

Facultad de Periodismo y Comunicación  
Licenciatura en Comunicación Social

# EL CONSUMO DE PELICULAS Y SERIES

Autora: Sansalone Camila

Tutor: Pérez Llana Diego

El consumo de contenidos audiovisuales forma parte de la vida cotidiana de las personas. Es utilizado principalmente como forma de entretenimiento. A su vez, de este comportamiento naturalizado se desprenden infinitas decisiones que toman las personas dentro de un universo lleno de opciones. Es importante conocer esas razones que llevan al prosumidor a consumir determinado contenido, así como también actualizarnos y evolucionar para mantenernos dentro de este universo.

Palabras claves: Consumo - Contenidos audiovisuales - Películas - Series - Prosumidor - Evolución - Cambios - Universo - Plataformas - Tecnología - Entretenimiento - Razones - Comportamiento - Comunicación - En directo - On demand

28 de febrero de 2023

## INTRODUCCIÓN

Estamos inmersos en un mundo que está en constante cambio, que modifica aquellos comportamientos que hasta ese momento eran naturales. La irrupción de internet en la sociedad ha modificado las prácticas sociales, tanto los modos de producción como los de consumo. Hoy el espectador tiene un rol activo dentro del esquema comunicativo para convertirse en un prosumidor. “Gracias a que las tecnologías se volvieron fáciles de acceder y las plataformas más claras; los peers adquirieron las herramientas para volverse productores de contenidos y emisores en el proceso de comunicación”, destacan Alberto Arébalos y Gonzalo Alonso en su texto, *La Revolución Horizontal*, en el año 2012.

Esto modifica sustancialmente la relación que la sociedad tenía hasta ese momento con las nuevas plataformas. Los peers se animan cada vez más a usarlas, a experimentar, a internalizarlas en su vida cotidiana. A convivir con ellas. De esta manera, poco a poco, las nuevas tecnologías comienzan a ser indispensables en la vida de la mayoría de las personas.

De esta interacción entre la tecnología y el hombre, surgen nuevos modos de ser, nuevas formas de relacionarse, nuevas formas de producir y de consumir, en definitiva, nuevas formas de vida<sup>1</sup>.

“El siglo pasado asistimos al surgimiento de un fenómeno desconcertante: los medios de comunicación de masas basados en tecnologías electrónicas”, (Paula Sibilia; 2008). Principalmente refiriéndose a la radio y la televisión. Pero haciendo referencia también a la aparición de otro inquietante fenómeno surgido a principio del siglo XXI. “En menos de una década, las computadoras interconectadas mediante redes digitales de alcance global se han convertido en inesperados medios de comunicación”, declaró.

Uno de los cambios fundamentales en cuanto a la industria audiovisual es la aparición de la televisión. “Es la televisión la que modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra al contexto de la imagen”, afirma Giovanni Sartori en su texto *Homo Videns: La sociedad teledirigida* en 1998. Y agrega una aclaración interesante: para entender lo que nos dicen en palabras debemos comprender la lengua a la que esta pertenece, dominar el idioma para poder entender lo que se dice. En cambio, con la imagen pasa todo lo

---

<sup>1</sup> El medio es el mensaje de Marshall Mc Luhan, año 1964

contrario. No es diferente si cambia la lengua, la imagen es siempre la misma. Y continúa diciendo, “la imagen es pura y simple representación visual”.

Esto ayuda a comprender la importancia que adquieren hoy en día los contenidos audiovisuales. Los cuales están conformados por palabras que están reforzadas por imágenes. Estas son siempre las mismas sin importar en qué idioma esté la película o serie. Esto se ve continuamente en la industria del cine estadounidense. En los cines argentinos, se proyectan películas de Hollywood, y si bien están traducidas o dobladas, la imagen no cambia. La televisión, agrega a los medios esta ventaja de reforzar lo oral con lo visual. La imagen llama la atención del espectador y es de carácter universal.

“Estamos trabajando para que tengamos más cine y más espectadores. En 2017 se estrenaron 220 películas, lo que es una buena noticia por la cantidad”, dijo el presidente del INCAA, Ralph Haiek, en la presentación del Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2017. Además, afirmó que estos números demuestran los cambios que se están produciendo en el consumo de producciones audiovisuales. Son cada vez más las personas que se entretienen a través de las películas y series, incluso a partir de plataformas online. “Una muestra de ello es el millón de personas que se han suscripto a nuestra plataforma de video a demanda, CINE.AR Play, lo que es una excelente noticia” reconoció el presidente.

Las personas consumen continuamente contenidos audiovisuales. Primero desde el cine, luego desde la televisión, y ahora desde todos los canales que tienen disponibles. Incluso desde internet, donde tienen prácticamente todo en uno. Y los productores que crean estos productos piensan en todos aquellos lugares donde pueden encontrar al espectador. Porque, en definitiva, lo hacen para ellos. Para que alguien esté del otro lado viendo. Y es la respuesta que reciben, cada vez son más los que se unen a las plataformas online.

“Según información proporcionada por Netflix, el presupuesto que se destinará a la creación de contenido original este año será de 8 mil millones de dólares para satisfacer a sus 170 millones de usuarios a lo largo de 190 países en los que tienen presencia”<sup>2</sup>. “Nunca antes se vivió la televisión y el cine con tanta pasión como ahora, y nos enorgullece poder invertir constantemente en producciones locales para que sigan elevando la larga tradición artística de historias innovadoras”, destacó Ted Sarandos, el director ejecutivo de contenidos de Netflix.

---

<sup>2</sup> <https://lifeandstyle.mx/entretenimiento/2018/03/07/ceo-de-netflix-revela-el-futuro-de-la-plataforma-de-streaming>

Y así de grandes son los números que manejan las industrias audiovisuales que desarrollan sus propuestas en internet. Tanto en cuanto a lo destinado a la producción, fundamental para poder mantener atraído al público, como en la cantidad de personas, en todo el mundo, que consumen desde una plataforma online que no es gratuita. Por tanto, todo aquel que es formalmente usuario está pagando una cuota por eso. Esto da la pauta de que es un número veraz en varios aspectos.

La investigación realizada por Consumer Insight & transmedia, de Ignis Media Agency<sup>3</sup>, agencia que analiza las nuevas tendencias en comunicación, publicidad y las nuevas formas de consumo, declara que cada vez son más las personas que modifican el uso que hacen de las tecnologías, y que, particularmente, cambian su modo de consumo de contenidos audiovisuales.

En 2016, año en el que fue realizada la investigación, la mitad de los usuarios en Argentina consumía videos on demand al menos una vez al día. Aun así, la televisión seguía liderando el consumo. “El interés por las series y películas sumado a los nuevos estilos de vida ha potenciado un hábito de consumo denominado: On Demand”, sentenció.

Actualmente, las personas utilizan su tiempo libre para entretenerse a través de consumos culturales. Y con la aparición de las nuevas tecnologías no necesitan moverse de la comodidad de su hogar para divertirse. Pueden disfrutar del consumo de contenidos audiovisuales desde el televisor, desde la computadora o incluso desde sus smartphones.

En definitiva, el consumo cultural creció en importancia y preponderancia en la vida de las personas. La Encuesta Nacional de Consumos Culturales llevada a cabo en 2017 por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) señala que entre el 80 y el 96% de los argentinos escucha música, ve televisión y utiliza internet<sup>4</sup>.

Esto último, junto con el avance de los smartphones, contribuye a que el consumo se magnifique, se vuelva cada vez más importante en la vida de las personas. A tal punto, de necesitar un tiempo mínimo en el día para consumir productos culturales y específicamente, audiovisuales.

---

<sup>3</sup> <https://www.totalmedios.com/nota/28283/crece-en-argentina-el-consumo-de-contenido-audiovisual-on-demand>

<sup>4</sup> <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

El consumo de contenidos audiovisuales en el hogar ya es un comportamiento habitual y cultural que realizan las personas, quienes se supieron adaptar a los nuevos formatos digitales. De esta manera, continúan utilizando el televisor y consolidan nuevas vías de consumo a través de diversas plataformas on demand, ya sean gratuitas o pagas.

Sin embargo, cabe hacer una aclaración. Hasta hace algunos años atrás, hablar de televisión hacía referencia a consumir contenidos audiovisuales a través de una transmisión por cable o vía satélite. Pero actualmente, con la aparición de internet y el consumo a demanda, también la televisión puede ser consumida on demand. Es decir, consumir a través del televisor, la computadora, la tablet o incluso desde un celular a través de plataformas que permiten consumir lo que queremos y en el horario que uno quiere. Desde un programa de televisión, un canal, una película, una serie, o simplemente vídeos del tema que a cada uno le interesa.

Existe un universo inmenso de plataformas, dispositivos, canales e incluso productos para consumir, y las personas deben tener tiempo para poder disfrutar de ellos. Por lo tanto, deben elegir qué mirar, en qué momento y desde qué dispositivo. Y esto lleva a la siguiente pregunta, dentro de este universo con tantas formas diferentes de consumo, ¿cuáles son las razones que llevan al espectador a elegir una modalidad y una tecnología por sobre otras para consumir películas y series en el año 2021?

Son muchos los elementos que hacen que un producto sea visto por las personas que consumen habitualmente películas y series. Desde la calidad de video, audio y de los actores hasta los diferentes géneros y plataformas a través de los cuales se pueden ver. Tanto el cable, como el internet e incluso algunas plataformas implican un costo para el que desea consumir en ellos.

Por tanto, el consumo de películas y series implica una serie de razones y decisiones que toman las personas, en la mayoría de los casos de manera inconsciente o por influencia de otros. Pero es interesante conocerlas, tanto para entender nuestro comportamiento a la hora de consumir, como para los que trabajan en los medios de producción y deben generar nuevos contenidos para atraer a su público.

Los objetivos específicos a analizar en esta investigación serán:

- Precisar la modalidad del consumo de películas y series.
- Identificar el género de los contenidos audiovisuales que más consumen los espectadores por televisión o por internet.
- Reconocer los canales a través de los cuales se consumen las series y películas en el año 2021.

- Comparar las características formales que las personas atribuyen a las series o películas emitidas por los diferentes medios.
- Determinar la importancia del costo del servicio en la decisión del consumo de los consumidores.
- Analizar la jerarquía que tiene la disponibilidad del producto en la toma de decisión.

## MÉTODO

La presente investigación tiene el objetivo de conocer las razones que llevan a las personas a tomar la decisión de consumir determinada serie y/o película en un canal específico y no en otro en el año 2021. Por lo tanto, será de tipo cuantitativa ya que analizará el comportamiento de la población relacionando las distintas variables para poder predecir o establecer rasgos del consumo que hacen las personas de las películas y series. En un mundo donde lo principal es el entretenimiento a partir del uso de las distintas tecnologías.

Además, tendrá las características de una investigación descriptiva, ya que buscará describir cómo es el comportamiento de las personas en un determinado contexto natural. Analizar lo que hacen para poder describir un fenómeno social que actualmente está presente y establecido en la mayoría de las sociedades.

Por otro lado, el diseño de esta investigación será no experimental ya que no se manipularán las variables para llevar a cabo los resultados, sino que se basará en la observación de un fenómeno en particular, tal y como ocurre en su contexto natural. Es decir, se observa o analiza a las personas en su ambiente natural.

La población que se va a utilizar para la misma serán personas mayores de 18 años que tengan acceso a las nuevas tecnologías y que consuman contenidos audiovisuales, particularmente películas y series.

Dentro de esta población se tomará una muestra de 150 personas, que tengan un poder adquisitivo medio/alto que les permita tener las herramientas necesarias para decir en qué canales consumen y qué tipos de contenidos.

Los requisitos de inclusión y exclusión para determinar la muestra serán:

- Consumir películas y series.
- Tener acceso a las nuevas tecnologías.
- Residir en General Pueyrredón y la zona.
- Tener más de 18 años.

Este muestreo será no probabilístico por cuota y por conveniencia ya que se buscarán 75 personas que consuman principalmente de manera tradicional, es decir a través de la televisión por cable o aire y 75 personas que consuman principalmente de manera on demand.

Las variables a analizar serán:

❖ Razones del consumo

- Modalidad del consumo
  - En directo (Televisión por cable o aire)
  - On demand (Netflix, Flow, Disney, Amazon Prime, HBO GO, cine. ar, páginas web)
- Género de los contenidos audiovisuales
  - Comedia
  - Drama
  - Policial
  - De época
  - De acción
  - Docuserie
  - Suspenso
  - Ciencia ficción
  - Animación
  - Romántico
  - Terror
  - Thriller
  - Documental
  - Sobrenatural
  - Aventura
  - Infantil
- Canales a través de los cuales consumen series y películas
  - Smart TV
  - Televisor
  - Celular
  - Tablet
  - Notebook
  - Computadora de escritorio
  - Computadora conectada al televisor
  - Dispositivos especiales (Chromecast, AppleTV)
  - Consolas
- Causas de la elección
  - Comodidad
  - Costo

- Recomendación
- Canal utilizado
- Variedad de géneros
- Velocidad
- Calidad
- Contenidos
- Disponibilidad horaria
- Tiempo
- Disponibilidad de contenidos
- Sinopsis/tema/argumento
- Características formales del producto
  - Actores
  - Argumentos
  - Música
  - Actuación
  - Calidad visual y de sonido
  - Temática
  - Origen del contenido
  - Producción
  - Técnica y montaje
- Razones financieras
  - Pagan el cable
  - Pagan una plataforma de consumo on demand
  - Prefieren mirar en páginas web gratis
- Disponibilidad
  - Eligen mirarlo por cable u on demand

Y como instrumento de recolección de datos se utilizarán encuestas generales sobre el consumo de contenidos audiovisuales para conocer a través de qué modalidad y qué canales prefiere consumir la persona a encuestar. Y luego, encuestas específicas sobre las razones que llevaron a que esas personas eligieran esa modalidad y esos canales en particular.

## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Género:

Edad:

Profesión:

Residencia:

1- Cuando miras series y/o películas en tu casa, ¿qué medio utilizas? Puede elegir más de una opción.

..... TV por cable

..... DVD

..... Descargadas de internet

..... Plataformas online gratuitas

..... TV abierta

..... Plataformas online pagas

2- ¿Tiene cable en su casa?    SI    NO

3- ¿Tiene internet en su casa?    SI    NO

4- ¿Paga una cuota mensual por alguna plataforma de consumo on demand?    SI    NO

5- ¿Qué novelas o películas mira en el cable?

.....  
.....

6- ¿Qué series o películas mira en internet?

.....  
.....  
.....  
.....

7- ¿Mira series o películas que le recomiendan?    SI    NO

¿Por qué?

.....  
.....  
.....

8- Si puede mirar una serie o película tanto en la televisión como en una plataforma on demand, ¿Dónde prefiere mirarla? ¿Por qué?

.....  
.....  
.....  
.....

9- ¿Qué modalidad utiliza para consumir series/novelas y películas **con mayor frecuencia**? Elija una opción:

En directo (Televisión por cable o aire)

On demand (Internet/plataformas)

10- ¿Cuáles son los motivos que lo llevan a consumir a través de esa modalidad en particular?

.....  
.....  
.....  
.....

11- Esta modalidad que utiliza con mayor frecuencia para consumir series y películas, ¿considera que se ve influenciada por el costo que implica tenerla? SI NO

¿Por qué?

.....  
.....  
.....

12- Ordene los géneros de mayor a menor según tu preferencia.

..... Comedia

..... Docuserie

..... Drama

..... Suspenso

..... Policial

..... Ciencia ficción

..... De época

..... Animación

..... De acción

..... Romántico

..... Terror

..... Infantil

..... Aventura

..... Sobrenatural

..... Thriller

Otros.....

..... Documental

13- ¿Cuáles de estos puntos tiene en cuenta al momento de elegir una película o serie para ver? Seleccione los que corresponda.

..... Recomendación

..... Género

..... Sinopsis/tema/argumento

..... Origen

..... Que esté en una plataforma on demand

..... Críticas

..... Duración / Cantidad de temporadas

..... Que esté en la televisión

..... Similitud con otra serie o película vista

..... Trailer

Otros.....

14- ¿Cuáles son los factores que determinan para usted la calidad de una película o serie? Seleccione los que corresponda.

..... Actores

..... Temática

..... Argumento

..... Origen del contenido

..... Música

..... Producción

..... Actuación

..... Técnica y montaje

..... Calidad visual y de sonido

Otros.....

15- Teniendo disponible el mismo contenido en el cable y on demand, prefiero consumirlo on demand.

Totalmente de acuerdo    Muy de acuerdo    De acuerdo    En desacuerdo    Totalmente en desacuerdo

16 - ¿Cuáles de estos factores entran en juego al momento de consumir en la modalidad seleccionada al comienzo? Ordenar de mayor a menor importancia. Donde 1 es menor importancia y 8 mayor.

- |                           |                                    |
|---------------------------|------------------------------------|
| ..... Precio              | ..... Disponibilidad horaria       |
| ..... Calidad             | ..... Tiempo                       |
| ..... Tipos de contenidos | ..... Disponibilidad de contenidos |
| ..... Variedad de géneros | Otros .....                        |
| ..... Velocidad           |                                    |

17- Ordena los dispositivos de mayor a menor según la utilidad que le des con mayor frecuencia.

- |                 |   |
|-----------------|---|
| ..... Smart TV  | ..... Computadora de escritorio                     |
| ..... Televisor | ..... Computadora conectada al televisor            |
| ..... Tablet    | ..... Dispositivos especiales (Chromecast, AppleTV) |
| ..... Celular   |   |
| ..... Notebook  | ..... Consolas                                      |

18- ¿Considera que la herramienta tecnológica que utiliza para consumir afecta directamente la elección de consumir en directo u on demand?

MUCHO    BASTANTE    ALGO    POCO    NADA

¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

19- ¿La modalidad de consumo que eligió se ve directamente influenciada por algún familiar o amigo?    SI    NO

¿Por qué?

.....  
.....  
.....

20- Marque las plataformas que mayormente utiliza para consumir series o películas.  
Comenzando en 1 la que más consume y continuando así hasta el número que corresponda.

- |                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| ..... Netflix            | ..... HBO GO      |
| ..... Youtube            | ..... Cine.ar     |
| ..... Flow (Cablevisión) | ..... DIRECTV GO  |
| ..... Disney             | ..... Páginas Web |
| ..... Amazon Prime       | Otros.....        |

21- ¿Cuáles fueron las razones que te llevaron a dejar de consumir series y películas por la televisión por cable o aire tradicional?

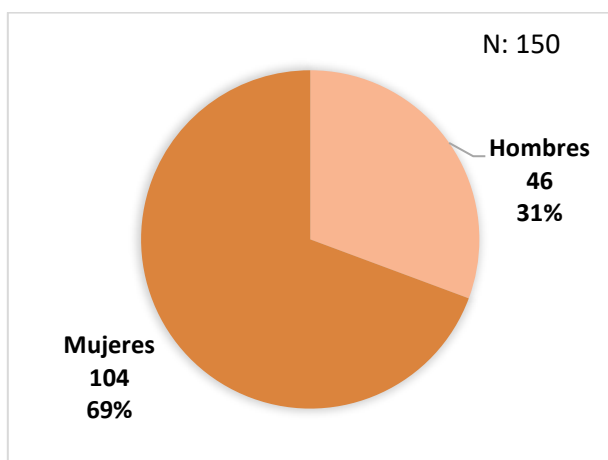
- ..... Porque puedo elegir qué mirar
- ..... Porque tengo más variedad de opciones
- ..... Porque puedo verlo cuándo y dónde quiero
- ..... Puedo verlo desde cualquier dispositivo
- ..... Porque puedo ver los mismos contenidos sin espacios publicitarios
- Otros.....

22- ¿Qué características tiene la televisión por cable o aire tradicional que te lleva a elegirlo por encima del consumo a demanda?

- |                              |                        |
|------------------------------|------------------------|
| ..... Contenido              | ..... Facilidad de uso |
| ..... Grilla de programación | ..... Comodidad        |
| ..... Rutina                 | Otros.....             |

## RESULTADOS

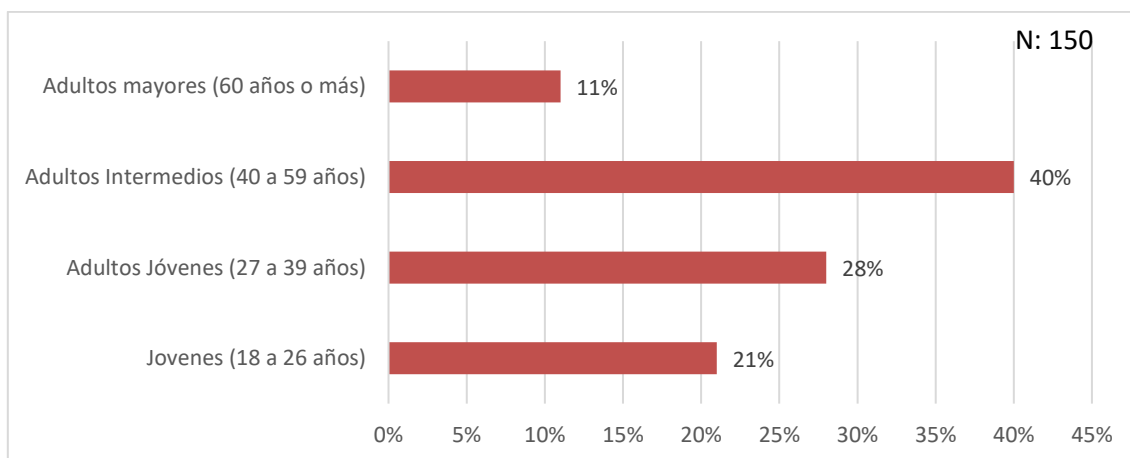
**Gráfico 1:** *Porcentaje de hombres y mujeres que participaron de la encuesta*



Fuente: datos propios

Del total de la muestra encuestada, 150 personas del partido de General Pueyrredón y la zona, más de la mitad son mujeres.

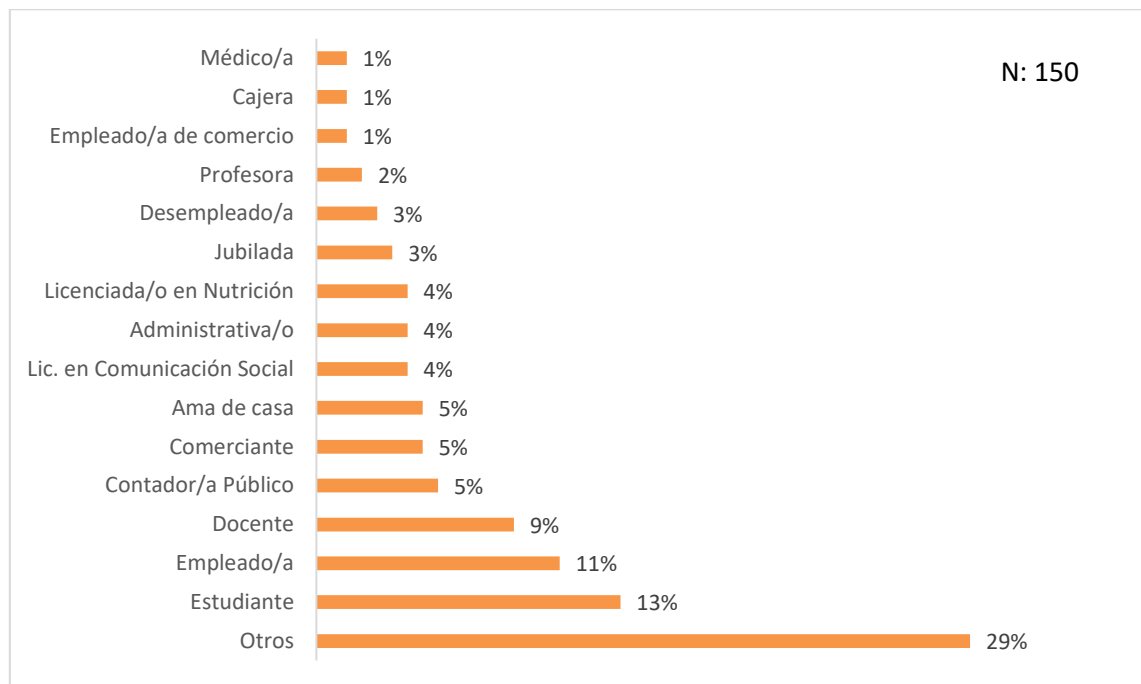
**Gráfico 2:** *Distribución en 4 grupos de las edades de los encuestados.*



Fuente: datos propios

A los 150 encuestados se los dividió en 4 grupos teniendo en cuenta sus edades. Los adultos intermedios, de 40 a 59 años, son el grupo de mayor proporción dentro de la muestra. Es decir, las edades más participativas de la encuesta realizada.

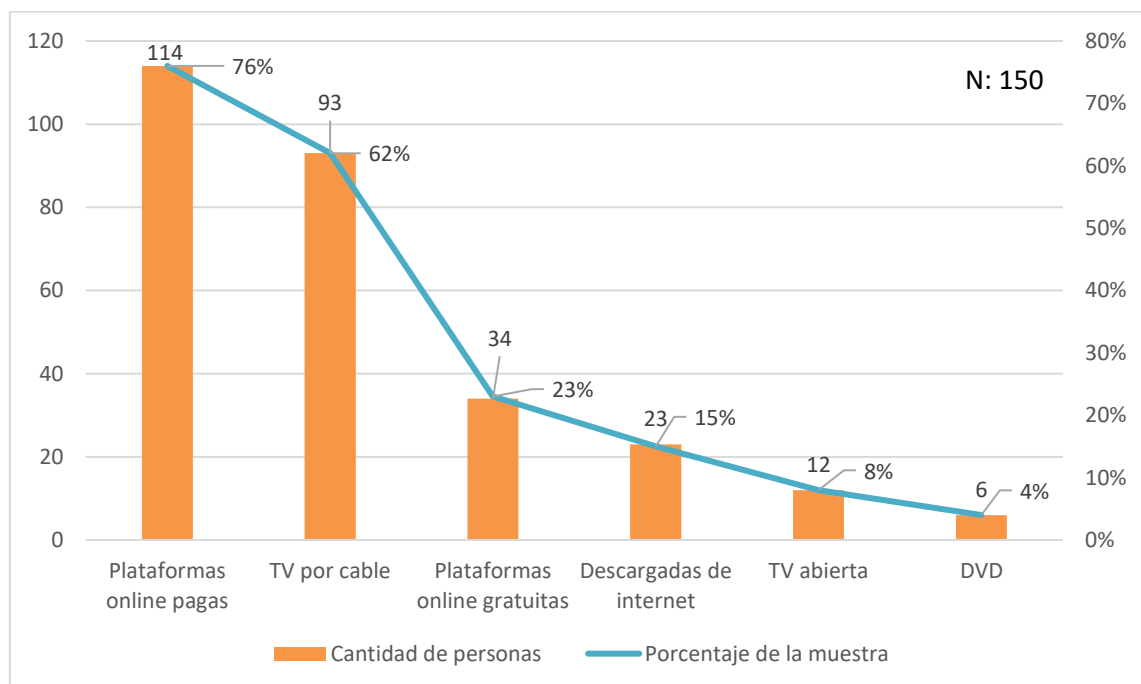
**Gráfico 3: Profesiones de los encuestados**



Fuente: datos propios

Los estudiantes, empleados y docentes fueron los más participativos dentro de los encuestados.

**Gráfico 4: Medios utilizados para consumo de series y películas**



Fuente: datos propios

Más de la mitad de los encuestados utilizan plataformas online pagas y TV por cable para consumir series y películas. Sin embargo, la diferencia entre los medios más utilizados por los encuestados no es significativa. Predomina el consumo on demand, con 7 de cada 10 personas que utilizan plataformas online pagas, pero 6 de cada 10 también eligen el consumo tradicional en la TV por cable.

Este resultado obtenido, fue muy diferente a lo que se esperaba inicialmente al comenzar el trabajo y al redactar las preguntas del instrumento. Es decir, se puede observar una clara diferencia entre la expectativa inicial y la realidad.

Mientras se esperaba que para el consumo de series y películas las personas utilizaran más los medios de consumo on demand, los resultados demuestran que el 60% de los encuestados utiliza medios tanto de consumo a demanda como en directo.

Una de las razones por las cuales esto ocurre es porque 8 de cada 10 personas encuestadas tienen cable en su casa y pagan por plataformas de consumo on demand. Mientras que 9 de cada 10 tienen internet. La elección de dónde consumir series y películas, podría tener que ver con el momento del día o el lugar donde la persona este queriendo consumirlo.

“En Argentina, de acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (Sistema de Información Cultural de la Argentina, SINCA, 2017), si bien la principal vía de consumo audiovisual son los canales de TV por aire y cable (58% y 74% de la población los utiliza frecuentemente), la modalidad online se consolidó como la segunda opción más elegida. Los sitios gratuitos como Youtube y las aplicaciones pagas como Netflix representaron alrededor de un 32% y un 25% cada una. El informe también muestra que este consumo es superior entre los jóvenes.”<sup>1</sup>

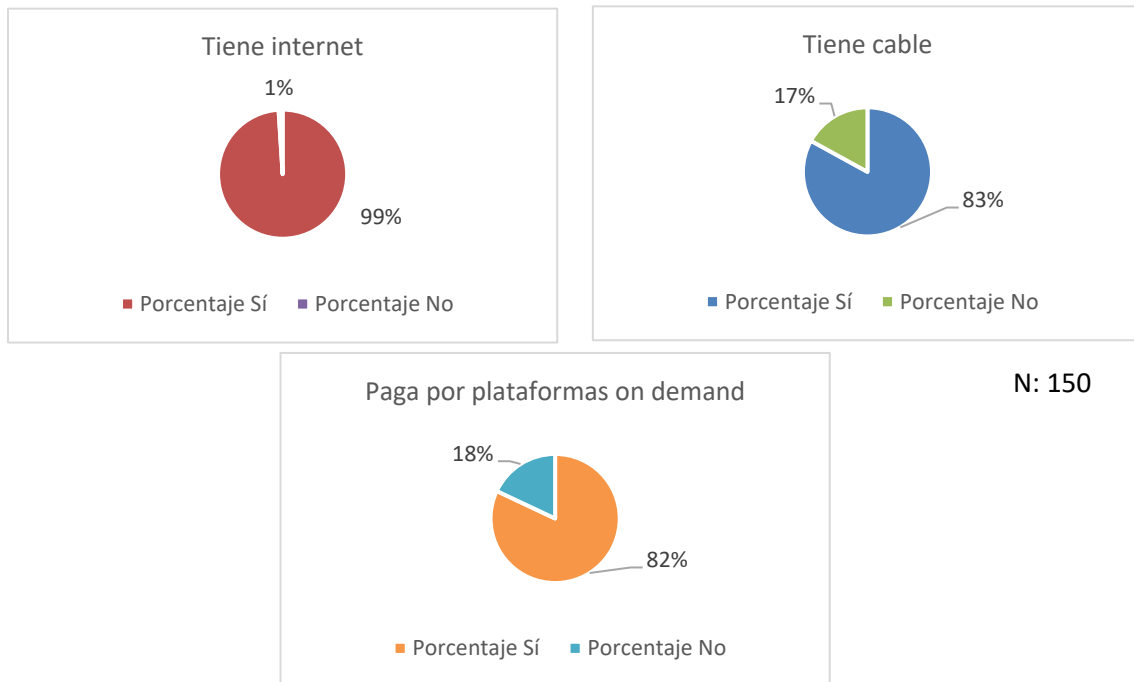
Contrariamente a los resultados de la encuesta citada anteriormente, de los encuestados en 2021 para este trabajo son 7 de cada 10 los que eligen consumir series y películas mediante las plataformas online pagas. Cuando antes en 2020 eran sólo 2 de cada 10.

A partir de estos datos, se puede observar un claro posicionamiento de las plataformas online pagas. Y esto podría deberse a los contenidos que ofrecen y a la posibilidad que le brindan al usuario de consumir en el horario y lugar que desee.

---

<sup>1</sup>[http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/wp-content/uploads/2020/03/Consumo-audiovisual-streaming-en-Argentina\\_Enfoque-Consumos-Culturales\\_marzo-2020.pdf](http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/wp-content/uploads/2020/03/Consumo-audiovisual-streaming-en-Argentina_Enfoque-Consumos-Culturales_marzo-2020.pdf)

**Gráfico 5:** Porcentajes de lo que tienen y pagan los encuestados en sus hogares



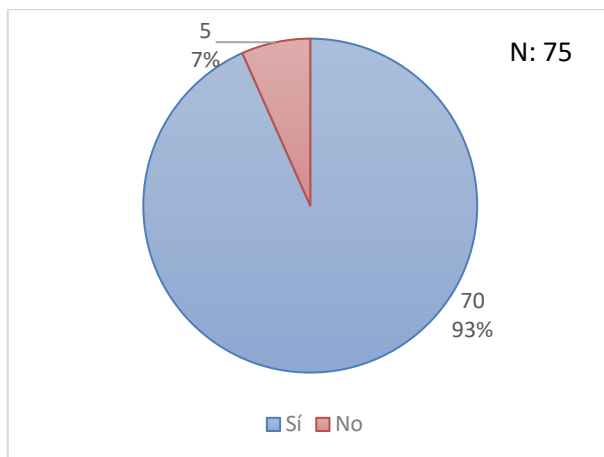
Fuente: datos propios

Las personas cuentan en sus hogares con todos los medios que les permiten consumir películas y series. Estos resultados llaman la atención. Al cruzarlos con el gráfico anterior y la cantidad de personas que consumen en el cable, observamos que un 20% de los encuestados tiene cable en su casa, pero no lo utiliza para consumir series y películas. Esto puede deberse a muchas razones, pero una de ellas podría ser que lo utilizan para consumir otros tipos de contenidos. Estos pueden ser noticieros, programas deportivos, de cocina, de música, entre otros.

Además, muchas de las compañías que ofrecen cable e internet, tienen promociones donde conviene contratar ambos a un menor precio. Lo cual podría explicar que sea la misma la cantidad de los encuestados que tiene cable, que la que paga por plataformas online pagas.

Según los resultados obtenidos, algunas personas dejaron de consumir series y películas en directo. Pero esto no significa que dejaron de utilizar el cable, sino que lo utilizan para consumir otros tipos de contenidos y se vuelcan a las plataformas online para las series y películas.

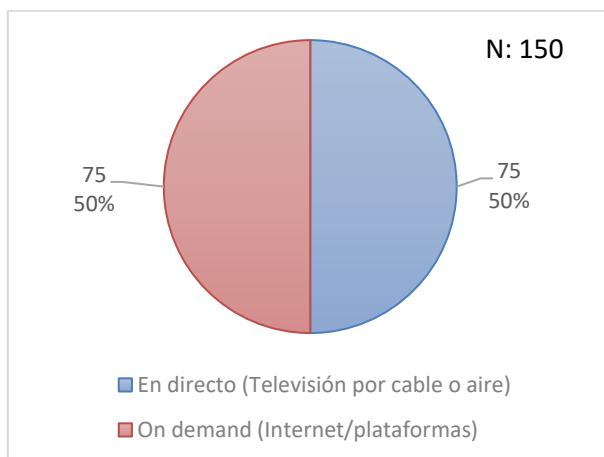
**Gráfico 6:** Consumen contenidos recomendados los que consumen on demand



Fuente: datos propios

Al momento de consumir series y películas las personas deben elegir qué quieren mirar. Sobre todo, en la modalidad a demanda. De los encuestados, son 9 de cada 10 los que utilizan la recomendación como una de las formas para decidir el contenido. Una de las razones tiene que ver con evitar pérdidas de tiempo en la búsqueda y la elección.

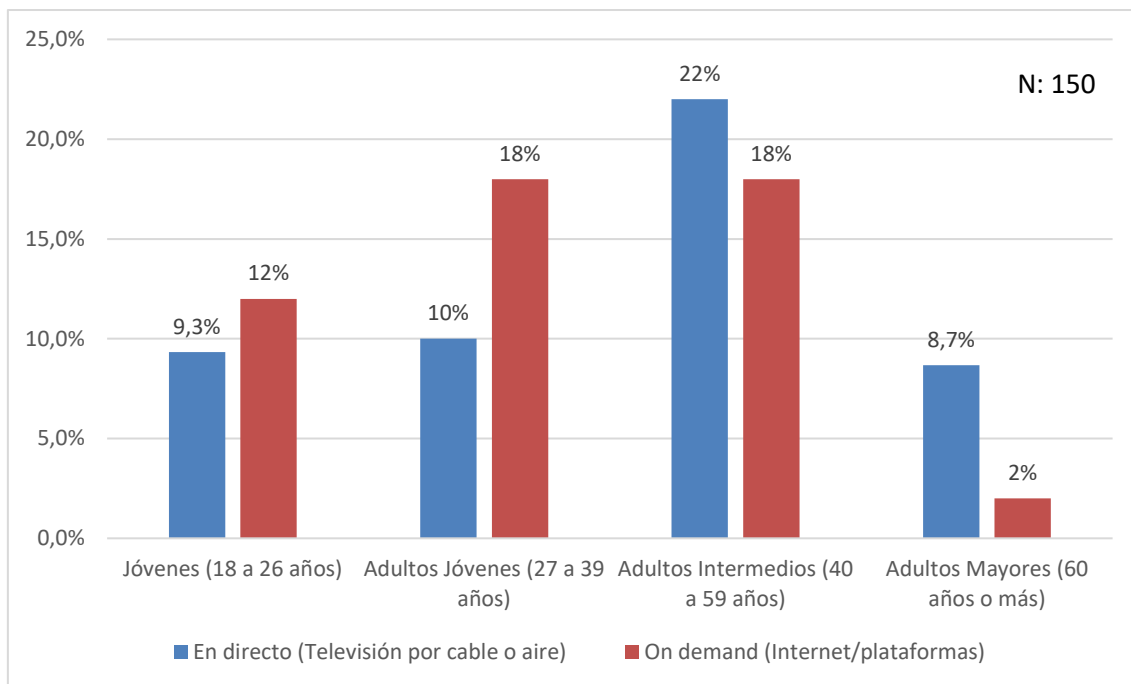
**Gráfico 7:** Modalidad de consumo utilizada para consumo de películas y series



Fuente: datos propios

**Gráfico 8:** Comparación de modalidad de consumo por grupos de edades

Acorde a lo esperado, los que más consumen on demand son los jóvenes. Las diferencias más grandes entre una modalidad de consumo y la otra, la encontramos dentro de los adultos jóvenes y los adultos mayores. Más allá de que sigue los parámetros esperados, dentro de todos los grupos etarios se consumen ambas modalidades.



Fuente: datos propios

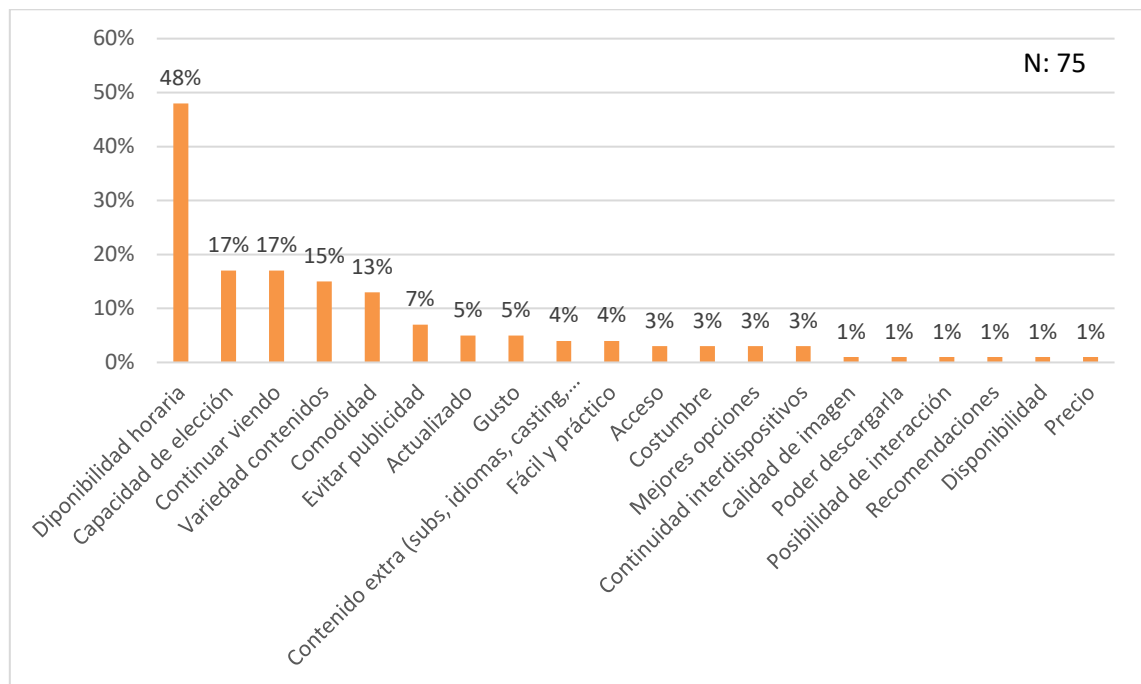
La diferencia más grande entre los que consumen en directo y on demand la observamos en el grupo de adultos jóvenes. Esto podría deberse a la facilidad de uso y el manejo que poseen de los dispositivos tecnológicos utilizados para el consumo de películas y series on demand. Así como también estar relacionado al tiempo que disponen para su entretenimiento debido a las actividades y horarios que poseen.

Por otro lado, en el grupo de los adultos intermedios tenemos la misma cantidad que en el de adultos jóvenes que consume on demand. Sin embargo, hay un alto porcentaje de los encuestados de 40 a 59 años que prefieren consumir en directo. Esto podría estar relacionado con las diferencias que podemos encontrar entre las edades que conforman este grupo.

Aquellos adultos que tengan hijos pequeños quizás tienen mucho menos tiempo de consumir series y películas de su elección. Entonces preferirán dedicar ese tiempo al contenido que desean mirar en ese momento del día que tengan libre para hacerlo. Por otro lado, están aquellos que ya tienen hijos grandes y empiezan a tener más tiempo para su propio entretenimiento. Pero al mismo tiempo, estos últimos podrían ser los que deben dedicar tiempo al manejo de los nuevos dispositivos tecnológicos para aprender a usarlos. Y terminan optando por lo ya conocido para ellos.

Para finalizar, encontramos a los adultos mayores que tienen más tiempo libre y son los que consumen por comodidad aquello que ya conocen y manejan sin dificultades.

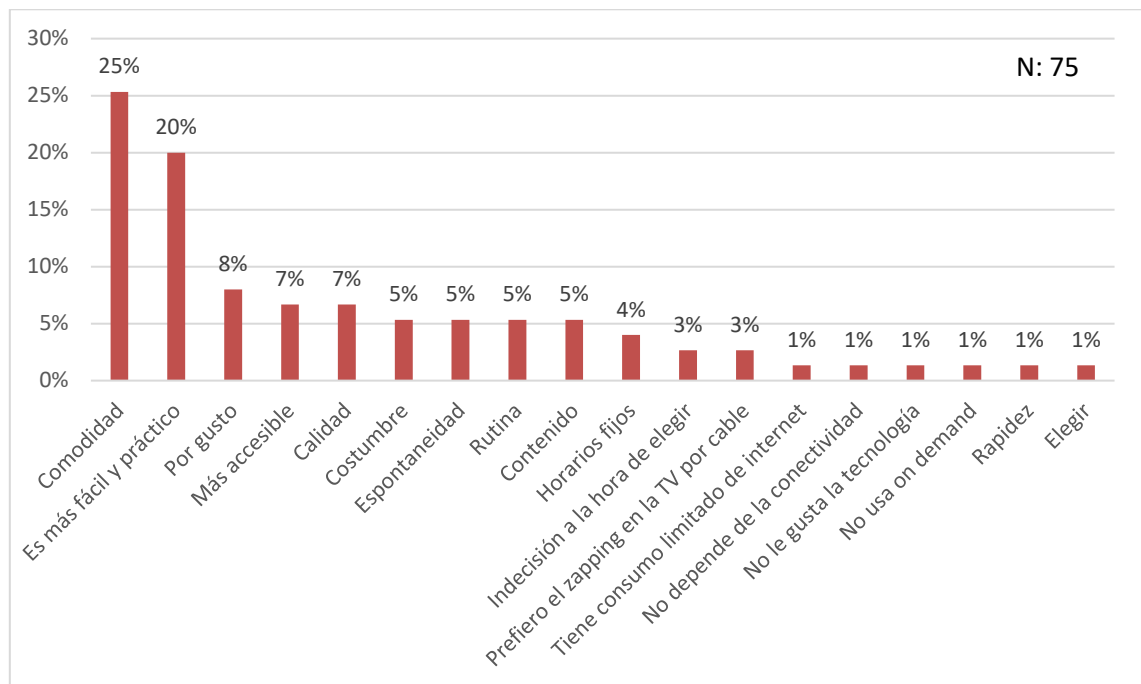
**Gráfico 9:** *Motivos que llevan a consumir con mayor frecuencia on demand*



Fuente: datos propios

La mitad de las personas encuestadas que eligen consumir con mayor frecuencia películas y series a partir de la modalidad on demand valoran la disponibilidad horaria que esta les ofrece. El poder ver el contenido en el momento en que uno puede y quiere según sus actividades es la principal razón de que consuman mediante plataformas digitales.

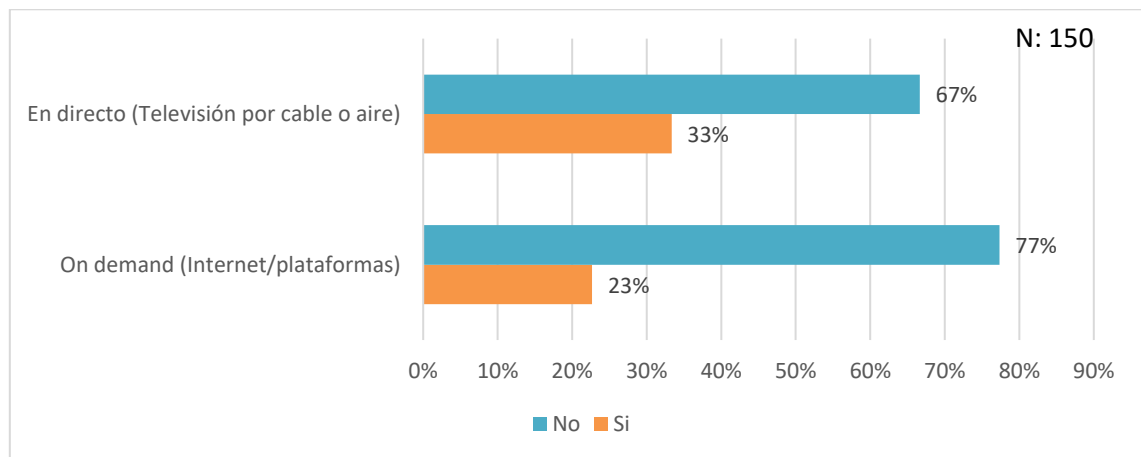
**Gráfico 10:** Motivos que llevan a consumir con mayor frecuencia en directo



Fuente: datos propios

En cuanto a aquellos encuestados que prefieren seguir consumiendo mediante la modalidad en directo, 2 de cada 10 lo hacen por la comodidad que les implica su uso. Si tenemos en cuenta estos resultados, podríamos inferir que la comodidad para estos usuarios es el manejo de un solo dispositivo sin sesiones que iniciar. El cual pueden utilizar a través de tan sólo dos o tres botones del control remoto. Otra razón por la cual les resulta más fácil y práctica que la modalidad a demanda, podría tener que ver con la conformidad por parte de estos usuarios de consumir las series y películas que se están emitiendo en ese momento y que otros les dicen.

**Gráfico 11:** *Influencia del costo en la modalidad on demand y en directo*



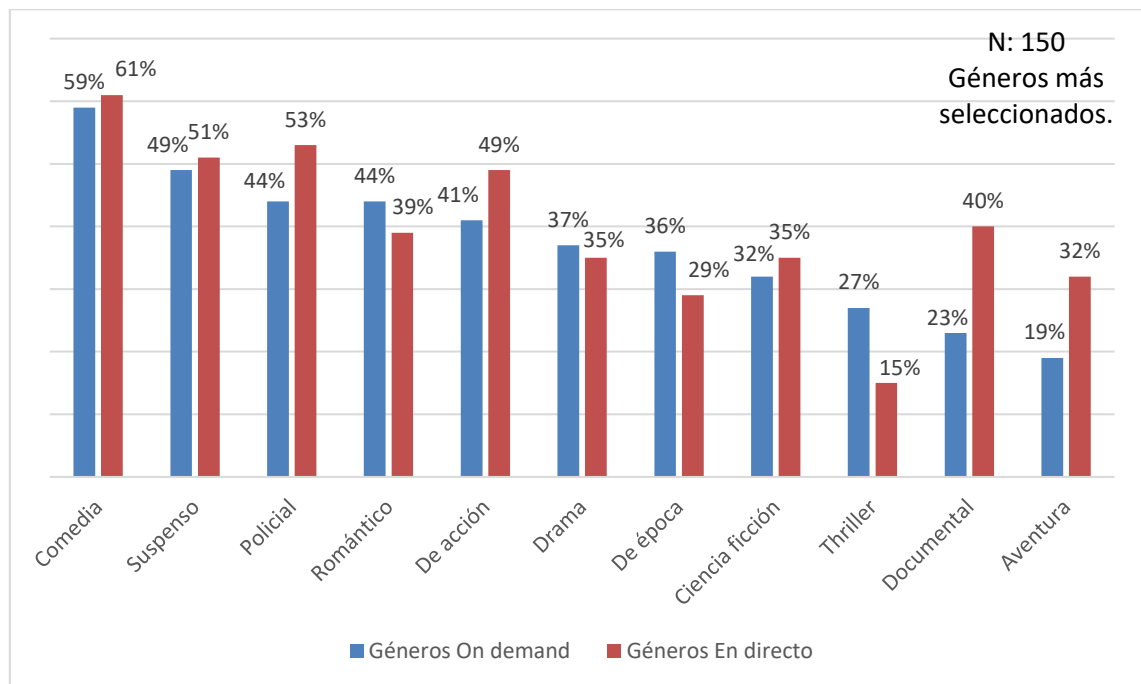
Fuente: datos propios

Como vemos en el gráfico, más de la mitad de los encuestados no considera el costo como un factor determinante en la modalidad de consumo de películas y series. Lo cual podría deberse a la relación costo/beneficio. Ya que consideran que los beneficios que les aportan las distintas modalidades de consumo son acordes al precio a pagar.

Es importante tener en cuenta que las plataformas de consumo on demand se pueden compartir entre grupos familiares o de amigos. Y así repartir entre varios el costo que implica tenerlo. En el caso del cable, donde cada casa debe pagar la cuota completa para utilizarlo, las compañías aplican promociones y descuentos para que las personas continúen como usuarios.

Otro de los resultados que nos demuestra que el costo no influye en la elección de la modalidad de consumo, son los del gráfico 5. Ya que el 80% de los encuestados tiene cable y ese mismo porcentaje es el que tiene plataformas online pagas. Esto demuestra que los encuestados deciden tener ambas modalidades disponibles, más allá de que elijan consumir finalmente.

**Gráfico 12: Géneros de las series y películas que consumen on demand y en directo**



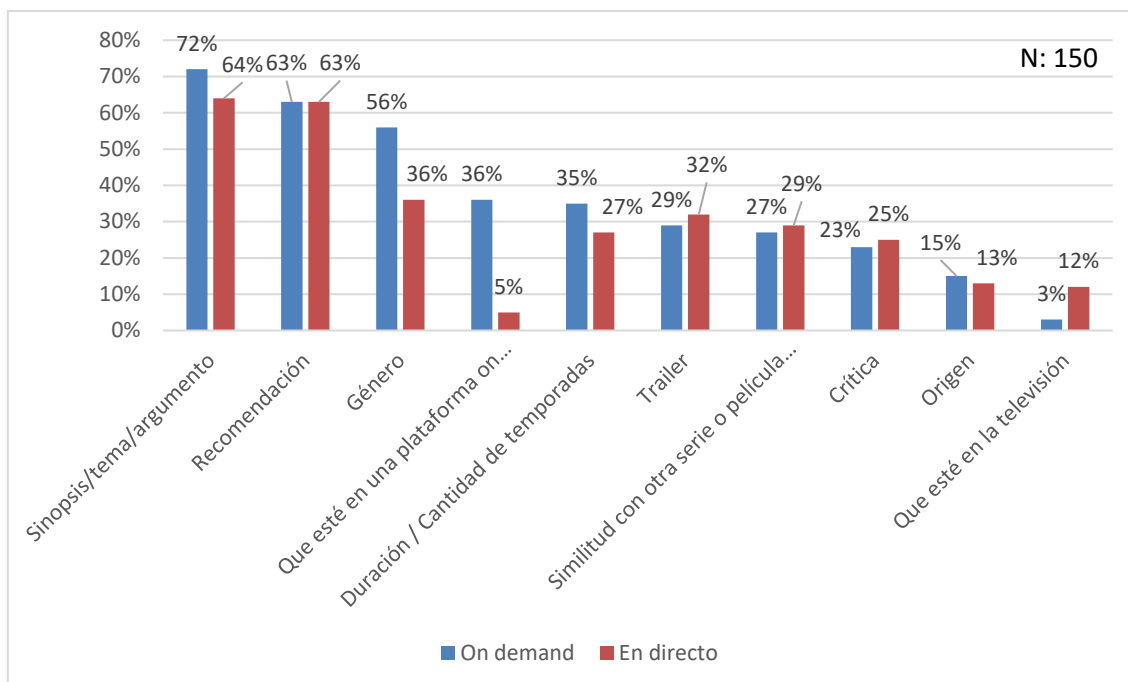
Fuente: datos propios

Como podemos observar, el género más consumido por los encuestados de ambas modalidades es la comedia. Consumido por más de la mitad de los encuestados. Podemos inferir, que se deba a que las personas al mirar series y películas buscan entretenimiento y diversión. Y si bien vemos diferencias entre los siguientes géneros más consumidos, estas no son tan significativas. Incluso son géneros que en algunos casos están basados en hechos reales, pero en muchos otros crean un mundo de ficción en donde las personas puedan evadirse de la realidad que viven a diario.

El suspense, por ejemplo, es el segundo género más consumido por los que miran on demand, mientras que, para los que miran en directo es el policial. Por otro lado, los contenidos de acción; son elegidos por la mitad de los encuestados que consumen en directo; pero no es tan elegido dentro de los que miran on demand.

La diferencia más importante la observamos en el género documental. Siendo uno de los géneros más consumidos entre los encuestados que miran en directo, pero no por los de consumo on demand. Algo similar podemos observar con el género aventura, que es elegido por 3 de cada 10 de los que consumen en directo, pero dentro de los que miran on demand es elegido por sólo 1 de cada 10.

**Gráfico 13:** Elementos que tienen en cuenta al elegir una serie o película para consumir on demand o en directo



Fuente: datos propios

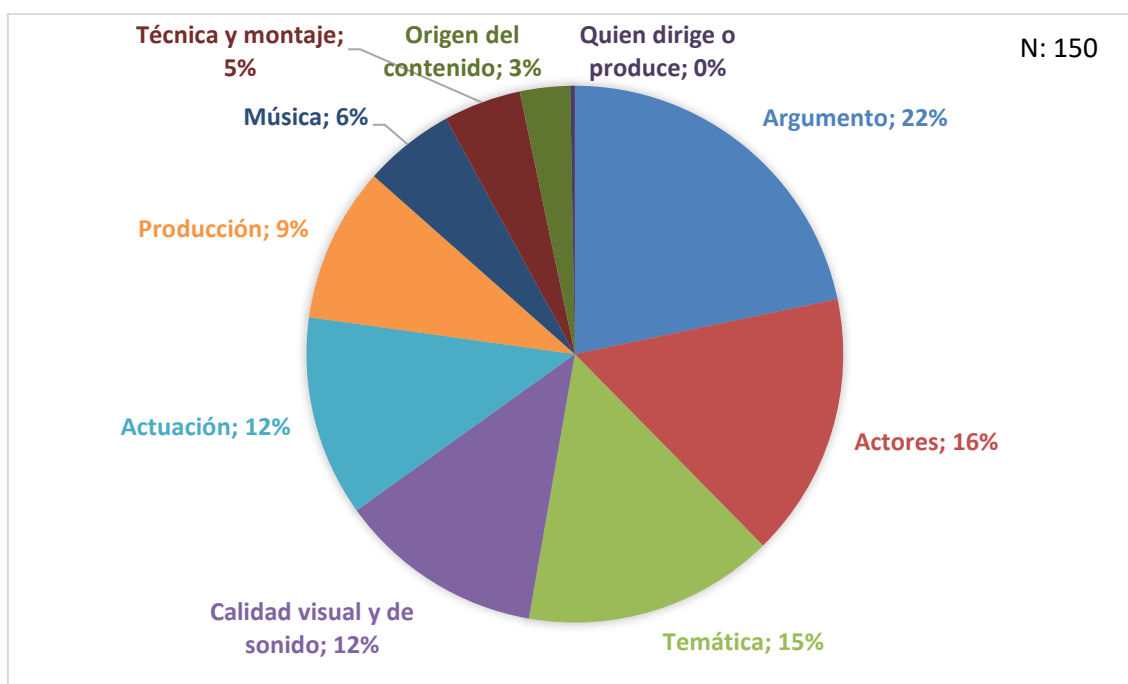
La sinopsis, el tema y el argumento de una serie y una película, así como también la recomendación, son los puntos que más tienen en cuenta las personas encuestadas al momento de elegir un contenido a consumir tanto on demand como en directo. Dentro del grupo on demand, 7 de cada 10 tienen en cuenta la sinopsis, el tema y el argumento, y 6 de cada 10 la recomendación de ese contenido. Y dentro del grupo en directo, 6 de cada 10 tienen en cuenta ambos puntos.

Por otro lado, podemos ver una diferencia significativa cuando analizamos el género. Este elemento es tenido en cuenta por más de la mitad de los encuestados que consumen on demand, sin embargo, sólo 3 de cada 10 lo utilizan dentro de los que consumen en directo. Esto puede deberse a que en las plataformas de consumo on demand una de las formas en que segmentan el contenido es a partir del género. Lo cual provoca que el espectador piense primero qué género tiene ganas de ver, para luego buscar dentro de esas opciones. Sin embargo, los que consumen en directo no cuentan con esta posibilidad.

Otra diferencia que podemos observar, pero mucho menos significativa, es en cuanto a la duración y la cantidad de temporadas. Los que consumen on demand utilizan más esta información que los que miran en directo.

Esta diferencia podría tener que ver con la forma de consumo que tiene cada grupo. Y la forma que tiene cada plataforma o canal de TV de presentar los contenidos. Netflix por ejemplo muestra toda la información del contenido, cuántas temporadas tiene, cuántos capítulos, cuánto dura cada capítulo, y como podemos ver en los resultados esto lo tiene en cuenta el espectador al momento de elegir qué mirar. En cambio, en los contenidos que se emiten por TV en directo, esta información no está disponible a simple vista. El consumidor debería recurrir a internet para conocerla. Y esto podría hacer que no esté tan presente en aquellos que consumen bajo esta modalidad.

**Gráfico 14:** Factores que determinan la calidad del contenido



Fuente: datos propios

El factor que más determina la calidad del contenido para los encuestados es el argumento, elegido por el 22%. Lo cual nos podría indicar que las personas tienen en cuenta los hechos o sucesos que forman parte del contenido. Es decir, la historia que se narra en la obra cinematográfica resultaría fundamental al momento de analizar si causará un efecto positivo o no en el espectador.

Otros de los factores que la determinan son los actores, la temática, la calidad visual y de sonido y la actuación, elegidos por 1 de cada 10 encuestados.

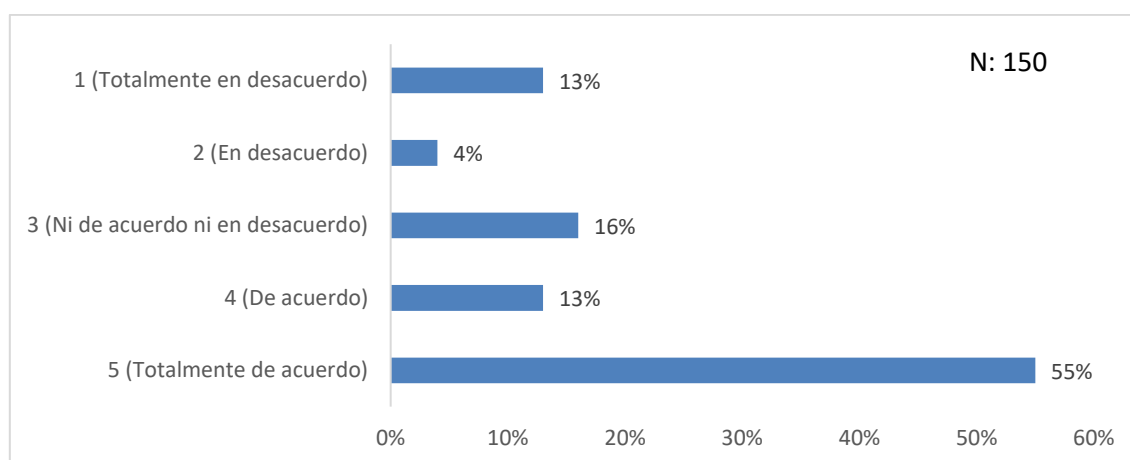
Si tenemos en cuenta estos resultados, las personas basarían su elección de consumo en los temas que son de su interés. De esta manera, la temática como elemento que tienen en cuenta los encuestados, está íntimamente relacionado con el

argumento. Ya que los hechos que se narran constituyen o forman parte de un tema en particular. Ambos elementos hacen al resultado final, se elige un tema a tratar que tiene hechos que lo componen y a su vez, las diferentes historias que se quieren contar tratan un tema en particular. Elementos a los cuales las personas les darían mucho valor cuando analizan la calidad de una serie o película.

Por otro lado, sabemos que la representación de un tema, de un hecho, una escena en particular juega un papel muy importante cuando analizamos la verosimilitud de lo que estamos viendo. Es decir, nosotros consumimos series y películas, sabemos que estamos viendo algo que fue creado, que incluso en los casos donde está basado en hechos reales no todo ocurrió tal y como se muestra. Y en los casos donde sí, existen escenas que tienen que ser reconstruidas. Sin embargo, en el momento que consumimos nos adentramos en la historia, creemos en lo que estamos viendo. Es allí cuando consideramos que el resultado está bien logrado. Cuando cada escena que ves te interpela, te genera sensaciones y emociones. Y los factores que entran en juego al querer lograr esto son los actores y su actuación, otros elementos que los encuestados consideran como importantes.

La calidad visual y de sonido, también puede afectar para bien o para mal la credibilidad de lo que estamos viendo. Cuando estamos disfrutando una serie o película, sin necesidad de ser críticos o expertos en el tema, nos damos cuenta cuando algo tiene mal sonido o mala calidad de imagen, y esto altera la conexión que podamos llegar a tener con el contenido y lo que nos pueda provocar.

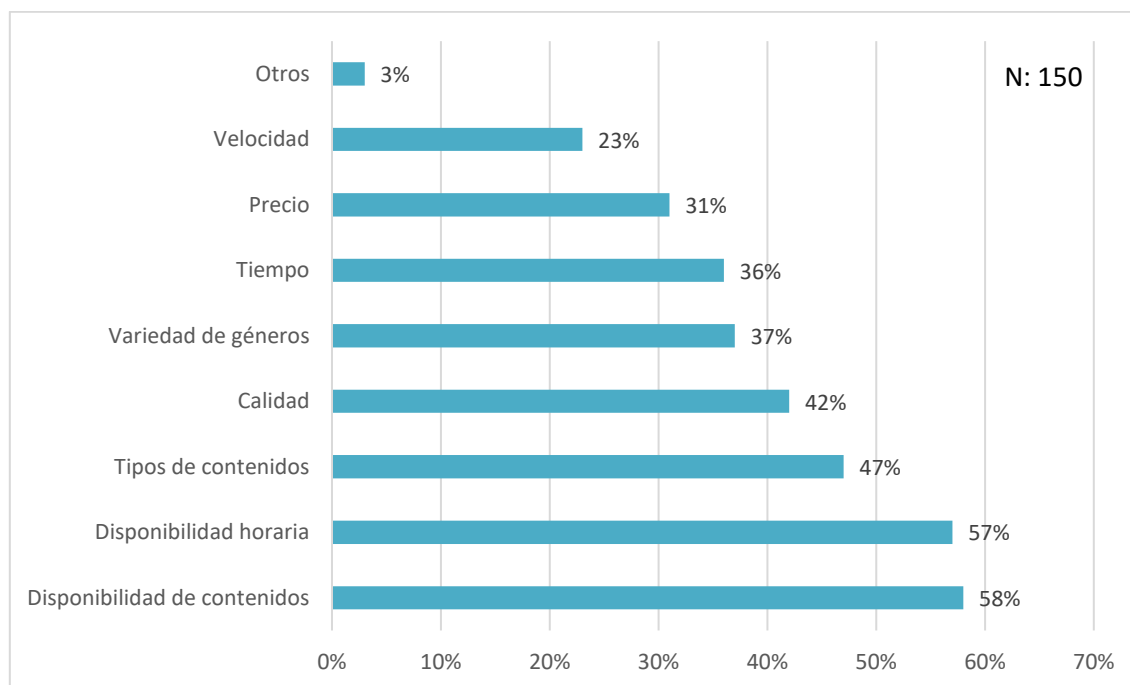
**Gráfico 15:** *Escala de Likert: “Teniendo disponible el mismo contenido en el cable y on demand, prefiero consumirlo on demand”*



Fuente: datos propios

Más de la mitad de las personas preferirían consumir mediante la modalidad on demand un contenido que tienen disponible tanto on demand como en la televisión por cable.

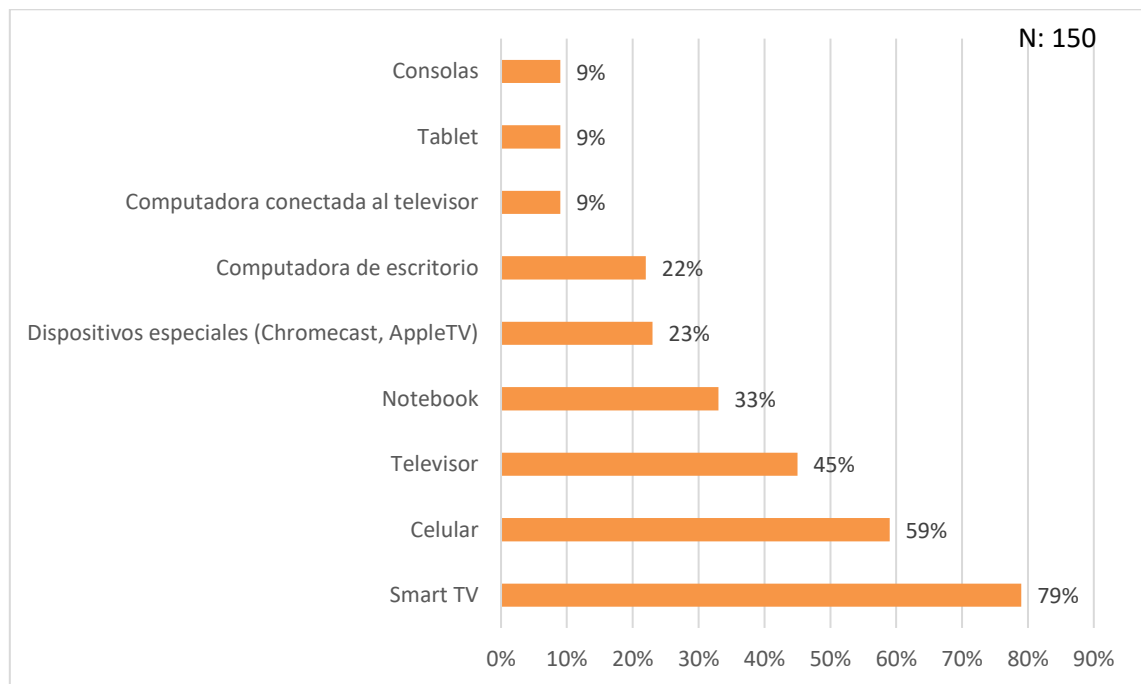
**Gráfico 16:** Factores que determinan la elección de consumo



Fuente: datos propios

Cuando las personas tienen que elegir entre una modalidad de consumo u otra, hay factores que determinan esta elección. Más de la mitad de la muestra considera que los dos factores más determinantes son la disponibilidad horaria y de contenidos. Mientras que 4 de cada 10 personas consideran que también los tipos de contenidos y la calidad de estos son factores para tener en cuenta al momento de elegir si consumir mediante la modalidad on demand o por cable.

**Gráfico 17:** *Dispositivos más utilizados para el consumo de películas y series*

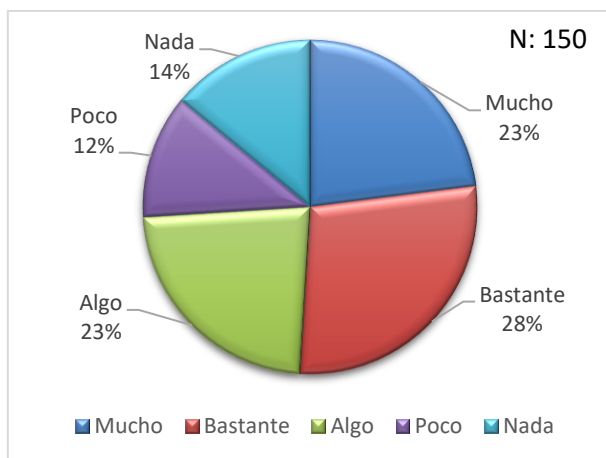


Fuente: datos propios

El Smart TV es el dispositivo más utilizado por los encuestados para el consumo de películas y series. Esto podría deberse a que permite tanto el consumo on demand como el consumo en directo. Al igual que el Smartphone, utilizado por más de la mitad de los encuestados.

Estos resultados podrían estar relacionados a que son los dispositivos a los que más acceso tienen las personas. Tanto individualmente con su celular, como en sus hogares. El Smart por lo general presenta un buen tamaño, ideal para poder disfrutar de los detalles que pueden tener las series y películas. Sin embargo, en los momentos donde las personas no tienen acceso a este, es donde quizás recurren a consumir mediante el Smartphone. Al cual suelen tener acceso durante todo el día. Si bien su imagen para consumir series y películas es mucho más chica, permite consumir en aquellos lugares donde no tenemos acceso al Smart TV. Por ejemplo, fuera de nuestras casas, estando de viaje o bien en aquel lugar de la casa donde no está instalado el Smart TV.

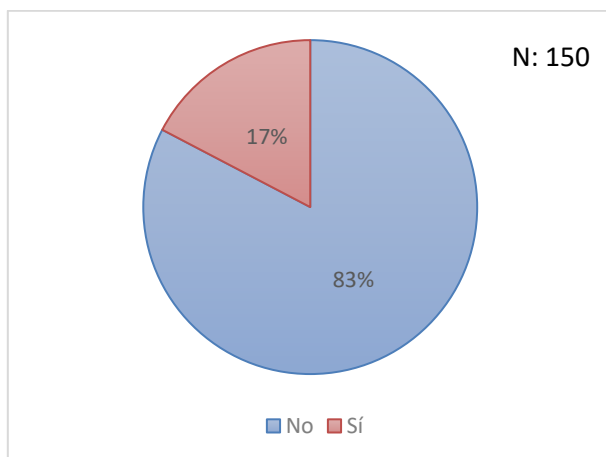
**Gráfico 18:** ¿El dispositivo utilizado afecta la elección de consumirlo on demand o en directo?



Fuente: datos propios

En cuanto al dispositivo que se utiliza para consumir series y películas, 3 de cada 10 personas encuestadas consideran que este afecta la elección de consumirlo on demand o en directo.

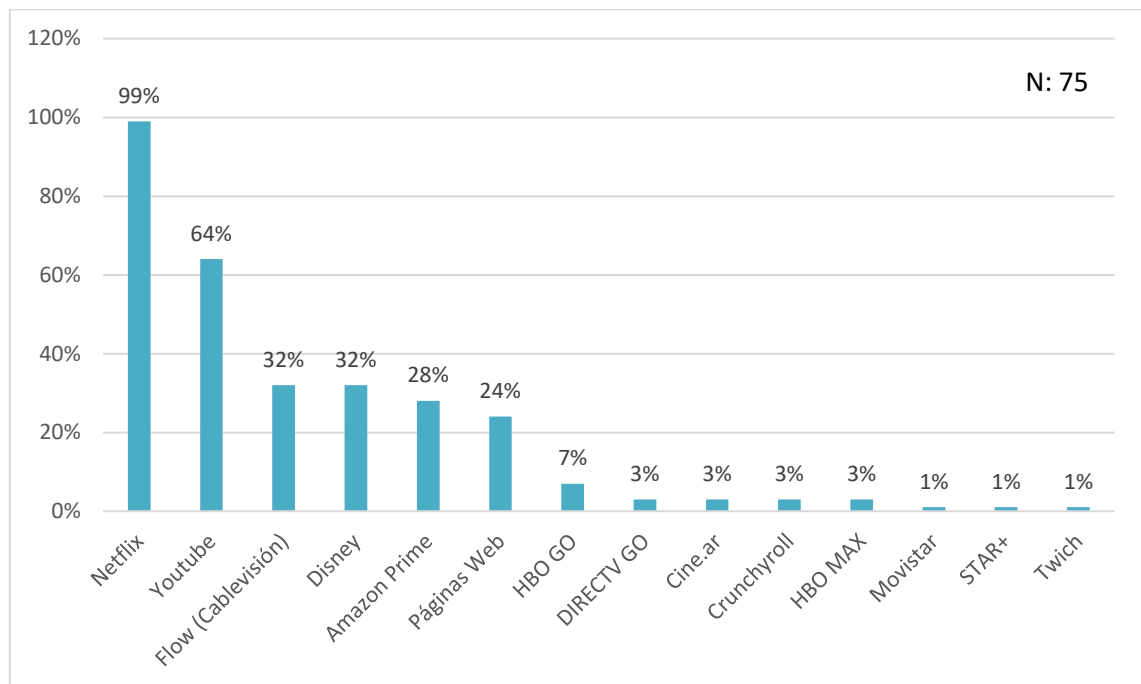
**Gráfico 19:** ¿La modalidad de consumo se ve influenciada por familiares y amigos?



Fuente: datos propios

La mayoría de las personas, para ser más exactos 8 de cada 10, no consideran que la modalidad de consumo se ve influenciada por familiares y amigos. Esto indica una decisión personal y hasta en la mayoría de los casos individual. De dónde le gusta a uno mirar y dónde le queda mejor consumir series y películas.

**Gráfico 20:** Plataformas utilizadas para consumir on demand

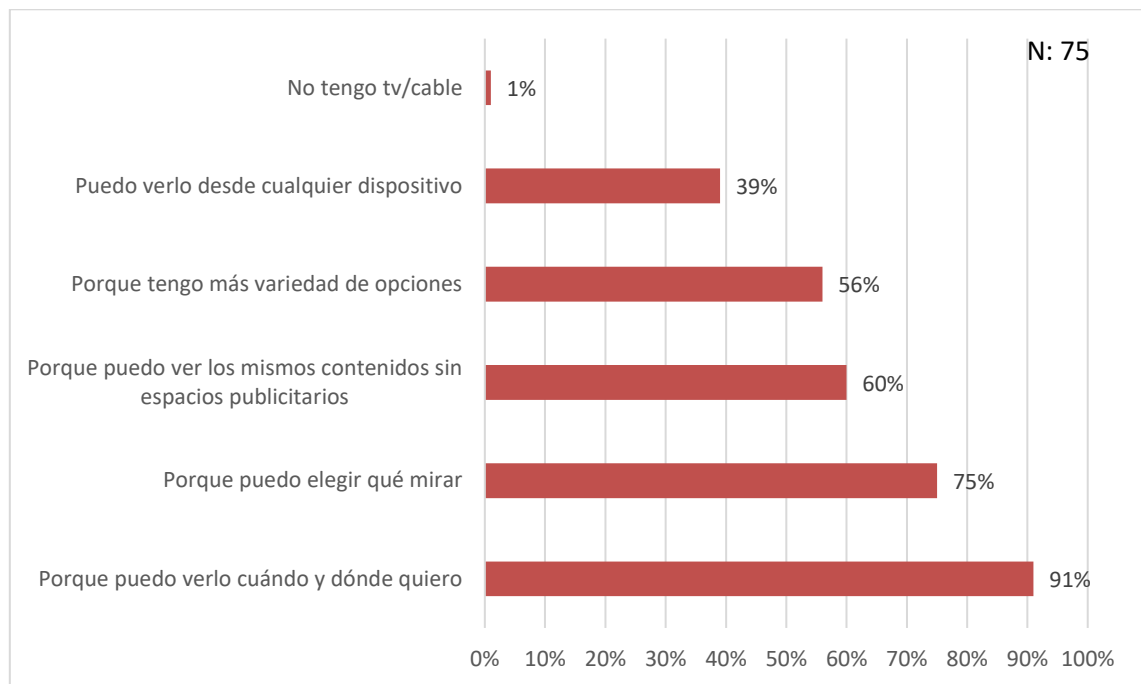


Fuente: datos propios

La plataforma más utilizada por los encuestados para consumir series y películas mediante la modalidad on demand es Netflix. Mientras que Youtube, utilizado por más de la mitad de las personas que contestaron la encuesta, quedó en segundo lugar.

Nos llama la atención en este último resultado, que una plataforma en primera instancia de consumo gratuito este en el segundo lugar. Más aún, al tener en cuenta que los contenidos disponibles en cuanto a series y películas son reducidos, de mala calidad e incluso en algunos casos no están completos. Sin embargo, esta plataforma ofrece la posibilidad de pagar por determinada serie o película para poder consumirla en buena calidad y completa. Y este servicio podría haber llevado a que ocupe ese lugar dentro de los resultados.

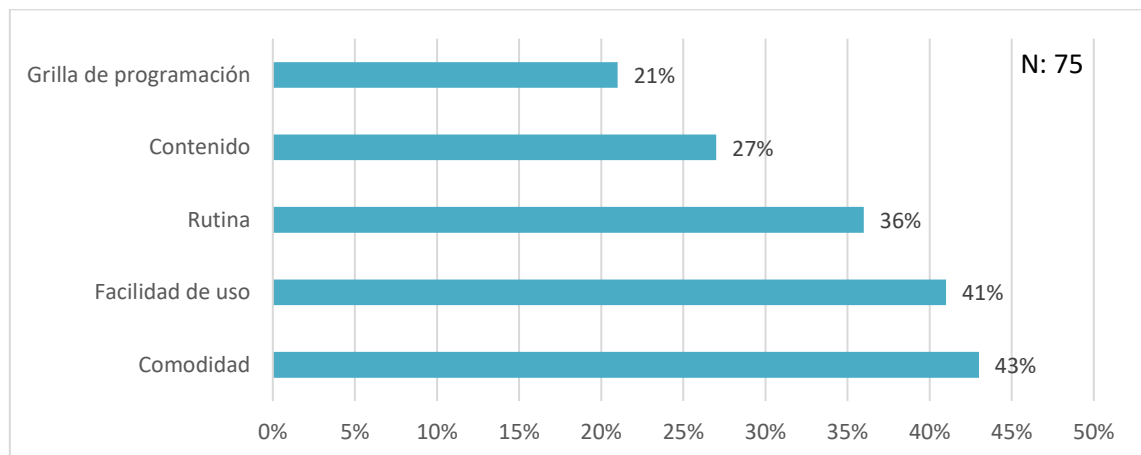
**Gráfico 21:** Razones por las que dejaron de consumir en directo



Fuente: datos propios

Hay diferentes razones que llevaron a algunas personas a dejar de consumir en directo. Entre ellas, 9 de cada 10 se pasaron a consumir frecuentemente on demand por la posibilidad que esta modalidad les brinda de poder consumirlo cuándo y dónde quieren. Es decir, sin depender de tener conexión al cable y sin tener un horario fijo donde consumirlo. Por otro lado, 7 de cada 10 porque pueden elegir qué mirar. Y un dato no menor es que más de la mitad de los encuestados lo dejó de consumir por los espacios publicitarios.

**Gráfico 22:** Características que lo llevan a elegir consumir en directo



Fuente: datos propios

Dentro de los encuestados que eligen consumir mediante la modalidad en directo con mayor frecuencia, vuelven a aparecer como razones principales de esta elección la comodidad y la facilidad de uso. También aparece la rutina como un nuevo factor que es importante destacar.

Este último y en relación directa con los dos primeros, podría tener que ver con la costumbre que tienen las personas que eligen esta modalidad. Ya que lo tienen incorporado en sus actividades diarias y cotidianas. Y podría ser esto lo que los lleva a elegir y consumir continuamente películas y series en directo como lo hacían cuando todavía no estaban en auge las plataformas de consumo on demand.

A su vez, esto podría estar directamente relacionado con el hecho de que las personas que consumen en directo adaptan sus rutinas a los horarios y contenidos que establecen las cadenas de cable. En cambio, aquellos que consumen con mayor frecuencia on demand, adaptan el consumo de series y películas a sus horarios y actividades diarias. Ya que tienen el contenido disponible en el momento y horario que deseen consumirlo.

## CONCLUSIONES

Los resultados nos muestran que los encuestados tienen todo lo necesario para poder consumir tanto on demand como a través de la modalidad tradicional. Por lo que implica una elección por parte del usuario, qué contenido consumir y mediante qué modalidad prefiere hacerlo. Las razones que llevan a estas elecciones son variadas y se pueden agrupar fácilmente en aquellas que se destacan cuando se trata de consumo on demand y aquellas que predominan en el consumo en directo.

Las personas encuestadas que eligen el consumo on demand, valoran la disponibilidad horaria que les brinda esta modalidad, el poder pausar y retomar desde donde dejaron, poder adelantar el contenido, verlo sin publicidad y poder elegirlo dentro de una disponibilidad variada de contenidos. Mientras que aquellos encuestados que siguen prefiriendo consumir en directo, lo hacen principalmente por la comodidad que les implica ya que les resulta más fácil y práctico que la modalidad on demand. Así como también por costumbre y rutina.

En el consumo en directo la elección del consumidor se encuentra sesgada por contenidos limitados establecidos por las cadenas de TV. En cambio, en el consumo a demanda los contenidos son casi infinitos. Por este motivo, podríamos decir que en el consumo on demand las personas tienen mayor libertad de elección. Sin embargo, esta elección también tendrá cierto sesgo debido a las estrategias que adoptan las plataformas para guiar al usuario a consumir lo que ellos quieren o bien lo que a ellos les beneficiaría más. Porque no dejan de ser grandes cadenas y empresas que ofrecen aquello que saben el consumidor busca o desea consumir, y de esta manera lo guiarán para que sigan consumiendo dentro de la plataforma sin siquiera percibirlo.

Incluso el propio consumidor con esa "libertad de elección que tiene", se basa mucho en las recomendaciones para poder elegir qué consumir. Por lo que, nunca esa elección que hacen dentro de una disponibilidad amplia de contenidos es 100% individual y propia de este prosumidor. Está basada e influenciada por recomendaciones que pueden hacerle otras personas, los medios de comunicación y hasta las mismas plataformas que utilizan para consumir lo que eligen.

A partir de los resultados, pudimos observar diferentes características y beneficios que las personas atribuyen a cada una de las modalidades de consumo. Algunas muy distintas entre una modalidad y la otra, y otras similares en cuanto al concepto, pero que difiere en la concepción que cada usuario tiene, como ocurrió con el concepto de comodidad.

En ambas modalidades los encuestados la mencionaron como característica a destacar, como una por la cual elegían esa modalidad por sobre la otra. Sin embargo, es evidente que esto tiene una connotación distinta según el consumidor y la modalidad a la cual se esté refiriendo.

En el caso de la modalidad en directo, el concepto de comodidad podría estar relacionado con la simple acción de encender el dispositivo y acceder fácil y rápidamente a los contenidos que este ofrece. Es decir, la facilidad de elegir entre limitadas opciones que se le ofrecen. Sin que esto implique un gran esfuerzo por parte del usuario. En estos tipos de comportamientos podemos observar cierta pasividad por parte del espectador. Además, se podrían estar refiriendo a la comodidad de utilizar aquello que ya conocen y consumen a diario, para evitar el trabajo que implicaría aprender a manejar algo nuevo y desconocido para uno.

En cambio, cuando se trata de la comodidad para aquellos que prefieren consumir on demand se estarían refiriendo al poder consumir exactamente aquello que quieren en ese momento, sin perder tiempo en buscar entre los canales algo que les guste. Así como también, poder evitar la pérdida de tiempo que implican las publicidades. La comodidad de no tener que adaptar uno la rutina a los horarios que otros imponen, sino simplemente adaptar el consumo de películas y series a los horarios y rutinas que cada uno tiene.

A raíz de esto, podríamos asumir que los consumidores de la modalidad en directo son más pasivos que los de consumo on demand. Es decir, estos últimos serían como lo indica la teoría de usos y gratificaciones, ya no consumidores pasivos y cómodos, sino activos. Eligen constantemente en qué plataforma, en qué horario y bajo qué circunstancias desean consumir para satisfacer sus necesidades y así obtener disfrute. Acciones que también podrían observarse en el usuario de la modalidad en directo, pero dentro de un universo mucho más pequeño de opciones. Y el cual parecería tener una actitud más “cómoda” frente al contenido que desea consumir. Consumen aquello que pueden, aquello que le ofrecen o que está disponible, sin intervenir con esfuerzo de su parte.

Parecería que, en la modalidad en directo, todo viene dado o incluso impuesto, y el usuario sólo accede a eso para satisfacer sus necesidades. En cambio, en la modalidad on demand, como su nombre lo indica, el consumo es a demanda del propio usuario. Ahora convertido en un prosumidor, es decir un consumidor activo y que interviene en todo el proceso de consumo de películas y series. Donde toda la responsabilidad esta

puesta sobre él, y ya no sobre las grandes cadenas que deciden qué contenido pasar, por qué canal y en qué horario.

Hasta incluso podríamos decir que el prosumidor en la mayoría de los casos sabe qué quiere ver, y va en busca de eso. A diferencia del consumidor en directo, que sólo quiere ver algo, no importa tanto qué, sino que sea algo que le guste o llame la atención en el momento que enciende la TV.

Es decir, ambos buscan gratificación, quieren satisfacer sus necesidades de consumo, entretenimiento y distracción. La diferencia central estaría en la forma en que lo hacen.

Luego de analizar cada uno de los puntos, tenemos un acercamiento a las distintas elecciones que hacen las personas actualmente cuando quieren mirar una serie o una película. Dentro de un universo lleno de opciones, canales, estímulos, contenidos, información y de constantes cambios tecnológicos, son los prosumidores quienes deben adaptarse a cada uno de ellos si les interesa el consumo de contenidos audiovisuales. Es por eso que, así como cambian los contenidos, las tecnologías, las plataformas, también el consumidor va cambiando. Y todos los que integran este universo del entretenimiento deben evolucionar para mantenerse dentro.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Alberto Arébalos y Gonzalo Alonso, “La Revolución Horizontal” año 2012
- Marshall McLuhan, El medio es el mensaje, año 1964.
- Giovanni Sartori, Homo videns: La sociedad teledirigida año 1998.
- Paula Sibilia, “La intimidad como espectáculo” año 2008.
- Francisco Javier Davara Rodriguez, “Los paradigmas de la comunicación” año 1990.
- <https://www.ucm.es/netflix-plataforma-complutense>
- <https://www.totalmedios.com/nota/28283/crece-en-argentina-el-consumo-de-contenido-audiovisual-on-demand>
- <https://www.elperiodico.com/es/economia/20160925/la-sociedad-de-la-informacion-impulsa-un-nuevo-modelo-de-consumo-5411045>
- <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>
- <https://lifeandstyle.mx/entretenimiento/2018/03/07/ceo-de-netflix-revela-el-futuro-de-la-plataforma-de-streaming>
- [http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/wp-content/uploads/2020/03/Consumo-audiovisual-streaming-en-Argentina\\_Enfoque-Consumos-Culturales\\_marzo-2020.pdf](http://enfoqueconsumosculturales.org.ar/wp-content/uploads/2020/03/Consumo-audiovisual-streaming-en-Argentina_Enfoque-Consumos-Culturales_marzo-2020.pdf)