han caído en eso, pues porque dicen, bueno, como he terminado, es como que se están dando el privilegio ellos mismos. El problema es que es gente que nunca demostró que quería hacer eso, sino que

sí que querían encontrar un trabajo de principio, y al final en vez de estar buscando un trabajo, realmente en plan activamente, porque mandar cuatro currículos a la semana no es trabajo activamente. Y ese el problema, que no es que lo hagan porque es lo que siempre han querido hacer sino porque al final han caído en lo fácil, que es estar tumbado en tu casa viendo la serie.

E: O sea, que crees que las series les están dificultando ese avance hacia dirigirse hacia la búsqueda de trabajo, los tienen entretenidos y no avanzan en esa en ese objetivo, digamos.

L: Sí, al final sí. A ver, yo creo que tampoco es un problema hasta que no pase mucho, si me dices que ha pasado un año pues ya es un problema. Pero desde mi punto de vista quizá es porque como yo no me veo haciendo eso, pues para mí no me aporta tanto y al contrario me frustraría. Me gustaría saber que he pasado un mes y casi no he hecho nada de eso.

E: ¿Y son hombres o son mujeres o mixto de estas personas?

L: Son mujeres, pero yo creo que es casualidad.

E: Casualidad, o sea, ¿no lo ves unido al sexo?

L: No, para nada.

E: Y el digamos, el convertirse en esos, digamos entre comillas, adictos a las series, ¿es una situación que te viene sobrevenida porque tienes tiempo libre, entonces lo empleas en las series, eso es lo que me querías decir.

L: Cuando tienes otro objetivo, pues en este caso el máster, o un trabajo y tal, directamente no te deja que se convierta en eso porque obviamente creo que todavía no hemos llegado al extremo de no ir a trabajar por ver una serie. No sé, pero yo creo que se viene del tener disponibilidad para poder.

E: Entonces empleas ese tiempo en la serie, aunque sea un coste de oportunidad frente a otras a otras cosas.

L: Es como, bueno, no pasa nada porque no tengo como otra cosa obligada que hacer caes en eso.

E: Genial Lara, pues tus opiniones han sido super útiles, no sabes cuánto. Muchísimas gracias.

Entrevista 5

Faustino (Tino). 26 años. Ingeniero informático, profesor universitario en estancia predoctoral

27-05-19

Entrevistadora: E

Tino: T

Esta entrevista no se ha podido transcribir en su totalidad por problemas en la grabación. El análisis de los datos se realizó a partir de las notas tomadas por la entrevistadora durante el transcurso de la entrevista.

E: Tino, 26 años, ingeniero informático, profesor universitario en estancia predoctoral. Bueno, Tino, muchas gracias. Nada más comentarte que la entrevista es absolutamente confidencial, los datos que aportes, que se mantiene el anonimato del informante, que la finalidad es absolutamente académica para mi tesis doctoral, y bueno, y darte otra vez las gracias por colaborar. Bueno, pues empezamos. A ver, me gustaría que me comentaras cómo transcurre el día a día en tu vida, tanto en la, digamos, día laborable como en fin de semana. Es decir, qué tiempo dedicas al trabajo, qué tiempo dedicas al ocio, y dentro del ocio, ¿a qué lo dedicas?

T: Pues termino la jornada sobre las 4 o las 5, que llego a casa, y eso es algo que me gusta porque el descanso creo que es algo que es fundamental y que me hace falta. Si puedo hasta me echo una siesta. Hago algo de deporte y por la noche, un rato al ordenador y también suelo ver series.

E: ¿Con qué te entretienes? ¿A qué dedicas ese tiempo fuera de la jornada laboral? ¿En día festivo cómo dedicas ese tiempo de ocio?

T: En día festivo suelo pasar el día con mis amigos, o visitando a mis padres, o con mi novia.

E: ¿Sueles ser metódico, organizado o lo contrario, ser un poco caótico? O a lo mejor para algunas actividades eres de una manera o eres de otra. ¿Cómo te describirías a ti mismo? ¿Cómo crees tú que te califican los demás? ¿De organizado, de metódico?

T: Yo diría que me ven puntual y organizado.

E: Y cuando hablamos del tiempo libre que antes ya me comentabas un poco, me decías que lo empleas básicamente en el deporte, en la familia, en tu novia, en ver series... ¿Hay alguna de esas actividades a las que dedicas el tiempo libre que realmente te diga esto me atrapa, me gusta, estoy deseando que llegue este momento?

T: Cuando llego a casa hago algo de deporte y suelo ver series por la noche.

E: Bueno, pues vamos a hablar un poco de las series que has comentado que sí que ves y que a veces te ha sentido un poquitín también, bueno, has dicho enganchado, atrapado, no sé cómo decirlo, por alguna serie que te ha gustado.

T: Me gustan las distopías y las series apocalípticas. Sería ese género ciencia ficción, digamos, una especie de distopía dentro de la ciencia ficción.

E: ¿Y ves que te engancha más las series estas que tienen, digamos, la trama que se va alargando a lo largo de la temporada o las que tienen los capítulos que empieza y termina el capítulo? Aunque haya una

trama secundaria, sí, que vaya a lo largo de toda la temporada, pero bueno, los que empiezan y acaban en el mismo capítulo.

T: Pues no sabría qué decirte.... Ambas. Muchas serie de humor me han gustado mucho.

E: ¿El momento entonces de ver la serie es cuando llegas de trabajar o antes de dormir o cuándo es?

A veces veo algún capítulo la salir de trabajar, y para salirme un poquito del trabajo y luego alguno más por la noche con mi novia.

E: ¿Sueles ver varias series a la vez?

Sí. Sí. Varias series. A veces hasta 8 series.

E: Entonces, ¿qué tipo de series ves solo y qué tipo de series ves con tu chica, que es la que te acompaña en ver series? O sea, quiero decir, ¿son las mismas las que ves con ella que las que ves solo o es distinto?

Sí, distingues, por no compartir el gusto o lo que sea.

E: ¿En qué dispositivo las ves?

T: Tele y ordenador.

E: ¿Y qué plataformas utilizas?

T: Bueno, casi todas...

E: ¿Cuánto sueles tardar en ver una temporada completa?

T: Si te ha gustado la serie, en cuatro días te la has visto.

E: Y cuando te ha pasado eso de que has visto la serie rápido, la temporada así rápida Tú te das cuenta de que hay un momento en que dices Esto me ha enganchado y ya no puedo dejar de verlo, ¿no? ¿Qué momento sería ese: al inicio de la serie, más bien la trama intermedia o más bien al final?

En cualquier momento. Y si me aburre la dejo también.

E: La dejas, o sea, abandonas series. Y abandonas, aunque sea al final ..

T: Sí. Sí.

E: ¿Cómo escoges las series que te pones a ver?

Hay muchas formas. Yo he hecho un grupo de chat, allí escucho cosas nuevas. Y hay muchas personas que me han dicho muchas series, muchas películas. Si te gusta, los dos primeros capítulos son los que utilizas como prueba.

E: ¿Y ese grupo de WhatsApp que estás comentando, ¿está creado específico para el tema de las series, o es un grupo que ya tienes?

T: Es un grupo específico de series, no es el grupo habitual de amigos, que además también comenta sobre series.

E: ¿Eres sensible en la publicidad de las series? Por ejemplo, ahora mismo nos han inundado con *Juego de Tronos*. ¿Te llama el tráiler que te echan en publicidad o la publicidad que hay en marquesinas de autobuses, etcétera, que hay bastante?

T: Creo que sí hay una cierta sensibilidad a la publicidad, pero las recomendaciones de amigos son lo mejor.

E: Y si me tuvieras que decir de todas las series que has visto, ¿cuál ha sido la que más te han gustado? Es decir, si tuvieras que escoger dos o tres, ¿cuáles serían?

T: Sí, yo diría que *Breaking Bad*. Es una serie, además, bastante larga.

E: ¿Y qué es lo que destacarías de esas? ¿Por qué eliges esas? ¿Qué es lo que te ha gustado? Personajes, trama, el tema, realización... ¿Qué es lo que más te gustaba?

T: Hay dos serie que me han gustado tanto.....la última.....una trama muy buena.....me ha gustado mucho la producción.....de las personas.....cómo se convirtieron en personajes

E: Te has identificado alguna vez con alguno de esos personajes? ¿Te identificabas tú?

Sí, por supuesto

E: ¿Cómo describirías tú eso que llamas adicción? Con qué sentimientos, o qué sensaciones se experimentan cuando has dicho que es como una adicción, bueno, obviamente que no es lo mismo que una droga pero ¿qué sentimientos crees que son similares?

T: Te sientes atrapado...

E: Y en ese caso, con esas series que te han gustado especialmente, ¿veías más capítulos seguidos?

T: Sí

E: ¿Cuántos has podido ver, por ejemplo de Breaking Bad? Seguidos, digo.

T: 4 o 5, 6 ... o más.

E: O sea, cuando enganchas un capítulo con otro, te sientes como una pérdida de control. A lo mejor dices, no, querría dejar de verlo, pero no lo dejas.

T: Sí, dices: tendría que estar durmiendo...

E: O sea, que consideras que de alguna forma, algún efecto negativo tiene, como pérdida de sueño.

T: Bueno yo no lo veo negativo.

E: ¿Has tenido sentimiento de culpa?

T: No, sentimiento de culpa no he tenido, vamos.

E: ¿A qué ha sustituido la serie?

T: En mi caso a los videojuegos

Entrevista 6

Adriana (Odri), 30 años, encargada de tienda. 28-05-19

Entrevistadora: E.

Odri: O.

E: Bueno, Odri muchísimas gracias por atender esta petición de entrevista. Bueno, nada más asegurarte, obviamente, la confidencialidad de los datos que aportas, que solamente se van a utilizar con la finalidad de este estudio, que es absolutamente académico como ya te he comentado, mi tesis doctoral en concreto. Y el anonimato del informante, por supuesto, está asegurado y la confidencialidad de los datos. Bueno, pues vamos a empezar, si estás de acuerdo. O sea, te he comentado también que la entrevista queda grabada.

O: De acuerdo.

E: Pues, cuéntame un poco cómo desarrollas, qué haces en tu día a día, por un lado a diario y por otro lado en festivo. ¿Cuánto tiempo trabajas?, ¿luego, qué haces en tu tiempo libre?

O: De lunes a sábado trabajo todos los días hasta las ocho y media de la tarde. Luego cenamos y normalmente Marcos y yo vemos una película o alguna serie. Alguna vez salimos, pero normalmente estamos en casa porque estamos poco tiempo juntos.

E: Muy bien, y entonces, ese tiempo libre, una parte de ese tiempo libre de diario lo dedicáis a ver algo de cine o bien una película o bien una serie.

O: Sí, todos los días por las noches cuando llegamos de trabajar nos ponemos una serie.

E: Muy bien, ¿y en fin de semana?

O: Pues, en fin de semana, como yo trabajo también el sábado, un sábado trabajo todo el día y otro sábado solo por la mañana, entonces si un sábado trabajo por la mañana, después por la tarde, si hace bueno, pues nos vamos a algún sitio fuera de Madrid o a Madrid, nos gusta también comer por ahí, a veces a comer bien; y luego ya por la noche un poquito, porque somos tranquilos, tampoco nos vamos de fiesta ni bebemos ni nada, entonces cuando llegamos a casa, pues ya vemos alguna serie o una peli y a dormir.

E: ¿Cómo te definirías a ti misma?, ¿te definirías como una persona metódica y organizada o lo contrario, un poquito caótica?

O: Pues yo me considero organizada, pero también hay veces que depende también un poco de la situación o del ambiente, pero suelo ser una persona organizada y metódica que me va el orden, hacer las cosas bien, no voy a lo loco.

E: ¿Crees que los demás te ven así también, como una persona metódica, sistemática, organizada?

O: Pues yo creo que en las familias, en el ámbito familiar no, no me ven así pero después de eso, fuera de mi casa, de mi familia sí, en el trabajo sí.

E: Fenomenal. Bueno, me cuentas que ves series por la noche o en tu tiempo libre para entreteneros. ¿Alguna has notado que la serie como que te atrapa un poco, te interesa especialmente en alguna ocasión?

O: Sí, normalmente las series que vemos, normalmente le damos una oportunidad y nos vemos un par de capítulos, si nos gustan los dos primeros capítulos la vemos y si no la dejamos de ver. Normalmente si nos gusta es porque nos engancha, nos atrapa, nos puede la curiosidad de ver cómo se desenvuelve.

E: ¿Y qué tipo de series son las que te gustan?

O: Pues ahora estamos viendo series de homicidios, de sucesos, un par de series de este tipo.

E: Ajá, ¿y antes de este tipo de series qué habéis visto?

O: Pues mira, antes de empezar con este género, estábamos viendo de comedia, pero más tipo humor negro.

E: **Muy bien. ¿Cuántos capítulos soléis ver lo que se dice de una sentada, es decir consecutivos?**

O: Pues tres o cuatro.

E: **Tres o cuatro.**

O: Entre semana, los fines de semana a lo mejor nos vemos más.

E: **Y estos que veis tres o cuatro suelen ser de series de duración, o sea capítulos de estos que son de cuarenta minutos o de...**

O: Sí, suelen ser, esta serie que estamos viendo son de 38 o 40 minutos.

E: **Claro, entonces al final estamos hablando de un par de horas más o menos, ¿no?**

O: Sí, un par de horas, justo empezamos a las nueve o así, nueve y media, hasta las doce.

E: **Muy bien, ¿desde qué dispositivo ves la serie, o sea, televisión, ordenador, móvil...?**

O: Desde la tele, a veces desde la tele y a veces desde la tablet.

E: **¿Y desde qué plataforma o qué plataformas utilizáis?**

O: Pues utilizamos Netflix y HBO.

E: **Vale, ¿normalmente ves las series acompañada, me has dicho?**

O: Sí.

E: **¿En alguna ocasión las ves sola?**

O: Pues en alguna ocasión, por ejemplo, que mi chico madruga más que yo, se va a dormir antes, y está a medias el capítulo y estoy muy intrigada pues lo termino de ver sola, pero no me veo más, lo termino de ver y al día siguiente lo vuelvo a ver, porque no lo había visto él.

E: **Vale, muy bien ¿Soléis ver una serie sola hasta que acaba y luego empezáis otra, o lleváis varias a la vez?**

O: Yo soy partidaria de una sola serie, pero sí que es verdad que como este mes ha sido la semana de *Juego de Tronos* y era un capítulo a la semana, pues sí que hemos estado viendo otras series que están a una vez a la semana, pero normalmente solo vemos una serie y cuando ya acabamos, empezamos con otra.

E: **Claro, la diferencia está en que tú te administres el contenido o no, porque cuando nombras *Juego de Tronos* es porque te van dando un capítulo administrado, ¿si tú tienes la posibilidad de administración porque tienes la temporada completa disponible, entonces solamente ves una serie o ves más?**

O: Una sola serie.

E: **¿A qué te parece que ha sustituido este rato que ves series?, ¿a la tele, a la lectura, a las redes sociales o videojuegos?**

O: Pues en mi caso, yo creo que a la televisión o a charlar un rato en las cenas o después de cenar.

E: **¿Cuándo comienzas una temporada cuánto tiempo tardas en ver una temporada tipo, por ejemplo, de doce o trece capítulos?**

O: Pues una semana.

E: **Una semana más o menos. O sea, normalmente estáis viendo una temporada por semana más o menos.**

O: Sí.

E: **¿Y en algún momento notáis que la serie os interesa mucho y entonces aceleráis un poco ese ritmo y os la termináis antes?, ¿o mantenéis más o menos ese control de decir, bueno, dos, tres capítulos, los que sean, por la noche y no más?**

O: Pues, por ejemplo, el anterior que hemos visto que eran capítulos de media hora, pues el último día que quedaban cuatro capítulos nos lo vimos del tirón. O sea, nos vimos seis en total, es decir porque vimos dos y quedaban cuatro para acabarse y los acabamos.

E: Muy bien, ¿y cuándo notas tú que la serie te engancha? O sea, que dices esta serie me gusta y ya me la voy a ver completa.

O: Cuando me viene todo el rato al pensamiento, me pongo ahí a pensar qué puede ser, qué es lo que va a pasar.

E: O sea, ¿que algunas veces cuando estás haciendo otras actividades piensas en la serie?

O: Sí, hay cosas a lo mejor que me recuerdan a la serie y luego, ah, muchas veces me viene y recuerdo otra cosa de la serie y me incita a verla.

E: ¿Alguna vez te has identificado con algún personaje?

O: Sí, muchas veces.

E: ¿Con qué tipo de personajes o con cuáles en concreto?

O: Pues... Pues es que... Esa pregunta es muy difícil para mí, pues no lo sé, con... normalmente... personajes que... que la gente piensa que son de una manera que... que reflejan una imagen, pero que también sé que no son así y.... no sé.

E: O sea, que tú crees que hay...

O: Depende un poco de la serie, porque es que es verdad que en cada serie que estés más identificado con uno o te gusta, te atrae más un personaje u otro y yo creo que al final es porque te sientes identificado en todas las partes del personaje. Yo en todas las series sí que me veo reafirmada o identificada en ciertos aspectos como un personaje y al final me gusta más esa serie.

E: ¿Y guardas algún recuerdo especial de alguno de esos personajes, así que recuerdes?, ¿cómo cuál?, ¿de qué personajes?

O: Es que escoge mi chico, pero bueno... Jackson, el de *The Rookie*.

E: Fenomenal. ¿Cuando decides ver una serie, cómo la has escogido?, ¿o sea, cuando iniciáis la serie, cómo la escogéis?

O: Pues normalmente muchas de las últimas son por recomendación. Pero aquí es una casualidad, que a mí no me gustan muchas cosas que me recomiendan. Pero claro pues le doy una oportunidad. Y otras, pues me atrae la imagen de lo que está en la plataforma. Sí, la imagen que tiene la serie o película, y pincho y la veo un poquito. Pero no me gusta tampoco ver los tráileres porque considero que destripa a muchas. Entonces, normalmente, me entero un poco de qué va, si me gusta la fotografía de la serie, no sé tiene que reunir muchas cosas. Soy un poco "especialita" para que me guste una serie.

E: Eso me interesa mucho. ¿Qué es lo que tiene que reunir una serie para que te guste?

O: Pues... que sea divertida, bien hecha, que sea real que te llegué. Que te haga vivir las calles todo como está. La luz, para mí es muy importante cómo está ambientada y la luz.

E: O sea, la realización. Hablamos de la estética de la serie.

O: Hablamos de la realización.

E: Sí. ¿Y qué te gustan más, las series ambientadas en otras épocas, las actuales?

O: Pues, normalmente me gustan más las que están ambientadas en otra época, pero las series actuales hay algunas que también me gustan mucho. Pero normalmente me gustan más las históricas. Que sean de otra época, o de otros años.

E: Cuando hablas de que te recomiendan, ¿quién te recomienda?, ¿en qué círculos?, ¿de qué círculo recibes esa recomendación?

O: Normalmente de mi hermano. De mi hermano principalmente. Y de algunas veces de mi novio o sus amigos.

E: ¿Participas en alguna red social donde se hable también de series?

O: Pues no, porque es que no tengo redes sociales.

E: No tienes redes. ¿Y eres sensible a la publicidad? O sea, ... cuando hay publicidad... por ejemplo, hemos visto todo lo que ha habido de *Juego de Tronos*, también muchas veces en marquesinas de autobús, que te anuncian la llegada de una serie. ¿Ahí tú te notas sensible, te pica la curiosidad?

O: Sí, sí. A mí me interesa bastante cuando se anuncian las series y tal, me gusta.

E: ¿Cuando una serie te gusta mucho, cómo vives el momento de ponerte a verla, o sea, el antes, el durante y el después?

O: Pues igual me siento en el sofá tranquilamente, y emocionada.

E: O sea, te da emoción el ir avanzando a lo largo de la serie ¿Y cuando la estás viendo te sientes inmersa en la trama que te están planteando?

O: Sí, normalmente sí. Hay veces que no porque lo veo un poco surrealista, hay veces que se pasan, pero cuando sí que me cuadra todo, sí que me...

E: ¿Y cuando se acaba el capítulo qué es lo que sientes?, ¿te apetece ver otro?, ¿te quedas con las ganas?, ¿te autocontrolas y dices no, no veo más que si no me quito el sueño? No sé, ¿cómo lo vives ese momento?

O: Pues como estoy más ocupada que mi novio por la tarde pues esta semana tengo el control del tiempo, pero el fin de semana sí que estoy yo viendo.

E: ¿Y te quedas con un poquito de interés, de curiosidad, de ansiedad cuando sabes que tienes que cortar porque esa es tu rutina?

O: No.

E: No te generas ansiedad, dices pues mañana continúo y ya está, sin más.

O: Sí, justo.

E: Vale, muy bien ¿Y cómo vives los finales de temporada? Hay personas que se sienten un poco huérfanas cuando están muy enganchadas a una serie y luego se acaba la temporada. ¿Eso te pasa a ti o no, o inicias otra y ya se va?

O: A mí sólo me ha pasado con *Sons of Anarchy*, me quedé huérfana como quien dice. Pero con el resto de las series no, bien, algunas me han gustado el final más o menos y hay otros finales que me han decepcionado, pero me da igual, tampoco me va mucho en ellas. Me da un poco igual.

E: ¿Y entre una y otra serie te tomas un descanso o enganchas, o sea se acaba ayer una serie y al día siguiente empiezas otra?

O: Sí, enganchamos.

E: Enganchas una con otra, vale. ¿Piensas que ese rato de ver series para ti es como un premio del día, una recompensa, es un momento bueno para ti, me imagino, pero lo concibes así como tu recompensa diaria o tu premio diario?

O: Pues no, tampoco, la verdad. Ahora porque las últimas series que hemos visto sí que me han enganchado y me han gustado bastante, pero hay otras épocas que no me apetece. Yo soy muy de series, pero voy por rachas.

E: Según la serie, según te vincules a la serie, digamos.

O: Según la serie, según también mi día a día y mi momento personal.

E: ¿Y de qué depende eso entonces?, ¿qué te hace a ti tener más ganas de ponerte a ver la serie o tener menos?, ¿cuál es ese estado emocional que tú tienes en un caso y en otro?

O: Pues cuando estoy más estable, por así decirlo, a nivel emocional y bien y contenta con todo el mundo, pues me apetece más. Pero cuando tengo algún problema, ya sea profesional o laboral, no me apetece hacer nada.

E: ¿Y ni siquiera, o sea, la serie no funciona como una evasión que te quite el problema, no te funciona así?

O: No, no. En ese caso recorro a la tablet y a los videojuegos de la tablet.

E: Muy bien ¿Alguna vez te ha pasado que tú te notes que, porque la serie te gusta mucho, por lo que sea, por el motivo que sea, pierdes un poco el control sobre ti misma en el visionado de capítulos y acabas diciendo pues estoy viendo más de lo que a lo mejor hubiera debido?

O: Sí, con alguna serie me ha pasado.

E: ¿Con cuál te ha pasado?

O: Con *Lost* y con *Sons of Anarchy*.

E: ¿Y qué sentías cuando te pasaba eso, ese sentimiento de decir no me estoy controlando en ver capítulos, qué sentimientos te producía?

O: Pues en realidad pues una mezcla.

E: ¿Y te sentías mal contigo misma por eso?

O: No, tampoco, pero decía me estoy pasando aquí con capítulos porque hasta los ojos se me cierran ya de sueño todo el rato.

E: ¿Conoces o tienes a tu alrededor alguien que le pase esto con frecuencia, es decir que pierda mucho el control con las series y que bueno pues al final que sacrifique quizá algunos otros aspectos de la vida, o sociales o personales?

O: No.

E: No conoces a nadie, vale. ¿Cuando estás inmersa en una serie buscas información sobre ella?

O: Hay veces que sí, más que sobre ella sobre los actores.

E: ¿Y dónde haces esa búsqueda?

O: En páginas de series.

E: Sobre los actores porque te interesa saber quiénes son y eso.

O: Sí.

E: ¿Y hablas de la serie con otras personas?, ¿con amigos o familia o compañeros?

O: Sí.

E: ¿Con quién?

O: Pues con mi familia, porque normalmente también ven series, y también en casa. Y pues ya quien la ha visto conocido pues comentas siempre. Con mi entrenador también por ejemplo cuando nos vemos pues siempre hablamos de series, ¿qué estás viendo?

E: ¿Y recomiendas series, cuando una te gusta la recomiendas?

O: Sí, sí.

E: ¿Alguna vez participas en una conversación virtual, ya me has dicho que no tienes redes, pero de WhatsApp por ejemplo una conversación sobre series?

O: No, no, con WhatsApp tampoco.

E: ¿Alguna vez te has comprado para leer el libro sobre la serie, pero después de ver la serie, no antes?

O: No.

E: ¿Y los DVD?

O: No, solo las bandas sonoras.

E: Ah, las bandas sonoras, vale. ¿Y algún artículo de merchandising?, ya sabes que hacen tazas o tal.

O: Sí, también.

E: ¿A veces lo has comprado?

O: Sí, he comprado. Hace un año, no más, compré de *Stranger Things* una sudadera.

E: ¿Has visitado alguna vez algún escenario de rodaje?

O: No, no he visto escenarios de rodaje, no. Visité una casa, un museo de series.

E: Ah, ¿en dónde?

O: Pues en Alonso Martínez, que estuvo hace unos tres meses puesto.

E: Ah, ¿era una exposición itinerante?

O: Sí, era como en una casa tipo museo que había allí. Fue como un poco así todo de repente. Tampoco me acuerdo muy bien dónde estaba exactamente, pero recuerdo que era un tipo así, pues lo que es, de casas de Madrid, antiguas, muy chulas y estaba todo muy ambientado con la serie.

E: Ah, que bueno!!! ¿Alguna vez has desarrollado algún escrito o has dibujado cosas sobre una serie, has hecho algo gráfico o de vídeo o no sé, algún contenido sobre una serie que te haya gustado?

O: Sí, algún dibujo.

E: ¿Dibujos?, ¿sobre qué series has dibujado algo?

O: Sobre *Los Hijos de la Anarquía*.

E: Cuanto te ha gustado esa serie, ¿no? Bueno, en definitiva, ¿el ver series crees que te aporta algo en positivo, y en tal caso qué es lo que te aporta?

O: Pues en positivo, pues pasar el rato, casi coincidiendo que son ratos muertos, que si no estás viendo una serie pues tal vez estás haciendo cualquier otra cosa. Entonces yo viendo series pues matas un poco el rato, te entretienes un poco y bueno, es como que te metes en otra dimensión, en otros mundos.

E: Un entretenimiento y una evasión, ¿sería?

O: Sí, básicamente.

E: ¿Y negativo?

O: Negativo, pues que a lo mejor piensas que... A lo mejor estás pensando que si no estuvieras viendo una serie pues a lo mejor sí que estarías haciendo algo interesante.

E: O sea, un cierto sentimiento en alguna ocasión, de pérdida de tiempo, digamos.

O: Sí, en alguna ocasión sí.

E: ¿Está vinculado ese sentimiento al interés que te suscite la serie, es decir que si la serie te gusta te parece que aprovechas el tiempo, y si no te gusta parece que lo pierdes?

O: Depende, porque es que normalmente si no me gusta la serie es que la corto. Me da igual cualquier capítulo vaya, en el momento que no me gusta del todo y tal le doy un par de posibilidades y sino corto.

E: O sea, que abandonas la serie.

O: Abandono, abandono la serie.

E: ¿Normalmente en qué capítulo sueles abandonar?

O: Pues hay veces que en el capítulo 1, hay veces que en el último capítulo de la temporada decido no seguir las siguientes temporadas. Hay series que a mitad de la temporada.

E: O sea, cuando decae el interés lo abandonas y te da igual el punto en el que esté.

O: Sí, totalmente. Hay algunas veces que las he retomado al cabo del tiempo. Pero a mí eso me da igual.

E: ¿Qué es lo que te hace abandonar la serie?

O: Pues que no me enganche, que no... Pues no sé, son muchas cosas en realidad, porque hay series que sí que me han atraído y que luego he dado la vuelta, es decir, cómo me han interesado pero que luego no he seguido viendo. Entonces, no sé, eso es un poco distinto supongo.

E: Mira, ya para finalizar, ya hemos terminado casi. Yo te voy a decir cuatro inicios de frase y tú las terminas, pero con lo primero que se te venga a la cabeza, no lo pienses mucho.

O: ¿Cuatro inicios de frase?

E: Inicio, cuatro inicios. Yo inicio la frase y tú la terminas. ¿Vale?

O: Vale.

E: Con cuatro frases, pero no te pienses mucho lo que dices, lo primero que te venga, ¿vale?

O: Vale.

E: Yo te digo, para mí el fenómeno Netflix ha supuesto...

O: Un cambio.

E: Estas series para mí son...

O: Chulas.

E: La parte buena de esto para mí es...

O: Pasar un buen rato.

E: La parte que menos me gusta es...

O: Nada.

E: Muy bien, pues fenomenal. Pues está todo. Voy a cortar aquí la grabación.

Entrevista 7

David. 39 años, ingeniero. 30-05-19

Entrevistadora: E

David: D

E: A ver, David, 39 años, ingeniero. David, muchas gracias por prestarte a contestar a estas preguntas. Bueno, pues te comento que la finalidad de este estudio es puramente académica, es mi tesis doctoral y bueno, que se mantiene por supuesto el anonimato absoluto del informante y la confidencialidad de los datos que aporten, que no van a salir del ámbito de esta tesis. Bueno, pues, para empezar, ¿me puedes comentar un poco cómo empleas el día a día, cómo empleas un poco tu tiempo libre? Lo mismo en un día laboral que en un día festivo, o sea, ¿con qué te entretienes o con qué empleas el tiempo libre que tienes?

D: Pues el tiempo libre, me escasea, pero algunos días a la semana, lo que hago es salir a comer y cuando estoy en casa, ya relajado, pues una de dos, o pongo la tele de fondo (cualquier cosa, deporte, serie, programa de entrevista), o bien me dedico a leer el periódico, Twitter...

E: ¿Cómo te definirías a ti mismo? ¿Cómo una persona metódica así organizada o lo contrario?

D: Dependiendo para qué. Porque tengo para algunas cosas soy bastante caótico, pero para otras soy bastante metódico.

E: Has comentado en algún momento que veías series. En general, ¿Te gustan, te engancha alguna? Te atrapa y ves algún episodio así con más interés.

D: Pues la verdad es que he intentado tragarme alguna de las series de las mainstream. Pero no tengo mucho tiempo libre y no le dedico lo suficiente. Entonces de vez en cuando, si la serie es que es corta, que tiene pocos capítulos, que tiene un final mediamente accesible, si me puede pasar. Pero si veo que es una cosa de temporada 7, temporada 6, intento que no.

E: ¿Entonces ves las que son cortas que no te van a emplear demasiado tiempo?

D: Exactamente. Las que he conseguido ver que han sido de más temporadas son las vemos cuando tenemos más tiempo y menos cansancio. Ahora tengo dos hijas más o menos pequeñas y tenemos otras tareas.

E: ¿Y cómo ves la serie? ¿Solo o las ves en compañía?

D: Pues algunas las he visto en compañía, las he visto con mi mujer. Y otras las he visto en un viaje, por tema de trabajo. Dependiendo de la situación.

E: Claro, o sea, si estás en casa las ves acompañado, digamos. ¿Y desde qué dispositivos sueles ver la serie? ¿Televisión, ordenador, móvil?

D: Pues mira, la suelo ver en televisión. Ahora he descubierto una cosa maravillosa que es en el gimnasio. Nos han puesto como pantallas y han puesto cuentas de Netflix.

E: O sea, que ves alguna en el gimnasio incluso (alguna de las series).

D: Lo último que he visto es, prácticamente en el gimnasio, como he subido en la bicicleta me la han puesto y pues, veinticinco o cuarenta minutos.

E: Claro estás entretenido.

E: Eso es.

E: Y entonces utilizas plataformas también, o sea, en el gimnasio Netflix y en casa ¿también plataforma?

D: En casa, las series que suelo ver, pues, las he visto Netflix y tenemos Movistar. De las dos, Movistar y Netflix.

E: ¿Y qué diferencia encuentras? Porque, claro, Netflix te vuelca casi todo el contenido de la serie de una vez, mientras que Movistar te va administrando...

D: No, las series de Movistar, lo que son sus series, y casa, cuenta también de una tacada.

E: De una tacada. Sí, sí. ¿y entonces cómo te administras? ¿Ves un capítulo diario?

D: Mira, llevo... A ver, una serie que han echado... La última serie que vi una temporada completa ha sido con Movistar, son 27 episodios, y me han llevado como 3 semanas, 6 episodios. O sea, en total, hemos hecho 3 horas en una semana. O sea, no somos adictos. Excepto en Juego de Tronos que hay capítulos que si hemos hecho por verlos.

E: En el caso de Juego de Tronos habéis hecho por verlos. Y en el caso de otra serie, pues cuando el día que tenéis tiempo libre, veis un capítulo y ya está. Sin continuidad...

D: Si tenemos una película buena la preferimos antes que una serie.

E: Ajá, vale, vale, vale. ¿Y la serie a qué te parece que ha sustituido? O sea, a la tele, cuando te pones a ver serie, ¿sustituye a la tele, a lectura?

D: En mi caso, sustituye a la tele. A la tele, sí.

E: Claro, muy bien. Cuando empiezas con una serie, ¿cuándo piensas que esa serie un poquito te atrapa? Es decir, que te gusta y dices, ah, pues esta la voy a ver completa la temporada. Aunque sea en el tiempo un poco así largo que me cometas, pero ¿cuándo ves primer capítulo, segundo? ¿Cuándo ves que la serie ya te pillas?

D: Pues, tiene que haber la cosa esta que te engancha. Una trama que tú veas que sea activa. Y, por ejemplo, en mi caso, son muy friki. O sea, que sea muy descarada, que te caiga el típico gancho al final.

E: Sí, sí, sí.

D: Que te atrapa en las escenas. Sobre todo, los giros estos al final de temporada, que es una temporada abierta. Suelo esperar mucho a que la gente me diga si merece la pena. Me baso en la recomendación de la gente. Luego, cuando ya veo que la serie es buena, una trama mental que empatizo un poco con cosas que no es lo que va a pasar con cualquier cosa.

E: ¿Son recomendaciones de amigos o de compañeros?

D: Son recomendaciones de amigos y compañeros.

E: ¿Y a través de las redes también buscas? ¿O de publicidad? ¿O buscas en internet sobre la serie?

D: Sobre series alguna vez he mirado en *Filmaffinity*. Tengo una cuenta y miro a ver la valoración media. Pero generalmente me refiero a series que son series que tengan una temporada o mucho dos temporadas. 6, 7 capítulos. Porque si no me parece que es como un serial que está hecho para engancharte. No para... Creo que me hace perder el tiempo. Que no... Yo generalmente me refiero a algo que esté creado desde un principio y un fin.

E: ¿O sea tú asocias ver una serie a perder el tiempo?

D: Pues diría que... No es aprovechamiento, en cierto sentido. Pero, por ejemplo, entre una serie o una película, considero a lo mejor que la película, al estar condensada más tiempo, ha habido más esfuerzo por intentar mostrar una idea. O incluso, han sido mejores que una serie de 7 temporadas, 15 capítulos, donde al final esta serie se emite en una televisión. En muchas de las ocasiones lo que buscas es eso. Está hecho como una droga, prefiero que sea algo que se haga de alguna pequeña dosis.

E: Veo que le das mucho componente adictivo a las series, pero ¿lo ves eso en los demás, o sea, ves a tu alrededor adictos entre comillas a las series?, tú desde luego no lo eres, por supuesto, pero...

D: No, digo que antes se veía lo que echaban en la tele y ahora tienes la opción de buscar lo que quieres ver. Hay mucha gente que ese tiempo libre está viendo las series de televisión, pero no sé si adictos, no.

E: De estos que se tiran ahí viendo un montón de...

D: Por ejemplo, con Juego de Tronos sí que conozco gente que se ha pegado el madrugón a las 4 de la mañana para ver el capítulo.

E: ¿Cómo elegies la serie aparte de por duración? ¿Hay algún género o trama que te guste más?

E: Sí, me gusta así la trama... Pues mira, toco varios parámetros, no sé, una de estas que cuente con contenido ficcionado. Y esas me suelen interesar, me gustan. Pero luego el resto, pues la verdad es que últimamente he visto... No te podría decir ningún estilo, porque así que hemos visto, que más nos ha gustado sería tipo *Mad Men* o Juego de Tronos que no tienen nada que ver. Y luego la de Narcos que tampoco, pero la de Einstein, la de Picasso, es... Sí, de ese estilo.

E: Y ese momento de ver la serie, cuando la serie te interesa por el contenido que tiene, ¿tú te sientes con ganas de que llegue el momento de ponerte a verla o es un momento más del día, sin especial relevancia?

D: Sí, por ejemplo, el último viaje que estuve, me pegué en una paliza a ver una serie y he estado atrapado, la verdad, me acosté tarde...

E: O sea que ves alguna consecuencia negativa, digamos, de ver la serie así, un poco atrapado, ¿no?

D: Sí, sí, como tengo poca fuerza de voluntad, puedes necesitar mucho el café a la siguiente.

E: ¿A ti te ha pasado muchas veces esto de perder el control con la serie? De decir, no debería ver más, pero voy a ver este otro capítulo porque estoy muy interesada.

E: Lo hago más que nada muchas veces en los viajes, tampoco tengo muchas más cosas que hacer, pero sí, hay un momento en que estás ahí con el botón que te tiembla el dedo para darle y bueno, sí, yo considero que obviamente tengo un gancho completo ahí.

E: Claro, sí, y cuando te pasa eso, ¿cómo te has sentido? ¿Has sentido alguna culpabilidad como diciendo me estoy quitando sueño o sentías, me estoy divirtiendo con la serie y ya está?

D: Eh... pues eso habrá que decirlo, mañana. Pero, por ejemplo, en series de estas que he visto que me estaban gustando la trama y el giro es así de repente, me ha dado rabia y ya lo veo. Como suelo coger series que son más o menos cortas si he pecado en darle al *play*.

E: De esto que dices esto dando al *play* más de lo que debiera, a lo mejor. Eso, ¿qué sentimiento que te genera?

D: Cansancio y cuando lo corto un poco de culpabilidad.

E: ¿Te sientes un poco culpable, a disgusto?

D: Sí.

E: ¿Alguna vez ves un capítulo de alguna serie que te haya gustado y lo vuelves a ver?

D: Capítulo, no, pero sí he visto alguna serie que la he repetido.

E: ¿Qué serie has repetido y por qué motivo?

D: Hace muchos años y porque me parecía que estaba muy bien realizada y me gustó, Hermanos de sangre.

E: ¿Alguna vez abandonas las series?

D: Sí.

E: ¿Y en qué capítulo? ¿Al principio, a la mitad, al final?

D: Bueno, alguna en la tercera temporada, cuando digo pues esto no me parece que sea interesante. Y otras, por ejemplo, es en el segundo o el tercer capítulo, que veo que no me acaba de convencer.

E: O sea que le das dos tres para comprobar que te va a gustar.

D: Pues sí, según el tercer capítulo. Dos, tres. Sí.

E: Cuando estás con una serie que te gusta, te descubres a ti mismo así como pensando en la serie en otro momento, lógicamente, del día. Piensas en la serie y ¿alguna vez te sientes identificado con algún personaje de las series?

D: No, identificado no, pero sí en las situaciones, soy de comparar situaciones.

E: ¿Te sientes inmerso en la historia, en la trama de la serie cuando una serie te gusta? Es decir, ¿te evades, te sumerges en la trama?

D: Mmm...no.

E: No, eres más un espectador más lejano. ¿Alguna vez buscas información sobre la serie cuando la estás viendo (sobre los personajes, los actores, los lugares de rodaje...)?

D: Sí, sí.

E: ¿Qué es lo que sueles buscar?

D: Pues me veo la ficha de la serie, o sea, me veo la ficha a lo mejor un personaje que me suene, busco el rodaje... Si es una recreación de un momento histórico de algún lugar, busco el lugar.

E: ¿Alguna vez has visitado un escenario de rodaje?

D: Pues es que curiosamente vivo en Pinto y ruedan por aquí mucho: escenas de Cuéntame, algún anuncio.

E: Sí, lo has visto. Pero eso porque te queda cerca en tu barrio, pero no porque digas, me apetece visitar tal escenario, o porque han rodado aquí, yo qué sé. ¿Participas en conversaciones virtuales sobre series alguna vez? ¿En grupos de WhatsApp o en redes?

D: Ah, en redes sociales, hemos comentado, o sea, un capítulo de Juego de tronos, para hacer *spoilers*, hemos comentado.

E: Habéis comentado. ¿Hablas de las series con amigos o familia?

D: Sí, la verdad, sí.

E: ¿Y recomiendas?

D: Eh... sí.

E: Cuando una te ha gustado, la recomiendas.

D: Sí.

E: ¿Alguna vez has comprado el libro, o sea, la novela que ha dado lugar a la serie? ¿La has leído posteriormente a haber visto la serie?

D: En ese caso, no. No.

E: ¿Has comprado algún artículo de estos, de camisetas, tazas...? De merchandising.

D: No, yo no creo que lo haya comprado.

E: ¿Y bandas sonoras?

D: Eh... no.

E: ¿Alguna vez has desarrollado algún contenido, o sea, alguna historia, o has creado algún contenido a partir de una serie? ¿Alguna historia, algún vídeo...?

D: No. No.

E: Vale. En definitiva, ¿qué es lo que ves de positivo y negativo en las series, entonces? En tu experiencia con las series.

D: De positivo, una manera de distraerte y de construir cultura... Pasar el tiempo y entretenerse. De negativo, pues que si te gusta mucho al final es una pérdida de tiempo, porque en una serie de 6 temporadas al final te plantas en 40 horas. Muy bien, pues esto era todo. Muchísimas gracias.

E: Muchas gracias a ti, David, por compartir tu experiencia y tus opiniones sobre las series. Ha sido muy interesante.

Entrevista 8

Fernando, 47 años, director comercial. 02-06-19

Entrevistadora: E

Fernando: F

E: Hola, Fernando, 47 años. Mil gracias por atender la entrevista. Y bueno, nada más que comentarte de nuevo que la finalidad de la investigación es puramente académica, en concreto mi tesis doctoral, que está garantizado, por supuesto, el anonimato del informante y la confidencialidad de los datos obtenidos, que se utilizarán solamente para este fin. Bueno, pues empezamos si te parece bien. Cuéntame un poco cómo organizas el día a día, sobre todo la parte de tiempo libre que tienes, ¿en qué lo empleas?

F: En el fondo tengo muy poco tiempo libre porque tengo bastante responsabilidad laboral en la oficina, afortunadamente. Y bueno, pues el poco que dispongo, que es durante los fines de semana, pues el fin de semana que no me voy y no hago nada entonces es cuando me quedo viendo series.

E: Te quedas viendo series, sí. ¿Y a diario también ves series en tu tiempo libre o no te da tiempo?

F: Depende, depende. Por ejemplo, una que he seguido, prácticamente yo creo que hemos seguido muchísimos, ha sido *Juego de Tronos*. Prácticamente todos la hemos ido viendo casi en tiempo real, levantándonos hasta las tantas de la noche.

E: Claro, o sea, que sí, puedes ver una serie a diario o puedes verla en fines de semana. ¿Cuál es tu trabajo?, ¿a qué te dedicas?, ¿lo puedes comentar?

F: Sí, soy director comercial de una multinacional.

E: Y viajas mucho, me imagino.

F: Sí. Y aparte de viajar, pues tengo bastante responsabilidad numérica y de recursos humanos.

E: Me imagino. Entonces tienes poquísimo tiempo libre, ¿no? Con lo cual, ese tiempo, claro, lo utilizas un poco para entretenerte, evadirte, me imagino, del trabajo intenso. ¿Qué otras cosas haces, aparte de ver las series, para esa evasión, para desconectar un poco el trabajo?

F: Sí, salir con mi moto, bien, hacer muchas actividades y, en fin, lo que me gusta es navegar, voy a navegar todos los fines de semana que puedo. Bajo al sur y allí disfruto.

E: Que bien. ¿Te definirías a ti mismo como una persona metódica, sistemática, organizada o al contrario?

F: No, no, no soy ni lo sé hacer.

E: Y los demás...

F: No, no, no soy un cero. Oye, vivo organizado dentro de mi sensor.

E: ¿Y los demás crees que te ven así o que te ven más organizado de lo que tú eres?

F: No, no. Yo creo que además lo que pasa es que, en el fondo, como te he dicho, yo vivo dentro de mi sensor. No sé dónde están las cosas, no, no. Está todo manga por hombro, pero sé exactamente lo que tengo que hacer, cuándo lo tengo que hacer y cómo lo tengo que hacer.

E: No sabes cómo me suena eso. Mira, me has comentado que sí dedicas tiempo a las series. Vamos a ver. ¿Me comentas un poco qué series te gustan, si hay alguna tipología de serie que te gusta más, algún género o indistintamente?

F: Bueno, indistintamente. Ahora yo soy, digamos, abonado de tres plataformas. HBO, Netflix y Prime. Y de las tres tengo cosas empezadas, que luego dejas, que luego vuelves, que luego retomas, que luego sigues. O sea, ahora mismo si encendiese cualquiera de las tres, seguiría las que he dejado a medias. Tengo de todo.

E: O sea, que eres capaz de ver varias a la vez, simultáneamente. ¿Y cuando ves varias a la vez, son de trama continuada o son de estas que tienen un capítulo que tiene un principio y un final, aunque luego

llevan una trama continua de los personajes, pero bueno tienen capítulos que empiezan y terminan, como por ejemplo las de humor o las policiacas?

F: Tengo de todo. Hay algunas que si me he quedado dormido, o lo que sea, el siguiente capítulo ya lo he perdido, a no ser que digas lo vuelvo a ver que me he perdido algo.

E: O sea que sigues a la vez de todo, porque es difícil seguir varias tramas, yo creo.

F: Sí, lo que pasa es que a lo mejor lo uso como está, que también lo uso muchas veces, que es como algo que alguien me ha dado la referencia, me he dicho, vamos a ver, vamos a verla, y pues no me termina de enganchar, pero bueno, voy a ver un poco más. Y entre medias pones otras dos.

E: Ah. Vale, vale. ¿Y cuántos capítulos le das a una serie para continuar con ella? Es decir, ¿abandonas al primero, al segundo, al tercero? ¿Has dejado alguna en el último?

F: No, en el último no. Incluso hay alguna que he llegado hasta al final y he dicho “joder” ¿se queda así? O sea, que no suelo abandonar el primero o el segundo o el tercero. Suelo ver por lo menos cuatro o cinco, seguro.

E: Antes de decidir...

F: Si me engancha o no.

E: O sea, que les das bastante crédito, digamos. Porque hay quien al primero la deja rápido si ve que no...

F: Si me engancha mucho, por ejemplo, me puedo tirar la primera temporada las veintidós. O sea, realmente son siete horas entre semana o un fin de semana un día de casa, el sábado tarde me quedo viendo la televisión, al lado de mi mujer.

E: ¿Cuál es de media los capítulos que ves lo que se dice de una sentada?, ¿Y cuál es tu récord?, que veo que tienes algún récord bueno por ahí.

F: Sí tengo algún récord por ahí, pero la media pueden ser dos o tres capítulos.

E: ¿A diario o en fin de semana?

F: En fin de semana.

E: Sí, claro. Sí, sí.

F: A diario puedo ver uno, pero en fin de semana veo dos o tres. En alguna ocasión he visto de una serie ocho capítulos de la primera y dos de la segunda, en un fin de semana.

E: Sí, sí. Y esas series habrán sido, me imagino, memorables, ¿no? No lo harás con muchas, serán series que realmente te gusten y tal.

F: Sí, pero la última era lo que te he dicho. Yo empecé a ver *Juego de Tronos* en la temporada quinta, que eso quiere decir que ya habían pasado tres años. Y tuvimos que ver varios episodios...

E: Y entonces tuviste que hacer.... Que es una trama bastante complicada, no es tan fácil. Entonces, aparte de *Juego de Tronos* que otras series te han gustado.

F: He visto *The Walking Dead*, he visto *Los Soprano*, he visto muchas, he visto *Warrior*, una como japonesa, no sé cómo se llama esto, de Sonic, estoy siguiendo otra de otra plataforma, y algunas de las que no me acuerdo de los títulos.

E: O sea que ahora estás siguiendo varias a la vez. Y lo que me decías de esas de decir, engancho un capítulo con otro, esas han sido *Juego de Tronos* y ¿cuáles más, que tú recuerdes que realmente?

F: *Breaking Bad*, *Juego de Tronos*, *Los Soprano*, *Insiders*...

E: Sí, o sea las que me has nombrado al principio son las que has consumido, digamos, la temporada más rápido. Vale, fenomenal. ¿Cómo escoges la serie que vas a ver?

F: Pues muchas veces por el tráiler. Luego leo, me habla mucha gente, y comentas y qué tal, pues mira me ha gustado, de qué iba, te contaré un poco de la fotografía, pero no te contaré más. Me gusta ver mucho los tráilers.

E: Sí, sí, por los tráilers y recomendación de amigos básicamente, no de familia. ¿Recomiendas tu...?

F: La de Pablo Escobar. Sí, sí, la de *Pablo Escobar*, que no te he dicho. La de *Stranger Things*.

E: O sea, que veo que no hay un género realmente.

F: No, no hay un género.

E: Te gusta lo mismo la histórica que la ficción, que te gusta todo. Sí. Acción, ...

F: Lo que más me suele gustar, en general es si me pones una, si dices esto es un hecho verídico y ya me entrego mucho más que si es como ficción, ¿sabes? Sí, sí, sí. Aunque luego la película, la mitad de las cosas, pues no sean verdad.

E: Bueno, al final está novelada, sí, efectivamente, pero bueno, sí, sí.

F: Pero a mí me dicen que esto es un hecho verídico y me encanta mucho más. Cualquier película, cuando me dicen que esto ha pasado, no sé qué, yo lo recuerdo y me lo creo mucho más. O sea, me entrego mucho más que cuando voy y digo, ah, pues esto es mentira.

E: ¿Qué dispositivo usas para ver la serie?

F: Tengo una televisión de 65 pulgadas.

E: ¡¡¡Bueno!!!, entonces ves cine, no tele, vamos. Ves cine.

F: Sí, tengo una televisión muy grande, 4K.

E: ¿Y cuando viajas ves también alguna serie?

F: Tengo una tablet, pero no la veo nada. Sino es el periódico, o tal; si acaso en algún vuelo de estos que son largos, pero sino no.

E: Y en el fin de semana, ¿cuál es el momento del día de ver la serie?

F: Pues, después de comer, normalmente.

E: ¿Y entonces las ves solo en principio?

F: Más bien con mi chica.

E: ¿Con tu chica a veces?, ¿y a veces solo?

F: Y a veces solo.

E: O sea, o solo o con tu chica.

F: Pues sí.

E: ¿Te crea, no sé cómo decirlo, no ansiedad, estás expectante cuando estás metido en alguna serie para que llegue el momento de verla?, ¿crea esa expectación?

F: Sí, me ha llegado a crear alguna. Pues mira, te puedo poner un caso. *El cuento de la criada*. Pues he visto la primera temporada, la vi por recomendación, me gustó. Y la segunda, que al principio no me aportaba, pero de repente, por lo que sea, me empezó a enganchar y me fastidió que no pusiesen la tercera. Y eso me afecta un poco.

E: O sea, que cuando acaba la temporada a veces te quedas un poco ahí... porque tienes ese sentimiento un poco de vacío, ¿no?

F: Sí, sí. Yo me siento así.

E: Pero cuando acabas una serie que te guste, ¿inmediatamente empiezas a ver otra?, ¿o ya la tienes empezada?

F: Sí.

E: O sea, no te quedas en blanco. Es que hay personas que están muy entregadas en una serie y acaban la serie y se quedan como huérfanos. Pero claro, al ver varias a la vez no.

F: Ya te digo, sí. Porque también es por eso que puedes intentar ver tres a la vez, aunque al final sea un poco infantil.

E: **¿Alguna vez ves algún capítulo que ya has visto de la serie?**

F: ¿Repetir?

E: Sí, sí.

F: No.

E: **No repites ningún capítulo. ¿Y temporada completa menos, vamos me imagino?**

F: Nada.

E: **Muy bien.**

F: Hay tanto para ver que para qué repetir, ¿no? Yo creo que tenemos un exceso de oferta.

E: **Claro, claro. Hay tanto para ver que por qué repetir.**

F: Sí, sí, sin duda. Es que está claro. Yo tenía una consola, ¿vale?, la cual al piratearla podía jugar a todo lo que quisiera. Al piratearla cuántos juegos tenía, creo que 200 o 300 juegos. Y me dicen, ¿has jugado a todos? Y yo digo, no.

E: **Es verdad que tenemos ahora una oferta ... Si, si es verdad, es verdad. Tenemos... Lo que pasa es que son muy buenas normalmente. La verdad es que hay algunas que son francamente buenas. A ver, ¿te identificas, o sea, cuando estás viendo la serie, te sientes inmerso en la trama o estás un poco pensando en otra cosa?**

F: Hay de todo. Hay momentos en que las series me han enganchado, y otros que hay un problema o un tema, y hay veces que no. Pero si la serie es buena, normalmente sí me engancha.

E: **¿Y con los personajes te identificas? ¿Alguna vez te ves identificado con algún personaje?**

F: Sí, absolutamente.

E: **¿Recuerdas qué personajes te han creado ese vínculo?**

F: El último, por ejemplo, en *Juego de Tronos*, yo me considero como el “enano”. Soy igual que el enano. Igual que el enano, vamos. Yo creo que con cualquiera que le guste negociar. que sea un “busca vidas”. Yo también soy un “busca vidas”. ¿Tú cómo te defines?, yo como un “busca vidas”.

E: **¿Entiendes la serie como una especie de premio al final del día, como una recompensa después del día, o no lo ves así?**

F: Yo no, porque creo que me doy bastantes recompensas. Afortunadamente me doy bastantes recompensas conmigo mismo.

E: **¿Y a qué han sustituido las series?, es decir es un fenómeno relativamente reciente, ¿no? Antes qué hacías con ese tiempo que dedicas a las series, leías o ...**

F: No, yo creo que lo mismo, pero con películas de cine. Siempre he estado viendo películas.

E: **Veías cine. ¿Y cuántos años puede hacer que estás viendo series con regularidad?**

F: Yo poco. O sea, desde que tengo HBO, desde hace un año o dos años. Yo nunca he tenido HBO ni otras plataformas antes. O sea, son cosas que yo nunca he tenido antes, hasta hace dos años.

E: **O sea, que no llevas muchos años con el tema de las series. Me decías que tu recibías recomendaciones y tal. ¿Tú también recomiendas?**

F: Sí, claro. Hablo con Daniel y le preguntó o comentó qué tal ésta, pues mira ya llevamos seis capítulos y no te creas...

E: **¿Y alguna vez miras la calificación que hacen los usuarios en estas...?**

F: No.

E: No, eso no te interesa. ¿Participas de alguna conversación virtual sobre series?

F: No. Nada.

E: ¿Te has comprado alguna vez los DVDs? Pero habiendo visto la serie, ¿eh?

F: No, no, nada.

E: ¿Y la banda sonora? ¿Te la descargas en Spotify o algo así?

F: Descargo alguna canción y tal, sí he escuchado... pero tampoco de la película entera. A lo mejor me gusta la canción de la serie, pero no me meto a descargarme la banda sonora de la película o la banda sonora de la serie.

E: ¿Has visitado alguna vez algún escenario de rodaje de una serie?

F: No.

E: ¿Y alguna vez has hecho algún contenido basado en la serie como pues escribir alguna historia con los personajes o...?

F: Nada. Si acaso hablando.

E: Nada. Vale. Si acaso hablando, pero no desarrollando un contenido, digamos. Pues ya estamos terminando. En definitiva, ¿qué es lo que te parece que te aporta en positivo el tema de las series?

F: Pues, de alguna manera, tener una cantidad de ocio a tu alcance, que ha sustituido al rollo de los videos para ver una película, que hay que devolverlos.

E: Claro, claro, claro. Sí.

F: Yo he pagado penalizaciones en mi vida, pero no ni una ni dos ni tres, muchas. O sea que te llamaban, no sé qué, que no estoy, todo eso. A mí me ha facilitado la vida.

E: Claro, o sea que esta autoadministración, digamos, te ha venido muy bien. ¿Y alguna vez cuando estás con esa serie que te gusta mucho te da la sensación de que cuando enganchas así un capítulo detrás de otro, que eso lo hemos hecho todos, que pierdes un poco el control?, ¿te gustaría ponerte a hacer otra cosa, pero dices no, voy a ver otro capítulo porque no me aguanto al saber qué va a pasar?

F: Puede ser que te conviertas en un poco "yonki", ¿no?. Sí, eso puede pasar. Pero bueno, yo creo que en el fondo muchos de nosotros somos más "yonki" de lo que queremos en muchos sentidos.

E: ¿Seguro?

F: Sí. A ver, si estás a comer o a beber y que está bueno y dices no voy a comer más, pero lo sigues comiendo. En el fondo, yo creo que la naturaleza humana en general somos un poco "yonkis".

E: O sea que no te ha creado nunca ningún cargo de conciencia ni sentimiento de culpa de decir, uy madre, tendría que haber hecho otra cosa, pero me he quedado aquí viendo la serie.

F: Mira, esto no me ha creado cargo de conciencia. Ahora, por ejemplo, estar jugando a la consola o tal, y yo seguir, seguir y seguir, mirar el teléfono y decir, hostia, las cuatro de la mañana, y me tengo que levantar a las siete! Me he puesto a mirar las noticias a las siete y he creído que no me encuentro bien. Y seguir así hasta dos días. Eso sí me puede dar un dolor de conciencia.

E: Pero el ver las series el fin de semana eso ya no. Has sentado la cabeza. Pero el ver un fin de semana varios capítulos una tarde no te crea ningún sentimiento de falta de control, ni de nada, vamos.

F: No, me gustaría a lo mejor, pues eso en vez de ver seis capítulos tirados en un sillón, pues ver cuatro, irte a correr una hora, y hacer esas dos cosas, ¿no? Yo creo que soy así, pues cuando me da por correr pues correr todos los días de la semana. O sea, me considero un poco, eso, que cuando me da por algo me da fuerte. Y bueno y cuando dices ya, es ya.

E: Es que la inmediatez es un rasgo del siglo XXI, vamos, dicen, o sea que estás totalmente al día, entonces.

F: Es mi trabajo, yo trabajo en una empresa de servicios, y es lo que ves ¿no? En los servicios de mantenimiento de hospitales, que tengo clientes que están a las 24 horas del día, los 365 días del año, cuando tienen un problema lo quieren ya.

E: Claro, lo necesitan.

F: Yo creo que se me ha pegado, que muchas veces dices que exageración, que si no tienes esto ya que no pasa nada, que puede ser mañana, pero yo creo que se me ha pegado.

E: Claro, sí, sí. Es verdad que el trabajo contagia, sí, sí, los aspectos del trabajo contagian al resto, sí, sí. ¿Y por qué crees que... qué debe tener una serie para que te enganche, para que te mantenga, para que veas varios capítulos, para que te apetezca no dejar de ver? ¿Qué es lo que tiene que tener, qué ingredientes?

F: Depende mucho, para mí, depende mucho de la trama, depende mucho. Si es de humor, que dé con el mismo tipo de humor que tú tengas, puede ser muy guapa, pero si no tiene tu tipo de humor, unas son de un humor más negro, otros tienen un humor más fácil, un humor claro que me interese. Si tiene un humor que sea poco ágil o un humor muy básico, en cinco minutos estoy diciendo vaya por dios.

E: Claro: Las que has citado no has citado yo creo ninguna de humor, vamos, me parece.

F: Sí, bueno, tienes por ejemplo la de *Cheers*. Yo al final creo que cualquier otro tema que sea una historia, que tenga una trama que sea compleja y demás, o sea, que una trama un poquito, digamos, profunda, compleja, con unos personajes bien contruidos, es lo que al final te...

E: O sea, una trama digamos un poquito compleja, profunda, con unos personajes bien contruidos es lo que al final te ...

F: Claro. Hay series como *Stranger Things*, *Homeland*, ... ¿Cuántas temporadas hay de *Homeland*?

E: Son siete.

F: Yo sólo he visto las primeras.

E: Bueno, es que las tres primeras temporadas de *Homeland*, vamos, no sé cómo decirte, yo estaba dando clase y diciendo a ver si acabo, porque me voy corriendo. Y hay mucha gente que le ha gustado bastante la historia de *Stranger Things*.

F: La misma serie te engancha y ahí se queda.

E: Oye, y ya lo último, lo último. Mira voy a empezar cuatro frases y tú las terminas, pero sin pensar, es decir con lo primero que te venga a la cabeza, ¿vale? Esta es la primera. Para mí el fenómeno Netflix ha supuesto ...

F: ... una comodidad.

E: Estas series para mí son ...

F: Bastante buenas.

E: La parte buena de esto para mí es ...

F: Voy a repetir lo de la comodidad.

E: Y la parte que menos me gusta es ...

F: Lo típico, que es dejar de hacer algo.

E: Muy bien, muy bien. Pues está todo Fernando. Mil gracias, de verdad.

F: De nada.

E: Venga, un abrazo. Hasta luego.

Entrevista 9

Ana. 53 años, profesora. 18-05-19

Entrevistadora: E

Ana: A

E: Ana muchísimas gracias por acceder a esta entrevista. Bueno la finalidad de la entrevista es puramente académica para una tesis doctoral, y por supuesto está asegurado el anonimato de tu identidad y la confidencialidad de la de los datos que aportes, por supuesto. Me gustaría en primer lugar que me comentaras un poco cómo es tu día a día en día laborable o en fin de semana, qué es lo que haces.

A: Bueno, pues el día suele ser bastante rutinario. Trabajo de lunes a viernes. Y básicamente dedico el tiempo a mi jornada laboral, y a estar en casa haciendo bueno, pues siempre en casa hay cosas que hacer, a veces de tipo un rato al trabajo añadido y luego pues al final comprar, cosas de casa y al final siempre un ratito bueno, muy poco rato, pero de descanso personal para desconectar un poco del día a día.

E: ¿Y cómo, en qué utilizas ese tiempo de descanso?, ¿qué te gusta hacer?

A: Pues siempre me ha gustado mucho leer, pero ahora intento leer más de día y ese ratito entre semana lo dedico normalmente, pues a ver un poco alguna serie que me guste, porque la verdad es que la televisión me ha decepcionado muchísimo y no hay nada que me interese prácticamente.

E: ¿Y en día de fin de semana, en día festivo?

A: En fin de semana pues se suele dedicar bastante tiempo a quedar con amigos, a socializar, hacer alguna salida fuera de casa. Y sí, sobre todo cuando llego a casa también ver la serie, si es que estoy muy enganchada, y si no pues disfrutar de los amigos por la noche y descansar.

E: ¿Cómo te describirías a ti misma?

A: Pues una persona muy familiar, que disfruta mucho de su trabajo, muy sociable, y poco más.

E: ¿Y te describirías como una persona muy metódica, muy organizada o, por el contrario, poco metódica, un poco más abierta a lo inesperado, a la improvisación?

A: Muy rutinaria, muchísimo. Es cierto que intento el fin de semana romper un poco esa rutina y no seguir los horarios tan a rajatabla como entre semana, pero en general soy bastante rutinaria y organizada.

E: Te describes como organizada y metódica, ¿crees que los demás te ven así también?

A: Sí, sí.

E: Vale. Entonces me has dicho que cuando tienes tiempo libre, aparte de esa socialización con amigos, etc., pues lees, algo de televisión, aunque dices que ahora te gusta menos, y ves series también. ¿Qué es lo que más ahora mismo te atrapa, digamos qué es lo que te tiene más entretenida de todas esas oportunidades de relajación, qué es lo que más te atrapa?, ¿la lectura, la serie, lo que más te engancha ahora mismo?

A: Pues lo que más me gusta es compartir mi tiempo con los demás, pero cuando estoy sola en casa para relajarme lo que me gusta es estar viendo alguna serie. Ahora creo que es la etapa de las series y es lo que más me lo que más me tira y me apetece.

E: ¿Alguna vez te has sentido como atrapada por alguna serie de esto que dices me encanta, me ...

A: Sí, sí, ese es el problema que algunas series han llegado a atraparme tanto que he sido capaz de ver temporadas seguidas en poco tiempo, incluso me ha llegado a costar un poco de sueño, con lo cual, bueno, intento dosificar, porque si no como algo me guste mucho intento verlo seguido.

E: ¿Esa sensación de estar atrapado por la serie, con qué la compararías, por ejemplo si has sido fumadora con el tabaco lo podrías comparar o es una sensación distinta?

A: Es una sensación diferente, la verdad que sí he sido fumadora y no, no ha sido una sensación de dependencia, pero sí de muchas ganas, de muchas ganas de que llegue tu momento de relajación para poder continuar con la historia que estás viendo, disfrutando pues de ese ratito tuyo. Pero no, no es una ansiedad lo que me produce, nada, es más disfrute.

E: ¿Qué tipos de series te gustan?

A: Pues variadas, pero en general las que más me enganchan son las que tienen una continuación, las que no hay capítulos independientes que finalizan y terminan en el mismo capítulo, sino que, bueno, pues te dejan un poco con la intriga de qué va a pasar. En cuanto a la temática, pues bueno me gustan las series históricas y me gustaban las series de ficción, las series de amor. Y, bueno, un poco que cuenten alguna historia personal, que tengan una parte humana.

E: O sea, más bien el drama que la comedia, digamos.

A: Sí, me gusta más el drama, aunque recuerdo una serie que fue la primera que vi que se llamaba *A dos metros bajo tierra*, fue la primera serie que recuerdo que me enganche muchísimo, que tenía parte de drama y parte de comedia, y fue una serie que, bueno, me encantó por las dos cosas.

E: ¿Y cuántos capítulos sueles ver seguidos cuando estás con una serie que te gusta, seguidos, es lo que se dice de una sentada?

A: Puedo ver dos o tres. Tampoco suelo sacar tiempo para más. Aunque bueno, si un día me pusiera igual podría algo más, pero creo que también es más que suficiente.

E: ¿Alguna vez te has visto sobrepasando esos tres?, ¿con alguna serie?

A: Pues yo creo que no, que quizás lo máximo que he visto han sido 3 horas, 3 capítulos en 3 horas, de 3/4 de hora. Eso es lo que más he visto porque las series no son tan prioridad en mi vida, entonces primero siempre tengo que cumplir con las cosas que tengo que hacer y para mí son un tiempo dedicado cuando ya me siento relajada, no suelo verlas cuando tengo algo que hacer.

E: Claro. ¿Entonces, digamos, diariamente cuánto tiempo le puedes dedicar al tema de las series?

A: Diariamente no puedo, no veo más de un capítulo.

E: Un capítulo diario.

A: Si me gusta mucho y es una serie que tiene una continuación en el siguiente y por lo que sea no la he visto, y yo tengo a disposición, pues puedo empezar a ver otro pero en el momento que ha pasado determinada hora sea yo la que controle la hora y no la serie la que me controle a mí.

E: ¿Y sueles ver a diario y en fin de semana?

A: Sí, suelo ver a diario y de fin de semana pues a lo mejor de las 3 noches del fin de semana, viernes, sábado y domingo pues puede que vea una o dos.

E: ¿Y cuál es el momento de ver la serie?

A: Pues el momento siempre suele ser por la noche.

E: Por la noche. ¿Y cómo la ves en qué dispositivo ordenador, televisión?

A: La veo en ordenador.

E: En ordenador, ¿en qué lugar?

A: En mi habitación normalmente.

E: Vale, y ...

A: Perdón, si la veo yo sola. Si ya voy a verla con alguien conectamos el ordenador a la tele.

E: A la tele.

A: Si la veo yo sola en el ordenador.

E: ¿Sueles más bien verla sola o acompañada?

A: Sola. Porque muchas veces los tiempos no son los mismos los que tenemos para ver, y aunque estemos viendo la misma serie dos personas o la puede ver con una de mis hijas, pero al final ella tiene un tiempo para verla, yo tengo otro, y no coincidimos, pero sí comentamos.

E: ¿Qué plataformas sueles utilizar?

A: Pues estuve un tiempo utilizando una plataforma que me prestaba mi hermano que se llamaba Kodi. Y luego ya bueno pues me agregué a Netflix. Y después me di de baja en Netflix y ahora con HBO, terminando la temporada.

A: Vale.

E: ¿Algunas veces ves varias series a la vez?

A: Pues sí, cuando una serie la emiten un día a la semana siempre tengo otra serie que me recomiendan o que leo una buena crítica en Filmaffinity, que es la página la de la que me suelo fiar bastante. Y, bueno, pues los otros días de la semana la veo.

E: O sea que si estás con dos series o más es porque una no la administras tú el contenido, es porque te dan el contenido administrado, o sea, te dosifican un capítulo semanal. Y si tú te puedes administrar, no, no tienes dos a la vez.

A: No, no, probablemente no.

E: Vale, vale. ¿Cuánto tiempo tardas en ver una temporada, por ejemplo, de una serie de estas de 10 capítulos o así?

A: Pues muy poco, o sea, pues una semana.

E: ¿Y de qué depende ese tiempo?, ¿hay algunas que te las terminas primero o tal según te guste, según ...?

A: Sí, es que no es lo mismo cuando tienes varias temporadas que no has visto, tú te puedes administrar entonces. Bueno, pues según el tiempo del que dispones entre semana no suelo ver más de un capítulo y a lo mejor el fin de semana sí puedo ver dos o tres.

E: ¿Y en qué momento dirías que la serie te atrapa, dices ay, ya como me gusta, esa sensación de estar involucrado con la serie, en qué momento, qué tiene que suceder en la serie, en qué capítulo sueles estar?

A: Es que depende mucho de la serie.

E: Claro.

A: Pero bueno en realidad suele ser pronto, si no directamente si hay alguna serie que no me ha atrapado, incluso cuando me han dicho que es muy interesante, no he seguido viéndola cuando han pasado cuatro o cinco capítulos y he visto que no me ha gustado. Me tiene que atrapar.

E: ¿Cómo escogen las series que vas a ver? Has dicho que consultas Filmaffinity.

A: Sí, amistades o compañeros de trabajo o de familia, las dos cosas.

E: ¿En redes también consultas en redes sociales?

A: No.

E: ¿Y publicidad de la serie?

A: Publicidad de la serie yo creo que tampoco. Tampoco me llama la atención.

E: O sea, principalmente, esas páginas de recomendación.

A: Sí.

E: Y las recomendaciones boca a boca de las personas que están a tu alrededor. ¿Cuáles dirías que son las series que más te han gustado?

A: Las series que más me han gustado. Pues me ha gustado mucho *A dos metros bajo tierra* en su momento. Fue la primera vez que vi una serie seguida y la primera vez que tuve la sensación de no ver la televisión, cualquier cosa durante un par de meses quizá o más. Me ha gustado mucho *Juego de tronos*. Me ha gustado *Homeland*. Me ha gustado *Vikingos*. Pero también me han gustado series pues quizá más románticas como *Poldark*, la versión nueva, como *Outlander*. Ahora estoy viendo bueno un poco por entretenimiento, que no me engancha demasiado pero es bueno una forma de relajarme entre semana, un rato sin ver la tele ni leer que estoy demasiado cansada, pues estoy viendo una que se llama *Manifest*. Pero bueno tampoco, soy consciente de que no es una serie magnífica, pero bueno es un rato distraído que prefiero a ver la tele.

E: ¿Esas series que dices que te han gustado, las que más de todas las que has visto, tienen alguna cosa en común, o la trama o algo de un personaje o no sé la realización, algo que tenga en común que digas, me gustan, me ha gustado por esto? O sea, cuál dirías que sería el motivo de ser esas las series que eliges.

A: Es cierto que no son series actuales y sin embargo estoy acordándome ahora que también hay otra serie que se llama *Rastreador* que me ha gustado mucho y es más actual. Pues no sé si es el punto de conexión, sí que es verdad que parecen no muy actuales, no muy de estos momentos. Pero bueno, en realidad no sé en dónde me ha gustado esa actual, así que no, no sé, no, no. No creo que tengan ningún punto en común. No, la historia, la trama, a veces la puesta en escena, a veces me ha gustado más el guion. Sobre todo, quizá, bueno, pues las ganas de seguir viéndola, o sea ese enganche que te produce, qué va a pasar con esta familia, con esta persona y que me sorprenda por supuesto, fundamental que me sorprenda y no tenga claro qué va a pasar, porque cuando una serie sabes o una película que va a pasar, cómo va a terminar pues eso no me gusta, me gusta que me sorprenda.

E: ¿Cómo es un poco la rutina de ver la serie?, ¿cómo es un poco el antes, el durante y el después?, ¿cuál es un poco el sentimiento?

A: Busco un momento de relax, o sea al terminar de cenar de recoger, cuando ya parece que la casa se queda en calma, cuando ya dices venga ya llega mi momento del día y voy a olvidarme, me voy a centrar y concentrar en relajarme y en disfrutar de verla, pues, pues simplemente voy a mirar aquí con el ordenador, y bueno con muy poca luz para relajarme mucho física y mentalmente.

E: O sea, que lo entiendes como una especie de recompensa, como tu premio diario, digamos.

A: Pues quizás sí. Quizás sí, es ese ratito mío, que dedico a las series, que luego me gusta comentar con los demás al día siguiente. Pero es mi recompensa sí de relax.

E: ¿Alguna vez has visto dos veces o más un capítulo de alguna serie?

A: Entero no, algunas escenas sí. Que no he prestado atención o no he sido capaz de recordar. una frase o no la he oído bien o ha habido una escena que me ha llamado mucho la atención, sí que al terminar el capítulo he vuelto. Pero capítulo entero difícilmente, solo lo hago si me lo pide alguien especial, me dice oye vamos a ver esto porque me gustaría mucho ver esta serie, quiero que la veamos, pero sino no, no suelo repetir.

E: O sea que si repites es algún trocito, pero porque algo a lo mejor no te has enterado bien, no es por volver a revivir el capítulo.

A: No.

E: Vale, ¿Alguna vez te has sentido, o cómo te has sentido al acabar la temporada? ¿En algún momento has sentido...?

A: Pues sientes un, pues unas ganas de decir, bueno, y ahora queda 1 año probablemente para volver a verla, pues los primeros días estoy inquieta y suelo buscar cuándo la van a hacer, ¿la han grabado?, cuándo la van a emitir, y luego se me olvida, la realidad del día a día hace que se me olvide, pero bueno, es algo que tengo ahí. Por ejemplo *El cuento de la criada* es otra serie que me ha gustado mucho y no he nombrado antes; bueno pues ahora sé que debe estar a punto de comenzar la tercera temporada y sí estoy pendiente, pero he pasado muchos meses en los que no me acordaba.

E: O sea que si hay una cierta frustración inicial o ansiedad inicial cuando acaba, pero que luego se va apagando, vale. ¿Cuándo acabas una temporada te buscas rápidamente otra serie para ver o te tomas un descansito y dices, pues ahora me tiro unos días sin ver ninguna serie?

A: Bueno, quizá unos días sí, sobre todo cuando es una serie que tenía a mi disposición y siento que he abusado un poco de que me ha quitado un poco de sueño, he visto más de 2, 3 capítulos, que tampoco me gusta, pues en cuanto termine voy a estar una racha leyendo más, unos días, unas semanas y luego vuelvo a buscar otra serie, pero, pero bueno, intento más calmado.

E: Vale. ¿Alguna vez te has identificado con alguno de los personajes de las series?

A: Identificarme personalmente no.

E: ¿Has pensado en él, lo tenías en la cabeza en algún momento?

A: Sí, sí, eso sí. Claro, cuando estás muy muy metido en una serie es inevitable, sobre todo cuando comentas con los demás, parece que cuando hablas de los personajes están sacados de personas que son de tu entorno, entonces comentas con una confianza lo que ha ocurrido que realmente es curioso.

E: ¿Con qué personaje te ha pasado eso?

A: Por ejemplo, pues con personajes de *Juego de tronos*. Nos ha pasado en el trabajo o en la familia, de comunicar capítulo a capítulo durante la mañana siguiente unos minutos que te ha parecido y este ¡qué barbaridad! y qué va a pasar. Y luego quizá con *Vikingos*, que hay gente que también le ha gustado mucho. Con *Homeland* también he hablado de esos personajes.

E: ¿Y tú personalmente te has identificado, es de esto que dices este personaje me gusta especialmente o tiene rasgos que se parecen a mí, o ha vivido alguna cosa como la que yo he vivido, no sé alguna identificación de algún tipo?

A: Pues quizá en alguna serie me he puesto un poco su lugar, o he dicho actúa este personaje pues de una forma en la que yo me he identificado, pero no es algo que me ocurra habitualmente. No, no me identifico mucho con los personajes. No me identifico con ellos.

E: ¿Cuándo estás haciendo otras cosas en tu en tu vida de vez en cuando piensas en la serie?

A: Los primeros días cuando he estado muy enganchada a algún capítulo, por ejemplo, ahora *Juego de Tronos*, que es una época en la que todo el mundo estamos con el final pues es verdad que comentamos en el trabajo, que es donde paso muchas horas, pues sí que me he acordado, y hacemos alguna comparación, pero vamos normalmente me olvido rápidamente.

E: Sí, pero una cosa es el comentar con otros y otra cosa es cuando tú estás haciendo algo, conduciendo algo que no te requiere mucha concentración que se te vaya la cabeza a pensar en la serie, eso es a lo que me refería. No, no comentar con otros, que además ya me habías dicho que sí.

A: Que se me vaya la cabeza a la serie, que recuerde algo de ella.

E: Que recuerdes.

A: No demasiado, no.

E: Sin embargo, ¿cuando la estás viendo te metes en la historia?

A: Muchísimo, muchísimo.

E: Te encuentras inmersa en la historia.

A: Sí, sí. Soy capaz de estar un tiempo, un día, un par de días, pero luego lo vamos a olvidar.

E: ¿A diario cuando te vas a poner a ver la serie tienes ganas estás deseando que llegue ese momento?

A: Cuando es una serie que me gusta mucho sí, sí. Y disfrutarlo. Sí, sí.

E: Normalmente dices que controlas el ritmo de la serie que tú te dosificas bien y tal. ¿Alguna vez te ha parecido que has perdido el control?

A: Alguna vez un poquito he dicho venga, voy a ver otro cuando no debería hacerlo porque siempre ha sido a costa del sueño y eso es lo que no me gusta, no controlarlo.

E: ¿Y esa sensación que tenías qué era agradable?, desagradable, de decir estoy viendo más ...?

A: La sensación de perder el control siempre es desagradable, pero lo que he disfrutado en el camino ... me gustaba.

E: ¿Y le diste importancia a esa situación?

A: No le he dado importancia porque ha sido muy puntual, ha sido en un par de ocasiones.

E: ¿Con qué serie te ha ocurrido?

A: Pues me ha ocurrido con *Vikingos*, de verla y volverla a ver. Y me ha pasado con series que yo he podido administrar el tiempo, no que han puesto un capítulo a la semana.

E: No. Claro, claro. Sí, sí.

A: Me ha pasado ... no con muchas series, pues con *Vikingos*, quizá sí me ha pasado con *Outlander*, no con muchas más. El resto yo creo que las he visto un capítulo semanal. Me parece que *El cuento de la criada* también cuando la empecé a ver ya habían emitido la primera temporada y también vi más de la cuenta, pero vamos no recuerdo otras series.

E: ¿Y cuando te ha pasado eso te sentías un poco incómoda?

A: Sí. Me siento incómoda, claramente no me gusta.

E: No te gusta.

A: No me gusta no controlar. Que me puedan las ganas de ver una serie a mis horas de sueño no me gusta mucho.

E: ¿Y en fin de semana alguna vez una tarde o algo te pones así a ver varios capítulos que dices bueno hasta donde llegue?

A: No, yo creo que no. No lo he hecho. Lo que sí a lo mejor es que si he estado en casa pues me ha costado antes o metido en la cama con el ordenador antes o me he puesto antes de lo habitual. Pero por la tarde suelo dedicar el tiempo a otra cosa.

E: Vale. ¿Y cuando estás inmersa en una serie, en mitad de la serie que te está gustando, buscas información sobre ella?

A: Sí, sí.

E: Sí. ¿Y qué es lo que buscas?

A: Pues busco cuando va a ser la siguiente temporada. O bueno, también he buscado alguna vez opiniones de momentos especiales. Pero vamos, no, no, no muchos. Así es más información de cuándo van a rodar capítulos o cuándo van a emitir la siguiente temporada más que otro tipo de información.

E: Hablas de ella con la familia, los amigos, los compañeros. Sí, eso ya has comentado que sí.

A: Sí sobre todo con los compañeros a los que pedimos recomendaciones. Oye dime alguna serie que te esté gustando mucho, pues porque sabes que ya coincidís en los gustos. Y con la familia. Por cierto, me acabo de acordar de otra serie que me ha rechiflado y que me ha hecho perder horas de sueño, *Peaky blinders*, una de las que más me ha gustado.

E: ¿Y recomienda series tú también?

A: Sí, sí, las recomiendo.

E: ¿Participas alguna vez en una conversación virtual sobre series?

A: No.

E: Eso no las hecho nunca. ¿Has comprado algún artículo de alguna serie, o sea DVD, algún artículo de estos de merchandising?

A: No, no.

E: **Tampoco te has integrado nunca en una comunidad virtual de la serie, entiendo.**

A: No, tampoco.

E: **Tampoco. ¿Has visto algún escenario de rodaje?**

A: No, pero bueno es una cosa que alguna vez he comentado con gente que me ha dicho pues he estado viendo el escenario, por ejemplo, de *Outlander* en Escocia y digo, ah pues sería curioso verlo.

E: **O sea, que a lo mejor sí te gustaría visitar, o sea, no lo has hecho, pero a lo mejor si te dicen ir allí, no sé a Craig na Dun de *Outlander*, o lo que se ha rodado en Andalucía de *Juegos de tronos*, ¿a lo mejor no descartas que pudieras verlo?**

A: Sí, pero vamos no me llama la atención.

E: **No te llama. ¿Alguna vez has hecho algún contenido propio a partir de una serie, es decir ha redactado algún escrito o has redactado una historia?**

A: Pues sí, sí. Curiosamente con una amiga que nos gusta mucho *Juego de tronos*, cuando leí en su boda bueno pues ella y yo nos llamamos Khaleesi y la nombré por ese nombre porque nos llamamos así habitualmente

E: **¿Os identificáis con el personaje de *Khaleesi* en *Juego de tronos*?**

A: Bueno, no nos identificamos, pero sí que alguna vez pues nos ha hecho gracia que fuera una mujer tan fuerte, sobre todo las primeras temporadas porque parece que ya al final le ha salido la vena loca de la familia Targaryen y ha perdido la cabeza, pero cuando era una heroína bueno, pues nos gustaba llamarnos así la una a la otra como un apodo, bueno pues como un halago.

E: **Muy bien. Ya estamos terminando. ¿Qué es lo que te aporta en positivo las serie, el ver series?**

A: Bueno, pues creo que es una forma de entretenimiento en la que aparte, creo que leer es todavía más positivo porque la serie la imaginas, pero cuando estás viendo una serie de alguna manera te estás metiendo dentro y estás viviendo la trama. Entonces me aporta un poco la desconexión de la realidad.

E: **¿Y efecto negativo encuentras alguno?**

A: Efecto negativo, pues que si no eres capaz de controlar tu tiempo puede hacer que otra serie de cosas que son muy buenas en la vida, importantes y necesarias te lo hagan perder.

E: **Has nombrado el sueño, que a veces dices he visto algún capítulo más y me he quitado, ha sido a costa del sueño. ¿Alguna vez has comido peor, a lo mejor te has alimentado peor por ganar tiempo para ver la serie, o has prescindido de un acto social de quedar con amigos, por ver una serie?**

A: No, no he llegado a eso.

E: **Vale. Y ya para terminar te voy a decir el comienzo de una frase y tú me dices en el menor tiempo posible cómo continuarías. ¿Vale?**

A: Vale.

E: **Para mí el fenómeno Netflix ha supuesto ...**

A: Pues un momento muy agradable en mi vida a añadir.

E: **Estas series para mí son ...**

A: Inolvidables.

E: **La parte buena de esto para mí es ...**

A: Desconectar del mundo real.

E: **La parte que menos me gusta es...**

A: Cuando he llegado a perder sueño alguna vez.

E: Y ya por último, ¿crees que alguna persona de tu alrededor llega realmente a tener un comportamiento de enganche excesivo a las series?, ¿crees que en algún momento se podría llamar entre comillas una adicción?

A: No, la verdad es que no.

E: ¿No tienes a nadie alrededor que este en ese punto de decir el enganche es que ya supera un poco una cierta barrera?

A: No, la verdad que no.

E: Nada.

A: No, con las personas que me relaciono habitualmente ven las series a mi ritmo, más o menos similar. Pero bueno nadie supera una barrera.

E: Muchísimas gracias por tu tiempo, hemos terminado.

A: Gracias a ti, muchas gracias.

Entrevista 10

Mario, 58 años, militar. 01-06-2019

Entrevistadora: E

Mario: M

E: Mario, 58 años. Bueno, Mario muchísimas gracias por acceder a hacer esta entrevista que, como ya te he explicado, tiene una finalidad puramente académica, que es mi tesis doctoral, y obviamente está garantizado el anonimato del informante y la confidencialidad de los datos que se aportan. La entrevista va a ser grabada. Mario, querría en principio que me comentaras un poco en qué empleas el tiempo libre, o sea, en el día a día, en el día laborable, ese tiempo que nos queda, ¿a qué lo dedicas? O en un fin de semana o en un día festivo, ¿a qué dedicas el tiempo de ocio?

M: Pues, normalmente hago algo de deporte. Compagino algo de deporte con salir a pasear, con la televisión, en algunas ocasiones, o con leer también, en fin, hago varias cosas en mi vida.

E: Ajá. ¿Qué programas de televisión ves?

M: No veo televisión, normalmente acudo a los mensajes de las plataformas que tenemos, como Movistar o Netflix o cosas de este tipo, y no sigo televisión normal, sino que hago planes, de series, o películas, o algún programa de un grabado que es interesante, pero no sigo canales normales.

E: Vale. Si te tuvieras que definirte a ti mismo, ¿te definirías como una persona organizada y metódica, o al contrario?

M: Sí, sí, organizada y metódica.

E: ¿Tú crees que los demás también te ven así?

M: Yo creo que sí.

E: Bueno, me comentabas que veías series de plataformas, ¿verdad?

M: Sí.

E: ¿Qué tipo de series te gustan?

M: Pues la verdad es que es muy variada. No me gusta la comedia, me aburre. Prefiero cine negro o las que tienen policías, raras, pero también las históricas me gustan mucho. No estoy sobre un determinado tema. La temática, con independencia de la época en la que se basaba o de las historias generales, que sea interesante.

E: Vale, y ¿cómo escoges las series que ves?

M: Pues normalmente escojo ya las series que son populares. Y entonces pues me dejo guiar un poco porque la verdad es que en el grupo de series y de películas que existen en las plataformas ya hay de las que más me gustan. Y bueno, porque hay que tener una cierta organización para no perder el tiempo e ir más a los gustos de uno.

E: Claro, y ¿te sueles informar o sigues algunas puntuaciones estas de usuarios o algo cuando vas a elegir...?

M: No, no. Normalmente en estos sitios junto con la prensa regular, bueno que existen apartados de la prensa en donde siguen los programas de televisión y las series, la veo diariamente en internet, bueno y si la la temática real me parece interesante, y eso es lo que hago.

E: ¿Y eres sensible a la publicidad? A veces se hace publicidad en marquesinas de autobuses o tal, por ejemplo esta última temporada de *Juego de Tronos* pues se ha publicitado mucho. ¿Te llama y piensas también, pues voy a ver de qué va esto?

M: Puede ser, puede ser que en alguna cosa sí, pero no es la forma habitual que yo manejo para acercarme a determinadas noticias. No es el cartel en una marquesina o en una parada de bus. Bien, sí, puedo verla, específicamente, sí, puedo verla y con la temática, puedo acercarme y mirar realmente de qué va, cuáles son los actores o la temática. Pero no es exactamente mi modo preferido.

E: ¿Y la recomendación?, ¿te recomienda alguien series?

M: Algún compañero, a lo mejor de trabajo, o algún amigo, sí, ¿oye has visto esta película o esta serie o este programa o este documental? y, por supuesto, si el tema me parece interesante, porque no siempre coincides con todo el mundo. Entonces, si el tema me parece interesante pues sí, sí que le doy una oportunidad a la serie.

E: ¿Sueles hablar de series con compañeros de trabajo o amigos o familia?

M: Muy raramente, simplemente cuando es una cosa que realmente me gusta la peli, sino no es un tema fundamental de comunicación. Bueno, si está justo después del programa lógicamente pues sí que hablo, pero tampoco una cosa excepcional.

E: ¿Cuándo empiezas a ver una serie de estas que escoges así porque te parece que te puede gustar, empiezas a verla y la abandonas? o sea, ¿hay series que empiezas y las abandonas?

M: Sin duda, sin duda. Si le doy una oportunidad y no está dentro de mi gusto sin ninguna pena la dejo, la abandono incluso a lo mejor en el tercer capítulo.

E: Eso te iba a decir ¿en qué capítulo haces el abandono, primero, segundo?

M: Sí, sí, hombre lo lógico es que abandonara en el primero o a la mitad del primero pues, no sé, porque no me gusta la temática o no me gusta la forma en que está narrada, pero incluso me ha pasado de dejar una serie en el tercer capítulo, decirme ya está bien, no gasto más tiempo en esto, sí, sí que me ha podido pasar. Lo normal es en el primer capítulo porque ya te das cuenta de la estética, de la forma en que está narrada la historia, entonces eso es muy personal y, bueno, pues si no va conmigo pues no sigo porque como comentábamos antes hay tanta oferta y yo tengo la suerte de tener varias plataformas.

E: Descríbeme un poco la forma en que ves series a través de qué plataformas, de qué dispositivos es decir si utilizas la tele, el ordenador, qué plataformas usas, un poco eso que hay alrededor de la serie.

M: Sí, perfectamente. A ver, yo lo normal aquí en casa es que utilice la televisión, una Smart TV pues conectas a wifi y a través de la televisión pues ves las plataformas, pero en muchas ocasiones hay veces que está la televisión ocupada o divergimos entonces pues utilizo la tableta y en ella puedo verlas. Estas son las dos formas: lo normal es en la televisión y en la familia pues llegamos a un acuerdo y vemos ésta, o si queremos ver cada uno pues o bien la televisión o la tableta y en los viajes, que también viajo, pues efectivamente utilizo la tableta en muchísimas ocasiones. ¿En qué plataformas? Bueno pues, como decía, yo soy usuario de cuatro plataformas, ¿puedo decirlas?

E: Claro, claro, sí. Sí.

M: Movistar, Netflix, Sky y Amazon Prime Video.

E: O sea que tienes acceso a toda la oferta, yo diría a toda la oferta prácticamente.

M: Prácticamente, porque ahora están abriendo más, pero son las principales. Y que tengan subtítulos en español, porque nos gusta ver las series originales, normalmente hacemos esto.

E: Sí, sí, es un detalle muy importante, claro, sí, sí ¿Y sueles ver acompañado o solo la serie?

M: Normalmente preferimos verlas acompañado. Y si no es posible o no nos ponemos de acuerdo uso la tableta.

E: ¿Y a qué dirías que ha sustituido este rato de ver la serie? ¿A la tele? ¿A la lectura?

M: A la televisión normal. No sé si es lo común, pero desde luego en mi pequeña burbuja a la televisión tradicional. Todo es a través de plataformas. También es verdad que sacó algo de tiempo a la lectura.

E: ¿Y desde hace cuántos años crees que han empezado las series a sustituir a ese rato de televisión que era habitual en la familia española? ¿En tu caso, cuántos años, o ha sido una cosa progresiva?, ¿cuándo ha empezado esa sustitución?

M: Yo creo que desde que las grandes plataformas han aparecido. Recuerdo hace años, cuando ya empezaba a estar mayor cuando, teníamos Canal + y en realidad era un canal más, codificado y ya está, pero eso no cambiaba absolutamente nada a lo que estábamos acostumbrados. La entrada de la fibra yo creo que lo que ha permitido es que se puedan ver los típicos canales, en nuestro caso en la plataforma, y al mismo tiempo ver contenidos audiovisuales masivos; entonces yo creo que es a partir de ahí; en mi caso o en nuestro caso el caso familiar estaríamos hablando de cuatro años o cinco años, porque la transición yo creo que fue con Netflix, a mí me parece que fue Netflix la primera plataforma que nosotros tuvimos. Con la aparición de Netflix en España y anteriormente cuando habíamos estado viviendo fuera.

E: ¿Y en qué sueles ver la serie?, ¿en día de diario, o sea en laborable, o en fin de semana?

M: En los siete días.

E: ¿Y cuál es el momento de ver la serie?

M: A última hora del día, de la jornada, después de cenar pues echamos un ratito en la televisión y ese ratito de la televisión que antes veía un programa generalista, el que fuera, pues ahora oye, ¿vemos un capítulo de la serie? pues venga entonces nos vemos un capítulo.

E: ¿Y en fin de semana también por la noche?

M: Sí, o al mediodía a lo mejor después de comer, como estás en casa pues hay un tiempo de descanso pues a lo mejor también, pero es menos regular.

E: ¿Y cuánto tiempo le puedes dedicar, así a diario a ver series? ¿Cuál es el tiempo que transcurre viendo la serie?

M: No sé, lo que dure un capítulo o capítulo y medio. ¿Una hora, hora y media? Podría ser eso más o menos.

E: Normalmente ves series las que son de capítulo largo, es decir, las que son una trama continuada, no series tipo comedia de estas que empiezan y terminan el episodio, es decir, que hay una historia por episodio, aunque haya luego una trama durante toda la temporada ¿no?

M: Completamente correcto.

E: La primera categoría, ¿no?, por lo que me ha parecido entender.

M: Sí, sí. No estoy en contra de la comedia, pero vamos no es mi género.

E: Claro, entonces ves series de las que tienen un contenido que continúa durante toda la temporada.

M: Afirmativo.

E: Eso es, vale, fenomenal. Y esas series pues son de un capítulo que es casi una hora, cuarenta minutos, cincuenta minutos. con lo cual digamos...

M: Tú sabes que varía entre cuarenta y cinco, yo creo que un cuarenta y cinco ya no lo ves, y últimamente ahora hay alguna serie que se va incluso a la hora y diez, son unos pocos, pero, en fin, normalmente son los cincuenta y cinco minutos, la hora.

E: Con lo cual hablamos de un capítulo diario más o menos.

M: Si, capítulo, capítulo y medio.

E: Capítulo y medio, o sea que ¿eres capaz de cortar el capítulo por la mitad?

M: Sin duda alguna, sí.

E: Y cuando acaba, o sea, los días que ves un capítulo cuando acaba el capítulo ¿te dan ganas de empezar otro?

M: Pues depende del día. Entre semana muy probablemente no, porque claro las jornadas laborales son duras y largas entonces es preferible cortarlo y ya está, pero a lo mejor en fin de semana sí que alargamos, incluso

vemos dos capítulos, alguna vez más, pero bueno porque no importa quedarte por la noche porque al día siguiente no tienes que madrugar, pues sí que incluso ya digo los fines de semana a lo mejor vemos dos capítulos o tres, depende de si está muy interesante.

E: ¿Cuál es el récord que habéis hecho de ver capítulos continuamente sin levantarse?

M: Yo creo que han sido tres de *Juego de Tronos*.

E: ¿Cuál dirías que es la serie que más te ha gustado?

M: Uff, hay muchísimas.

E: Vamos por citar alguna.

M: Hablábamos de *Juego de Tronos* aunque la última temporada no ha sido de nuestro agrado, pero en fin *Juego de Tronos*, luego nos ha gustado mucho *El túnel* la recuerdo que nos ha gustado mucho, y otra una serie de un asesinato en Estados Unidos, donde una pareja de policías buscan al asesino. En fin, esas tres así ahora que recuerde, pero vamos hay muchas, y si recuerdo ya más antiguas lo que pasa es que ya no estamos hablando de esta misma línea, de las plataformas, pero antiguas había series estupendas como la de esta de, ¿cómo se llama? la familia de los mafiosos ya me acordaré.

E: Los Soprano.

M: Sí, sí, pero no es lo mismo, porque Los Soprano la teníamos, claro ya hace tiempo, la teníamos en DVD y la veíamos a nuestro antojo en el momento que fuera, no es el mismo consumo de anteriores, no.

E: Claro. ¿Cuando acaba la serie te queda una sensación de decir, uff, ahora, como esa sensación un poco de orfandad, de decir estaba tan entretenido con esta serie y ahora se me acaba, cuando acaba la temporada, o sencillamente ya te coges otra y ya está.

M: Yo no le doy más importancia. Cuando has disfrutado de una serie es lo mismo que cuando disfrutas de un gran evento, que se haya terminado, ¿no? Pero bueno como la oferta es tan tan masiva, como decíamos antes pues supongo que no, que enseguida buscamos otra cosa o tenemos algo en la lista y la ponemos. No es una cosa, una hecatombe, no.

E: ¿Cuando acaba una serie empiezas otra inmediatamente? Es decir, si has acabado hoy esta, ¿mañana empiezas la siguiente, o dejas descansar unos días?

M: Nada, una detrás de otra. Incluso el mismo día.

E: Claro. ¿Alguna vez te descubres a ti mismo pensando en algo de la serie en otro momento del día? O sea, pensando, dándole vueltas al argumento o algo así.

M: No. Para mí la serie es un momento de soltar lastre del día y pensar atontadamente, si quieres decir así, en otra serie de cosas. No estoy pensando en la serie, a ver si llego a casa... si es esa la pregunta.

E: Sí, si pensabas en ello o te creaba alguna, vamos a decir, ansiedad entre comillas, y decir "ay que bien que voy a ver".

M: Entiendo, ¿interés por verla?

E: Si, eso es.

M: No, no. No diría que, si es buena la película, la serie en este caso, que estamos hablando, no digo que no fuera en un momento determinado que dijéramos, pues vamos a comer rápido que vamos a ver la serie. Pero no es una cosa, no, a lo largo del día no me acuerdo de ella.

E: No te acuerdas, o sea para ti sería entonces, es un momento de evasión. ¿Sería como un premio o recompensa del día, lo entiendes así?

M: Puede ser que sea así, un momento de evasión efectivamente. Un momento de evasión en donde después de todo el día que has estado metido en otras preocupaciones, pues bueno te despreocupas y es un momento antes de irte a dormir pues que sueltas y liberas.

E: Claro. O sea, tienes ganas de que llegue el momento de descansar, pero no por ver la serie en concreto, es decir eso no te genera ninguna ansiedad, digamos.

M: Si estamos hablando del tema de adicción no.

E: **No. Bueno, de adicción entre comillas.**

M: Es una forma de hablar. No, no. Y si no hay película pues no hay película, o no hay serie, no hay serie, no pasa nada.

E: **¿Alguna vez te identificas con algún personaje de la serie?**

M: No, no, no creo que me identifique. Es una pregunta con trampa, eh.

E: **No, mira cuando hago entrevistas a jóvenes hay identificación con personajes, sí que la hay, sí.**

M: Sí, sí. ¿Habíamos quedado que era joven, no?

E: **Sí, pero a jóvenes me refiero de los de dieciséis. O sea que no es tan extraño, no es tan extraño. Lo que pasa es que hay que ser casi niño para ello, me parece.**

M: Yo creo que es eso. Va a ser eso.

E: **No joven no, solamente niño. ¿Cuando estás viendo la serie, te encuentras inmerso en la trama?, ¿te concentras en la trama y estás inmerso?**

M: Sí, eso sí. Sí que me meto, y además, normalmente lo comentamos cuando hay fallos de trama que se ven totalmente diferentes. Pero esto es lógico, porque estás metido en un problema y resulta que alguien reacciona de alguna forma y no te parece lógica esa reacción, no te parece que tú, o una persona en esas circunstancias, tomara esa decisión. Entonces sí que nos metemos en la trama.

E: **¿Y luego hablas de la serie con compañeros, amigos, o con la familia, la recomiendas?**

M: Sí, lo que comentábamos antes, sí que la comentamos. Tampoco excesivamente. Y a la familia, pues, oye, ¿habéis visto esta película?, está bien, os la recomendamos esta serie. Sí que hablamos, pero tampoco es una cosa, igual que recomiendas un libro o un restaurante. Estamos viendo esto y tal, y merece la pena.

E: **¿Alguna vez has participado en alguna conversación virtual en redes sobre series?**

M: No.

E: **¿Has comprado alguna vez los DVDs de una serie?**

M: Sí, anteriormente sí. Como comentábamos, *Los Soprano* y alguna serie más, *Yo Claudio*, que la recordarás, los jóvenes no sabrán de esa serie. Lo buenisima que era. Y la tenemos guardada. Ya no tenemos DVD, pero sí los DVDs. Es lo que suele pasar. Pero desde luego, tenemos la plataforma.

E: **¿Y te ha pasado alguna vez que has comprado el libro de la serie después de ver la serie?**

M: Casi nunca, yo creo que no. Igual que pasaba, porque esto de los libros y los contenidos y las películas es bastante antiguo, no. Nunca me ha gustado leer el libro y luego ver la película o ver la película y leer el libro porque como los guionistas son libres de adaptarlo, siempre te llevas una pequeña desilusión tanto en una como en otra. Entonces, normalmente no.

E: **¿Alguna vez has visitado algún escenario de rodaje de una serie?**

M: No. Estuvimos, no sé si cuenta, cuando estuvimos en Estados Unidos en Florida, en Universal Studios sí que te dejaban ver alguno. Pero yo creo que no era ninguna de las series conocidas. Simplemente era como un sitio para que vieras dónde estaban las cámaras. Pero ir a ver un sitio determinado en particular no.

E: **¿Y la banda sonora de la serie? ¿Alguna vez te la descargas en Spotify o lo que tengas para oír música?**

M: Sí, algunas sí. Recuerdo *El Piano*, la recordaré siempre. *El Piano* sí que nos la bajamos porque era fabulosa.

E: **Sí, es verdad que lo era. Ya para finalizar. ¿Cuándo una serie te gusta mucho, habrá alguna que te haya atrapado o enganchado un poco más que otras, alguna vez has sentido como si perdieras el control y vieras más capítulos de los previstos, sobrepasando tu rutina de ver series, has experimentado algo así?**

M: Como decir, tenía que haber visto un capítulo y me he visto tres.

E: **Sí. Algo así.**

M: No, no, a lo mejor he forzado cuando la trama está muy interesante y no quiero cortarle a la mitad pues eso no lo hago porque si está interesante es una auténtica barbaridad cortar la trama, pero no, yo creo que domino...

E: **O sea que nunca te has visto perder el control. Si alguna vez ves dos o tres capítulos es porque dices tengo este tiempo y lo voy a emplear en ver la serie, pero no porque estés atrapado, para nada.**

M: Nunca me he sentido fuera de control. Si veo dos o tres capítulos, en lugar de uno, es simplemente porque tenía tiempo y decidí ampliar mi sesión de series. No es que la serie me haya atrapado de manera compulsiva, sino que prefiero quedarme en el sofá en lugar de ponerme a trabajar.

E: **Muy bien, pues estamos terminando. Para finalizar. ¿Qué dirías que te aporta en positivo ver series?**

M: Me relaja.

E: **¿Y en negativo?**

M: En cuanto a lo negativo, podría decir que a veces debería dedicar ese tiempo a algo más productivo o tangible, como corregir cosas pendientes. Sin embargo, personalmente no considero que sea algo negativo, ya que uno puede dominar el medio y no dejar que el medio te domine a ti. Además, ver series también tiene un efecto positivo que te traslada y te hace soñar en ocasiones, al igual que la lectura. Te lleva a otros mundos y lugares en los que no has estado antes.

E: **¿Alguna vez has sentido que estás perdiendo el tiempo cuando estás viendo series?**

M: Si la serie no es buena, sí.

E: **O sea, que depende de que la serie te guste, vamos.**

M: Si la serie es buena, con buenos actores, una trama bien grabada y en la forma que a uno personalmente le gusta, no siento esa sensación de pérdida de tiempo. Sin embargo, si la serie no cumple con mis expectativas, hay ocasiones en las que pienso que no debería haberme enganchedo a ella porque no me gusta.

E: **Muy bien. Ya para finalizar. Voy a comenzar cuatro frases y tú las completas con lo primero que se te venga a la cabeza, sin pensar mucho. ¿Estás listo?**

M: Claro, adelante.

E: **Para mí, el fenómeno Netflix ha supuesto...**

M: ... un avance hacia una nueva forma de entender la televisión.

E: **Estas series para mí son...**

M: No entiendo la pregunta.

E: **Sí. Estas series para mí son...**

M: ...una evasión.

E: **La parte buena de esto para mí es ...**

M: ... que me mantiene entretenido en tiempos de ocio.

E: **La parte que menos me gusta es...**

M: ... que en ocasiones pierdo tiempo.

E: **Fenomenal, pues hemos terminado. Voy a cortar la grabación.**

M: Estupendo.

Entrevista 11

Alicia. 64 años, funcionaria. 16-05-19

Entrevistadora: E

Alicia: A

E: Alicia, buenos días.

A: Hola, buenos días.

E: Bueno, como sabes, esta como ya te han dicho es una entrevista con finalidad absolutamente académica. Por supuesto está asegurada la confidencialidad de los datos que aportas y el anonimato del informante. Te agradezco muchísimo que te hayas prestado a compartir esta información con nosotros. Y el objetivo es una tesis doctoral. ¿Estás de acuerdo con todo?

A: Sí, sí.

E: Muy bien, muchas gracias. Pues entonces vamos a empezar con que me cuentes un poco. cómo es tu día a día. ¿Qué es lo que haces en un día laborable y en un día de descanso?

A: Mi día a día, pues mi día a día es trabajar por la mañana, descanso un poquito al mediodía, vuelvo a trabajar por la tarde, y por la noche comenzar con la lectura y a ver alguna serie.

E: Vale muy bien. ¿cómo te describirías a ti misma?, ¿con qué rasgos que se te vengan a la cabeza te podrías describir?

A: Uf, no lo sé. Jeje. Es difícil esta pregunta, describirse a uno mismo. Pues no sé, una persona tranquila, dialogante, trabajadora. Un poco con gustos ... de, digamos, hacer cosas sola. Por ejemplo la lectura, o incluso el ver las series, a veces las veo acompañada, a veces no. Eso no quiere decir que no sea sociable. Pero vamos, que me entretengo bastante yo sola.

E: Te definirías como una persona organizada, metódica, ordenada o lo contrario.

A: Metódica y ordenada.

E: Metódica y ordenada. Muy bien. Entonces, después de ese tiempo que tú trabajas mañana y tarde, ¿en algún momento del día te relajas, no? ¿Con qué disfrutas?, decías que con lectura y con series, eso es lo que te hace relajarte.

A: Sí, y también añadiría la fotografía, soy muy aficionada a la fotografía.

E: O sea, te relajas, te entretienes, disfrutas, pues leyendo, con la fotografía y viendo alguna serie.

A: Y el cine me gusta mucho también, ir alguna vez al cine. Aunque tengo menos posibilidades, pero también me gusta.

E: Vale, entonces hablando un poco de las series, ¿hay alguna vez que te has sentido como muy interesada por una serie, de esto que dices, estoy deseando volver a ver otro capítulo?

A: Pues, sí, bastantes veces, sí, sí.

E: Bastantes veces. ¿Y con qué compararías esa sensación?, ¿la compararías con algo?

A: Pues sí, la compararía con una novela que esté leyendo y que me merece seguir leyendo. Pero bueno, a veces tienes que dejar la lectura y te vas, pero estás deseando engancharte otra vez.

E: Muy bien. ¿Qué tipo de series sueles ver?

A: Pues, en géneros me gustan la comedia dramática, algunas de época, de género también así policíaco. Me gustan mucho las que son de época y, sobre todo, ambientadas en los años 50; esas me gustan mucho.

E: Y cuando te pones a ver una serie, ¿cuántos capítulos ves seguidos?, digamos lo que se dice de una sentada, sin parar.

A: Pues lo máximo de una sentada dos.

E: Dos capítulos.

A: Normalmente uno, pero hay veces que dos.

E: ¿Y entonces cuánto tiempo le vienes a dedicar a las series al día, por establecer una media?

A: ¿Lo más, lo más?

E: Sí.

A: No sé, ¿qué puede durar un capítulo? Depende, depende de la serie que sea, hay algunas que son más cortas, otras más largas. No sé, no llegará a más de una hora yo creo que dedique.

E: No llegará a más de una hora, vale, ¿y eso lo haces a diario, en fin de semana, o indistintamente diario y fin de semana.

A: No, a diario, a diario.

E: ¿En fin de semana no ves series?

A: A diario quiere decir que también los fines de semana veo, pero no más. No, no veo más, no añadido más. Sigo con la misma pauta. Si por la noche veo un capítulo, el domingo, el sábado veo también o empiezo un capítulo, a lo mejor no lo acabo porque me acuesto más tarde o ... pero bueno, que sí, suelo ver un capítulo o dos.

E: ¿Y en qué momento del día los ves?

A: Normalmente por la noche.

E: Por la noche, qué utilizas para verlos, ¿televisión, ordenador, móvil,...?

A: Televisión, televisión.

E: Televisión, vale. ¿Y ves las series sola o en compañía?

A: Bueno, pues a veces sola y otras veces acompañada sí. No siempre acompañada.

E: ¿Y quién te acompaña en las series?

A: Mi marido.

E: ¿Y compartís entonces los gustos habitualmente?

A: Solemos coincidir en los gustos sí. Sino tratamos de ponernos de acuerdo.

E: ¿En dónde ves la serie?, ¿en el salón de tu casa, en la habitación?

A: En el dormitorio.

E: En el dormitorio. Por tanto, ¿es como algo antes de dormir, digamos?

A: Sí, algo así.

E: ¿Ves una sola serie y la acabas, y luego empiezas otra, o ves a la vez varias?

A: No, generalmente suelo ver una. Pero si no me engancha mucho, a veces busco otra y entonces estoy en esa fase de encontrar algo que me enganche más; pero normalmente como la serie me enganche no veo otra.

E: Ajá. O sea que tu intención es ver una sola, lo que pasa es que si no te gusta pues tienes un tránsito para encontrar otra.

A: Exacto.

E: ¿Y luego abandonas la primera que no te ha gustado demasiado o la acabas de ver?

A: Alguna vez he abandonado, sí.

E: ¿Cómo en cuánto tiempo acabas viendo una temporada disponible, por ejemplo una temporada de 13 capítulos cuánto tiempo tardas en verla?

A: Puede ser 10 días.

E: 10 días más o menos. ¿Este tiempo varía si te gusta mucho la serie y se acorta?

A: Si me gusta mucho la serie se acorta algo, sí.

E: Cuando has dicho que te que te habías sentido alguna vez muy interesada por una serie, esa palabra que has utilizado enganchada, ¿en qué momento dirías que la serie te atrapa? ¿Podrías establecer un número de capítulos?, es decir ¿alrededor de la mitad?, ¿al inicio?, ¿me engancho al final?

A: La mayoría de las series que me han enganchado es desde el primer capítulo, ya he visto que me gustaba y ya me han interesado. Alguna, más rara vez al principio no me han enganchado mucho y luego pues sí. Pero yo veo enseguida, ya desde el primer capítulo si me va a gustar.

E: ¿Y de qué depende que te guste?

A: Uff, depende, miro mucho por ejemplo el argumento, por supuesto; la buena realización, la fotografía porque como te dije soy aficionada, pues me llama mucho que esté bien hecha. Sobre todo, pues eso que me interese. Si cuentan algo. Si es algo de época también me interesa más porque te cuenta algo de historia, aunque no sea propiamente histórica, me gusta mucho la historia. Luego, bueno, actores. Puede ser que haya algún actor que me guste especialmente, y entonces pues también será por eso, pero normalmente yo los actores no es lo que primero miro. A mí para que me guste tiene fundamentalmente que tener una buena argumentación, una buena realización y una buena fotografía. Y que el tema pues me enganche de alguna manera

E: ¿Cómo escoges la serie que te pones a ver? ¿Cómo escoges una serie entre toda la oferta tan amplia que tenemos ahora?

A: Pues hago un repaso, miro la sinopsis, miro si se adapta un poco a mi gusto y me siento a verla.

E: ¿Te dejes llevar por alguna recomendación que te haga alguna persona allegada?

A: Sí, sí. Alguna vez me han recomendado. Y sí, sí, he visto esa serie por recomendación.

E: ¿Y la publicidad de la serie te llega en algún momento y te hace también interesarte por ella?

A: Pues es que no me llega mucha publicidad.

€: Bueno, por ejemplo hemos tenido mucha publicidad últimamente de la última temporada de *Juego de tronos*, por poner un ejemplo.

A: Pues no, no, en ese sentido no.

E: ¿Y las redes sociales?, ¿en Facebook lees algo de series que te diga, bueno, pues voy a ver que de qué va esta serie o tal?, ¿te interesa seguir?

A: Sí, a veces cuando me he quedado ya sin series que ver, o que tampoco me ha enganchado mucho. Trato de buscar a ver, por ejemplo, cuáles han tenido éxito y cuáles son las opiniones y me he metido por las redes y he buscado algo, sí.

E: ¿Por qué redes en concreto?

A: Pues, en Google. Alguna vez, pues, no, no, no recuerdo exactamente si alguna vez en Facebook. No, no.

E: ¿Tú eres usuaria de Facebook habitualmente?

A: Sí, ahora cada vez menos, soy más de Instagram.

E: Ajá, ¿y en Facebook alguna vez se ha hablado algo de series en tus ...?

A: Alguna vez, alguna vez ha habido algún comentario, sí.

E: ¿Cuál sería la serie o las series que más te han gustado?

A: Bueno, podría destacar varias, ¿de las últimas, de las últimas que he visto?

E: **No, no, en general, de todas.**

A: Pues destacaría *Mad Men*, *Switch*, también *La maravillosa señora Maisel*.

E: Sí.

A: Me gustó mucho, por destacar a una española, *Merlí*. *The Crown*, británica. Alguna canadiense también he visto. *Galerías Paradise*, británica también, así que recuerde.

E: **Y digamos que estas estas series que....**

A: *Atypical* también me ha gustado.

E: **¿Estas series que has destacado hay algo en común que te haga elegirlas como las preferidas?**

A: Bueno, pues en común lo que yo decía antes, pues son por ejemplo *Mad Men* y la de *La Maravillosa Señora Maisel*, o *Galerías Paradise*, pues son de época y son comedias. No sé si sería comedia dramática o comedia simplemente.

E: **Ya. ¿Y cuál es tu rutina cuando te pones a ver la serie?**

A: Eh. Bueno, nada. Yo me meto a verla y no dejo de verla hasta el final, que me levanto.

E: **Y ese momento, ¿cómo lo vives?, ¿con qué sensación?, ¿qué es lo que sientes, digamos, al ponerte a ver la serie?**

A: Pues como el momento más agradable del día, de descanso, de descanso. Ya no pienso en otras cosas. No pienso en el trabajo ni en problemas, me pongo a ver la serie y me relaja, me relajo. Y si la serie encima me gusta me pongo contenta, me da mucha alegría, me satisface en una palabra. Me vale.

E: **Te vale.**

A: Es un rato agradable.

E: **¿Lo definirías como un premio, digamos en el día?**

A: Podría ser un premio del día, sí.

E: **¿Puedes separar sensaciones del antes, el durante y el después?**

A: ¿Antes de empezar y después de ver la serie?

E: Sí, sí.

A: Pues no sabría distinguirlo. Antes con ganas de verla, normalmente si la serie me gusta, pues la veo con gusto, me satisface y cuando termino pues como como si me diera ganas de seguir viéndola y poner otro capítulo, pero como las veo por la noche y tampoco quiero alargarlo excesivamente por la noche pues me agunto las ganas y lo dejo para el día siguiente.

E: **O sea que te controlas que después de acabar el capítulo te ...**

A: Me gustaría seguir viéndola, pero voy a esperar a mañana y mañana la cojo otra vez con gusto.

E: **O sea que lo administras digamos ¿Alguna vez has vuelto a ver algún capítulo de los que ya has visto porque te haya gustado o por alguna cosa?**

A: No, no, no.

E: **No vuelves a ver.**

A: No.

E: **¿Cómo vives el final de la temporada de una serie que te gusta?**

A: Pues, me da pena que se acabe, lo siento porque normalmente elijo series además que tengan que ser largas, no me gustan las que sean cortitas. No, no, prefiero que tenga muchos capítulos. Entonces, claro, te haces como ya mucho con el ambiente, con los personajes, entonces es como cuando acabas una novela que te gusta mucho, pues por una parte te da pena que se acabe.

E: ¿Y entonces buscas rápido otra serie para ver o te tomas un descanso y dices, bueno, pues ahora me doy un descansito hasta ...?

A: No. Se acabó una y me busco otra.

E: Vale. ¿Alguna vez te has visto identificado con algún personaje de las series?

A: Tendría que pensarlo. No, ahora en este momento no se me ocurre ninguno.

E: No. ¿Cuándo estás haciendo otra cosa, cuando estás por ejemplo en el trabajo o en un tránsito hacia algo, o sea un desplazamiento, te acuerdas de la serie, piensas en la serie y en sus personajes?

A: Normalmente no, salvo que salga en una conversación con amigos que comenten alguna serie, entonces sí, entonces bueno, pues oye, pues yo vi, esta me gustó, y te dan opiniones de otros y tal, pero si no es que es ahora la conversación de series yo hasta que no llega el momento de ver la serie ya no me acuerdo de eso.

E: O sea no te acuerdas de ella. No la tienes en la cabeza, así pensando.

A: No.

E: ¿Y sin embargo luego cuando te pones a ella, te sientes inmersa en la historia que estás viendo?

A: Totalmente

E: Totalmente, vale. ¿Estás deseando que llegue el momento de ponerte a ver la serie?

A: Pues sí, lo deseo, lo deseo por lo que te dije antes porque para mí representa el momento de relax del día, aunque sea un momento feliz, rutinario, por decirlo así es el día a día, pero para mí es el fin de la jornada, es el premio. Es el momento de ya no pensar en problemas ni en otras cosas, ya no miro el móvil, dejo el móvil. Me meto en la serie y me olvido de todo. Es un momento relajante. No suelo buscar series de violencia, aunque me gusta mucho la trama policíaca y tal, pero que no sean muy sangrientas, ni mucha violencia.

E: O sea buscas algo agradable para antes de dormir. ¿En ninguna de estas te ha pasado que has visto más capítulos de los que tú consideras que debías haber visto seguidos?

A: Alguna vez.

E: ¿Alguna vez has perdido un poco el control en ese sentido?

A: Aunque soy bastante controlada, sí. Alguna vez creo que sí.

E: ¿Recuerdas con qué serie te ocurrió?

A: Pues posiblemente me ocurrió con *Mad Men*, con *Switch* alguna vez también. *Homeland* también he visto más de un capítulo o varios capítulos. Sí, alguna vez, pero no, no es lo habitual en mí.

E: Es raro. ¿Y cuando te ha pasado eso qué sentías?

A: Sentía que digo estoy enganchada, me está enganchando.

E: ¿Y estabas cómoda con ese enganche o decías no estoy haciéndolo bien?

A: No, no, estaba súper cómoda, estaba encantada de estar enganchada.

E: O sea, no, no tenías cargo de conciencia.

A: Para nada.

E: Vale. ¿Y cuando te das cuenta de que tienes ese enganche, en qué momento? ¿Cuántos capítulos tienes que ver para decir, uy, esto me está enganchando?

A: Yo creo que más de 3 no he visto nunca. Llegar a 3 capítulos ya es estar así.

E: Vale. ¿Cuándo estás inmersa en una serie, buscas información sobre ella, sobre los actores o los personajes o los lugares de rodaje?

A: Sí, suelo hacerlo antes de empezar a verla.

E: Si te informas, ¿y dónde te informas, a través de qué medios?

A: Me informo a través de conocidos y a través, pues eso, busco a ver qué éxito ha tenido, cuántos capítulos tiene, quiénes trabajan.

E: O sea, pero antes de elegirla, digamos eso es para un proceso de elección, ¿y una vez que has elegido vuelves a la red a buscar alguna cosa que ...?

A: Bueno, cuando me entraba una duda de pues qué actor es éste o de qué nacionalidad es está esta serie. Alguna vez para consultas puntuales, que me surja alguna duda, pero no hago una investigación posterior, no.

E: ¿Y hablas de ella con los amigos o con la familia, con los compañeros de trabajo?

A: Sí suelo en conversaciones amistosas, en tertulias de amigos y familiares, si a veces se comenta.

E: ¿Y recomiendas series?

A: También, sí, sí, recomendando.

E: Recomendas las que te han gustado.

A: Las que más me han gustado.

E: Vale. ¿Alguna vez has participado en una conversación en red de series, es decir una a través de Facebook, por ejemplo, cuando se está hablando de una serie o algo, has participado?

A: No, no.

E: ¿Y has recomendado a través de la red alguna serie?

A: No, no.

E: ¿Te has comprado alguna vez algún artículo relacionado con la serie, lo que podríamos llamar un producto de *merchandising* de la serie, alguna cosa, o los *DVD* de la serie?

A: No, no he comprado nada.

E: Algunas de estas, bueno ya me has dicho antes, nunca te has integrado entonces en una comunidad virtual de series.

A: No, no.

E: ¿Alguna vez has visitado algún escenario de rodaje de alguna serie?

A: Tampoco.

E: Vale. ¿Y nunca has desarrollado ningún contenido en relación con la serie, ningún escrito, ningún ...?

A: No, no.

E: ¿Piensas que ver series te ha aportado algo positivo en tu vida al final haciendo un bloque?

A: Yo creo que sí.

E: ¿Y el qué?

A: Pues, aparte de lo que comentaba al principio, de ese descanso y ese relax, pues a veces, como me gusta mucho el tema histórico, pues te da algún conocimiento de alguna época. Es interesante sí, sí, en ese sentido. Y fotográficamente, hay algunas que me inspiran muchísimo, aunque solamente las presentaciones que tienen algunas merece la pena verla solo por la presentación.

E: ¿Y podrías decir alguna algún aspecto negativo del hecho de ver series?

A: Hombre negativo, salvo hombre, creo que puede ser negativo que estés muy dependiente de las series, que no te puedas controlar y estés dedicando muchas horas al día a ver series. Pero como no es mi caso tampoco le veo nada.

E: O sea no le ves nada negativo. Bueno, pues ya para finalizar yo voy a empezar una frase y tú la acabas, pero sin pensártela con lo primero que se te venga a la cabeza, ¿vale?

A: De acuerdo.

E: Para mí el fenómeno Netflix ha supuesto ...

A: Pues, bueno, no sabría decir. ¿Sólo puedo decir una palabra?

E: No, no completar la frase. Vuelvo a repetir. Para mí el fenómeno Netflix ha supuesto...

A: Pues, una nueva forma de ver cine.

E: Estas series para mí son ...

A: Muy satisfactorias, muy relajantes.

E: La parte buena de esto para mí es ...

A: Que puedo dedicarle un tiempo de relax sin interrupción.

E: Y la parte que menos me gusta es ...

A: Pues a veces me cuesta encontrar series realmente buenas o que me gusten a mí.

E: Genial, pues hemos, sí, sí, perdón, dime.

A: Sí, no, que quizá estaría bien que se diera un poco más de información respecto de las series, que se publiciten quizá un poco más.

E: Más información para que tú tuvieras más ...

A: Sí, porque es verdad que te las ponen todas cuando entras en Netflix o en otra plataforma, pero tienes que ir tu a buscar, a lo mejor te podrían decir pues no sé, o sea más crítica, más información, respecto de las que salen nuevas por lo menos.

E: Para que te facilite la elección, ¿sería eso?

A: Para que te facilite la elección, exactamente.

E: Eso es lo que a ti más te ...

A: Me parecería bueno, sí.

E: Sí, lo que más trabajo que te supone es elegir la serie.

A: Porque es que están todos muy mezclados, con lo cual tienes que buscártelas tú, no, no te da una selección previa, ¿no?

E: Y hay alguna relación en este que tú ves como un esfuerzo, un trabajo de buscar la serie, con la frustración o posible frustración que puedes tener si en ese rato que tú tienes, que me pareció a mí como muy preciado, de descanso, si te pones a ver una serie que no te que no te acaba gustando?

A: Pues sí, la verdad es que dices bueno voy a dedicar una hora y resulta que no encuentras nada, y empiezas a buscar y miras, y entras en una y dices uff que va, esto no, no me va. Y buscas otra y tal, y hasta que das con una que efectivamente dices esta sí.

E: ¿Y qué sentimientos te produce cuando no encuentras la serie que te gusta?

A: Un poco de frustración, pero bueno sigo buscando, no pasa nada.

E: Vale, pues hemos terminado, muchísimas gracias.

A: De nada.

Entrevista 12

Paco, 75 años, profesor de universidad jubilado. 28-05-2019

Entrevistadora: E

Francisco (Paco): P

E: Paco, muchas gracias por atender la entrevista. Bueno, te comento, como ya sabes, que los datos que aportes son totalmente confidenciales, que el anonimato de tu identidad está totalmente asegurado y que la finalidad de esta entrevista es totalmente académica, como ya te he comentado, mi tesis doctoral. Si estás de acuerdo, pues continuamos.

P: Estoy de acuerdo.

E: Venga, ¿pues me comentas inicialmente en qué empleas tu día a día? es decir, ¿qué es lo que sueles hacer tanto en un día laborable como de diario?

P: ¿En este momento? Es decir, ¿actualmente?

E: Sí, ahora, actual.

P: Ahora, pues, la verdad es que no soy una persona muy activa. Tengo pequeños hobbies, hago un rol de Dios casero, y bueno tenemos un jardincito alrededor de la casa y dedico prácticamente casi todos los días a quitarle los bichitos, a coger hojas secas y cortar el césped, cuidar las plantas que tengo bastantes, es decir el jardín me lleva bastante trabajo, digamos que cotidianamente. Y entre las actividades que también dedico más tiempo también son la lectura. Es muy importante, además hay lecturas muy diversas. Me gusta la novela, en especial la novela negra. Y en lo que se refiere a la TV veo alguna película, aparte de noticias, y alguna serie.

E: Muy bien. O sea, que las series, ¿para qué te sirven? ¿Para relajarte? ¿Para evadirte? ¿Para entretenerte? ¿Cuál es la finalidad?

P: Pues fundamentalmente para entretener. Fundamentalmente, porque si no me gusta, si no me entretiene suficientemente, no las veo. La televisión, la veo casi todos los días, diría, pero no soy de los que tienen la tele todo el día enchufado. Más bien la veo a partir de una hora o por la tarde, noche. Y rara vez por el día, muy pocas veces después de comer, de hecho, casi nunca yo diría. Y sí, es verdad que a partir de las... nosotros cenamos pronto, a partir de la hora de cenar es cuando vemos la tele. Fuera de ese horario, muy ocasionalmente, sería un día, puede ser que a mediodía veamos las noticias, pero en general es sobre todo a partir de las ocho cuando vemos la televisión, por la noche. Es muy raro que lo veamos fuera de esas horas.

E: ¿Y las series en concreto cuando las ves?

P: Por la noche.

E: Por la noche, dentro del horario de después de cenar.

P: Lo que ocurre es que como emiten un capítulo a la semana, y hay que esperar para ver el siguiente, cuando emiten el nuevo ya se te ha olvidado lo que estabas viendo, el nombre de los personajes, ... así que lo que hacemos es grabarlo. Entonces, lo que hacemos ahora es verlo de dos en dos, o a veces hasta 3 hemos llegado a ver, pero normalmente vemos dos capítulos.

E: Sí, o sea que esa es vuestra dosis, digamos, dos capítulos.

P: Sí, dos capítulos.

E: ¿Hablamos de normalmente dos capítulos cortitos, de estos de serie así tipo cómica, que son más cortos, o de drama que son un poquito más largos?

P: Pues las series que vemos son fundamentalmente series europeas. Tampoco es que me gusten demasiado las americanas.

E: Entonces, ¿series europeas?

P: Sí, series suecas, danesas, noruegas, islandesas, alemanas y alguna inglesa que me parece que no las he dicho.

E: Y dices vemos, ¿las ves acompañado normalmente?

P: Sí, sí, mi mujer y yo las vemos. Las series las veo yo creo que siempre con mi mujer. O a lo mejor si ella ha visto un capítulo que yo no, pues los recupero yo solo en todo caso, pero generalmente las veo todo el tiempo con ella.

E: ¿Y en qué dispositivo sueles verlas? Tele, ordenador...

P: En la tele, en la tele. No, no, en el ordenador jamás veo películas. Yo tengo una televisión, bueno, ya es pequeña, pero, es de 46 pulgadas y bueno

E: O sea que, como en el cine, casi.

P: Claro, sí, cómodo y con una sensación de tele grande, así es como se ven bien, aunque si se me estropease me compraría una de cincuenta y tantas o sesenta y tantas pulgadas. Llega un punto en que te acostumbras y claro, yo estoy acostumbrado a pantalla grande, ahora la definición es estupenda, y desde luego no lo veo en plan solitario en la tableta, eso no. La tableta la uso para ver otras cosas, igual que en el móvil, jamás veo una película en el móvil

E: O sea bien cómodo y con una pantalla bien grande, así es como se ven.

P: Y tomándome una infusión o, o lo que sea.

E: Que bien, que gusto. ¿Y desde qué plataforma las sueles ver?

P: Pues yo he tenido Netflix una temporada, un periodo de tres meses gratis de prueba, y decidí que no. Entonces me suscribí en cambio a los canales de cine de Movistar, que además te llegan muchas de las cosas de Netflix porque muchas películas y series las comparten, y la verdad que no se si en otro momento, pero por ahora ninguna otra plataforma que no sea lo que te estoy diciendo, todos los canales habidos y por haber en la oferta de Movistar y los canales a los que nos hemos suscrito.

E: Claro, o sea que digamos que a veces ves las series según te van emitiendo los capítulos y otras veces cuando está disponible la temporada completa, tú mismo te lo vas administrando, vamos, como quieres.

P: Sí, exactamente.

E: ¿Cómo cuanto tardas en ver una de estas temporadas de como unos 12 o 13 capítulos que es lo habitual? ¿Qué sueles tardar? Una semana, 10 días...

P: Sí. Pues en las que tenía ya grabadas, pues las hemos visto en unos cuantos días, en unos cuantos días, unos pocos días.

E: ¿Tú notas que cuando una serie te atrapa, te gusta el argumento, tardas menos en verla?

P: Sí.

E: Se ven más capítulos, y ¿y cual es el máximo de capítulos seguidos que habéis llegado a ver? Así de una sola sentada que se dice.

P: Tres. En alguna ocasión vemos tres. De series que nos estaban gustando mucho, y que teníamos disponibles los capítulos, hemos visto en alguna ocasión tres. No es la práctica general, ni mucho menos. Lo habitual, la tendencia es que veamos dos, porque claro uno al final te sabe a poco, porque te dura una hora escasa.

E: Claro, sí, sí, sí.

P: Pues te tiras una hora y media, o algo más, una hora y tres cuartos y digamos que es más satisfactorio ver dos capítulos seguidos. Te metes más en la serie para seguirla otro día, otros dos y tal. O sea que dos ha sido lo más general. Y tres, excepcional, máximo.

E: ¿Sueles ver dos series simultáneamente? Es decir, un capítulo de una, otro capítulo de otra.

P: Sí, sí, eso nos ha ocurrido cuando las estábamos grabando y teníamos acumulados a lo mejor dos o tres capítulos solo, que no habíamos visto en su momento y estaban grabadas en la tele. Y entonces hemos simultaneado, en una misma semana hemos llegado a ver a veces un máximo de tres series. Simultáneamente en la semana, me refiero, no en el día.

E: Sí, sí, está claro. Y ¿cómo escogéis las series que os apetece ver?

P: Pues, por lo que decía antes, que nos gustan sobre todo series europeas. Creo que están más cuidadas, están mejor hechas, en todo, en interpretación. Creo que en las series europeas hay muy buena interpretación, muy buenos actores y actrices. Y también hasta musicalmente hablando, en la introducción del capítulo hay una música muy atractiva en muchas de las series europeas. Y sobre todo pues eso, series europeas. Por ser europea intentamos ver de qué va, y si no nos gusta, después de haber visto dos capítulos, pues la dejamos de ver. Si vemos que era demasiada chorrada o que no nos gustaba pues la hemos dejado de ver.

E: Sí, vamos cuando no os agradaba.

P: Si, o vemos que es de ciencia ficción, yo la ciencia ficción no soy muy aficionado, no es que no me guste, en otro tiempo las películas de ciencia ficción que yo recuerdo tenían muy buen cartel, pero ahora hay una superoferta de ciencia ficción y de terror, y me parece terrorífico, en su mayoría, el terror y la ciencia ficción me parece mala en su mayoría.

E: O sea que prefieres el género histórico, o el policiaco o el político que se trata ahora bastante en las series suecas, se trata bastante, vamos, nórdicas quiero decir.

P: Sí, sí, sí, sin que tenga que ser policiaco expresamente. Hay algunas series de estas escandinavas que hemos comentado, que no tienen nada que ver con lo policiaco. Por ejemplo, *Borgen* una serie danesa sobre políticos y sobre la política y cómo los partidos se ven en la necesidad de formar coalición, de organizarse para gobernar y al mismo tiempo introducir la vida privada de ellos, pues eso, me pareció una serie especialmente buena.

Y otra serie danesa que se llamaba, ahora no recuerdo el nombre, pero una serie que no tiene nada que ver con política ni con terror, y que nos ha parecido bastante bueno. Otra histórica, *1864*, es una serie también muy buena. Esas series danesas son buenísimas, por lo menos las que nos han llegado aquí. Y una irlandesa, esa tenía que ver con novela negra, hemos visto dos temporadas, me parece que se llamaba *Atrapados*, o algo así. Por ejemplo, la inglesa *Master of Sex*, que vimos en un momento, bueno, esa es americana, perdón.

E: Pues mira, no lo sé, ahora mismo me haces dudar. Creo que es americana. No lo recuerdo. Bueno ¿y cómo te enteras de la existencia de la serie? Es decir, por recomendación, por la propia publicidad de la serie.

P: Por la publicidad que se presenta en televisión dentro de las series, o si leemos algún comentario de una serie que es buena, entonces intentamos recuperarla, sino la hemos cogido desde el principio. Y sí, leyendo artículos de prensa, pero sobre todo buscando nosotros. Mi mujer es experta en buscar cosas y muchas veces hemos visto un capítulo y hemos dicho, esto no nos interesa. La verdad es que dos capítulos a veces te dan un poco de idea, y hemos abandonado series después de dos o tres capítulos, y hemos dicho, no, no, esto no va a ningún lado, así que no vamos a seguir viendo.

E: ¿Alguna vez habéis abandonado la serie más avanzada, casi al final?

P: No, eso no. Hemos intentado, si nos gustaba, o sea, si hemos llegado casi al final, es que nos gustaba.

E: Muy bien. ¿Y tu esposa se entera de estas series porque busca en internet, o porque comenta con alguien, o a través de redes?

P: No, ella busca, sondea en el televisor.

E: Ah, en la propia televisión. Sí.

P: Sí, sí. Sobre todo, tiene una gran paciencia para sondear, a ver lo que hay. Es ella la que muchas veces me dice, tengo una serie nueva y entonces empezamos a verla. La búsqueda principal la hace en la plataforma.

E: Pero en la propia oferta de la plataforma, digamos. Esa es su..., digamos, no busca en internet o en redes sociales o así. No hace esa búsqueda habitualmente.

P: No, en redes sociales no estamos.

E: No estáis en redes, muy bien.

P: Yo ni en Facebook ni en Instagram, ni nada. WhatsApp es lo único que tenemos en realidad.

E: Muy bien. Y ¿cómo es esa rutina de ponerse a ver la serie? ¿Es un momento que te apetece? ¿Tienes interés por ver el capítulo? ¿Cómo...?

P: Ese momento es después de haber terminado de cenar. Con una infusión. Después de haber estado comprando o caminando. Es un momento como de descanso. Y de ver la tele, quizá lo más temprano que vemos son las noticias. Que las noticias a veces las vemos ya cuando vamos a cenar o algo así. O un poco antes o un poco después. Y al final a las ocho y media o nueve es cuando vemos las series, a partir de esa hora.

E: ¿Y lo entiendes como una pequeña recompensa del día? ¿Un pequeño premio, la serie? ¿O no llega a tanta categoría?

P: En cierto modo sí. Porque las series que te he nombrado nos han gustado. Y entonces el tener asegurado ya que vas a ver en la tele con sólo una búsqueda. Y saber que ya está aquí, eso de que aquí te pilló aquí te mato. Eso para mí es quizás la ventaja. Es decir, que si lo veo como un premio. Un premio también es trabajar para mí, para el jardín. O leer. Yo me he premiado mucho con la aventura. Recuerdo hacer algo de deporte también En casa coger unas pesas, o algo así. Y caminar, caminar por la zona o un poquito más lejos.

E: ¿Y estas series, este ratito que dedicas a ver a las series a qué ha sustituido?, porque claro antes en ese tiempo leerías o verías la televisión... ¿A qué sustituye?

P: Pues sustituye a veces a búsqueda infructuosa de ver algo en la tele. El trasteo famoso ese que todos realizamos de vez en cuando. Procuero no realizarlo más de la cuenta. Y entonces si tienes una serie me evita eso. Si tienes una serie que me gusta. Entonces, los viernes o los jueves, o simplemente el fin de semana veo varios capítulos.

E: ¿Y cuando acaba la temporada sientes un poquitín de frustración cuando la serie te ha gustado mucho?

P: Sí. Es como con una buena película que te está gustando. Es justamente lo mismo, pero en pequeñas etapas, aunque hay algunas etapas que a veces son malas.

E: ¿Alguna vez te has descubierto pensando en la serie fuera, así cuando estás en el jardín o caminando, y te has descubierto que estabas dándole vueltas a algo de la serie o pensando en algo que ocurría?

P: No, no mucho. Pero claro, haciendo actividades, puedes pensar en cosas, y supongo que en alguna ocasión habré pensado en algo de alguna serie. Pero vamos, de forma habitual no.

E: ¿Y alguna vez te has visto como identificado con algún personaje o te has vinculado un poquitín?

P: Un poquitín, sí. Por algún rasgo o algún comentario de algún personaje. Sí, en muchas ocasiones. Yo creo que eso casi todo el mundo, como espectador, como director, ya tiene identificado un personaje. Aunque yo nunca he sentido eso de yo soy clavado a este, pero si en parte me veo reflejado.

E: ¿Y con qué personaje te ha pasado eso? O algo que recuerdes así de primeras.

P: Ahora mismo es difícil. Si hay algún profesor seguro que me habré sentido reflejado, casi con seguridad. Como profesor me he sentido identificado muchísimas veces.

E: Claro. ¿Cuando te gusta una serie hablas de ella con amigos o con la familia?

P: Hablo con mi mujer, por supuesto, con mi hija también, si sé que ella la ha visto, y la comento con mis amigos.

E: ¿Y recomiendas las series que te gustan?

P: Sí, sí. Yo he recomendado algunas de estas que te he comentado. He recomendado a amigos que la han visto y les ha gustado mucho. El caso concreto de esta serie sobre los políticos yo la recomendé, y se pusieron a verla. Y a mí me han recomendado series que a lo mejor he visto o no he visto, pero que algunos de mis amigos me han dicho. Por ejemplo, algunas series tan famosas como, por supuesto, *Juego de Tronos*. He oído hablar de ella a todos mis amigos con los que me reúno. Yo tengo un grupo de amigos que me reúno todos los viernes a comer con ellos. Todos significa casi todos. De 54 semanas, yo creo que 49 o 50 yo estoy comiendo con mis amigos los viernes al almuerzo.

E: Sí, sí, fenomenal.

P: Y ahí hablamos de cosas muy diversas y hablamos de series. Y me recomendaron *Juego de Tronos*, que la han visto la mayoría de ellos. Yo en cambio no la he visto porque la perdí desde el principio. Y entonces, pues nada, algún día si alguien me la pasa, que la tiene grabada, una amiga me ha dicho, te la dejo el fin de mes, y a lo mejor recupero *Juego de Tronos*. Ahora que ha terminado la temporada 8, que es la última, y sé que ha decepcionado a mucha gente y todo eso.

E: Ahora te está picando la curiosidad.

P: Y todo el mundo me dice que es tan buena. Mis amigos la mayoría la han visto, tienen la mayoría entre los 68 y los 75. Y entonces me la han recomendado todos, así que creo que la recuperaré. Y también *House of Cards*. Me han dicho amigos que es buenísima, y que es una serie que tiene muy buena prensa.

E: Y muy premiada, sí, es verdad. Bueno, pues tienes ahí un montón de tareas pendientes, entonces. ¿Y alguna vez te has comprado tú los DVDs de una serie?

P: No, no, nunca.

E: ¿Y los libros, cuando has visto la serie y te ha gustado? Hay personas que se compran el libro luego para leer la novela.

P: No, libros de series no me he comprado, no.

E: ¿Y algún artículo de estos de, yo qué sé, se hacen a veces tazas o camisetas o tal? ¿Algún artículo relacionado con alguna serie?

P: Sí, sí, ¿artículos de prensa donde se comentase?

E: No, digo productos como tazas, de estas que vienen con la serie, camisetas o artículos de merchandising, digamos.

P: No, no, no, te he entendido mal, no, no.

E: Artículos decías que sí que habías leído, que sí que te informabas a veces.

P: Sí, sí, cuando he visto que se comentaba alguna serie, pues lo he leído.

E: No, decía estas cosas que se hacen con el motivo de las series, bueno, pues de merchandising, que si tazas, que si llaveros, que si no sé qué.

P: No, no soy muy dado a comprarme eso.

E: ¿Alguna vez has visitado algún escenario de rodaje de una serie?

P: No, la verdad es que no, tampoco.

E: ¿Y alguna vez has desarrollado algo, has escrito algo o has dibujado o hecho algún vídeo, algo en relación con una serie? Es decir, ¿has generado algún contenido en relación con una serie?

P: No, no.

E: Tampoco.

P: Tampoco, tampoco. No soy tan suficientemente mitómano como para eso. Pero la verdad es que ten en cuenta que yo series hace unos cuantos años no veía ninguna, y ahora he visto unas cuantas, unas cuantas.

E: ¿Desde cuándo te has aficionado a las series, más o menos?

P: Unos pocos años, no te lo puedo decir con exactitud, pero yo diría que desde hace, no sé, diría que entre 10 y 5 años sí que he visto bastantes. Sí, 8 años, 7 años, 6, mínimo 6, yo creo que mínimo 6, desde luego. Porque el tiempo pasa y uno tiende a no darse cuenta, no seguro que llevo 10. Así que por eso te decía entre 10 a 5, ¿no?. Sí. 8, casi seguro, 8 años.

E: Ah, pues no es tan poco, entonces. No es tan poco. Bueno, ya decías que no te enganchas a ver muchos capítulos, pero ¿alguna vez has tenido esa tentación de decir voy a ver algún capítulo de más o algo con alguna serie que te hayas encontrado tú muy atrapado?

P: La tentación sí, es decir, ¿vemos otro? Y al final la decisión ha sido no. No. Porque alguna cuando hemos visto tres, hemos dicho no, ya es muy tarde, no tiene sentido. Porque quizás es como no llegar a disfrutarlo tanto, sino que prefiero dosificármelo de forma un poquito más inteligente. El apoltronarte ahí en el sofá, a que me pongas lo que sea, porque ya llega un momento que estás hasta medio cansado y dormido y puedes tragarte lo que sea. Si estás en la serie, es la serie que te gusta desde luego, pero tiendo a no tener la televisión horas y horas sin necesidad.

E: O sea, que te provoca, digamos, sensación negativa, por decir algo.

P: Sí, sí.

E: Porque cuando traspasas esos dos capítulos ya el sentimiento es negativo, ¿no?

P: Sí, sí, sí.

E: O sea, que mantenéis un control bastante estricto.

P: Ya digo que hemos llegado a sobrepasar ese número de dos en algunas ocasiones, pero se ha quedado en tres. Es el máximo.

E: Y ya para finalizar, ¿qué hay de positivo en esto de las series para ti?

P: Pues de positivo y de diferente es que son historias, desde luego, con mayor contenido, más densas, pero en el sentido positivo. Entonces es una historia muy larga que te cuentan, entonces si te atrapa me parece muy interesante, algo que no puedes lograr con una duración de dos, tres horas, porque incluso películas de tres horas ya dicen que no, que va a ser muchísimo. Eso sí que lo veo como positivo, porque son historias mucho más cuidadas, son muchas más horas de rodaje también, entonces en ese sentido pueden superar de manera clara a una película, cómo llegar al espectador, a la persona que lo está viendo, se te quedan como más dentro.

E: ¿Y si tuvieras que decir algo negativo de ver series, ¿qué se te ocurre?

P: ¿Algo negativo?

E: Sí.

P: Hombre, que yo creo que están muy de moda y eso lleva a que haya series como muy normales, puede que sea lo más negativo, pero claro, como tenemos la libertad de escoger. Sospechas que te puede atraer o te puede interesar, y si ves que no es así la dejamos, en eso somos bastante expeditivos.

E: O sea, enseguida se acabó.

P: Con muchas americanas, y cómicas y tal, de mucho lío, y además poco creíbles para mí, poco creíbles de personajes, entonces, con caricaturas auténticas y tal, que creíamos que era algo más interesante, bueno lo dejamos a mitad del capítulo. Nos parece aburridísimo, no nos gusta, no me importa y no la vemos más.

E: Genial. Pues la entrevista termina aquí. Muchas gracias.

Transcripción reunión de grupo

08-03-2020

Moderadora: M

Asistentes: Amelia (A), Macarena (MAC), Victoria (V), Javier (J), Rafael (R), Gregorio (G) y José Luís (JL)

M: Bueno, pues muchas gracias por asistir. Vamos a comentar algunos hábitos y algunas preferencias sobre el mundo de las series de ficción. Y nada, todas las opiniones son buenas y cada cual que exprese su opinión libremente, ¿de acuerdo? Vamos a empezar. ¿Qué espacio ocupa el mundo de las series dentro de vuestra vida? Es decir, dentro de vuestro ocio, ¿qué espacio ocupa? ¿Le dedicáis mucho tiempo, poco tiempo? ¿En qué momentos, etcétera? Venga, el que quiera.

R: Bueno, nosotros principalmente la tarde-noche.

M: A tarde-noche.

G: Tarde-noche.

J: Igual que nosotros.

R: Última hora de la tarde, y la noches

M: ¿Eso quiere decir que ves varias series a la vez? ¿Unas solas y otras acompañadas?

R: Varias series a la vez.

M: Varias series a la vez, vale.

A: Nosotros básicamente por la noche. Por la noche, pero sí que vemos dos series a la vez, porque yo a veces veo unas, como dice Javier, solo de tías. Dice, es que esas de tías. Entonces a la vez veo yo, a lo mejor por la tarde.

J: A mí me gustan las de palos.

A: A Javier le gustan las de palos. Luego vemos unas conjuntas, pero hay series que veo solo yo.

V: Bueno, yo después de comer. Es mi hora Netflix.

M: ¿Cuál es la hora Netflix?

V: Después de comer. Mientras me echo un ratito, yo veo las series.

M: Muy bien. ¿Y cuántos capítulos podéis ver de seguido?

A: Pues a ver, los fines de semana podemos ver, porque los fines de semana sí que lo hacemos más por la tarde después de comer. Dos o tres. Dos o tres y hemos llegado hasta cuatro o cinco.

J: De diario, uno.

A: De diario uno, a diario uno. Como mucho, dos.

MAC: Yo también dos.

J: También depende de la serie, a ver si la serie te engancha mucho puedo ver tres.

G: Yo solo por la noche y uno.

JL: Yo cero o uno.

G: Menos la serie de *Prison Break*, que vi....había noches de ver dos y tres seguidos.

M: S ¿Qué series son las que más os enganchan? Por utilizar un término. Es decir, ¿cuáles son?

A: A ver, a nosotros nos gustan mucho las que son de intriga, de tipo thriller, de... T

V: A mí también, de suspense.

J: De suspense, a mí eso nos gusta mucho.

G: A mí también.

M: **¿Soléis ver más series tipo drama? Es decir, que son historias....bueno, pues una historia continuada a lo largo de toda la serie. En lugar de las sitcom, esas que tienen capítulos que empiezan y terminan. Me refiero a las que tienen continuidad.**

A: Sí, a mí me gustan los dramas.

G: A mí personalmente me gustan las dos. Me gustan mucho también las series que son de... fantásticas y ciencia ficción.

V: A mí me gustan mucho las de historia. Las históricas.

A: Las históricas son muy bonitas.

J: Nosotros empezamos a verlas y si nos gusta, la vemos y la acabamos. Y alguna hemos dejado de verlas. O sea, como en el tercer capítulo dices, esto no hay quien lo aguante.

M: **¿Y cómo escogéis?**

A: Pues un poco por la temática. Porque además como te ofrece un poco cuando tú eliges una serie, te ofrece y te dice cosas similares. Porque has visto no sé qué, te puede interesar eso. Entonces investigamos un poquito sobre eso. Sí.

V: Y también mucho de boca a boca.

G: Medios de comunicación también.

M: **¿Buscáis por internet algo sobre la serie?**

A: No.

J: No.

G: No.

J: Nosotros lo solemos ver directamente.

V: Yo si son históricas, sí me esfuerzo. Normalmente, ¡ping! ¡Ah! Soy muy cotilla. . Sí, es verdad.

M: **Entonces, ¿buscas por internet algo sobre los personajes?**

V: Y sobre las tramas, sí. O sea, si es histórico, claro. Sí.

M: Y cuando se acaba la temporada, ¿cómo os quedáis?

A: Un poco chungos. Sí, ¿no?

M: ¿Os queda ese sentimiento como de orfandad de decir, de ahora qué hago...?

G: Sí. A mí sí.

R: A mí depende de qué serie, sí.

J: Sí, claro, depende de la serie, por supuesto. Pero también te dura poco, porque enseguida encuentras otra. A mí, por lo menos, me dura un rato... A veces ves la típica que dices: qué pena, que se acaba la temporada, pero bueno, en seguida encuentras otra porque hay muchísimas.

V: Sí, hay muchísimas.

J: Hay muchas y la calidad media es alta.

G: A mí hay series, por ejemplo, que me ha encantado la primera temporada, medio regular la segunda y más decepcionante la tercera.

MAC: Bueno, eso pasa mucho.

A: O al revés, que la primera es muy buena, la segunda da un bajón y dices, uf, esto va a ser un rollo, y luego pega un subidón. Ahí hay de todo.

JL: Es verdad.

M: **¿Alguna vez cuando, estas series que la trama atrapa un poco, os habéis encontrado que luego estáis como pensando en la serie? O sea, cuando no estáis viendo, pensáis en la serie o qué va a pasar con este personaje o... ¿alguna vez os pasa?**

V: Yo me comento, por ejemplo, la serie de *This is Us*, no sé si la habéis visto, que tiene un trasfondo precioso.

G: Fantástico. De verdad.

V: Y la comento mucho con mi hija porque son problemas de... bueno, pues es una familia que tiene tres hijos. Entonces...

G: 17 temporadas! Fantástico.

V: Son tres... son trillizos y resulta que en el parto se muere uno y adoptan un niño que acaba de llegar, que es negrito. Entonces ellos son dos blancos y el niño es negrito. Y entonces es toda la vida y va en flashback con los padres de la vida anterior y la verdad es que es preciosa. Muy emotiva. *This is Us*.

A: Está en Amazon Prime.

G: Es súper emotiva. Es preciosa.

V: Por ejemplo, esa sé que está la cuarta en internet, en YouTube, pero está en inglés. Entonces estoy esperando a que la bajen. Pero ves, esa sí que...

J: Bueno, yo hay algunas que sí que han... porque han generado mucho ruido, por ejemplo, así súper famosas como *Los Soprano*, pues hablaba la gente del trabajo y tal, pero tampoco muy frecuente.

A: No, tampoco mucho.

J: Tienen que ser algunas que sean muy buenas.

R: Yo, la única, sí, es *Juego de Tronos*.

J: Juego de Tronos salía mucho en la prensa.

G: Imagina esto a la hora del café.

V: Pues yo a mí Juego de Tronos no me ha gustado nada. Yo me la he visto porque mis hijos decían que había que verla y tal, pero yo la he visto por saber de qué va, pero no es una serie que volvería a ver.

M: **Entonces diríais que veis series básicamente o acompañados o en todo caso, unas acompañadas y otras en solitario.**

V: Exacto.

G: Sí.

JL: Sí.

MAC: Sí.

A: Sí.

V: Sí. Yo tengo mis series.

A: Yo también quizás tengo un poco más de tiempo, entonces puedo ver sola.

J: Yo solo nunca.

JL: Yo sí.

M: **Sí. Y alguna vez os engancha esto de cuando es por la noche y dices, bueno, un capítulito más.**

MAC: Sí.

V: Sí.

JL: Sí.

A: Sí. Totalmente.

M: ¿Y entonces veis más de lo planificado, en alguna ocasión?

G: Sí.

MAC: Sí.

V: Sí.

A: Eso es frecuente. Hasta que me da el sueño. Entonces ya digo, pues ya, apago ya y ya lo veremos mañana, que es la comodidad que tenemos.

J: La ventaja es que no tienes que terminarla.

A: Claro. Lo paras y... Y que te da el sueño, pues lo paras.

M: ¿Y cuántos capítulos engancháis cuando os pasa eso?

A: Lo máximo, uno y dos más.

M: O sea, que... O sea, lo planificado es uno. Uno o dos. Uno o dos y el tercero si se cuele porque no puedes... ¿Y tenéis esa sensación de que no puedes parar?

A: No. Porque estar sentado tanto rato ya te satura.

JL: Sí.

M: O sea, no hay momento como de pérdida de control.

R: No.

JL: Noooo.

J: No.

G: No. Es que esa es la clave de lo que decíamos, que puedes verlo de cualquier momento. No es la televisión que no te mueves porque te lo pierdes.

V: Claro.

J: Si nosotros nos da el sueño, bueno, vamos, de donde esté. Lo dejas en el minuto 24 y al día siguiente...

V: Dándose el beso y mañana vuelves.

M: Y planificáis en algún momento, cuando sale una temporada nueva, y decís, pues por ejemplo, este sábado tal que voy a tener tiempo libre, me voy a ver cinco o seis capítulos. Eso, ¿alguna vez lo hacéis? O sea, como una cosa planificada.

A: No, planificada no.

R: Nosotros no.

MAC: No, planificada no.

V: Nosotros no. Yo no, pero por ejemplo, mi hija Mariola lo hace.

JL: Yo no.

V: Se planifican la cena y a verlo!

M: 4, 5 o 6 capítulos....

J: La gente joven sí lo hace.

A: Lo llaman el maratón de series. Se sientan y a verla. Nosotros es no lo hacemos porque es demasiado, pero nuestro hijo Javi sí que lo hace.

M: Y dedican el sábado por la tarde, en lugar de salir, a ver series. ¿Eso lo hacen también vuestros hijos?

V: Rocío seguro que no.

R: Javier sí.

V: Y Mariola, a lo mejor cuando viven en pareja es más fácil.

G: Yo, uno de los problemas que veo con este tema de las series, hablo de mi caso particular en casa, es que se pierde mucho la relación familiar de convivencia, por estos temas. ¿Por qué? Porque lo que es la comunicación se produce en el momento de la cena. En el momento en que termina la cena, habitación 1, habitación 2, ... y nosotros en el salón. Esa es una de las cosas que menos me gustan.

J: Lo que hace es una extensión de lo que ya habíamos vivido con el móvil.

V: Pero yo creo que no es por la serie. No, no, no, no. Es una cosa que es todo. En las series se iban a ver otros programas.

R: El móvil, el móvil.

MAC: Sí, pero es algo que me he echo de menos. Que yo me sentaba, de repente, más con mi padre y veíamos las películas de la serie Yo, Claudio.

G: Ah, yo sí. Yo lo hacía con mi padre.

M: Pero, ¿os parece que es por las series o por la diversificación de la oferta?

G: Se junta todo.

A: Sí, se junta todo.

JL: Para mí se junta todo.

A: Una cosa que nunca me ha gustado, y que nunca hemos tenido en casa es tener varias televisiones. Es que antes solo teníamos una televisión y la televisión estaba en el salón. Nada de televisión en la cocina, de televisión en los cuartos, ni nada. Nosotros nunca hemos tenido televisión. Nunca. O sea, la televisión es la del salón y si vemos algo, lo vemos todo juntos. Claro, luego surgen los ordenadores y entonces, bueno, ya...

V: Especialmente en el momento en que se puede ver todo desde un ordenador o un móvil, ya.

G: Pero no olvides que hay otro, para mí, que es el YouTube.

R: Sí. Yo creo que Javier es más de YouTube que Beatriz. Beatriz es más de serie, Javier es más de YouTube.

G: Entonces, no son las series.

R: Pero, por ejemplo, a Javier le gusta mucho el tema de YouTube.

M: ¿Y Beatriz sí ve series y hace maratones?

R: No.

M: ¿Ni con amigos, ni nada?

MAC: Bueno, con amigos sí, pero también cuando viven en casa, pues a lo mejor dice, hemos quedado en casa de cualquiera y nos vamos a ver toda *La Guerra de las Galaxias*. Al vivir en casa, pues tiene que ser el día que tengan una casa disponible de algún amigo. O sea, que a lo mejor es tres veces al año.

J: Yo no estoy muy seguro, pero me da la sensación de que son muy diferentes a nosotros. Los jóvenes.

G: Son diferentes, pero yo, por ejemplo, ahora estoy cambiando un poquito el piso de Málaga, condición indispensable que he puesto, una televisión en el salón. Porque si ya venimos en verano y también... Yo digo que en el caso nuestro particular, es que el Gregorio va a estar viendo una serie X, Rocío otra serie y abajo vemos otro tipo de programa.

V: Pero luego con las tabletas se meten en su habitación y...

J: Sí, sí. Con el propio móvil. Si vas a un restaurante y ves familias enteras que están sentadas en la misma mesa y no se dirigen a la palabra.

V: Pero la culpa la hemos tenido los padres, porque lo primero que hacemos es toma, para que no molestes, le das el móvil y que juegue y que vea películas y que vea de todo.

A: Cuando estuvimos en Roma, fuimos a cenar a un restaurante y en la mesa de al lado, era un matrimonio con sus dos hijos, un niño de 8 y otro niño de 10. Y estaban los cuatro, incluidos los padres, cada uno con una tablet. Uno viendo el partido, otro viendo tal Y no se dirigieron la palabra en toda la cena. Qué triste, qué horrible. Cuatro, o sea, los padres y los dos niños cada uno con la tablet.

J: Yo la había visto igual hace diez años en Estados Unidos y decía, no puede ser tan... Es muy triste. Y ahora es lo normal.

M: ¿Os parece el mundo de las series como un elemento más también? Bueno, un elemento más entre tantos.

J: Yo creo que sí.. Bueno, también depende cómo lo quieras usar. También puede unir. Supongo que habrá familias que queden, que utilicen como...

MAC: Vamos a ver todos tal que...

J: Claro, yo creo que sí.

MAC: Pero sí, son las dos cosas. Si les gusta. Las dos cosas.

V: Pero es difícil estar todos en el mismo capítulo, ¿eh? Es muy complicado. Y sobre todo...

J: Y no tenemos los mismos gustos para nada. Para nada.

G: Esa es la clave. Que nos guste a toda la familia lo mismo.

J: Javi, nuestro hijo, que es muy tal, que nos recomienda mucho. Esto que no se entere, pero... ¿Que esto nos salga de aquí? No sé. Los gustos son, digamos... Hombre. Claro. Bueno, también es lógico. Por la diferencia.

M: ¿Qué diferencia encontráis de gustos entre los más jóvenes, entre vuestros hijos?

A: Bueno, es que Javi es muy particular, porque es muy cinéfilo, le gusta mucho... No solo mira la trama, sino la forma de cómo está rodada, de cómo está tratada.

J: Por ejemplo, le gustan mucho las series fantásticas.

M: La ciencia ficción.

J: Sí. O las de *Marvel*. Algunas que nos ha recomendado de esas, de fenómenos paranormales, cosas de esas.

A: *Stranger Things*. A mis hijos les encanta y a nosotros...

J: Bueno, esa es muy famosa y es una serie muy buena, pero a mí no me gusta. A los jóvenes creo que les es como la pera. De buena.

G: A mí me parece una serie muy buena.

M: ¿Alguna vez os identificáis con alguno de los personajes de la serie?

G: Pues a mí eso no me ha pasado.

A: Bueno, igual te enganchas un poquito, a lo mejor una un poco más de conexión. Depende también... Hay tanta variedad de lo que vemos.

V: Es que claro, es que el que ve tantas series...

A: Pero identificarme diciendo es que podría ser yo, no.

M: ¿Y sentís la serie como una recompensa diaria ese rato de descanso?

G: A mí eso sí me gusta.

A: Sí, sí.

M: ¿Os sentís como un... es tu momento? Como un efecto recompensa.

V: Porque es que después de comer es mi momento. Es mi momento y el de mi gato.

J: Es un poco lo que sucedió en su día con el cine. Lo que pasa es que es tan potente el mecanismo, tan fácil, tan...

A: Claro. Tan accesible.

J: Que tú lo controlas y entonces lo gradúas como quieres que siga.

R: Desde el punto de vista de la pareja sí. Yo creo que es el momento de que la pareja se sienta a ver algo que los dos quieren ver.

M: Que compartan. O sea que es un momento de compartir.

G: Yo creo que sí.

MAC: Sí, yo creo que sí.

M: ¿Os parece que esa práctica que tiene Netflix de que tú no tienes que hacer nada para que te empiece el siguiente capítulo? O sea, en lugar de hacer activamente...

V: Sí, sí. Es una maravilla.

M: ¿Os parece que eso os hace engancharos?

A: Claro que te engancha. Sí, hay veces que digo, uy, que va a empezar el otro, que no quiero verlo. Y lo quito con muchas prisas.

M: Lo activo es quitarlo.

A: Claro, claro.

M: Lo pasivo es dejarlo.

MAC: Además es un truco de marketing. O sea, te engancha a base de ver las tres primeras imágenes.

A: Claro.

J: A mí una tontería que me encanta es lo que te puedas saltar la introducción.

A: Ah, sí.

G: Pero yo, sin embargo, en la película de *Narcos* me los tragaba todos por la música.

A: Es que era muy buena, la música era muy buena. Me la tragaba, muy buena.

JL: Muy buena, muy buena.

J: Las fotos y la música.

A: Pero en cambio la que estamos viendo ahora, la de *La Reina del Sur*, no tiene presentación. Es solo un fotograma. Entonces es muy cómodo.

M: ¿Cuál podríais decir que ha sido vuestra serie favorita, la que más os ha gustado? Esa que habéis visto últimamente....

R: Para mí *Juego de Tronos*.

J: Para mí *Los Sopranos*.

G: Para mí *Prison Break*

JL: Yo, *Babylon Berlin*.

J: *Breaking Bad* también me gustó muchísimo.

V: *The Blacklist*.

A: Sí, al principio. Las tres primeras temporadas. Como eran seis

MAC: Pues a mí... A mí me gustó mucho... La de *Isabel*, la de Isabel la Católica.

V: Buenísima.

A: A mí me gustó mucho *House of Cards*. *House of Cards* es muy buena.

J: *Breaking Bad* también.

A: *Breaking Bad* me gustó muchísimo.

V: A mí al principio me gustaba también *Suits*. Me encantaba.

J: *Billions* también me gustó.

V: *Billions* es muy bueno.

JL: Mira, de esa vi una temporada, de *Billions*.

A: Esa está muy bien. *Billions* está muy bien.

JL: Esa la vi porque me gusta el actor.

J: El actor es el mismo de *Homeland*.

JL: Es muy bueno. Yo la vi por el actor. Esa es de la segunda guerra mundial. De los paracaidistas.

MAC: La verdad es que nosotros no vemos casi series y todas las dejamos a la vista.

V: *Jack Ryan* ha estado muy bien.

J: Nosotros vemos, pero también porque hemos sustituido prácticamente todo. La televisión no vemos nada. Si me la quitasen no la notaríamos.

A: Las noticias.

J: No vemos ni las noticias.

M: **Realmente es el rato que antes se dedicaba a la tele ahora se dedica a ver las series.**

MAC: Pero estamos desconectados de la realidad. Aunque no sea que nos empeñemos en ver el periódico, ver lo que sea.

A: Ahora todos los días de mi vida abro todos los periódicos en el móvil.

J: En digital. Las cosas que aparecen en las teles a las 9 de la noche es que digo, es que esto lo leí ayer ya dos veces. Es que no dicen nada.

G: Yo creo que lo principal es aprovechar mejor ese tiempo que tienes cuando se termina la jornada. Es que antes se te hace interminable con los anuncios.

J: Yo hace años y años que no veo nada. La televisión normal no la veo.

G: Y mira, que a mí me gustan los anuncios muchas veces verlos. A mí me hacen gracia cierto tipo de anuncios, pero hay veces que es excesivo.

A: Claro, pero empezar a ver una película a las 10 de la noche y que con anuncios acabes a la 1 de la madrugada, pues no es normal. Entonces bueno, pues veo uno, veo un capítulo, un capítulo y medio o dos y cuarto.

G: Y sobre todo películas que puedes ver al tirón en cualquier canal.

V: Es que ya no te sorprende porque en cualquier plataforma la vuelves a tener.

M: **A ver, pues concluyendo entonces. La serie es lo que sustituye al rato de televisión y de antes, más fructífero digamos porque tú te administras lo que quieres. Pero un consumo digamos controlado. Es decir, no se pasa de... no te restas sueño ni nada por ver la serie.**

A: No nos crea adicción. No se pierde el control digamos.

J: La palabra que es maravillosa es que es flexibilidad. Una gran flexibilidad. El ocio, poder escoger lo que quieras. En el momento que quieras.

R: Poder ver tres o cuatro series. Si un día te apetece. Nosotros vemos dos de una, al día siguiente una y uno de otra. O sea, tenemos a lo mejor abiertas cinco series.

V: Y lo bueno es que por ejemplo, cuando estabas en Antena 3 viendo una serie hasta el martes siguiente. Ese martes si no la podías ver por cualquier cosa te desenganchaba. Pero sin embargo, como aquí lo tienes a petición, la demanda.

M: Exacto, te administras.

V: Exacto.

A: Eso es.

V: A nosotros antes nos encantaba seguir. Ay, que hoy hay no sé quién. Y la seguíamos. Claro, si alguna vez no la podías ver, pues ya estabas fuera.

A: Pues ya la habías perdido.

M: Y en ningún caso planificas, es decir, pues nos quedan siete capítulos, nos la terminamos.

V: No, no es una práctica que hagamos.

M: Pero sin embargo, pensáis que la gente joven, o sea, lo veis en vuestros hijos, que ocasionalmente podría haber...

V: Ocasionalmente podría haber...

J: Yo creo que sí, que a veces quedan y... Sí. Parece ser que la gente joven sorprendentemente sale menos que antes. Hay mucha gente joven que se organiza en casa y tal, y una de las cosas que hacen, pues es... También he visto que hacen maratones, no solo de las series, de *Star Wars*. Javi, nuestro hijo, alguna vez ha quedado con amigos para ver las tres películas seguidas de *El Padrino*.

M: O sea, que en esta generación que viene detrás de nosotros... sí que puede cuadrar el maratón de serie o de cine pero no es en ningún caso el nuestro.

A: No.

V: no, no.

M: Vale, pues genial. Muchísimas gracias.