

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

 EDICIONES
COMPLUTENSE<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.72407>Cuando Netflix mató (definitivamente) a la televisión de calidad: Un análisis de las tramas y los nudos de acción en sus pilotos originales de drama (2014-2018)¹²Ernesto Pérez Morán³

Recibido: 7 de noviembre de 2020 / Aceptado: 12 de julio de 2021

Resumen. La irrupción de Netflix como productora de ficción televisiva cumplía cinco años en 2018. Un primer lustro marcado por la abundancia de acercamientos por parte de los estudiosos y por la asunción de que el famoso algoritmo que maneja la empresa, así como la minuciosa labor de etiquetar las series a través de categorías conceptuales con el fin de estar en mejor posición para juzgar lo que quiere su público, han llevado a una producción uniforme. En otras palabras, que la cultura del algoritmo deviene en productos muy similares que van repitiéndose una y otra vez para satisfacer al suscriptor. Tras dos años analizando los dramas producidos por Netflix bajo la etiqueta 'Netflix Originals' esa homogeneidad no se advierte en las formas de escribir y las estructuras manejadas. Por el contrario, lo que sí sorprende es que los guiones de la productora se asemejan más a los de una cadena en abierto que a los de una plataforma de pago.

Palabras Clave. Netflix; Análisis de Contenido; Ficción Televisiva; Guion; Comunicación

[en] When Netflix killed (Definitively) Quality TV: A Plot and Beat Analysis of Netflix Originals pilots (2014-2018)

Abstract. Netflix's emergence as a television fiction producer turned five in 2018. Five years characterized by the abundance of approaches by scholars. Furthermore, on the assumption that the famous algorithm that the company employs, as well as the meticulous work of labeling all the products through conceptual categories in order to be in a better position to judge what its audience wants, have led to a standardized production. In other words, that the algorithm culture results in very similar products that are repeated over and over again to satisfy the subscribers. After two years analyzing the dramas produced by Netflix under the label 'Netflix Originals', that presumed uniformity does not emerge in terms of the forms of writing and the structures handled. On the contrary, it is striking that Netflix behaves more like a free-to-air channel than a Pay-TV.

Keywords: Netflix; Content Analysis; Tv Fiction; Script; Communication

Sumario. 1. Introducción. 2. Muestra, metodología y definiciones previas. 3. Nudos y tramas. 4. Patrones y ausencia de ellos, a modo de conclusión. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Pérez-Morán, E. (2021). Cuando Netflix mató (definitivamente) a la televisión de calidad: Un análisis de las tramas y los nudos de acción en sus pilotos originales de drama (2014-2018). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (4), 1163-1174. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.72407>

1. Introducción

En 2018 se ponía en marcha el proyecto *Elementos de serialización narrativa en Netflix Originals (2013-2018)*, financiado por la Universidad de Medellín y otras universidades españolas, dirigido a estudiar el primer lustro (2013-2018) de las producciones propias de Netflix desde una óptica eminentemente narrativa y circunscribiéndose a un género: el drama. Las razones genéricas serán explicadas posteriormente, si bien el hecho de elegir los cinco primeros años se debe a que ya estamos en condiciones de poder valorar los orígenes de Netflix a través de

un arco temporal cerrado, haciendo de paso un juego de palabras entre las producciones *originales* (Netflix Originals) y los *orígenes* de la cadena.

Especialmente desde 2015 vienen menudeando los estudios sobre el fenómeno Netflix. Infinidad de trabajos, la mayoría muy valiosos, que se centran en distintos aspectos de un terremoto que ha sacudido el panorama audiovisual mundial. Tal vez por la fuerza del seísmo, casi todos han puesto la lupa en los aspectos de la distribución y el consumo. Así, Aguiar y Waldfogel (2018) indagan en las consecuencias homogeneizadoras de la expansión de Netflix y abordan su modelo de distribución, algo que también hace Lobato

¹ Este artículo es producto del proyecto *Elementos de serialización narrativa en Netflix Originals (2013-2018)*, financiado por la Universidad de Medellín, la Universidad Carlos III y la Universidad Pontificia de Salamanca.

² Agradecimientos: A José Antonio Planes Pedreño y Alberto Nahum García Martínez por sus precisas correcciones y unas agudas recomendaciones que han contribuido a mejorar el presente artículo.

³ Universidad Complutense de Madrid (España)
E-mail: ernesper@ucm.es

(2017) utilizando a la productora como ejemplo para examinar la variedad de contenidos y la forma de distribuirlos, estableciendo puentes con el consumo. Y es que el fenómeno de los atracones seriéfilos (*binge-watching*) ha sido estudiado recientemente por, entre otros, Pilipets (2019) y Suárez-Cousillas *et al* (2019), quienes desde los análisis comparativos transitaban los caminos abiertos por Jenner (2017) y Schweidel (2016), este desde el territorio del *marketing*.

Porque la transdisciplinariedad ha caracterizado a las diversas aproximaciones en estos primeros años, o tal vez convendría aventurar que han sido muchas las disciplinas interesadas en Netflix, lo que desemboca necesariamente en aquello que Striphas (2015) ha llamado la “cultura del algoritmo” —muy relacionado, por obvias razones, con la fidelización y el mencionado *binge-watching*— y que nos introduce en el terreno de las matemáticas, donde como profanos solo mencionaremos los relevantes acercamientos de Diop *et al* (2019), si bien ya hay trabajos en este área tan visionarios como los de Bell *et al* (2008), que abordaban algunos aspectos operativos de Netflix cuando aún era un videoclub.

Sin embargo, las mejores explicaciones del algoritmo, que Netflix oculta con celo, así como su exhaustivo *etiquetado*, proceden de publicaciones menos científicas y de autores no tan académicos. Madrigal (2015) propone los microgéneros como la base del *tagging* que luego se pasa por el tamiz del algoritmo y Gómez-Urbe y Hunt (2015) explican con cierto detalle —todo el permitido por la empresa— su experiencia en primera persona dentro de Netflix, diseñando y utilizando las diversas fórmulas de cálculo.

Incluso los dos grandes libros dedicados exclusivamente a Netflix, a cargo de Jenner (2018) y de McDonald y Smith-Rowsey (2018) pivotan en torno a la distribución, el consumo y las maniobras de fidelización, pasando por alto generalmente las cuestiones creativas, y en especial las de guion, reservadas de manera aislada para explicar el fenómeno del mencionado *binge-watching*.

Si se quieren hallar ciertas reflexiones sobre la escritura o las estructuras utilizadas para conseguir esos fines, debemos acudir a estudios más concretos y siempre individualizados, caso del estimulante análisis de contenido que llevan a cabo Darwish y Ain (2020) sobre *Jinn* (2019-), la primera serie de Netflix producida en Jordania —examinando el uso del lenguaje considerado tabú a través de un cuidadoso minutado y disección de la serie—, o el que Burroughs (2018) dedica a *House of Cards* (2013-2018), desde el que partiremos para fijar el debate sobre lo que denominamos ‘estructuras de la calidad’, que vamos a cimentar recurriendo también a las propuestas de Mittell (2015), Radošinská (2017) y Tryon (2015), rescatando, indefectiblemente, el viejo debate sobre la televisión de calidad y sin perder de vista los avisos de ciertos analistas, cuando planteaban, ya en 2013 —año en que arranca nuestra muestra—, los cambios y las tendencias en boga que amenazaban con finiquitar lo que se dio

en llamar la tercera edad de oro de la televisión (Vanderwerff, 2013).

Precisamente debido al advenimiento de aquella tercera edad de oro (Cascajosa, 2005), encabezada por producciones de HBO como *Oz* (1997-2003) y *Los Sopranos* (1999-2007), descollaron los estudios que trataban de establecer un canon para distinguir lo que era esa pujante “televisión de calidad”. Thompson, ya en 1996, fijaba doce rasgos para diferenciarla y unos años después incluso se referiría a ella como “The HBO Style” (2007: xvi-xx). Tras él, y por citar solo algunos de los acercamientos más relevantes, Cardwell (2007), Mittell (2007), Leverette *et al* (2008), Newman y Levine (2012), Dhoest (2014) y, regresando a los estudios seminales, debemos cual *boomerang* nombrar a Brunson (1990). Y es que la autora, a propósito de la ficción televisiva inglesa, marcaba entonces el camino aludiendo a los trabajos de Bourdieu (1986) sobre lo que él mismo denomina el ‘capital cultural’, base de futuros acercamientos.

Entre los distintos rasgos de todos esos análisis se enumeraban —y se enumeran— cuestiones de producción, la hegemonía del *showrunner*, la intertextualidad y lo que más interesa aquí, la complejidad narrativa (Johnson, 2005; Thompson, 2007), favorecida en parte por la ausencia de cortes publicitarios, pues HBO tenía ‘atrapado’ a su espectador por medio de la suscripción, base de la financiación. Así, aquellas series iban dirigidas tanto a elevar el prestigio de la marca como a constituir reclamos con que aumentar las suscripciones, sin que fuera lo principal la audiencia (Santo, 2008: 27). Eso generó un cambio en las estructuras narrativas, que no se enfocaban tanto en conservar al espectador —con ganchos o nudos para mantener su atención (Lowry, 1999: 1)—, y que sin embargo permitían una mayor lentitud en el desarrollo de las tramas y transmitir más con los significados latentes que con lo que realmente pasaba en la superficie (Fuller, 2013: 11). Schlütz (2015: 102) plantea la “ambigüedad” como consecuencia de esa complejidad, pues debido a ella las historias contienen “espacios vacíos” (*blanks spaces*), “motivos no revelados” (*undisclosed motives*) y “acciones incomprensibles” (*incomprehensible actions*): “Como consecuencia, los espectadores necesitan paciencia, voluntad y habilidad para rellenar los huecos y así construir significados”⁴.

Así se habla, en ese modelo de calidad, de una acción “menos significativa que la reacción y la interacción” (Newman: 2006: 19), como certeramente señala García Martínez cuando explica que “la contemplación se convierte, al mismo tiempo, en rasgo de estilo y en dispositivo narrativo. El espectador penetra en los tiempos muertos, en las esferas íntimas” (2012: 232). Y es que HBO podía, al no depender de anunciantes, realizar “digresiones” (Creeber, 2001: 439-455) o “construir tramas que se desarrollen lentamente en lugar de hacerlo a través de *mini-climax* antes de las interrupciones

⁴ “As a consequence, viewers need patience, the will, and the proficiency to fill in the blanks in order to construct meaning” (traducción propia).

comerciales”⁵ (Kelso: 2008: 49), evitando “el cinético, casi caótico estilo en constante movimiento de las *networks*”⁶ (Magid: 2002: 72) o, en las gráficas palabras de Thompson, la “compleja gimnástica de la sintaxis”⁷ (2007: xix). Deducimos por tanto con Nowell Smith (1994: 37) y su sugestiva oposición entre la *qualitas* y la *quantitas* en los bienes de las industrias culturales, que a mayor sucesión de acciones, a mayor rapidez en definitiva, menos posibilidad de aumentar esa complejidad narrativa, como también argumenta Smith (2010) al oponer, en su estudio de algunos dramas originales de AMC, esas “narraciones cocinadas a fuego lento” (151) consistentes en “relatos con un ritmo menos intenso que las creadas en los contextos de las *networks*”⁸ (152), que lucen una “estructura segmentalizada de sus episodios” (153) e “hilos argumentales que se mueven a gran velocidad”⁹ (153), ejemplificando esas afirmaciones con un análisis sobre la duración de las escenas y la cantidad de nudos que hay en cada una de ellas.

Mittell ha estudiado tanto esa televisión de calidad (2015) como la narrativa más convencional de las *networks* (2010: 227-234) y establece vistosas diferencias, como que la primera se permite el retraso en la resolución de las tramas y “trabaja activamente contra las normas seriales pero también adopta estrategias narrativas para rebelarse contra la convencionalidad episódica”¹⁰ (2015: 62). Convencionalidad episódica cuyos rasgos iremos advirtiendo a lo largo del artículo dejando claro que frente a ella, esa complejidad narrativa de la que venimos hablando es tan solo uno de los rasgos que se han citado durante años para establecer los criterios de lo que es la *Quality TV* (Carrión, 2019), por lo que debemos limitar el alcance de nuestras conclusiones.

Con el fin de comprobar la hipótesis de si Netflix se comporta o no como una plataforma de pago, con los resultados ya observados en ellas, planteamos por tanto un abordaje inédito, el análisis comparativo y de contenido sobre las distintas tramas, los nudos y las estructuras a través de las cuales se busca la fidelización mencionada.

2. Muestra, metodología y definiciones previas

Para dar respuesta a todo esto elaboramos la muestra como sigue: elegimos las series realizadas por Netflix bajo el sello ‘Netflix Originals’ en el primer lustro de producción de la cadena (2013-2017), pues el proyecto comenzó a principios del año siguiente (2018) y ya estábamos pues en disposición de acometer ese arco determinado. Además, se eliminaron tres formatos diferentes. Las miniseries, por obedecer a lógicas distintas en cuanto a producción, fidelización y serialización por temporadas –o ausencia de las mismas–; criterio que llevó también a prescindir de las series de animación y de aquellos productos de duración inferior a los 40 minutos, que se suelen corresponder, a la luz de las producciones de Netflix, con el antiguo formato de la *sitcom*, cuya estructura narrativa es más codificada. Y es que nos interesaban de partida las series cercanas a la hora de metraje, andamiaje habitual del género dramático, lo que nos permitía controlar las variables y centrarnos en los mecanismos y la estructura de este género, a pesar de que no se podrán generalizar las conclusiones a todas las series de Netflix.

Tabla 1

Serie y año	
<i>Hemlock Grove</i> (2013-2015)	<i>House of Cards</i> (2013-2018)
<i>Orange is the New Black</i> (2013-2019)	<i>Marco Polo</i> (2014-2016)
<i>Between</i> (2015, 2016)	<i>Bloodline</i> (2015-2017)
<i>Narcos</i> (2015-2017)	<i>Daredevil</i> (2015-2018)
<i>Sense8</i> (2015-2018)	<i>Jessica Jones</i> (2015-2019)
<i>The Get Down</i> (2016-2017)	<i>Luke Cage</i> (2016-2018)
<i>Travelers</i> (2016-2018)	<i>The OA</i> (2016-2019)
<i>3%</i> (2016-2020)	<i>Estocolmo</i> (2016-)
<i>Good Morning Call</i> (2016-)	<i>Hibana: Spark</i> (2016-)
<i>Marseille</i> (2016-)	<i>Paranoid</i> (2016-)
<i>Stranger Things</i> (2016-)	<i>The Crown</i> (2016-)
<i>Gypsy</i> (2017)	<i>Iron Fist</i> (2017-2018)
<i>Suburra</i> (2017-2019)	<i>The Punisher</i> (2017-2019)
<i>Dark</i> (2017-2020)	<i>Las chicas del cable</i> (2017-2020)
<i>Por trece razones</i> (2017-2020)	<i>El Chapo</i> (2017-)
<i>Ingobernable</i> (2017-)	<i>Mindhunter</i> (2017-)
<i>Ozark</i> (2017-)	

De esa muestra, que incluimos en la tabla 1, decidimos analizar a fondo cada uno de sus pilotos, ya

⁵ “Produce plots that develop slowly instead of building toward mini-climaxes before commercial interruptions” (traducción propia).

⁶ “The kinetic, almost chaotic movement style of network TV” (traducción propia).

⁷ “Complex gymnastics of syntax” (traducción propia).

⁸ “Slow-burn storytelling” / “narratives less intensely paced than those founded in network contexts” (traducción propia).

⁹ “Segmentalised episode structure” / “fast-moving storylines” (traducción propia).

¹⁰ “Actively work against serial norms but also embrace narrative strategies to rebel against episodic conventionality” (traducción propia).

que estos suelen contener, de modo embrionario y por norma habitual, los rasgos fundamentales de lo que luego va a ser la serie (Sangro, 2005). Ese estudio consistió en un desglose completo de cada capítulo elaborando primero una escaleta para luego proceder al minutado exacto, apuntando además las tramas por escenas y la presencia de todos y cada uno de los nudos, así como alteraciones temporales y otros recursos (*voz over*, secuencias de montaje, etc.). Con ello, la posibilidad de cruzar datos se antojaba casi ilimitada, aunque entonces no supiésemos lo fértil que iba a resultar tal recogida.

Tabla 2

Año	País	Duración del capítulo	Número de escenas	Número de escenas totales	Escena de menor duración	Escena de mayor duración	Duración media de cada escena	Exterior	Interior	Interior/Exterior	Día	Noche	Día/noche	Número de personajes	Tramas	Niños
2017	USA	3428	41	41	9	333	83,5	13	25	2	24	16		7	2	18
2017	USA	3293	39	45	4	194	73	18	22	5	30	15		10	3	25
2017	UK y USA	3327	49	54	2	243	61,5	13	38	2	36	17		9	7	15
2015	USA	3093	39	57	1	340	54	19	37	1	19	37		14	6	23
2016	Japón	2529	48	61	3	173	41,5	36	22	3	28	33		7	3	11
2016	Brasil	2910	40	62	7	280	47	9	50	1	52	8		14	2	19
2017	USA	3039	58	62	2	161	49	25	36	1	36	26		17	6	23
2017	USA	3340	45	64	3	377	52	21	39	2	44	18		14	4	27
2016	USA	4101	59	65	3	273	63	12	43	10	48	17		16	5	36
2014	USA	2915	48	66	1	375	44	26	35	3	31	33		12	6	24
2013	USA	2993	33	68	1	323	44	6	60	2	30	38		14	5	17
2015	USA	3050	60	68	2	232	45	15	49	4	24	44		11	7	26
2016	UK	2682	42	69	1	229	39	14	49	5	57	11		12	3	28
2016	USA	3167	37	70	1	284	45	23	44	3	13	56	1	18	5	33
2013	USA	3219	67	70	3	171	46	13	56	1	47	22	1	18	8	34
2015	Colombia y USA	3362	67	72	2	242	46,5	25	41	5	43	27	1	16	3	27
2014	USA	2715	63	73	1	227	37	23	45	4	45	27		13	7	22
2016	UK y USA	3295	52	75	2	212	44	21	49	4	72	2		17	8	25
2016	Japón	2903	69	76	2	150	38	23	51	1	41	34		5	4	39
2016	USA	2773	61	81	1	129	34	22	53	5	43	37		23	3	23
2017	Alemania y USA	2903	62	82	1	138	35,5	32	47	1	55	25		16	10	27
2015	USA	3822	59	84	1	302	45,5	31	50	2	42	41		19	9	38
2017	Italia	3568	68	85	2	185	42	37	40	7	37	47		19	8	29
2017	España	3152	72	91	1	205	34,5	15	74	1	61	26	1	19	8	32
2017	USA	2953	59	95	1	260	31	34	55	5	34	58	2	15	7	30
2015	USA	3492	61	95	1	265	36,5	63	26	5	60	34		15	3	20
2016	Francia	2567	75	95	1	104	27	33	58	4	83	11	1	14	13	30
2016	Canadá y USA	2947	67	99	1	143	30	15	74	9	32	66		15	6	41
2017	México y USA	3245	69	130	1	153	25	60	60	9	62	65	2	18	4	36
2017	México	2221	77	130	2	93	17,5	35	90	4	3	126		13	5	21
2016	USA	5435	86	137	1	304	39,5	72	59	6	72	64	1	30	9	56
2015	Canadá	2568	53	70	3	103	36,5	28	37	3	31	37		13	7	37
2016	Argentina	2597	42	104	1	219	25	17	76	9	92	8		12	7	14

Antes de abordar el análisis, debemos establecer los parámetros terminológicos –que a su vez configuran los rasgos de las series más ‘convencionales’– donde nos vamos a mover, especialmente en lo relativo a los nudos de acción y las tramas, los dos anclajes principales para la estructura de un guion, de ahí que nos hayamos centrado en ellos. Los primeros son el equivalente a los ‘argumentos’ aristotélicos (2013: 33) o a las ‘aventuras’ *sartreanas*: “Un acontecimiento que se sale de lo ordinario sin ser forzosamente extraordinario” (Sartre, 2008: 77). De modo más académico, Seger los llama *beats* (pulsos) y los define como “un incidente o suceso dramático” (2000: 44) que se plantea como giro para captar la atención y que forma, en su concatenación de unos con otros, lo que se conoce como trama, y que McKee define en su relación con los nudos: “Pauta de acontecimientos internamente coherentes e interrelacionados, que se deslizan por el tiempo para dar forma y diseño a una narración” (2003: 38). Para su función, dejemos que sea otro de los gurús del guion moderno quien nos aporte la principal, cuando afirma que la trama argumental es aquello que “une y mantiene encauzada la historia” (Field, 1995: 106). A este respecto, y en lo tocante a la importancia entre acciones y personajes, hacemos nuestra la distinción de Sánchez-Escalonilla (2001: 106), que propone la diferencia entre tramas (basadas más en acciones) y subtramas (fundamentadas eminentemente en relaciones entre personajes).

Con esos mimbres teóricos, y algunos que iremos añadiendo, nos podemos aproximar a los nudos y las tramas que conforman esos pilotos de Netflix. Comenzaremos inductivamente, de lo particular (el nudo) a lo general (la disposición de las tramas) para ir detectando algunos patrones con respecto a estos dos elementos nodales de toda narración y acabar confluyendo en lo que hemos llamado los ‘no patrones’, aquellas identidades o características comunes que no se han revelado, lo cual servirá de conclusión *avant la lettre*.

3. Nudos y tramas

Los datos en bruto arrojan una cantidad total de nudos de 906, lo que da una media de 27,5 nudos por capítulo. A tenor de la duración media de cada piloto (52’20”), esos números revelan que cada menos de dos minutos acontece un nudo, manifestándose la velocidad con la que se producen los giros, las vueltas y revueltas de las tramas, y la acelerada sucesión de esas acciones dramáticamente relevantes dirigidas a captar y mantener la atención del espectador.

Es posible, y deseable, matizar eso atendiendo a la notable variabilidad del número de nudos con los que cuenta cada piloto. Así, el que más tiene es *The Get Down* con 56, si bien sus 90 minutos de duración suponen una excepción, siendo el único capítulo que alcanza la hora y media. *Travelers* aparece en segunda posición con 41 nudos, frente a los tan solo 15 de *Gypsy*, los 14 de *Estocolmo* y los 11 de *Hibana: Spark*, por marcar las series que menos nudos tienen.

Esa volatilidad exige introducir un elemento corrector en aquellas variables que, como esta, encuentran extremos demasiado distanciados. Y es que en este caso, la media podría no dar cuenta de esas variaciones extremas y convertirse en un dato un tanto estéril. Por ello, si atendemos a la mediana (27) como medida de tendencia central, y a partir de esta cifra observamos los valores que se concentran en el medio, tenemos que, aplicando un sencillo gráfico de Box Plot –que divide en cuartiles esas tendencias centrales–, percibimos cómo la mitad de los valores (los dos cuartiles del medio, estos son Q2 y Q3) se concentran entre 22 y 34, lo que revela la principal conclusión: la mayoría de series muestra un número bastante elevado de nudos por minuto, lo que sirve como corroboración de lo afirmado en el primer párrafo de este apartado y confirma la media de 27 como matemáticamente fiable.

Tabla 3

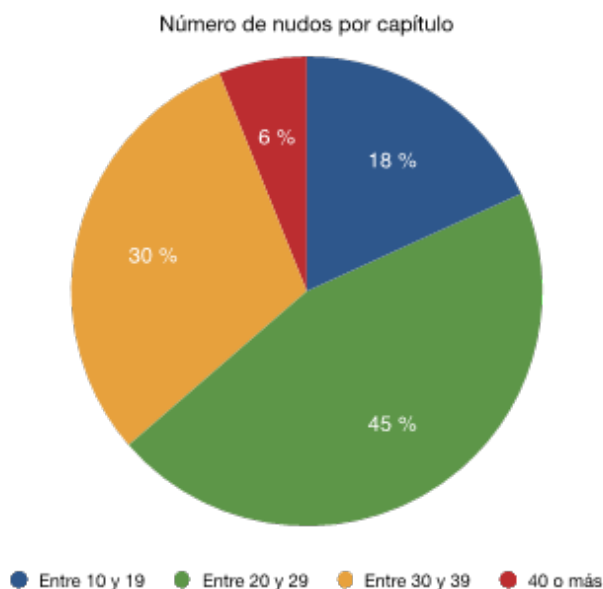
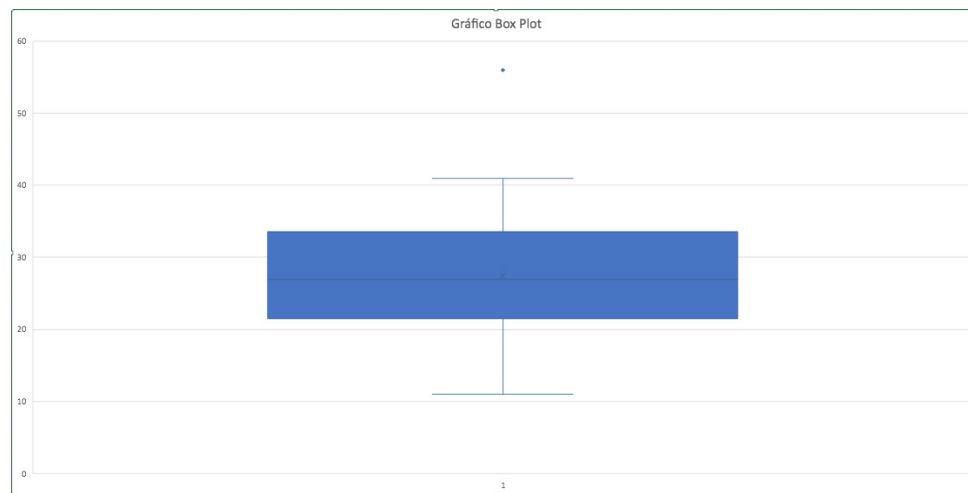


Tabla 4



3.1. De los nudos iniciales y finales

Gracias al contraste de los datos podemos conocer la disposición y colocación de los nudos a lo largo del capítulo. Así, es estimulante observar lo que arrojan tanto los inicios como los finales de episodios, pues determinan, en función de la presencia o no de nudos, las estrategias de sus creadores para conseguir que el espectador permanezca frente a la pantalla. A este respecto, es momento de empezar a delimitar el marco del debate.

Arrancar con un nudo de acción o ‘detonante’ –lo que McKee llama el incidente incitador, “el primer gran acontecimiento del relato” que pondrá en movimiento todos los demás (2003: 140)– o terminar el capítulo con otro –lo que se conoce como *cliffhanger* y que Nussbaum define con su desenfado habitual como “un clímax partido por la mitad: la bomba hace tictac, la pantalla se va a negro. Una dama se retuerce en las vías del tren ¿Alguien la salvará? Cursiva en una pantalla negra: ‘Continuará...’”¹¹ (2002)– revelan la forma y las expectativas para mantener en vilo al público. La presencia de estos ‘hitos’ es una práctica habitual, como veíamos en los epígrafes previos, de aquellas cadenas que pretenden fidelizar al espectador y conservarlo cautivo desde el inicio del capítulo y asegurarse que volverá en el siguiente, con el fin de aumentar la audiencia potencial y garantizar los ingresos publicitarios de los que vivían esas cadenas (Douglas, 2011: 130), algo a lo que no estaban sometidas, como ya argumentamos, las cadenas de pago.

Baste recuperar esa explicación para suponer que podría ocurrir lo mismo con Netflix, pues no se nutre de publicidad y sí de la suscripción mensual. Incluso algunos autores han llegado a afirmar, dando un paso más, que “las narrativas seriales a través de servicios en línea y las aplicaciones digitales son las razones de que el concepto original de ‘serialidad’ no se pueda aplicar aquí”¹² (Radošinská, 2017: 7), asegurando,

por ejemplo, que el concepto de *cliffhanger* ha caído en desuso con el lanzamiento de toda una temporada por parte de Netflix, excepto en el último capítulo de la misma (2017: 13). Tryon (2015), por su parte, asegura que “la autopromoción de Netflix hace hincapié en su capacidad para ofrecer a sus suscriptores la promesa de prestigio, plenitud y participación, a través de una combinación de atractivos tecnológicos y estéticos destinados a posicionar a Netflix como el futuro de la televisión”¹³ (2015: 105). Burroughs, siguiendo declaradamente a este autor insiste, analizando cuestiones del guion de *House of Cards*, que “Netflix está tratando de replicar el modelo de HBO –crear televisión de ‘calidad’– pero a través de un modelo de distribución de transmisión digital”¹⁴ (2018: 6).

Así pues, podríamos aventurar a la luz de estos autores que Netflix está más cerca en cuanto a sus estructuras narrativas de HBO que de las grandes cadenas en abierto. Nuestro análisis ya nos ha proporcionado ciertas pistas de que esto no parece ser así. Por ello seguimos desarrollando nuestra hipótesis: la forma de escribir las series pretende que los clientes de Netflix vean cuantas más horas mejor y que los que aún no lo son paguen la cuota porque y para que todo el mundo vea esa plataforma durante horas y horas. Además, y como observábamos al inicio, esos maratones interminables, ese *binge-watching*, nutre de datos sobre hábitos de consumo a la cadena. Y ya se sabe que los datos –crecientes cuantas más horas de visionado haya–, en estos momentos, tienen un valor inestimable, dado que permiten trabar con más precisión tanto el etiquetado como el algoritmo. Probemos nuestra hipótesis, que nos llevará a demostrar cómo los usos narrativos de Netflix no difieren mu-

ducción propia).

¹³ “Netflix’s self-promotion places emphasis on its ability to deliver the promise of prestige, plenitude, and participation to its subscribers, through a mix of technological and aesthetic appeals that are meant to position Netflix as the future of television” (traducción propia).

¹⁴ “Netflix is trying to replicate the HBO model of creating ‘quality’ television but through a digital streaming distribution model” (traducción propia).

¹¹ “Is a climax cracked in half: the bomb ticks, the screen goes black. A lady wriggles on train tracks—will anyone save her? Italics on a black screen: ‘To be continued...’” (traducción propia).

¹² “Serial narratives via online services and digital applications is the fact that the original concept of ‘seriality’ does not apply here” (tra-

cho de las televisiones en abierto y rompen con esa televisión de calidad que fue la TV de pago –estadounidense– en los noventa.

Así, de las 33 series, veinte arrancan en su primera o segunda escena con un nudo de acción, destinado a captar la atención del espectador. Y en las trece restantes observamos ciertos matices. Como que entre ellas se encuentran las adaptaciones de los cómics de Marvel (con la excepción de *Daredevil*, que sí comienza con un nudo): *Luke Cage*, *Jessica Jones*, *Iron Fist* y *The Punisher*. Las cuatro descansan en la misma premisa, esta es, que el espectador no sepa de inicio que el protagonista tiene poderes, los cuales se revelan entre la tercera y la quinta escenas, por lo que tampoco tarda mucho en llegar el susodicho “incidente incitador”. Del resto de los nueve casos, el primer nudo llega a los tres minutos –de media–, en series como la japonesa *Hibana: Spark*, la pausada *Bloodline*, que Netflix produjo para dar un marchamo de calidad a sus inicios, *Orange is the New Black*, que aunque no tiene un nudo permite descubrir desde el principio que la protagonista está en la cárcel, o *The Get Down*, que por su duración supone una excepción en casi todas las categorías.

Hablando de los nudos finales, hay que hacer la precisión de que no todos son *cliffhangers* y por ello no todos tienen la intención de dejar en alto la narración para el siguiente capítulo, suspendiendo una trama horizontal. Puede ser también que el nudo final cierre una trama vertical –caso minoritario aquí, pues la mayoría de las tramas son horizontales y hay pocas autoconclusivas– o simplemente deje un camino abierto para la trama horizontal en el futuro. De esta manera, a la vista de los números, se dibuja una triple posibilidad.

La amplia mayoría de los pilotos, 18 de 33, termina en un *cliffhanger* canónico, lo que supone la práctica habitual. Nudos finales, sin embargo, que dejan un camino abierto los encontramos en siete ocasiones, destacando de nuevo *Luke Cage* o *Jessica Jones*, capítulos que se clausuran con el personaje exhibiendo sus poderes o regresando a sus misiones largamente postergadas; además figuran entre estas *The Get Down*, *Ozark* o *Suburra*, que también arrancaba sin un nudo y que supuso la primera producción italiana de la cadena.

En tercer lugar, encontramos ocho episodios que se cierran sin *cliffhanger*, entre los que aparecen series diseñadas para aumentar el prestigio de la productora, caso *The OA*, *House of Cards* o *The Crown*, y productos ‘descentralizados’ como *3%* o *Hibana: Spark*. No obstante, conviene señalar que no hay una coincidencia significativa entre aquellas que arrancan con un nudo y las que se cierran con *cliffhanger*: nueve cumplen con esos dos rasgos, lo que impide trazar un patrón en cuanto a esta estrategia.

3.2. De la concentración de los nudos

A continuación, observamos variables relacionadas con la disposición de los nudos durante el capítulo,

si están uniformemente dispuestos o se concentran en determinados momentos. Como hicimos en el anterior apartado, debemos remitirnos a estructuras arquetípicas, entre las que podemos señalar las dos más habituales. La primera es común en cadenas generalistas y viene condicionada por los cortes publicitarios (Jaramillo, 2002: 68). Siguiendo la misma filosofía de atrapar que los inicios y los *cliffhangers*, los nudos se condensan al inicio, al final y en torno a los cortes publicitarios, generando una estructura en dientes de sierra alternando tiempos débiles con otros fuertes (Chion, 2007: 143). La segunda estructura, común en las cadenas de pago por los motivos aducidos anteriormente, plantea una distribución más uniforme (y una menor cantidad) de los nudos, pues la serie en cuestión no está constreñida por la audiencia y los cortes publicitarios, inexistentes en estas cadenas.

Pues bien, sería lógico encontrar esta opción en las series aquí analizadas, pero el dato es revelador: tan solo siete de las 33 series muestra esta colocación, y curiosamente en aquellas que ya hemos citado, bien sea porque apelan a la calidad (*House of Cards*, *The OA*), porque son nuevas incursiones en mercados (*Suburra*) o porque pertenecen al universo Marvel (*Luke Cage* o *Jessica Jones*), con la particularidad por último de *Sense8* y *Por trece razones*.

El resto (26 de 33) exhiben una llamativa concentración de nudos, si bien hay que concretar en qué tramos se produce esa condensación. Los números van en aumento a medida que avanzamos en el metraje. Dos pilotos agrupan sus nudos al inicio, tres en el tramo central y siete al final, gradación que se relaciona con la presencia vista de los *cliffhangers* y consecuencia también del *crescendo* dramático necesario en todo relato canónico. Sin embargo, no encontramos un patrón dentro de estas series, salvo en las adaptaciones del universo Marvel, que suelen ubicar sus nudos al final, puesto que al inicio, como decíamos, se tienden a ocultar los poderes del protagonista.

Aparte de esas doce series que agrupan los nudos en una de sus partes, hay catorce, el grupo más numeroso, que recurren a una estructura en dientes de sierra relativamente uniforme, con giros constantes y algunos momentos de descanso, en una disposición deudora de las series de canales generalistas, sin que de nuevo vuelva a existir un patrón común a todas ellas.

3.3. De los nudos en las tramas

En cuanto a la correspondencia entre nudos y tramas, la asunción más lógica sería que a menos tramas, habría menos nudos, lo cual no se cumple. Es cierto que las dos series con menos tramas (*3%* y *Mindhunter*, ambas con dos) cuentan con un número reducido de nudos (18 y 17, respectivamente), sin embargo encontramos series con tres tramas (*Hibana: Spark*) que tienen menos (once), con cinco (*Orange is the New Black*) que desarrollan 17 nudos, y con siete tramas

(*Gypsy* y *Estocolmo*) que cuentan con quince y catorce nudos cada una de ellas. Por el contrario, series con cuatro tramas (*Good Morning Call* y *El Chapo*) presumen de tener 39 y 36 nudos respectivamente... Y otras con el mismo número de tramas, como *Marcos Polo* y *Travelers* –ambas con seis– muestran una variación entre los 24 de la primera y los 41 de la segunda, por lo que no se puede colegir esa correspondencia.

Ello nos aboca a dilucidar cómo es el reparto de los nudos en esas tramas. En los pilotos con menos ejes argumentales, todos ellos suelen tener nudos. Así ocurre con los capítulos que cuentan dos tramas (dos) y tres (seis). En esas ocho series, todas las líneas argumentales cuentan con algún nudo, pues deben cubrir el metraje con hechos dramáticamente relevantes en cada una de sus tramas. En las tres series con cuatro tramas, solo hay un caso de trama sin nudo (*Good Morning Call*, producción bastante sencilla de estructura y con una trama principal, la del apartamento, que se ‘come’ al resto). Por lo que respecta a las series con cinco tramas (cuatro), todas ellas muestran nudos salvo la excepción de *The OA*, primer caso en que hasta dos tramas carecen de ellos, lo que se explica de nuevo por una trama central hegemónica y por un esquema donde priman las acciones sobre los personajes, por lo que si las tres tramas de la serie tienen nudos, no así las subtramas, más dirigidas a las relaciones entre personajes, que aquí se hallan supeditadas –en los dos tiempos en que se divide el relato– a la identidad de la protagonista.

En cuanto a las series con seis (cuatro) y siete tramas (seis), la ausencia de nudos en alguno de sus ejes argumentales es una constante, siendo habitual tener hasta tres tramas sin nudo. De esas diez, solo *Travelers* hace progresar todas las tramas mediante al menos un nudo, debido a la premisa de la serie: explicar cómo llega cada uno de los personajes a ser un viajero en el tiempo, por lo que cada trama se asocia a un personaje y es obligado que a este le pasen cosas fuera de lo ordinario.

Pero hay ocasiones en que hasta se dejan de desarrollar cinco tramas por capítulo, como en *Estocolmo*, que se centra en dos principales (de nuevo una trama principal fagocita al resto, en especial a las subtramas) y que apenas apunta otros ejes argumentales para capítulos posteriores, algo que se convierte en constante a partir de que las tramas pasen de cuatro-cinco a seis-siete. Si en el primer caso casi todas las tramas deben progresar para ‘llenar’ un capítulo que frisa la hora de duración, en los pilotos que abren tantas tramas el funcionamiento es más centrípeto que centrífugo: se plantean hilos argumentales mirando hacia el futuro, hacia las necesidades dramáticas de toda una temporada. En las series con pocas tramas de arranque, durante los siguientes episodios deberán abrir otras para prolongar la temporada, aunque esto ya no es el objeto de nuestro estudio, dejándolo apuntado para futuros abordajes.

Podría pensarse que las series con ocho tramas (cuatro), nueve (dos), diez (una) o trece (una), tienen alguna de ellas sin nudos, lo cual es falso. De esas ocho series, hay dos (*House of Cards* [8] y *Sense8* [9]) donde encontramos nudos en cada una de sus tramas, lo cual se puede explicar porque estos dos pilotos procuran dejar abiertas tramas y subtramas y lo hacen mediante hechos que enganchen al espectador para siguientes capítulos, además de que *Sense8* tiene una estructura muy similar a *Travelers* y por tanto la explicación que dábamos a propósito de aquella sirve también aquí.

Así, dieciséis series desarrollan todas las tramas mediante al menos un nudo y diecisiete dejan alguna fuera. Equilibrio al que se pueden añadir más conclusiones previas: las series japonesas y la excepción brasileña cuentan con un número reducido de tramas mientras que las de producción europea, ya sea alemana, española, francesa o italiana muestran por lo general un número de tramas superior a la media, siendo las producciones estadounidenses –y británicas– las que se sitúan en los valores centrales, sin que se observe una evolución significativa a lo largo de los años.

3.4. De las tramas

La media de las tramas arroja una cantidad de seis por capítulo, si bien existe una notable variabilidad. Hay dos pilotos con solo un par de tramas mientras que aparecen cuatro con más de ocho. Las dos que menos tienen son 3%, producción brasileña que se escapa un tanto de los modos de hacer de Netflix, mediante una realidad distópica en cuyo piloto no plantea aún subtramas de relación, sino que se centra en presentar la trama central en torno al ‘proceso’ que va a protagonizar la serie, y *Mindhunter*, rara avis dentro de Netflix, tipo de producto que, como ya se ha apuntado, se dirige a elevar el prestigio de la cadena, lo que viene apoyado también por su escasez de escenas (41 frente a una media de 78,6) y de nudos (17 frente a la media de 27,5, es decir, la cuarta que menos acciones dramáticamente relevantes tiene), de ahí su ritmo pausado y guion sobredialogado.

En cuanto a las series con más tramas, aparecen *The Get Down* (9), excepción citada por su duración –también es la que más nudos tenía–, *Sense8* (9), que establece sus hilos argumentales en función de un grupo de personajes separados que acaban uniendo sus destinos –al igual que *Travelers*, que justificaba por ello la exuberancia de nudos, tan solo uno menos que *Sense8*, dato que como veíamos convierte a ambos en pilotos gemelos–, *Dark* (10), producto alemán que anticipa muchas tramas para hacerlas progresar en capítulos posteriores y *Marsella*, serie francesa y que opera del mismo modo que la anterior, al tiempo que el arribista personaje de Lucas Barres (Benoît Magimel) entabla contacto con varios personajes disparando el número de subtramas. Las constantes identificadas en el apartado anterior tienden a repetirse aquí.

Tabla 5

Número de tramas por capítulo

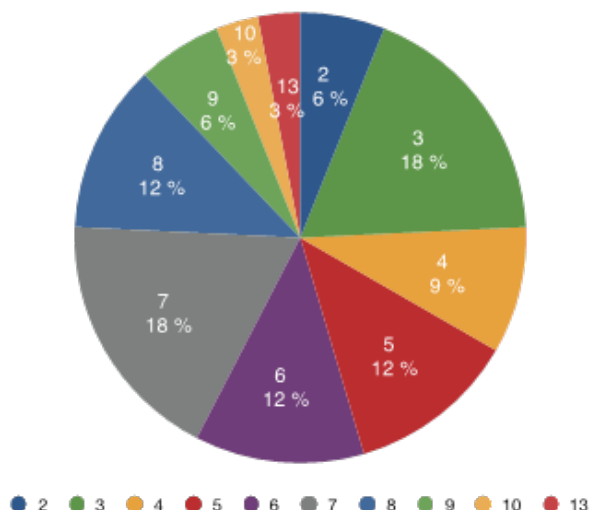
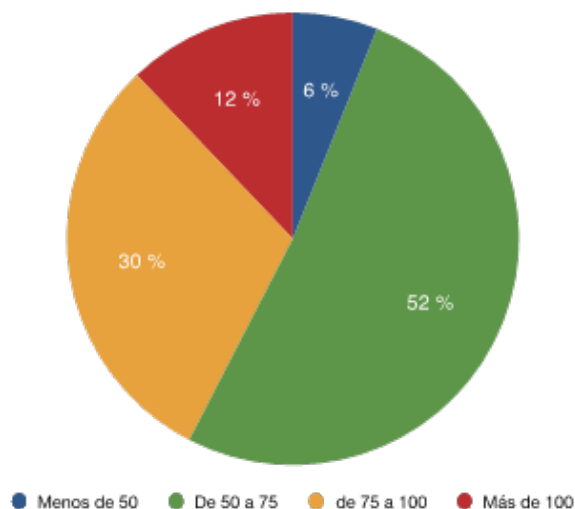


Tabla 6

Número de escenas por capítulo



3.5. De la preponderancia de las tramas

Por último, observaremos qué series plantean la preponderancia o no de una trama en particular, para lo cual establecemos un doble baremo compensador teniendo en cuenta tanto las escenas que ocupa cada trama como los nudos que tiene en el capítulo ese hilo argumental, recuperando el dato del apartado 3.4., para cerrar el estudio de manera orgánica. Con ello introducimos un elemento corrector, puesto que podría pasar que una trama ‘cotidiana’ ocupase muchas escenas pero tuviera, por su costumbrismo, pocos nudos. Si atendiéramos a esto, esa trama no tendría relevancia. Así ocurre con la que expone en *The Punisher* el día a día de Frank o una muy similar en *Luke Cage*, prolongando las identidades entre las series de Marvel. Al contrario, una trama esencial en la que aconteciesen muchas cosas podría quedar ninguneada si ocupase pocas escenas, en previsión de seguir desarrollándola más adelante.

Así, una mayoría holgada de series –22 de 33– exhiben una trama preponderante, y de ese número tan

solo en un caso esa trama es una subtrama, es decir, que está basada en la relación entre personajes. Hablamos de *Ingobernable*, serie mexicana con ciertos rasgos de telenovela, lo que explica que en ella domine la relación entre la protagonista y su marido. Entre el resto de la veintena de pilotos con una trama hegemónica encontramos, como patrón, la mayoría de series de producción externalizada en otros países que no sean Estados Unidos, o el hecho de que, a menor cantidad de tramas, más posibilidades hay de que haya una que domine.

4. Patrones y ausencia de ellos, a modo de conclusión

La elevada media de nudos, menos de uno cada dos minutos, se debe a la necesidad de mantener enganchedo al espectador, no permitir que el ritmo decaiga y someter al público a una continua sucesión de giros argumentales. En la misma línea de intenciones, el sesenta por ciento de los pilotos arranca con un nudo para captar la atención y un porcentaje muy si-

milar culmina en un *cliffhanger*, de cara a fidelizar al espectador para el siguiente episodio, lo que junto con la cadencia de nudos, acerca las producciones de Netflix a las series de cadenas en abierto de finales del siglo XX y las aleja de los productos “de calidad” de otras plataformas de pago. Eso sí, las intenciones son ligeramente diferentes, solo en matices, debido a esos maratones que la cadena promueve, no tanto para beneficiarse de la publicidad, como en el caso de sus predecesoras, sino para obtener los datos de los que hablábamos antes.

Casi el ochenta por ciento de las series encuentra cierta concentración en los nudos que plantean, ya sea en algún tramo concreto del capítulo —eminente al final, para dibujar un *crescendo* dramático— o instaurando la estructura en dientes de sierra habitual en las series de cadenas en abierto, por lo que se siguen poniendo en práctica estrategias no tan habituales en las de pago.

Por lo que respecta a la relación entre nudos y tramas, y demostrándose falsa la correspondencia entre a mayor número de tramas, mayor número de nudos, el reparto de estos en las tramas evidencia que es habitual —en la mitad de los casos— la hegemonía de una trama principal (casi siempre horizontal), concentrando la mayoría de los nudos y relegando las subtramas a un papel secundario, salvo en algunas series que hacen suya la estructura de telenovela, generalmente desde Latinoamérica.

Fijándonos por último en los países, se advierte que las series estadounidenses —y alguna británica—

suelen colocarse en los tramos centrales de los valores —exceptuando aquellas destinadas a imprimir un marchamo de calidad a la cadena— mientras que otras de países como Brasil, Japón, Francia, España, Italia o Alemania se sitúan en los extremos tanto por número de nudos como de tramas, lo que puede llevar a afirmar que hay una cierta adaptación de Netflix a las identidades culturales diferentes de esos lugares, si bien la heterogeneidad, como hemos visto a lo largo de este artículo, es la principal conclusión.

Hasta tal punto que se encuentran más similitudes por subgrupos que en la generalidad. Así, las series basadas en el universo Marvel muestran elementos comunes entre ellas, algo que también ocurre con aquellas destinadas a elevar el prestigio de Netflix, especialmente al inicio, o incluso en la categorización por países, como hemos visto. Pero hay una serie de patrones que se han demostrado inexistentes, aun cuando podrían antojarse probables debido al cliché instaurado de que el algoritmo homogeneiza. Un repaso comparativo de variables cruzadas revela que no hay una evolución por fechas en cuanto a tramas y nudos, ni siquiera en lo tocante a duración de escenas, con los matices señalados. Por ello, creemos demostrado que no existe un patrón común impuesto por fórmulas matemáticas, y sí una inversión en la manera de escribir, que consiste en que los guiones de Netflix se corresponden más con los de cadenas en abierto que con los de las plataformas de pago.

5. Referencias bibliográficas

- Aguilar, L., & Waldfogel, J. (2018). Netflix: global hegemon or facilitator of frictionless digital trade? *Journal of Cultural Economics*, 42, 419-445. <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9315-z>
- Aristóteles (2013). *Poética*. Alianza Editorial.
- Bell, R., Koren, Y., & Volinsky, C. (2008). *The bellkor solution to the netflix prize 2007*. Internet Communication. <https://bit.ly/3iq8Iqp>
- Bourdieu, P. (1986). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Brunsdon, C. (1990). Problems with Quality. *Screen*, 31(1), 85-86.
- Burroughs, B. (2018). House of Netflix: Streaming media and digital lore. *Popular Communication*, 17(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1343948>
- Cardwell, S. (2007). Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations and the Troubling Matter of Critical Judgement. En J. McCabe, & K. Akass (Eds.). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond* (p. 26). IB Tauris.
- Carrión Domínguez, Á. (2019). La Quality TV y la edad de oro de las ficciones seriadas. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 24(46), 111-128. <https://doi.org/10.1387/zer.20386>
- Cascajosa Virino, C. (2005). La televisión llega a Hollywood: Una aproximación a los dramáticos llevados al cine. *Ámbitos*, 13-14, 91-108. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2005.i13-14.07>
- Chion, M. [1999](2007). *Cómo se escribe un guion*. Cátedra.
- Creeber, G. (2001). ‘Taking our Personal Lives Seriously’: Intimacy, Continuity and Memory in the Television Drama Serial. *Media, Culture & Society*, 23, 439-455. <https://doi.org/10.1177/016344301023004002>
- Darwish, I., & Ain, N. (2020). Foul Language on Arabic Television: A Case Study of the First Jordanian Arabic Netflix Series. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9, 83-90. <https://doi.org/10.36941/ajis-2020-0007>
- Dhoest, A. (2014). It’s not HBO, it’s TV: The view of critics and producers on Flemish ‘quality TV’. *Critical Studies in Television: An International Journal of Television Studies*, 9, 1-22. <https://doi.org/10.7227/CST.91.1.2>
- Diop, M., Miron, S., Larue, A., & Brie, D. (2019). Binary Matrix Factorization applied to Netflix dataset analysis. *IFAC-PapersOnLine*, 52(24), 13-17. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2019.12.368>
- Douglas, P. [2007] (2011). *Cómo escribir una serie dramática de televisión*. Alba.

- Field, S. (1995). *El manual del guionista: ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso*. Plot Ediciones.
- Fuller, S. (2013). *Quality TV”: The reinvention of U.S. television*. [Tesis doctoral]. The University of Sydney: Department of Gender and Cultural Studies.
- García Martínez, A. (2012). Una máquina de contar historias. Complejidad y revolución del relato televisivo. En *La televisión en España. Informe 2012*. Ediciones Deusto.
- Gomez-Uribe, C., & Hunt, N. (2015). The Netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation. *ACM Trans. Manage. Inf. Syst.*, 6 (4), 1-19. <https://doi.org/10.1145/2843948>
- Jaramillo, D. (2002). The Family Racket: AOL Time Warner, HBO, *The Sopranos*, and the Construction of a Quality Brand. *Journal of Communication Inquiry*, 26 (1), 59-75. <https://doi.org/10.1177/0196859902026001005>
- Jenner, M. (2017). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 20(3), 304-320. <https://doi.org/10.1177/1367877915606485>
- Jenner, M. (Ed.) (2018). *Netflix and the Re-invention of Television*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94316-9>
- Johnson, C. (2005). Quality/cult television: The X-Files and television history. En M. Hammond, & L. Mazdon (Eds.). *The Contemporary Television Series* (p. 61). Edinburgh University Press.
- Kelso, T. (2008). And now no word from our sponsor. How HBO puts the risk back into television. En M. Leverette, B. Ott, & C. Buckley. *It's Not TV: Watching HBO in the Post-television Era* (p. 49). Routledge.
- Leverette, M., Ott, B., & Buckley, C. (Eds.) (2008). *It's Not TV: Watching HBO in the Post-television Era*. Routledge.
- Lobato, R. (2017). Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix. *Television & New Media*, 19(3), 241-256. <https://doi.org/10.1177/1527476417708245>
- Lowry, B. (15 de mayo de 1999). At HBO, Life After Larry Ain't So Bad. *Los Angeles Times*.
- Madrigal, A. (2 de enero de 2014). How Netflix Reverse-Engineered Hollywood. *The Atlantic*. <https://bit.ly/3FbpROK>
- Magid, R. (2002). Family Plots. *American Cinematographer*, 83(11), 1-72.
- McDonald, K., & Smith-Rowsey, D. (2018). *The Netflix Effect. Technology and Entertainment in the 21st Century*. Bloomsbury Academic.
- McKee, R. (2003). *El guión: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Alba.
- Mittell, J. (2007). Film and television narrative. En D. Herman. *The Cambridge Companion to Narrative* (pp. 156-171). Cambridge University Press.
- Mittell, J. (2010). *Television and American Culture*. Oxford University Press.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York University Press.
- Newman, M. (2006). From Beats to Arcs: Toward a Poetics of Television Narrative. *The Velvet Light Trap*, 58, 16-28.
- Newman, M., & Levine, E. (2012). *Legitimizing television: Media convergence and cultural status*. New York & London: Routledge.
- Nowell-Smith, G. (1994). 'Quality' television. En T. Elsaesser, J. Simons, & L. Bronk, (Eds.). *Writing for the medium: Television in transition* (pp. 35-40). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Nussbaum, E. (23 de julio de 2002). Tune in Next Week. The curious staying power of the cliffhanger. *The New Yorker*. <https://bit.ly/3iqxoPy>
- Pilipets, E. (2019). From Netflix Streaming to Netflix and Chill: The (Dis)Connected Body of Serial Binge-Viewer. *Social Media + Society*, 5(4) <https://doi.org/10.1177/2056305119883426>
- Radošinská, J. (2017). New trends in production and distribution of episodic television drama: Brand marvel-netflix in the post-television era. *Communication Today*, 8, 4-28.
- Sánchez-Escalonilla, A. (2001). *Estrategias de guion cinematográfico*. Ariel.
- Sangro, P. (2005). El piloto de las series de televisión: Análisis de *Aida*, primera «spin off» española. *Comunicar*, 25. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-145>
- Santo, A. (2008). Para-television and discourses of distinction. The culture of production at HBO. En M. Leverette, B. Ott, & C. Buckley. *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era* (p. 27). Routledge.
- Sartre, J.P. (2008). *La náusea*. Losada.
- Schlütz, D. (2015). Contemporary Quality TV: The Entertainment Experience of Complex Serial Narratives. *Annals of the International Communication Association*, 40(1), 95-124. <http://dx.doi.org/10.1080/23808985.2015.11735257>
- Schweidel, D. y Moe, W. (2016). Binge watching and advertising. *Journal of Marketing*, 80(5), 1-19. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0258>
- Seger, L. (2000). *Cómo crear personajes inolvidables*. Paidós.
- Smith, A. (2011). Putting the Premium into Basic: Slow-Burn Narratives and the Loss- Leader Function of AMC's Original Drama Series. *Television & New Media*, 14(2), 150-166. <http://doi.org/10.1177/1527476411418537>
- Striphas, T. (2015). Algorithmic Culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18(4-5), 395-412. <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>
- Suárez-Cousillas, T., Fernández, V., & Sánchez-Amboage, E. (2019). Audiencias de plataformas SVOD. El caso de Netflix, Blockbuster, Hulu y HBO. Conferencia: *14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, Coimbra (Portugal).
- Thompson, R. (1996). *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. Continuum.

- Thompson, R. (2007). Preface. En J. McCabe, & K. Akass (Eds.). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond* (pp. xvi-xx) IB Tauris.
- Tryon, C. (2015). TV Got Better: Netflix's Original Programming Strategies and the On-Demand Television Transition. *Media Industries Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0002.206>
- Vanderwerff, E. (2013). The golden age of TV is dead; long life to the golden age of TV. *The AV Club*. <https://bit.ly/3BatH88>

Ernesto Pérez Morán. Licenciado en Derecho y licenciado y doctor en Comunicación Audiovisual, es profesor ayudante doctor en la Facultad de Historia del Arte de la Universidad Complutense de Madrid. Autor de varios libros de divulgación cinematográfica, ha coeditado el volumen *El 'cine de barrio' tardofranquista. Reflejo de una sociedad* (2012), así como cuenta con una decena de artículos en revistas indexadas y ha participado en varios proyectos I+D. También ha sido investigador principal en otros dos proyectos financiados por la Universidad de Medellín (Colombia), institución a la que estuvo vinculado como docente y coordinador del Doctorado en Comunicación durante seis años (2013-2018). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9942-4417>