

EL FENÓMENO DE LAS SERIES AUDIOVISUALES: NETFLIX EN PERSPECTIVA LATINOAMERICANISTA COMO CLÚSTER CULTURAL DEL SIGLO XXI

RESUMEN: El presente artículo se propone como un estudio teórico sobre el concepto de series audiovisuales y su capacidad narrativa por parte de la plataforma de video streaming Netflix desde el panorama latinoamericano. Lo que presupone ante todo, generar una reflexión entorno de la series como un acontecimiento audiovisual, comprendiendo así el gesto narrativo que le ha dado su existencia, y consecuentemente observar el desarrollo técnico-digital de las mismas a partir de la influencia de Netflix como empresa del sector cultural-industrial más sobresaliente del siglo XXI. Finalmente, discutimos los modos de flujos y los intercambios simbólicos envueltos en la configuración representativa de los relatos audiovisuales acerca de los territorios, de imaginarios, de historias e identidades dentro de la experiencia del mundo contemporáneo de las imágenes.

PALABRAS CLAVES: Series audiovisuales, Latinoamérica, Netflix, Cultura, Narrativa.

ABSTRACT: This article is proposed as a theoretical study about the concept of audiovisual series and their narrative capacity by the streaming video platform Netflix, from the Latin American perspective. What it presupposes is generating a reflection around the series as an audiovisual event, thus understanding the narrative gesture that has given it his existence, and consequently observing their technical-digital development based on the influence of Netflix as a cultural cluster of the 21st century. Finally, we discuss the modes of flow and symbolic exchanges involved in the representative configuration of audiovisual stories about territories, imaginaries, histories, and identities within the experience of the contemporary world of images.

KEY WORDS: Audiovisual series, Latin America, Netflix, Culture, Narrative.

INTRODUCCIÓN

El campo audiovisual se ha extendido, una insurgencia narrativa, nuevos formatos y una nueva experiencia cultural que se llama serie audiovisual, pero esta no surgió por generación espontánea, sino que hace parte de un proceso histórico, cultural e mercadológico de cambios y relaciones entre las imágenes visuales, sonoras y la sociedad. Es así como la revolución tecnológica no intentó detenerse, si no que buscó cambiar radicalmente las expresiones audiovisuales, así como su manera de concebir la experiencia en la pantalla por los sujetos, he aquí la llamada de atención hacia la reinención de la narración audiovisual:

Si uno se fija en el efecto extraordinario que tuvo la ópera durante 300 años, era el entretenimiento audiovisual principal. Al principio de la Primera Guerra Mundial dejó de satisfacer las expectativas de la gente y apareció una nueva tecnología llamada cine que sí

lo hizo. Se le pronosticaba una vida larga, quizá de unas veinte generaciones, pero hoy ya no satisface la imaginación humana y tenemos que buscar algo nuevo. Si uno mira los libros de historia, verá que en los últimos 200 años siempre pasó lo mismo. (GREENAWAY, 2011, p. 29).

Es justamente este autor que nos abre caminos para preguntarnos por la eclosión de las series audiovisuales como experiencia cultural y como importante vehículo del lenguaje, siendo esto realmente lo que nos interesa desarrollar en este artículo. El llamado de atención surge de entender el tema de las series audiovisuales y a Netflix su impulsador como trasgresores de los paradigmas propuestos por el cine y la televisión, así como su ágil y amplificado posicionamiento, puesto que es esto lo que ha suscitado relevantes investigaciones para el campo de los estudios culturales, visuales y audiovisuales. Este tema adquiere una preocupación aún más central cuando se piensa en las migraciones y transiciones que la narrativa audiovisual serial presenta dentro del territorio latinoamericano “[...] convergencias mediáticas e hibridismos narrativos, tecnológicos e estéticos se fazem presentes, delineando de modo estrangeiro o territorio [...]” (SOARES, 2011, p. 151). Podría decirse que desde un punto de vista transnacional continuamos este camino, consagrándonos al examen de la narrativa serial audiovisual hacia el entendimiento de la confrontación de historias.

Comenzamos el presente artículo realizando un abordaje teórico sobre el concepto de series audiovisuales y su capacidad narrativa por parte de la plataforma de video streaming Netflix desde el panorama latinoamericano. A continuación, generamos una reflexión entorno de la series como un acontecimiento audiovisual, comprendiendo así el gesto narrativo que le ha dado su existencia, y consecuentemente observamos el desarrollo técnico-digital de las mismas a partir de la influencia de Netflix como industria cultural más sobresaliente del siglo XXI. En un último momento, discutimos los modos de flujos y los intercambios simbólicos envueltos en la configuración representativa de los relatos audiovisuales acerca de los territorios, de imaginarios, de historias e identidades dentro de la experiencia del mundo contemporáneo de las imágenes.

LAS SERIES AUDIOVISUALES FENÓMENO E IMAGEN

Acercando la discusión sobre el desarrollo de la narrativa serial audiovisual, es casi imposible no imaginar el papel que ha jugado la literatura como ese arte de contar historias “La publicación por partes de una novela es lo más parecido a una emisión de episodios por entregas

que forma la base de lo que es una serie como forma narrativa” (DE LA TORRE, 2016, p. 10). El virtuosismo de su configuración como agente simbólico y visual tal vez consista en que consiguió reunir todo un laboratorio de ideas de siglo XX y desde atrás: la literatura, la poesía, la fotografía, la televisión, la radio, el cine, la música etc. Pudo juntarlas y volverlas casi que una manera citacional de poner en conjunto una gran cantidad de racionamientos. De arrastrarlos desde varias partes y colocarlos en sintonía, y a partir de esto construir relatos. No es extraño que percibamos que cualquier persona que se dice ser culta en el sentido posmoderno también goce de estas. Las series audiovisuales han creado movimientos sociales, guetos culturales, comunidades de serie-espectadores, pero a su vez conciben filosofía, historia, política contemporánea y terminan siendo casi que ese nuevo lugar donde la sociedad se encuentra.

Por tal motivo, la estimativa de por qué las series mutaron como un fenómeno audiovisual consistiría en exponer tal vez tres aspectos relevantes: primero, son una nueva forma de entretenimiento que se relaciona con el concepto de estilo de vida que habitamos, funcionan como lo que el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1996, p.71) denominó de “capital cultural” puesto que las mismas están llenas de “bienes culturales que transmiten los diferentes AP¹”, códigos y símbolos culturales que hacen que la personas que las asisten cuestionen “la arbitrariedad cultural impuesta por AP dominante”. Convirtiéndose así el tema de discusión y reflexión, un lugar desde dónde mirarnos; que si no sabemos de series pareciera que nos estuviéramos relegando del universo, es la acrópolis de las pantallas audiovisuales y de quién se conecta con estas:

Y todo se concreta en que estas series producen una experiencia audiovisual otra: una en el que la goza se siente inteligente por reconocer las citas que aparecen de la cultura Mainstream, por atreverse a explorar nuevos y extravagantes mundo morales, por sentirse único al develar los artefactos estético-narrativos que se proponen en cada capítulo, por ser parte de algo al ingresar en un club gueto-mundo con estilo propio que lo aleja de esos que ven la “televisión vieja” o “todavía” van al cine (MARTEL, 2011 apud RINCÓN, 2013, P. 42).

Es esto lo que al final resulta fundamental, que llegamos a una experiencia otra que despierta deseos, que hace que los espectadores se redescubran así mismos en su manera de comunicarse, pero que también nos hace preguntarnos qué hay realmente detrás de toda esta

¹ AP: Acción Pedagógica, es una convención grafica utilizada en el texto por Pierre Bourdieu, para referirse a un sistema de relaciones lógicas que hacen parte del concepto citado. Desde donde se puede entender cómo funciona la reproducción cultural arbitraria de una clase o clases dominantes. Esto lo hace con la intención de generar facilidad en la lectura del texto.

tecnicidad audiovisual. Siendo insoslayable la pregunta acerca de cómo se relaciona la variada taxonomía técnica y estética de las series, lo que nos lleva hacia el frente con el segundo aspecto:

Las series no son cine, tampoco televisión, son una experiencia audiovisual transversal que entra en secuencia con saberes-prácticas-referencias Mainstream para producir nuevas vivencias de lo popular. Una experiencia mundializada y transpantalla que pone en secuencia todas las usanzas del audiovisual a la manera televisiva: abierta: repetitiva: sentimental: popular: relajante: mundo. (RINCÓN, 2013, P. 42).

Considerando lo expuesto anteriormente por el investigador audiovisual colombiano, otra posible interpretación sería cotejar la premisa desde otra perspectiva, donde las series sí son cine, sí son televisión y también vídeo, pero ¿Por qué? Pues son cine porque poseen una belleza estética, el poder que tienen las imágenes en la narración cinematográfica, pero son más televisión porque son obras abiertas, sin finales cerrados, de construcción narrativa dramática hilada o escalonada, por eso los espectadores pueden ver un capítulo y después parar de ver; y son video porque escenifican bajo el manejo de cámara, de narrativa transmediática y de estructura artística de montaje y edición que viene del video propiamente. Es posible que esta variedad de tácticas y la multilateralidad mediática de la series hayan permitido atravesar al cine y la televisión, lo que conduce a la presentación del tercer aspecto. Las series audiovisuales hacen parte también de un proceso de autoproclamación apadrinada por los mismos oligopólicos que crearon y han dirigido la institucionalización del lenguaje cinematográfico estadounidense hoy globalizado; del cual todos en algún momento en la historia hemos bebido como la famosa receta de lo que el cineasta chileno Raúl Ruiz (2000, p. 30) ha titulado “Teoría del Conflicto Central” que básicamente representa el fundamento de la ley narrativa audiovisual Hollywoodense, donde no hay historia sin conflicto central del personaje, agregando consecuentemente que “Estados Unidos es el único país del mundo en el que el cine haya desarrollado desde temprano una teoría narrativa y dramática global”, guiando hasta el día de hoy la estructura creativa del relato audiovisual en el mundo, su *Storytelling* o el arte de contar una historia no se diseminó, sino que se transformó en una aparato de prescripción:

Em termos estruturais, as tramas do cinema clássico possuem personagens bem definidos e empenhados em resolver algum problema ou atingir objetivos específicos. Os personagens individuais, especialmente os protagonistas, são agentes causais que movimentam a trama. Isso significa que, ainda causas naturais ou sociais possam afetar o curso da ação no desenvolvimento dos enredos clássicos, os filmes tendem a enfatizar as motivações psicológicas que mobilizam os personagens e geram conflito (CARVALHO E CASSIO, 2019, p. 35).

Probablemente esta reflexión también nos invite a pensar que el lenguaje audiovisual de los Estados Unidos no solo consistía en una manera artística de mostrar el “*American Way of Life*”, sino que también continua siendo una fórmula para exteriorizar su idea de nación absoluta y hegemónica; inclinando la balanza argumentativa hacia la idea de que el declive relativo de la narrativa hollywoodense hacia finales de los años noventa va más allá de la peripecia de un clúster cultural, dado que:

Las series son el penúltimo intento de los Estados Unidos por seguir siendo el centro de la geopolítica mundial. Como económicamente ya no es posible, los esfuerzos se canalizan hacia la dimensión militar y hacia la dimensión simbólica del imperio en decadencia. La teleficción documenta, autocrítica, esa deriva doble: geopolítica y representacional (CARRIÓN, 2011, P. 15).

Ahora bien, es interesante ver cómo este teórico nos sugiere que las series audiovisuales son aparentemente un fenómeno anglosajón que se pueden comprender como una forma de insistencia del imaginario y el simbolismo estadounidense dentro de la misma sociedad global. Un tipo de instrumento ideológico transmisor de un discurso no solo político, sino social y cultural; lo que se traduce en que las series estadounidenses defienden el modelo de vida estadounidense, pero también desde un punto de vista autoreflexivo están criticándolo, esto comprendido como una forma parcial de asegurar su supervivencia. Es aquí cuando la narrativa audiovisual y la representación alegórica a través de las series son una cuestión trascendental para regiones como Latinoamérica, si pensamos en los factores endógenos y exógenos de la globalización:

En un sincronismo tal entre la teoría artística y el sistema político de una nación dominante representan un caso histórico raro, y lo que es más raro aún, su aceptación por la mayor parte de los países del mundo. Las razones de esta sincronización han sido ya objeto de abundante discusión: entre los políticos y los actores existen lazos de intercambiabilidad, puesto que los unos y los otros se sirven del mismo médium, tratan de dominar las mismas técnicas de representación y practican la misma lógica narrativa (RUIZ, 2000, p. 31).

Sin ser tautológicos, nos parece importante llamar la atención dentro de este mismo tercer aspecto, una subcaracterística que se relaciona al impacto que puede llegar a tener las series audiovisuales como comunicación instantánea; y es el hecho de que estas proceden de forma diáfana como una entelequia narrativa sobre el concepto de nación. Los Estados Unidos crean un discurso nacional con sus series, *ergo*, las naciones latinoamericanas crean un discurso nacional con las suyas. Pero aquí existe un factor particular, y es que gracias al hecho de que Hollywood hizo que nos familiarizáramos con sus paisajes y sus referencias, es el único tipo de serie fácilmente exportable por decirlo de forma arbitraria. En consecuencia, la autocrítica mencionada

anteriormente por el teórico español, de las mismas series estadounidense a su gobierno, la podemos entender así sea exiguamente, porque todos ya sabemos que en Estados Unidos las fuerzas policiales y armadas funcionan de un modo, la salubridad de otro modo o los políticos de este otro modo “las teleseries norteamericanas han ocupado, durante la década del siglo XXI, el espacio de representación que durante la segunda mitad del siglo XX fue monopolizado por el cine de Hollywood” (CARRIÓN, 2011, P. 16). Pero quizás lo que puede parecer aún más llamativo nos advierte Carrión, es que la narrativa estadounidense haya conseguido convertir a los presidentes de Estados Unidos en un tipo de personaje recurrente en las series “durante la primera década de siglo XXI los presidentes reales y ficticios de los Estados Unidos se han convertido en presencias constantes en las series” (CARRIÓN, 2011, p. 21). Porque de algún modo esto por metonimia denota que el presidente de los Estados Unidos es el presidente del mundo.

Esta manifestación podría ser entendida por medio de una de las series estadounidenses de mayor éxito, producida y distribuida originalmente por la plataforma de video streaming más importante del circuito, Netflix. La serie *House of Cards* (2013) representa una forma de visualización ficcional de la vida política de los Estados Unidos, donde el personaje de Frank Underwood (Kevin Spacey), un político con ansias de poder recurre a variadas estratagemas para llegar a la presidencia. Entonces, escenas de relaciones ilícitas, corrupción, sobornos, asesinatos, drogas y todo lo que puede llegar a cuestionar la tan reputada estructura democrática de los Estados Unidos, son narradas casi que a través de la idea de parusía, de crisis nacionalista, de un país que sufre transformaciones políticas y requiere de un mesías salvador. Podríamos decir que este es un relato que se desarrolla entre realidades históricas y abstractas, un nexo entre nuestro mundo y un mundo paralelo, un ejercicio para ir más allá del margen en el contenido y la forma, algo que desde la mirada de Jorge Carrión (2011, p. 70) las series logran constituirse como esa ficción cuántica “que reivindica el arte como complejidad científica, como crítica social e histórica, como un vehículo de conocimiento disfrazado de vehículo de entretenimiento”. Surge así un personaje-presidente como Donald Trump y con ello presenciamos unos de los discursos nacionales más simbólicos y visuales de los últimos tiempos de la política estadounidense, además de colocar sobre la agenda internacional temas como viralización, fake news y posverdad.

Figura 1. Frank Underwood



Fuente: MGE Estudios².

Figura 2. Donald Trump



Fuente: The Washington Post³.

Esta serie tuvo tanta repercusión a nivel mundial, que desde el contexto latinoamericano nos permite comprenderla de la siguiente manera. El intro (abertura) de *House Of Cards*, es una perfecta composición videográfica y musical que se encarga de situar al espectador espacialmente, con atrayentes encuadres y planos abiertos, cerrados y generales que muestran los monolitos, los monumentos y lugares más icónicos de Washington D.C, así como los símbolos patrios que identifican a la nación estadounidense; tal vez desde una posible lectura audiovisual pueda decirse que son visualizados de forma imponente, representan la imagen de una nación poderosa, pero también oscura y enigmática. Esta narrativa audiovisual contó con tanta viralización, que en muchos países terminaron circulando por internet versiones de aficionados que transpusieron visualmente la idea de cómo serie *House Of Cards* haciendo alegoría a sus propias identidades nacionales. Brasil fue uno de los países donde se creó una transposición del intro relativamente fotocopiada, pues presentaba de forma semejante sus símbolos, sus códigos éticos, estéticos e identitarios de la nación, con imágenes sobresalientes de su ciudad planificada, Brasilia, la capital federal de ese Brasil moderno o como apunta Petra Costa en *Democracia em Vertigem* (2019) el diseño de “uma cidade utópica, que abrigaria o sonho da democracia”. Mientras que en *House Of*

² Disponible en: <https://www.mgestudios.com/en/portfolio-posts/house-of-cards/>.

³ Disponible en: https://www.washingtonpost.com/politics/how-donald-trump-came-up-with-make-america-great-again/2017/01/17/fb6acf5e-dbf7-11e6-ad42-f3375f271e9c_story.html.

Cards USA termina con una imagen impetuosa del capitolio nacional, en Brasil se finaliza con la imagen sagaz del palacio del congreso nacional Nereu Ramos.

Figura 3. *Houses of Cards* - Estados Unidos



Fuente: Captura de pantalla, YouTube⁴.

Figura 4. *Houses of Cards* – Brasil



Fuente: Captura de pantalla, YouTube⁵.

La intención de esta primera observación es abrir el camino para exponer y reflexionar sobre la naturaleza de un tipo de comunicación aparentemente más convergente, abarcadora, de

⁴ Vídeo disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=9w-O60x1bYk> .

⁵ Vídeo disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=9IPIClWGtcl> .

múltiples pantallas y casi que de alta expresión y apreciación pública. Un movimiento que en palabras de Marcel Viera Silva (2014, p. 243) llamamos de “Cultura das Séries” con dos relevantes manifestaciones como son: que las series consisten en “novas dinâmicas espetatorias” y en la “ampliação das formas de produção e consumo do audiovisual”. Siendo esta última a nuestro modo ver donde Netflix aparece como el máximo exponente dentro de otros oligopolios digitales como HBO, Amazon Prime o Apple TV+. En nuestro campo de estudio nos llama la atención que Netflix en su finisecular aparición se encuentra estrechamente ligado a la cultura de la series como el desarrollador no solo de un producto industrial, sino publicitario, ideológico y artístico; además, de ser el responsable de su potencialización y funcionalidad como un catálogo de notables objetos culturales de variadas técnicas narrativas.

EL COMPONENTE NETFLIX EN LATINOAMERICA

Nicholas Mirzoeff (2003, p. 23) argumenta que “La sorprendente habilidad para absorber e interpretar la información visual es la base de la sociedad industrial”, esto nos insiere en la reflexión acerca del espacio importante que ha logrado ocupar Netflix como uno de los clúster tecnológicos y culturales más innovadores del siglo XXI. Desde su creación en 1997 como distribuidor de películas en DVD, hasta su actualidad como productor directo de contenido audiovisual, esta compañía estadounidense ha logrado imponer su marca no solo desde el ámbito comercial-económico como forma de entretenimiento vigorizada de la pantalla audiovisual; sino como una transformación cultural posmoderna apoyada en la relación que tenemos con la imagen visual en el mundo “Quando entramos em contato com aparatos visuais, meios de comunicação e tecnologia, experimentamos um acontecimento visual” (PEGORARO, 2011, p. 49). Es aquí donde aparecen las consideraciones de su imago tipo significado, relacionado por completo con el campo de la era digital e virtual, que le dan otro alcance cultural a las prácticas y los discursos sociales de un individuo y su colectividad. Esto ha sido una aventura en especial para Latinoamérica debido a que ésta parece siempre haber sido un mercado importador de commodities culturales estadounidense, lo que en palabras de Penner e Straubhaar (2020, p. 147) se ha convertido en un tipo de “dependência cultural que não deixa de levar em conta a resistência de culturas e subculturas. É preciso compreender que audiências ativamente fazem escolhas entre assistir a programas internacionais, nacionais ou regionais”.

Esta situación nos demuestra de hecho que el componente Netflix es sin duda un imperio digital, que parece estar frenando en su conjunto la posibilidad de construir una visualización diferente a la problemática de la producción de imágenes para América Latina. Lo que hace importante resaltar una descripción de su componente: primero, el impacto sobre la economía de la cultura dentro de las dinámicas de producción, distribución y consumo audiovisual latinoamericano ha sido preponderante “Netflix concentra cerca del 50% del mercado, seguido por actores como Claro Video (América Móvil), Blim (Televisa), HBO Go2 y una “larga cola” de otros oferentes que obtienen cuotas de participación marginales” (BALADRON Y RIVERO, 2018, p. 6). Esto vislumbra así un escenario de total desventaja frente a las industrias culturales latinoamericanas, pues Netflix tan solo posee oficinas físicas en São Paulo, Ciudad México y se espera que para el 2023 en Bogotá, lo que no logra mucha notoriedad, ya que su legalización ante las industrias locales es prácticamente nula porque sin mecanismos, agentes o filiales es casi imposible una concertación; en otras palabras, no existe una regulación sólida para este clúster. Entonces, aparecen cuestiones como la homogenización del contenido exhibido, ausencia de cota de pantalla, el no pago de impuestos, lo que podría servir como contribución a los fondos de fomento y desarrollo audiovisual tal como lo acaba de poner en marcha Suiza con la aprobación por parte del congreso de la “Ley Netflix”⁶. Es esta quizá la sensación de transformación, la cual se ven casi que obligadas a experimentar las industrias audiovisuales que desde la perspectiva latinoamericana no dejan de poner al descubierto “la hegemonía de la experimentación tecnológica, o mejor de la sofisticación de efectos, sobre el desarrollo mismo de la historia” (BARBERO, 1999, p. 90). Un efecto que se embarca también en un paradigma de iconicidad que nos conduce al segundo elemento del componente: *A Netflix original serie* “Desde el principio, fue la capacidad de Netflix para adaptarse a las tecnologías cambiantes y las demandas de los consumidores lo que lo hizo tan exitoso. Esta capacidad de ajuste ha continuado en los últimos años con el éxito del contenido original de Netflix” (STOLL, 2022)⁷. Su valor como marca se adentra más allá de lo comercial, las series de Netflix son su producto bruto, representan casi que un mundo escópico de nueva era. Desde su sonido electroacústico y de redoble al inicio de cada capítulo en sus series, hasta su presentación cromática e interactiva, son algunos de los recursos

⁶ <https://www.observacom.org/suiza-aprobo-una-tasa-netflix-del-4-que-se-aplicara-a-las-plataformas-de-streaming/>

⁷ From the beginning, it was Netflix’s ability to adapt to changing technologies and consumer demands which made it so successful. This ability to adjust has continued in recent years with the success of the Netflix’s original content. <https://www.statista.com/topics/842/netflix/#dossierKeyfigures> (Traducción propia).

con los que cuentan sus narrativas seriales que personalizan la pantalla, pero que también generan y componen la imagen que le da fuerza expresiva a la forma como los espectadores se relacionan dentro y fuera del universo de las series. En Latinoamérica ocupan un lugar de comunicación importante si pensamos esa línea de tránsito entre alta cultura, cultura popular, cultura pop o mainstream, que se viraliza y dialoga entre las audiencias.



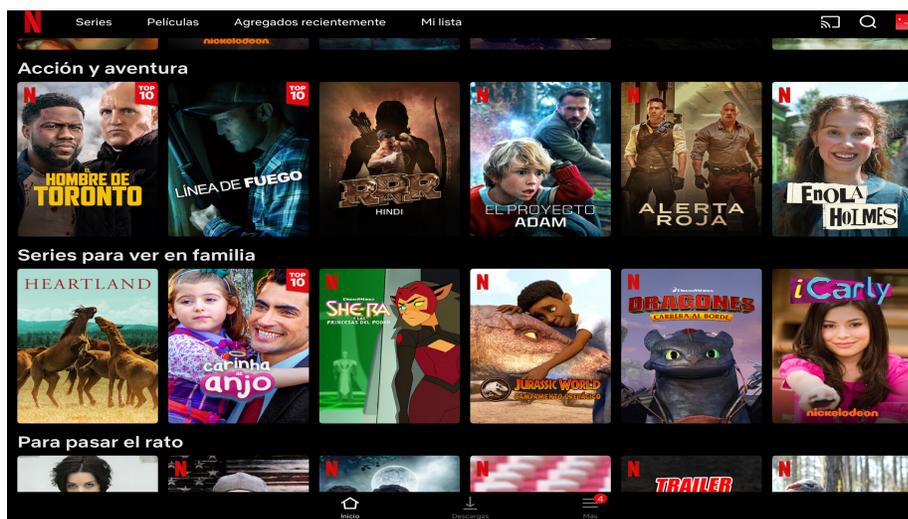
Fuente: Capturar de pantalla, Twitter.

Esta imagen (meme) representa tan solo un ejemplo de las muchas formas expresivas y de lectura audiovisual que los espectadores hacen de los espacios y entornos culturales e ideológicos que comprenden la narrativa serial de la marca Netflix. Aparece la telenovela colombiana *Yo soy Betty, la fea* (1999) como base de la intertextualidad, y se conjuga con series como *RuPaul's Drag Race All Stars* (2012) *Peaky Blinder* (2013), *Dark* (2017), *You* (2018), *Cobra Kai* (2018) y *El Juego del Calamar* (2021). Una transposición de elementos si tomamos a *Yo soy Betty, la fea* como representación de una construcción de la vida folclor con la que se suele identificar a las producciones latinoamericanas; por ejemplo, la caracterización de los personajes abogados tinterillos o fracasados de Betty son comparados con los hermanos gánsteres de la serie *Peaky Blinders*, que representan a una temida pandilla de las primeras décadas del siglo XX en Inglaterra, cuando esta se ahondaba dentro del proceso de modernización industrial. Es tipo de alegoría irónica se repite de igual manera con cada una de la otras series en sus diferentes ejes temáticos,

demostrando así la categoría narrativa que atraviesa la realidad de nuestro contexto latinoamericano y bajo el cual se suele construir reflexiones de tono burlesco:

Las contradicciones latinoamericanas que atraviesan y sostienen su globalización desembocan decisivamente en la pregunta por el peso que las industrias del audiovisual están teniendo en estos procesos, ya que esas industrias juegan en el terreno estratégico de las imágenes que de sí mismos se hacen estos pueblos y con las que se hacen reconocer por los demás (BARBERO, 1999, p. 92).

Es Netflix la muestra de la profundidad de alcance que tienen es tipo de comunicabilidad visual, y en específico, cuando ha hecho y continua haciendo de las series audiovisuales el mejor modelo de negocio del capitalismo que nos habita. Por tal razón, la construcción de su narrativa heteroglósica no se detiene, siempre busca estímulos a través de las experiencias, emociones, excitaciones y alegrías, tangibles o intangibles. Con Netflix nacen unas nuevas maneras de organizar, enunciar y clasificar de lo audiovisual, es decir, ya no se anuncia por autores, actores o géneros, casi que esa clasificación de suspenso, drama o terror quedan atrás, ahora se crean otros motivos visuales de construir mundo: por tendencias, lo más popular en Netflix, guionistas que la crítica aclama, series sobre lucha contra el sistema etc. Esto nos abre la puerta a pensar que las series de Netflix también condensaron dos tipos de narrativas que se volvieron significativas porque logran conectar con las sensibilidades colectivas que atan a una sociedad.



Fuente: Captura de Pantalla, Menú principal de la Plataforma.

NARRATIVA DE OPINIÓN PÚBLICA

“El título «opinión pública» tiene que ver con tareas de crítica y de control, que el público de los ciudadanos de un estado ejercen de manera informal (y también de manera formal en las elecciones periódicas) frente al dominio estatalmente organizado” (HABERMAS, 1962, apud CUCURELLA, 2001, p. 54). Las series se han convertido en la opinión pública contemporánea en términos globales, si alguien quisiera comprender que es lo que sucede en la agenda mundial, casi que tendría que ver series, pues es allí donde se encuentran las audiencias tertulizando, ofrecen un soporte sobre el cual se comienza a conversar, reflexionar, pero también genera discusiones, emociones, desacuerdos y recuerdos, se comparten inferencias, referencias y temas controvertidos; es esta la opinión pública, es como si no necesitáramos ver los noticieros, no existe la BBC, CNN o la Folha de São Paulo cuando es esta la dinámica política y comunicativa de nuestro momento:

Las series son esa niebla de subjetividad que habita nuestro mundo, ese nuevo espacio de opinión pública sobre este mundo hecho en USA, esa reflexión acerca de la pesadilla del sueño americano, ese gozo de nuestra cultura pop como referente de lo culto, esa manera de ser todos hijos de gringos y no querer serlos: esa niebla del sentido que aparece y desplaza en la mundialización de la cultura (RINCÓN, 2017, p. 65).

Ciertamente, en este tipo de narrativa no solo se refleje una sociedad y su historia, sino que también sintoniza, cautiva al asistente. Es en las multipantallas de los variados dispositivos donde encontramos la visualidad extendida de la opinión pública, por eso, si nosotros hubiésemos querido imaginar cómo en Estados Unidos la sociedad iba a querer elegir un presidente como Donald Trump tendríamos que haber visto una serie como *Houses of Cards* (2013), y comprendido que sus votantes eran personas extremadamente molestas porque el sueño americano no se cumplía “*Make America Great Again*”. Inclusive un tema de coyuntura más reciente, con la reciente ley aprobada por la corte suprema sobre la prohibición del aborto en varios estados de país. Lo que generó lluvia de manifestaciones mediáticas que estalló en las redes sociales, compartiendo imágenes alegóricas a la serie *El Cuento de la Criada* (2017), que narra un futuro distópico donde hay una pérdida del estado laico, la constitución es la palabra de Dios y las mujeres son despojadas de todos sus derechos, su cuerpo, y más específicamente su vientre es propiedad del estado, por lo cual es tomado para procrear y poblar la nueva nación. Este hecho que relata la serie fue tomado como referencia de crítica pública, pero también política y social, haciendo que surja otro aspecto que involucra la narrativa de opinión pública en las series, y que se sustenta en la resignificación

del concepto de extimidad “que consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red” (SIBILIA, 2008, p. 17). Nuestras ideas e informaciones obtenidas de las series se hacen necesarias exteriorizarlas, hacerlas parte de la criticidad exacerbada del mundo:

Las redes sociales son el emblema de la transformación de la intimidad en extimidad. Estamos todo el tiempo en el mundo *online*: las redes son canales que se han inventado para exhibir públicamente esto que podemos llamar extimidad. Son un ejemplo de las relaciones sociales mediadas por las imágenes. Hoy, buena parte de nuestra sociabilidad pasa por ahí (SIBILIA, 2017, p. 2)

Existe así la idea de que somos los nuevos críticos culturales, somos opinadores públicos por lograr hacer conexiones y reflexiones pastiche entre Facebook, Instagram, Twitter y los relatos paralelos de las ficciones seriales, adicionándole también los dilemas íntimos de nuestra contemporaneidad. Entonces, simplemente criticamos, posteamos, mostramos y dejamos que vean nuestra *story* o imagen (*découper-montage-discurso*) para que crean que somos los nuevos *Gatekeeper* contemporáneos, pero sobre todo para tener la seguridad de que existimos.

NARRATIVA DE CONTRACULTURA

Este tipo de narrativa alcanza cierto grado argumentativo cuando consigue aproximar la calle con el hogar, las macro-historias con relatos propios, lo que hace que entendamos a las series más allá de exclusivos objetos de entretenimiento “[...] de hecho, algunas series de más éxito desbaratan la realidad para transmitir a sus espectadores una sensación convincente sobre la experiencia de la vida cotidiana [...]” (MIRZOEFF, 2003, p. 41). Por tal motivo, buscamos interpretarlas como experiencias próximas y comunitarias, hacerlas nuestras armas de resistencias como individuos críticos de nuestro propio estar y hacer:

En las series se expresa esa crisis de subjetividad que habita nuestro mundo, y ellas nos permiten imaginar un nuevo espacio de opinión pública cool y contracultural. Dicho de otra manera, las series son para los pop-cultos algo así como lo que son las telenovelas para los populares-folk. Los pop-cultos somos, más que hijos de la ilustración y la identidad, herederos de las simbologías pop y las fusiones de pantallas (RINCÓN, 2016, p. 151).

Esa dinámica nos permite sentirnos súper contraculturales cuando consumimos una serie de Netflix por ejemplo: porque creemos que somos capaces de identificar y deconstruir sus códigos y símbolos, pero también porque nos hace sentir que estamos resistiendo al cine latinoamericano que encontramos contemplativo y aburrido, resistiendo a las librerías, resistiendo a la televisión

nacional que es pesada, tediosa y a veces lente; así creemos que al pagar una suscripción compramos la idea de lo revolucionario porque somos espectadores que vamos contra el sistema y sus hegemonías, pero en realidad pago Netflix porque no consumo Retina Latina o RTVCPlay en Colombia que son gratis y de contenido regional y nacional; sin darnos cuenta terminamos ajustándonos a las mismas lógicas de consumo salvaje “el síndrome consumista es velocidad, exceso y desperdicio” (BAUMAN, 2009, p. 120). El gran triunfo del capitalismo, demostrar consumistamente que soy contracultural cuando consumo la experiencia transmediática de Netflix como clúster cultural y digital del siglo XXI.

CONSIDERACIONES FINALES

El fenómeno de las series audiovisuales nos apunta hacia la historia de un cambio que ha revolucionado nuestra concepción tecnológica, comunicativa, social y política del mundo que habitamos. Por tal razón, tratar de estudiar sus flujos por las diferentes sociedades, en especial por la latinoamericana, y teniendo como artefacto interventor la plataforma de entretenimiento Netflix, constituye problematizar su producción narrativa, pues la narrativa audiovisual de una comunidad cercada desde el territorio simbólico y visual donde se representa establece los nexos, costumbres y fábulas que conceptualizan la obra de una comunidad-nación heterogénea. Esta nueva experiencia cultural con la que se narra la vida es, en consecuencia, la que se adentra en los deseos y temores no solo del pasado, sino del presente y el futuro; produce reconocimiento en las audiencias, promueve los saberes y gustos, construye la idea de justicia y éxito, en fin, origina la visualización de un imaginario. De ahí que también podría ser interesante darle valor a su representación ficcional como imágenes utópicas, ya que según Ángel Soto (2017) si recordamos la modernidad en sus inicios tuvo como base la composición de utopías, tanto que poetas como Tomás Moro construyeron sociedades imaginarias donde poder colocar lo público, y a su vez esas sociedades imaginarias se colocaban en la cabeza de quienes irían a construir una nueva sociedad en un tiempo material e histórico.

En el presente artículo procuramos también comprender desde una perspectiva latinoamericanista qué significa ese nosotros sin desconocer toda la complejidad de la multiculturalidad que abarcan los territorios. Sin embargo, tal vez sea indispensable en este sentido, entender que puede ser posible también promover un tipo de soberanía cultural

audiovisual, que significaría comunicar desde nuestros territorios, con nuestras formas, formatos y estéticas de narrar. A fin de recalcar que vivimos en la época de las series audiovisuales y que eso nos propone un reto de reconocerlas dentro de lo que Alessandro Baricco (2019) ve como una capacidad para generar una nueva idea de humanidad, con un carácter diletante y antropoceno, que insistimos debe verse como esa experiencia cultural que al mezclarse con el sistema capitalista y la sociedad de consumo nos hace reflexionar que precisamente consumimos cultura para armar nuestro estilo de vida, definiéndonos así como sociedad contemporánea que de alguna manera nos marca una época en la cual nos constituimos, es decir, existimos en la medida que narro y soy narrado en concordancia con los modos de referencia, es el encuentro con las lógicas culturales reveladas en estas que me llevan a la identificación.

REFERENCIAS

- BALADRON, Mariela; RIVERO, Ezequiel. Regulación de servicios de video a demanda en América Latina. **Avatares de la comunicación y la cultura**, N. 16, diciembre de 2018. Pág. 1-17.
- BARBERO, Jesús Martín. **Los Ejercicios del Ver Hegemonía Audiovisual y Ficción Televisiva**. Madrid, España. Editorial Gedisa, S.A. 1999.
- BARICCO, Alessandro. **The Game**. Barcelona, España. Traducción Xavier González Rovira. Editorial Anagrama S.A. 2019.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida de Consumo**. Ciudad de México, México. Traducción Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide. Fondo de cultura Económica. 2009.
- BOURDIEU, Pierre. PASSERON Jean, C. **La reproducción. Teorías para un sistema de enseñanzas**. Barcelona, España. Editorial Laila S.A. 1996.
- CARRIÓN, Jorge. **Teleshakespeare**. San José, Costa Rica. Editorial digital: Titivillus. 2011.
- CUCURELLA, Margarita, B. La opinión pública en Habermas. **Universitat de Barcelona, Facultat de Filosofia. Anàlisi**. N.26. Barcelona. 2001. Pág. 51-70.
- DE LA TORRE, Toni. **Historia de la Series**. España. Roca Editorial de Libros. 2016.
- GREENAWAY, Peter. **El cine ya no satisface la imaginación**. Entrevista, Página 12, p. 28-29, junio 6, 2011. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/5-21924-2011-06-06.html>. Acceso en: 3 de marzo de 2022.

MIRZOEFF, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona, España. Traducción Paula García Segura. Editorial Paidós. 2003.

OLIVEIRA, R.C; SATLER, LI, COELHO, R.F. Contando historias en la Tv: do cinema clássico ás narrativas seriadas. Século XXI: A publicidades Sem Fronteiras? **Goiânia: imprensa universitária**: 2019. Pág. 31-54.

PEGORARO, Éverly. Estudos Visuais: principais autores e questionamentos de um campo emergente. **Dominios da Imagem**, Londrina, Ano IV, N. 8, mayo de 2011. Pág. 41-52

PENNER, A. Tomaz; STRAUBHAAR, D. Joseph. Títulos originais e licenciados com exclusividade no catálogo brasileiro da Netflix: um mapeamento dos países produtores. Universidade de São Paulo. **Matrizes**, Vol. 14, N. 1, 2020. Pág. 125-149.

RINCÓN, Omar. LA FERLA, Jorge... [et al]. **Zapping TV. El Paisaje de la Tele Latina**. Bogotá, Colombia. Fundación Freidrich Ebert. Graficas Gilpor S.A.S. 2013.

RINCÓN, Omar. La audiovisualidad de la niebla: Vídeo Cliff vs. Vídeo Clips. **Revista de historia, teoría y crítica de arte H-ART**. N. 1. Julio-diciembre 2017. Pág. 55-72.

RINCÓN, Omar. Por fin triunfan los malos, *La ilegalidad cool de las series de televisión*. **Revista Nueva Sociedad**. N. 263, mayo-junio de 2016. Pág. 150-159.

RUIZ, Raúl. **Poética del cine**. Santiago de Chile, Chile. Editorial Suramericana. 2000.

SIBILIA, Paula. **La Intimidad Como Espectáculo**. Buenos Aires, Argentina. Fondo de Cultura Económico de Argentina, S.A. 2008.

SIBILIA, Paula. **Las redes sociales son el emblema de la transformación de la intimidad en la extimidad**. Entrevista, Noticias UNSAM, pág. 1-5, 8 de agosto de 2017. Disponible en: <https://noticias.unsam.edu.ar/2017/08/07/paula-sibilia-las-redes-sociales-son-el-emblema-de-la-transformacion-de-la-intimidad-en-extimidad/> Acceso en: 7 de julio de 2022.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014.

SOARES, Rosana De Lima. Saneamento Básico, O filme o como fazer um filme de bordas. Pág. 130-152. In: CARRASCOZA, J.A ... [et al]. **Consumo mediático e culturas convergentes**. Miro Editorial Ltda. São Paulo, Brasil. 2011.

STOLL, Julia. **Netflix – Statistics & Facts**. Artículo de nota pública. 2022. Disponible en: <https://www.statista.com/topics/842/netflix/#dossierKeyfigures> Acceso en: 2 de junio de 2022.

SOTO, Ángel. Utopía y Utopías en Latinoamérica: Ayer, Hoy ¿Siempre? In: TALCIANI, Corral Hernán... [et al]. **Utopía de Tomás Moro Estudios Jurídicos, Filosóficos y Literarios a 500 Años de su Publicación**. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia. 2017. Disponible en:

<https://www.uandes.cl/wp-content/uploads/2019/03/Cuaderno-de-Extensi3n-Jur3ADdica-N-29-La-Utop3ADa-de-Tom3s-Moro-1.pdf> Acceso en: 29 de junio de 2022.