

CONSUMOS DE SERIES EN LAS JUVENTUDES DEL FIN DEL MUNDO

Un análisis sobre las preferencias audiovisuales de las juventudes universitarias en Tierra del Fuego

Valeria Car

Universidad Nacional Tierra del Fuego, Argentina

vcar@untdf.edu.ar - <https://orcid.org/0000-0002-7969-9699>

Nadia Andrea Pessina

Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Argentina

npessina@untdf.edu.ar - <https://orcid.org/0000-0002-7291-8000>

Recibido: 20 de julio de 2025

Aceptado: 25 de octubre de 2025

Identificadores permanentes

ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark://nnvwa6ubw>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2025.10626>

Resumen

El artículo tiene como objetivo caracterizar el consumo de ficción seriada en plataformas por parte de las juventudes universitarias en el fin del mundo. Se trata de problematizar la dimensión de la serialidad para profundizar en los criterios de elección en la compleja relación entre lo que buscan y encuentran estudiantes de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego (Argentina) tomando como insumo principal el análisis de una encuesta realizada en la provincia de Tierra del Fuego a 100 estudiantes en dos sedes (Ushuaia y Río Grande) durante 2024. Se trata de un estudio empírico de recepción que se inscribe en el campo de investigación de los consumos culturales cuyo principal aporte se centra en un esfuerzo por conectar una pregunta de investigación de larga data en relación a los consumos audiovisuales, con un análisis sobre las elecciones de plataformas y los criterios de selección de series. Posteriormente se realizan cruces de criterios y elecciones de plataformas tomando en cuenta la variable de género. Los resultados alcanzados permitieron advertir cierta intensificación de los consumos de series en plataformas, la relevancia en la temática y en la duración de las series así como las diferencias significativas en la elección según el género. Dichos hallazgos permiten evidenciar transformaciones de los consumos audiovisuales de ficción en relación a la



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



propia noción de serialidad respecto de los modos en que se despliega en la temporalidad de la vida cotidiana.

Palabras clave: consumos, plataformas, serialidad, juventudes, encuesta

SERIES CONSUMPTION AMONG YOUTH AT THE END OF THE WORLD

An analysis of the audiovisual preferences of university students in Tierra del Fuego

Abstract

This article aims to characterize the consumption of serial fiction on platforms by university students at the end of the world. It aims to problematize the dimension of seriality to delve into the selection criteria in the complex relationship between what students at the National University of Tierra del Fuego (Argentina) search for and find, using as its main input the analysis of a survey conducted in the province of Tierra del Fuego with 100 students at two campuses (Ushuaia and Río Grande) during 2024. This is an empirical reception study within the field of cultural consumption research, whose main contribution focuses on an effort to connect a long-standing research question that exceeds, but at the same time constitutes, this fieldwork, where platform choices and series selection criteria are analyzed. Criteria and platform choices are subsequently cross-referenced, taking genre into account. The results revealed a certain intensification of series consumption on platforms, relevance in the subject matter and length of the series, as well as significant differences in selection by genre. These findings reveal transformations in audiovisual fiction consumption in relation to the very notion of seriality and the ways in which it unfolds in the temporality of everyday life.

Keywords: consumption, platforms, seriality, youth, survey

Introducción

Este escrito tiene como objetivo caracterizar los consumos de ficción audiovisual en plataformas *on demand* de las juventudes universitarias de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF), con sedes en Ushuaia y Río Grande, durante 2024.

Particularmente, nos interesa abordar la dimensión de la *serialidad* como eje estructurante del análisis, entendida no sólo como formato narrativo, sino también como forma temporal del consumo: una manera de organizar el tiempo libre, la atención y las rutinas cotidianas. A lo largo del trabajo se presentan resultados preliminares de una encuesta a 100 estudiantes de la UNTDF y una reflexión crítica sobre algunos aspectos problemáticos de los consumos audiovisuales actuales —como la relación con la inteligencia artificial (IA), los algoritmos y la serialización— que permiten comprender mejor la vinculación entre el consumo en plataformas y otras prácticas de la vida cotidiana. Se trata así de indagar cómo se configuran las identidades de las juventudes



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

universitarias desde una perspectiva situada, entendiendo por ello la necesidad de pensar las prácticas culturales en relación con las condiciones territoriales, históricas y mediáticas específicas de Tierra del Fuego.

El acercamiento teórico se inscribe en los estudios de recepción en diálogo con los Estudios Culturales de Birmingham y las tradiciones latinoamericanas sobre consumos culturales, incorporando además aportes de los estudios de la socio-técnica y la filosofía de la técnica. El trabajo es de naturaleza empírica y se basa en una encuesta aplicada a 100 estudiantes universitarios de la UNTDF, realizada en junio y julio de 2024 en las sedes de Ushuaia y Río Grande. La selección de participantes se efectuó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, a partir de la difusión abierta del cuestionario en espacios institucionales y redes académicas. La investigación forma parte de un proceso más amplio y de largo aliento, desarrollado por el equipo de consumos audiovisuales de la UNTDF, que incluye diversas técnicas complementarias: entrevistas en profundidad (Car, 2022; Car y Naranjo, 2023), análisis estadístico textual mediante el método Alceste (Car y Romano, 2021), relevamientos semióticos de series cortas (Ader y Car, 2024) y *focus groups* (Car, Ader y González Paduan, 2025).

De este modo se presentan los resultados específicos de la encuesta como insumo empírico que dialoga con esos antecedentes y con una dimensión teórica centrada en las mediaciones tecnológicas, buscando identificar problemas conceptuales y tejer nuevas preguntas sobre los sentidos de estas prácticas de consumo. En este contexto, nos preguntamos cómo se configuran los consumos de ficción seriada en plataformas digitales por parte de las juventudes universitarias de la UNTDF, atendiendo a las mediaciones tecnológicas, las temporalidades de uso y las prácticas cotidianas que los atraviesan. De manera más específica, el análisis busca responder a los siguientes interrogantes: ¿cuáles son las plataformas más utilizadas para el consumo audiovisual y qué criterios guían la elección de contenidos? ¿Qué relaciones se observan entre la serialidad y la transformación de la temporalidad en estos consumos? ¿Cómo dialogan los resultados de la encuesta con la hipótesis sobre la relación entre lo que buscan y lo que encuentran en las plataformas?

En síntesis, la propuesta se orienta en profundizar los ejes teóricos y empíricos del proyecto, avanzando en una nueva etapa de la construcción del problema desde una perspectiva situada e histórica. Para ello se retoman resultados preliminares de diversas instancias de trabajo de campo realizadas por el equipo de investigación de consumos audiovisuales de la UNTDF.

Marco teórico y construcción del problema

El campo de la recepción entre audiencias y consumos

Los estudios de recepción constituyen un campo complejo y de bordes difusos. En este sentido, la pregunta por la recepción en la región de Latinoamérica nos desafía a reconstruir estos procesos desde una perspectiva crítica y situada, donde los trayectos y

los acentos recorren distintos objetos, problemas y preguntas con entradas diversas y muchas veces en tensión.

Para abordar y comprender los consumos audiovisuales en juventudes universitarias nos inscribimos en las tradiciones de los Estudios Culturales Birmingham (Casetti y Di Chio, 1987; Hall, 1973; Morley, 1992; Silverstone, 1994, 2004; Williams, 1974) en diálogo y debate vigente respecto de los estudios latinoamericanos (García Canclini, 1990, 1991, 2019; Martín-Barbero, 1987; Mata, 2014; Ortiz, 2004; Reguillo, 2005; Rincón, 2017; Sunkel, 2006; Terrero, 2006), entre otros. Ponemos el acento en que no siempre las ciencias sociales jerarquizan y reconocen como legítimas las tradiciones académicas que ingresan al campo desde una aspiración política, incluso si ésta contiene una profunda vocación emancipadora. Es en este sentido que parece necesario referirse a los Estudios Culturales de Birmingham (ECB) además de instituirse como lugar de emergencia en la elaboración de un conjunto de producciones teóricas que corren el eje de la manipulación de los sujetos por parte de los medios, a los procesos de resignificación y modos de apropiación.

En diálogo pero emplazada en su coyuntura histórica, esta misma línea de investigación se consolidó en América Latina a partir de los años ochenta con aportes decisivos de Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero y Guillermo Orozco Gómez, entre otros, en un campo de investigación que identifica la práctica del consumo alejada de un acto pasivo de recepción o de mera adquisición de bienes simbólicos. Por el contrario, se la toma como un proceso de producción de significados, identidades y vínculos sociales (García Canclini, 1993, 1995). En palabras del autor, “consumir es una manera de participar en un sistema de significaciones, de apropiarse de los bienes y de sus sentidos” (García Canclini, 1995, p. 45). Se trata, por tanto, de una práctica cultural donde se reconfiguran las relaciones entre producción y recepción, así como las formas de ciudadanía y pertenencia en contextos de creciente mediatización. Si bien el campo de los consumos culturales en diálogo con los Estudios Culturales de Birmingham encontró en la obra de Roger Silverstone una de sus referencias más influyentes —en especial por su conceptualización del “ciclo del consumo” en *Televisión y vida cotidiana* (1994), donde el autor analiza cómo los bienes mediáticos circulan, son apropiados y resignificados en la vida doméstica—, en América Latina este enfoque se emplaza dentro de un devenir histórico del campo de la comunicación social que reconfigura los modos de pensar la relación entre medios y sociedad. Tal como señala Raúl Fuentes Navarro (1992, 1998), estos giros responden a un agotamiento de los paradigmas estructural-funcionalistas y de las teorías de los efectos, así como a la necesidad de construir una mirada latinoamericana más compleja sobre la comunicación como práctica cultural. Estas discusiones, aunque con varias décadas de recorrido, nos permiten repensar los procesos comunicacionales actuales frente a la emergencia de nuevos problemas en la agenda de los estudios de recepción y consumo: la digitalización de los medios, la segmentación de los públicos, la automatización de la recomendación algorítmica y la multiplicación de las mediaciones tecnológicas (Carlón, 2021; Scolari, 2021). Tal como señala Graziano (2019), los consumos culturales en

América Latina atraviesan un proceso simultáneo de mutación y persistencia, donde las innovaciones tecnológicas conviven con desigualdades estructurales y con continuidades históricas en las formas de acceso y apropiación cultural. Todos estos fenómenos se inscriben en territorios concretos, asumiendo la tensión —no resuelta— entre las subjetividades y las estructuras en un sistema capitalista de orden global, donde la fragmentación de las audiencias y la opacidad de los procesos de comunicación reconfiguran las formas contemporáneas del consumo cultural.

Comprender a nuestro sujeto empírico —las juventudes universitarias de la UNTDF— exige reconocer que la categoría *juventud* no puede entenderse como una mera variable etaria ni como una condición biológica, sino como una posición social, cultural y simbólica en permanente construcción. Tal como sostienen Margulis y Urresti (1998), como con toda categoría social, en el estudio de las juventudes “se debe atender a los aspectos fácticos, históricos y políticos” (p. 17), donde se condensan desigualdades, aspiraciones y disputas por el reconocimiento. A la vez, estas juventudes universitarias contemporáneas pueden caracterizarse, siguiendo a Albarello (2021), como “jóvenes hiperconectados”, cuya experiencia mediática cotidiana está marcada por la simultaneidad, la dispersión atencional y la búsqueda de sentido en entornos saturados de estímulos digitales. En sus prácticas culturales, la conectividad permanente no se traduce solo en disponibilidad tecnológica, sino en una forma específica de habitar el tiempo y el espacio mediático, donde el consumo se fragmenta, se acelera y se redefine en función de lógicas algorítmicas y afectivas. Desde esta mirada, las juventudes universitarias se configuran como un sector particular dentro de ese campo heterogéneo: sujetos que se forman en instituciones públicas, con trayectorias educativas ascendentes y con prácticas culturales atravesadas por la digitalización, la conectividad y la incertidumbre. En diálogo con Feixa (1998, 2006) y Reguillo (2000, 2012), entendemos que las juventudes constituyen un territorio de experimentación identitaria, en el que confluyen lo biográfico y lo estructural, lo global y lo local. Sus prácticas de consumo cultural no solo expresan preferencias estéticas, sino que funcionan como estrategias de distinción, pertenencia y negociación de sentidos en el marco de la vida universitaria y de los imaginarios del saber. El desmarcamiento del consumo televisivo no solo se presenta como una caracterización de las juventudes en tanto desidentificación con el mundo adulto, sino que emerge en la tensión entre lo culto y lo popular, centrada en el imaginario del rol intelectual en cultura universitaria (Car, 2022). El *maratoneo*¹, por ejemplo, es una práctica muy reconocida por las diversas juventudes, realizada por algunos, pero no festejada ni valorada por las universitarias que, lejos de enarbolar sus inmersiones en la serialidad audiovisual, la expían con cierto sentimiento de culpa al reconocer una racionalidad prohibitiva que contraría la identidad del “buen estudiante” (Car y Naranjo, 2023). Las juventudes son un lugar relevante en términos geertzianos

¹ El *maratoneo* -también conocido como *binge-watching*- refiere a la práctica de ver de manera consecutiva varios episodios de una serie en una única sesión o en un lapso reducido de tiempo. Se trata de un modo de consumo intensivo asociado a las plataformas de *streaming*, que reorganiza la temporalidad de la recepción y las lógicas tradicionales de emisión televisiva.

para indagar en las mutaciones de las dinámicas cada vez más digeridas, sintetizadas y fragmentadas del consumo cultural. En este sentido, como advierte Albarello (2023), los consumos de microcontenidos por parte de juventudes universitarias constituyen una expresión paradigmática de esta cultura de la brevedad, en la que el consumo audiovisual se organiza en torno a secuencias cortas, formatos condensados y ritmos acelerados que configuran nuevas formas de atención y de participación. Desde esta perspectiva, las juventudes universitarias fueguinas comparten con sus pares globales esta lógica de inmediatez, pero la resignifican en clave situada: entre la velocidad de las pantallas y la temporalidad más pausada de los territorios australes, entre la hiperconexión y la desconexión buscada. Hablar entonces de juventudes universitarias fueguinas implica situar estas prácticas en un contexto periférico, donde las condiciones materiales de acceso —conectividad, infraestructura, disponibilidad tecnológica— se combinan con una fuerte carga simbólica: habitar y narrar desde el “fin del mundo”. Este emplazamiento territorial imprime matices particulares en los modos de consumo, en la organización del tiempo y en las formas de representación de sí, que tensionan los modelos hegemónicos de juventud promovidos por las industrias culturales globales.

La serialidad como un problema que permite leer fuertes marcas de las transformaciones en la temporalidad contemporánea

La serialidad audiovisual se presenta como un fenómeno complejo que permite leer algunas de las transformaciones más profundas en la experiencia temporal contemporánea. Lejos de ser únicamente un formato narrativo o un modelo de producción industrial, la serialidad constituye una forma cultural que articula lógicas de repetición y diferencia, de continuidad y fragmentación, de espera y aceleración.

En este sentido, puede entenderse como una mediación temporal y perceptiva que organiza las rutinas de consumo, los modos de atención y las formas de disponibilidad subjetiva en el ecosistema de las plataformas. Siguiendo a Williams (1974), toda forma cultural se define por la coexistencia entre lo residual, lo dominante y lo emergente. Desde esa clave, la serialidad condensa una tensión histórica entre la televisión como medio masivo —con sus temporalidades sincronizadas— y las plataformas *on demand*, que reconfiguran los ritmos de visionado y el vínculo con el tiempo libre.

Ya Martel (2010) en *La cultura mainstream* advertía que, lejos de debilitarse, la lógica de la cultura global se reforzaba en la era digital: “la reproducción digital e Internet han reforzado el mainstream más de lo que lo han fragilizado” (p. 440).

Por su parte, Murolo (2021,a) retoma esa hipótesis para discutir la narrativa del “fin de los medios”, señalando que no se trata de una sustitución lineal sino de un proceso de reorganización del ecosistema mediático, donde los viejos formatos se integran a nuevas lógicas de circulación y visibilidad. En la región, los informes recientes de OBITEL y, particularmente, *La ficción después de la televisión* (Kirchheimer y Rivero, 2024) muestran cómo la ficción seriada se desplaza desde la televisión hacia las plataformas,

reconfigurando las duraciones, los géneros y las estrategias de producción. Este proceso no solo implica una mutación industrial, sino también una transformación en las formas de consumo y en la percepción del tiempo. Las series de plataformas condensan la paradoja contemporánea entre autonomía y automatización: el espectador elige, pero dentro de un sistema que anticipa sus elecciones mediante algoritmos. Desde esta perspectiva, la serialidad se articula con las lógicas del capitalismo de plataformas que describe Srnicek (2018), quien identifica los datos como el insumo estratégico del siglo XXI. La organización de la producción audiovisual en temporadas, listas personalizadas y estrenos escalonados configura un régimen temporal de expectativa, reiteración y ansiedad de actualización, donde el consumo se transforma en una práctica sostenida por la captura de atención. Este autor nos clarifica que en el capitalismo del siglo XXI las corporaciones se han apoderado de un insumo estratégico, los datos:

Mediante una serie de desarrollos, las plataformas se han convertido en una manera cada vez más dominante de organizar negocios de modo tal de monopolizar esos datos, luego extraerlos, analizarlos, usarlos y venderlos (cambio sustancial respecto de la etapa fordista). Lejos de ser simples propietarios de información, estas empresas se están convirtiendo en las dueñas de la infraestructura, por lo que estas plataformas deben tenerse en cuenta en cualquier análisis que se haga de sus efectos en la economía en general. (Srnicek, 2018, p.86).

En este contexto, Berti (2020b) advierte que la serialidad audiovisual se ha convertido en la forma cultural ubicua por excelencia, al permitir mantener la atención en un entorno saturado de estímulos y retroalimentado por los datos del propio usuario. En su formulación más reciente, Berti (2025) define esta dinámica como “una nueva forma serial asociada al ecosistema de las plataformas de video a demanda” (p. 13), que reorganiza los contenidos en un flujo continuo y desprogramado.

A su vez, Gómez Ponce (2025) concibe la serie como una poética de las formas sociales, donde cada narrativa audiovisual expresa y renueva las tensiones entre hegemonía, innovación y economía de la atención. Desde esta mirada, la serialidad ya no es solo una modalidad estética, sino un dispositivo sociotécnico que regula la temporalidad cotidiana y produce nuevas formas de relación con el presente y con la percepción del tiempo.

Estas transformaciones dialogan con diagnósticos más amplios sobre la aceleración del tiempo social. Según Hartmut Rosa (2013), la modernidad tardía se caracteriza por un proceso de “aceleración social” que afecta simultáneamente la producción, la comunicación y la vida cotidiana. En este sentido, la serialidad puede entenderse como una gramática de la aceleración, una práctica cultural que traduce el flujo incesante del capitalismo digital en rutinas perceptivas de conexión, pausa y reanudación. Como sugiere Fisher (2009), vivimos en un régimen de “presente perpetuo” donde la novedad y la repetición se confunden: la lógica de las temporadas, los estrenos y los *spoilers* encarna esa temporalidad hiperpresente que define el consumo audiovisual

contemporáneo. De este modo, la serialidad no solo organiza los contenidos de las plataformas, sino que ordena la experiencia del tiempo en las sociedades conectadas. La posibilidad de mirar “cuando se pueda” reconfigura las coordenadas del ocio, el descanso y la atención, y expresa una sensibilidad específica de las juventudes hiperconectadas: aquella que oscila entre la aceleración y la búsqueda de pausas, entre la saturación de estímulos y el deseo de desconexión.

La propuesta temporal de la serialidad no es una estructuración necesariamente novedosa de las formas de producir contenidos audiovisuales; la histórica relación con los consumos televisivos con sus géneros y tipología narratológicas han ido moldeando esos saberes y trayectos en los consumos promoviendo los nuevos formatos (Ader y Car, 2024). Sin embargo, las mutaciones y los desplazamientos en los consumos culturales, incluso un par de décadas antes del milenio que transitamos, nos indican una intensificación en las lógicas de producción y consumo respecto de la una aceleración vertiginosa de los contenidos hiper-fragmentados que nos conectan a la pantalla de los dispositivos, alterando la percepción errática y frenética de una temporalidad hiperpresente. La serialidad organizada en temporadas y como parte central de las ofertas y de la producción de las plataformas globales propone una temporalidad que paradójicamente no alcanza la duración de un largometraje, pero que habilita prácticas de aglutinamiento episódico y *maratones* cuya llegada es el anuncio destacado, los próximos estrenos de nuevas temporadas y a cuyas audiencias estas prácticas le otorgan el derecho a *spoilear*² (Murolo, 2021).

Un aspecto a problematizar en las plataformas en *streaming* (y particularmente en Netflix) es su interfaz como herramienta y como imagen. Agustín Berti en su libro *Nanofundios* (2022) explica cómo las plataformas compiten con la atención de las personas en una cultura algorítmica y en una economía ya organizada a partir del procesamiento de datos. La digitalización que trae el nuevo milenio permite una interfaz fluida que interpela audiencias, sea a través de los ajustes casi en tiempo real de sus narrativas, sea por la accesibilidad para la re-conexión que compite a su vez con la conexión a las redes sociales.³ Así, la clave en la interfaz es contar con las disposiciones tecnológicas para un consumo con lapsos de conexión acotados. Ahí la principal caracterización de la interfaz es la relación que se establece en el consumo entre lo que miramos que nos mira mirar; una relación *ubicua*⁴ (Berti, 2022). Las series, sus

² *Spoilear* refiere a anticipar información relevante de una narración -habitualmente el desenlace o giros argumentales clave- antes de que alguien haya visto, leído o escuchado la obra. En el ámbito de las series y plataformas, implica revelar contenidos que afectan la experiencia de visionado.

³ Una icónica frase de Reed Hastings, CEO de Netflix, grafica esta relación donde indica que ni siquiera compite por la atención con las redes, sino con la almohada: “You know, think about it, when you watch a show from Netflix and you get addicted to it, you stay up late at night. We’re competing with sleep, on the margin.” Cf. Hern, Alex (2017, 18 de abril) “Netflix's biggest competitor? Sleep”, *The Guardian* <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/18/netflix-competitor-sleep-uber-facebook>

⁴ Más precisamente, el autor habla de “computación ubicua”, como un fenómeno de convergencia tecnológico conocido, pero cuyos sentidos intentan dar cuenta de esta opaca relación que tenemos con todo tipo de dispositivo (*tablets*, teléfonos inteligentes, televisores *smart*, y múltiples objetos técnicos) que se naturalizan en nuestra vida cotidiana, en cuyo uso o consumo se extraen datos.

narrativas, su duración episódica cada vez más corta, requieren una intensa atención, pero por cortos períodos para la conexión y reconexión. El proceso de serialización del consumo audiovisual y el *maratoneo*, permiten no solo deglutir episodios, sino detener y avanzar en el consumo. La organización en temporadas sucede solamente cuando las plataformas reconocen como exitosas ciertas formas de interpelación y de disputa de la atención, que constituye a su vez una fuente de datos. Su interfaz como flujo permite conectarse y desconectarse fácilmente, adecuando el dispositivo al consumo intermitente, continuo pero intempestivo (como muchos estudiantes refieren en las entrevistas y en los *focus groups*: “miro en casa cuando desconecto del estudio”, “en mi cuarto”, “en la universidad entre cursadas”, “cuando tengo algún tiempo libre”, etc.).

Se reconoce por consiguiente la noción de intensificación de la serialización: un desplazamiento de la mirada a estos problemas del paradigma cognitivo de la Inteligencia Artificial (IA) al paradigma perceptivo de la IA (Blanco, Bueno y Berti, 2020); y una conceptualización de interfaz en las plataformas que nos puede servir para identificar y conectar múltiples formas de desigualdades en relación con estas formas de consumo. ¿Qué identificaciones se producen? ¿Se relacionan con otras formas de segregación? ¿Cómo pensarlo en una matriz en un nivel metodológico? Por otra parte, ¿cómo poner esta noción en relación con el sujeto empírico de esta investigación? En perspectiva territorial, la UNTDF es una universidad de pequeña escala en número de estudiantes y relativamente nueva respecto de grandes polos metropolitanos y en un territorio frío e insular. Aquí, las formas de migración circular (Hermida, Malizia y van Aert, 2016); las representaciones de argentinidad y crisol de razas; las categorías que operan en el sentido común como VIC (venidos y criados) o NIC (nacidos y criados); las formas de segregación espacial y urbana (Car, Martínez y Ader, 2019) construyen multidimensional y relacionamente jerarquías que hay que problematizar en relación. por ejemplo, con la intensificación del consumo y con el modo en que se operativizan relaciones entre elecciones de plataformas, géneros, temáticas y temporalidades en referencia a lo que consumen en ficción seriada las juventudes universitarias fueguinas. En síntesis, desde los objetivos y el problema de investigación en que se inscribe esta reflexión crítica, los modos en que operan las lógicas que producen diversos tipos de sentidos específicos, formas de usos y apropiaciones e intensificación de desigualdades no deben pensarse ni en abstracto ni aisladamente.

Tomamos como hipótesis que los consumos de ficción seriada producen un impacto particularmente significativo en las relaciones e identidades de género, pues conectan el hogar con el mundo público de los hombres y las masculinidades (Meyrowitz, 2019). Es necesario ubicar las relaciones de identidad en localización, espacio y lugar en un mundo fragmentado por la migración, la desposesión y el postcolonialismo, y allí conectarlas con las características específicas del territorio y de las juventudes.

Metodología

Relevar consumos. Decisiones metodológicas para conocer la escena



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



Para llevar adelante la investigación sobre los consumos audiovisuales de les estudiantes de la UNTDF, abordamos el proyecto⁵ desde una estrategia de triangulación metodológica (Piovani, 2008) que desarrollamos en dos instancias: con estrategias cuantitativas y luego cualitativas. En este artículo nos proponemos compartir exclusivamente los resultados que se desprenden del análisis de datos cuantitativos obtenidos mediante una encuesta a estudiantes del Instituto de Cultura Sociedad y Estado de la UNTDF entre junio y julio de 2024. Estas encuestas aportaron un insumo para la elaboración de una guía de entrevistas y para la confección de una base de datos descriptiva de la oferta de series de ficción preferidas y consumidas por les estudiantes. El objetivo del relevamiento cuantitativo fue en primer lugar conocer las preferencias audiovisuales de les estudiantes. Se indagó particularmente en los criterios de elección de las series, las plataformas y dispositivos más utilizados y en los tipos de series más consumidas. Consideramos que la encuesta o sondeo es uno de los métodos más extendidos de investigación de los medios de comunicación, fundamentalmente debido a su flexibilidad (Wimmer y Dominick, 1996). Tal como indican estos autores, “uno de los principales objetivos de toda investigación científica consiste en describir la naturaleza de una población, ya sea ésta un grupo o clase de sujetos, variables, conceptos o fenómenos” (Wimmer y Dominick, 1996, p. 67). Para realizar la indagación se construyó un cuestionario estructurado que constó de 15 preguntas, abiertas y cerradas, donde las personas pudieran expresar sus opiniones dentro de un marco de referencia común, pero con cierta flexibilidad. Particularmente la flexibilidad nos interesa en tanto nos permite profundizar en las dimensiones activas de la búsqueda en el complejo y opaco juego entre lo que buscan y lo que las plataformas ofrecen. El cuestionario se dividió en distintos bloques que permitieron construir un perfil de les encuestados en relación a su género, edad, carrera y capital tecnológico; conocer los consumos audiovisuales observando las plataformas y las producciones más referenciadas; e identificar las prácticas y relaciones que motivan esos consumos. Como mencionamos anteriormente, la población a estudiar fueron estudiantes universitarios y, debido al carácter exploratorio de esta primera etapa de indagación, se construyó una muestra no probabilística de participantes voluntarios (Hernández Sampieri, 2014), contemplando los criterios de accesibilidad y heterogeneidad (Valles, 1997) de una muestra a los efectos de tener datos contemporáneos y actualizados de los consumos. Para alcanzar a todos los perfiles de la universidad, se mandaron correos electrónicos con el enlace de la encuesta a todas las coordinaciones de carrera invitándoles a colaborar con la difusión. También se generó un código QR con enlace a la encuesta y

⁵ Se trata de un conjunto de proyectos PID UNTDF financiados por la UNTDF, desde 2018 hasta la actualidad, denominados: *Consumos culturales: transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF*; *Formatos emergentes: las series web y sus especificidades narrativas*; *Los consumos audiovisuales en las juventudes universitarias fueguinas: la ficción seriada en plataformas. Entre lo que buscan y lo que encuentran*.

se imprimieron otros que se dejaron al alcance de estudiantes en las aulas, buffet, biblioteca, etc. Trabajamos con la técnica bola de nieve y mandamos a contactos telefónicos por WhatsApp solicitando colaboración y difusión. Luego de realizada la encuesta, continuamos con la limpieza de los resultados y su disposición en una matriz de datos para realizar los análisis descriptivos y los cruces que se comentarán a continuación.

En este sentido, la encuesta tuvo el objetivo de funcionar como un relevamiento inicial y descriptivo, para poder luego construir otra matriz de datos acerca de las producciones audiovisuales más referidas en las respuestas del estudiantado.

Resultados

Consumos de juventudes de la UNTDF

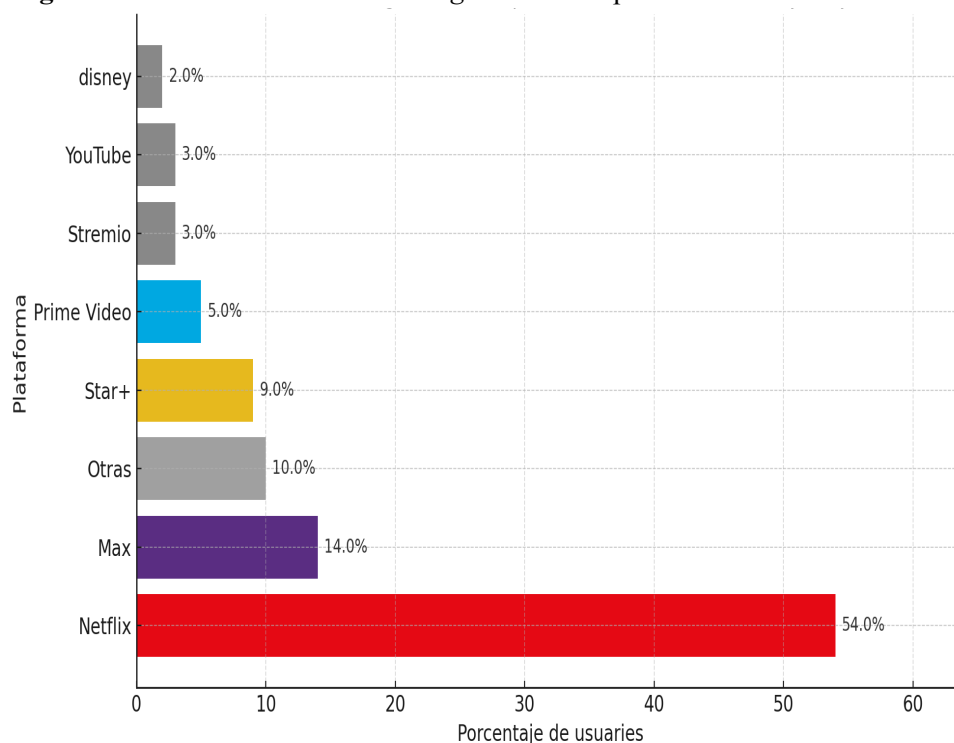
En este apartado nos proponemos presentar algunos hallazgos de la encuesta. Para ello, en primer lugar, se describe el conjunto de datos que permiten conocer a la población encuestada. En segundo lugar, mostraremos algunos gráficos que resultaron interesantes para profundizar en las particularidades del fenómeno de los consumos audiovisuales. Partimos de otros hallazgos que fortalecen tendencias hacia narrativas de plataformas, como la casi extinción de las telenovelas en la programación (género identitario latinoamericano por excelencia) con evidentes reconfiguraciones de narrativas en la serialización televisiva, es decir, con una reducción de cantidad de capítulos hacia formatos más cortos propias de las series y miniseries y el fin de los formatos largos (Ader y Car, 2024; Car, 2022, 2025; Car, Ader y Paduán, 2025).

La población que respondió la encuesta tiene en promedio 26 años. Respecto al género de las personas, el 52% se identifica como mujeres, el 43% como varones, el 2% como personas no binarias y el 3% prefirió no responder. De la totalidad de encuestades, el 51% trabaja además de estudiar, con lo que se observa que el tiempo disponible para el ocio es desigual entre el estudiantado. Con ello, se vuelve significativo indagar si la temporalidad se encuentra entre los criterios con los que seleccionan las producciones que consumen.

En primer lugar, con relación a la preferencia de plataformas, si bien es evidente el protagonismo de Netflix como primera opción con el 54%, es significativo el porcentaje que alcanza el conjunto de plataformas que se presentan en la Figura 1. En cambio, Cinear (con una oferta de contenidos de ficción nacional y de acceso gratuito que durante la pandemia creció exponencialmente según los datos arrojados por el informe del SInCA 2023) no aparece como elección. Por otra parte, YouTube (que tiene opción de acceso gratuito con publicidad) aparece como una elección muy menor (solo el 3%), probablemente asociado a otro tipo de consumos audiovisuales desmarcados de la ficción seriada. Otro aspecto para destacar es que en la categoría “otras” se nuclea aquellas páginas y plataformas que se reconocen como piratas (Pelimax) o de acceso libre (HuraWatch). Con relación a este último dato, llama la atención el reconocimiento de cierta estabilización o decrecimiento de las prácticas de piratería, si establecemos un

recorte temporal de no más de 15 o 20 años (Murolo, 2014). En consistencia con esta línea de indagación, el informe sobre ficción audiovisual mencionado anteriormente (OBITEL 2024) mostró que, a contrapelo de la tendencia en Latinoamérica y otras regiones, donde Netflix se posiciona como el gran ganador en suscriptores, en España durante 2023 perdió el liderazgo a expensas de Amazon Prime. El análisis presentado adjudica esta situación al cambio de políticas de perfiles de Netflix en esa región (que restringen el acceso a la plataforma compartiendo contraseñas). Esto podría ser consistente o explicar el debilitamiento de las prácticas de piratería por su oposición; es decir la facilidad para compartir contraseñas y para crear perfiles merma la práctica. Cuando esa política cambia, los usuarios migran a otra plataforma.

Figura N°1. Plataformas de *streaming* más usadas por estudiantes universitarios.



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en encuesta a estudiantes de la UNTDF. Junio-julio 2024.

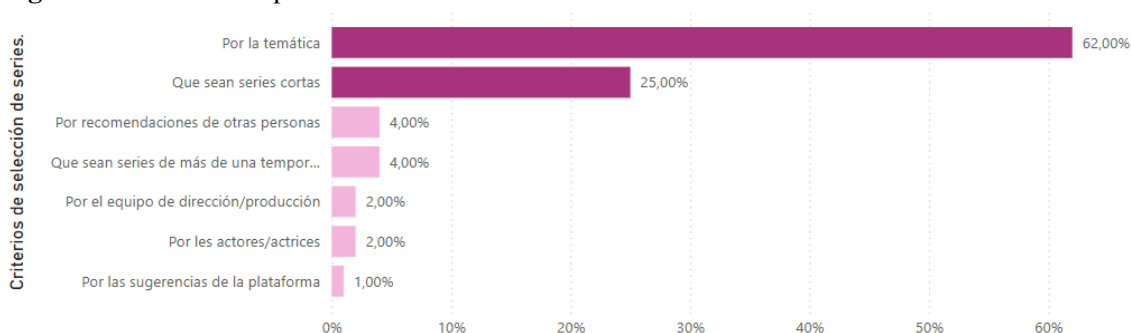
Por último, en relación al reconocimiento de preferencias de plataformas audiovisuales, es necesario observar que en muchos casos el conjunto de plataformas competitivas con Netflix parecen padecer una crisis de imagen de marca como consecuencia de fusiones entre empresas. La dispersión o diversas formas de nombrarlas advertidas durante el proceso de limpieza y codificación de la base de datos, parecen indicar esa volatilidad e inestabilidad en su reconocimiento. Algunos nombraban HBO, otras HBO MAX, Prime,

Prime Video, Amazon, Star, Star+ fusionado posteriormente con Disney, etc., y su homogeneización fue una decisión del equipo de investigación.

Otro eje de indagación se refirió a los criterios de elección de series donde se evidencian algunas jerarquizaciones, tal como se observa en la Figura N°2. En comparación con la intensidad del consumo hegemónico de Netflix, los datos muestran que les estudiantes declaran elegir principalmente (62%) en base a aspectos internos del contenido, como la temática. Sin embargo, también hay una dimensión constitutiva del consumo serial, la temporalidad. Si bien puede parecer paradójico, hay dos criterios que, aun siendo aparentemente opuestos, comparten una preocupación por el modo en que el tiempo se organiza y se vive en el consumo audiovisual: por un lado, la preferencia por series de duración corta (25% de les encuestades eligen ese criterio) indica un interés por contenidos que puedan ser vistos en tiempos fragmentados, compatibles con las exigencias del estudio, el trabajo o la vida cotidiana acelerada sumada a la exigencia del estudio y en muchos casos de su rutina de trabajo. Por otro lado, el deseo de que las series tengan más de una temporada (4%) remite a una búsqueda de continuidad, profundidad o inmersión narrativa que permita establecer una relación prolongada con los personajes y los mundos ficcionales. Ambos criterios, aunque puedan parecer antagónicos, revelan que la dimensión temporal es central a la hora de decidir qué ver.

Muy lejos queda la opción de recomendación. De todas formas, esta articulación entre el gusto personal y la socialización cultural sugiere que las plataformas no operan como espacios individuales de decisión, sino que están profundamente mediadas por códigos compartidos, valoraciones colectivas y vínculos afectivos. Es de destacar que la primera opción se asocia a las temáticas en las que se profundizará más adelante.

Figura N° 2. Criterios para la elección de series de ficción.



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en encuesta a estudiantes de la UNTDF. Junio-julio 2024.

Podemos mencionar además que las juventudes universitarias no eligen sólo por lo que las series cuentan, sino también por cómo se pueden ver, es decir, por su disponibilidad frente al tiempo subjetivo, social e institucional en el que se insertan. Así, la temporalidad de la serialidad se constituye como un eje estructurante de las prácticas de visionado, donde se negocian tensiones entre continuidad e inmediatez, entre disponibilidad y deseo. Este aspecto se destaca también considerando el cruce con la

variable identidad de género de las juventudes universitarias, ya que la condición de la temporalidad está presente como un criterio elegido por todas las categorías genéricas como se observa en la Tabla N°1. El 24% de las mujeres, el 50% de las personas de identidades no binarias, el 100% de las personas que no responden respecto a su identidad de género, y el 22% de los varones reconocen que eligen las series con el criterio de que sean cortas. Otro aspecto sustancial en consideración al género es que sólo los varones toman como criterio de selección las recomendaciones de otras personas y al equipo de producción y dirección, y que solo las mujeres toman como criterio las recomendaciones de la plataforma y a les actrices/actores. Cabe mencionar que el criterio de la temática es el de mayor preponderancia sin importar el género, aunque mayormente las mujeres (66%) consideran relevante este aspecto en comparación con los varones (59%) y con las personas de género no binario (50%). En base a la siguiente tabla se desprenden algunas posibles nuevas indagaciones que podrán profundizarse en próximas entrevistas.

Tabla N°1. Distribución relativa de los criterios de selección de las series según género de la persona encuestada.

Criterio de selección	Mujer	No binarie	Prefiero no responder	Varon	Total
Por la temática	66,04%	50,00%		59,09%	62,00%
Que sean series cortas	24,53%	50,00%	100,00%	22,73%	25,00%
Por recomendaciones de otras personas				9,09%	4,00%
Que sean series de más de una temporada	3,77%			4,55%	4,00%
Por el equipo de dirección/producción				4,55%	2,00%
Por les actores/actrices	3,77%				2,00%
Por las sugerencias de la plataforma	1,89%				1,00%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

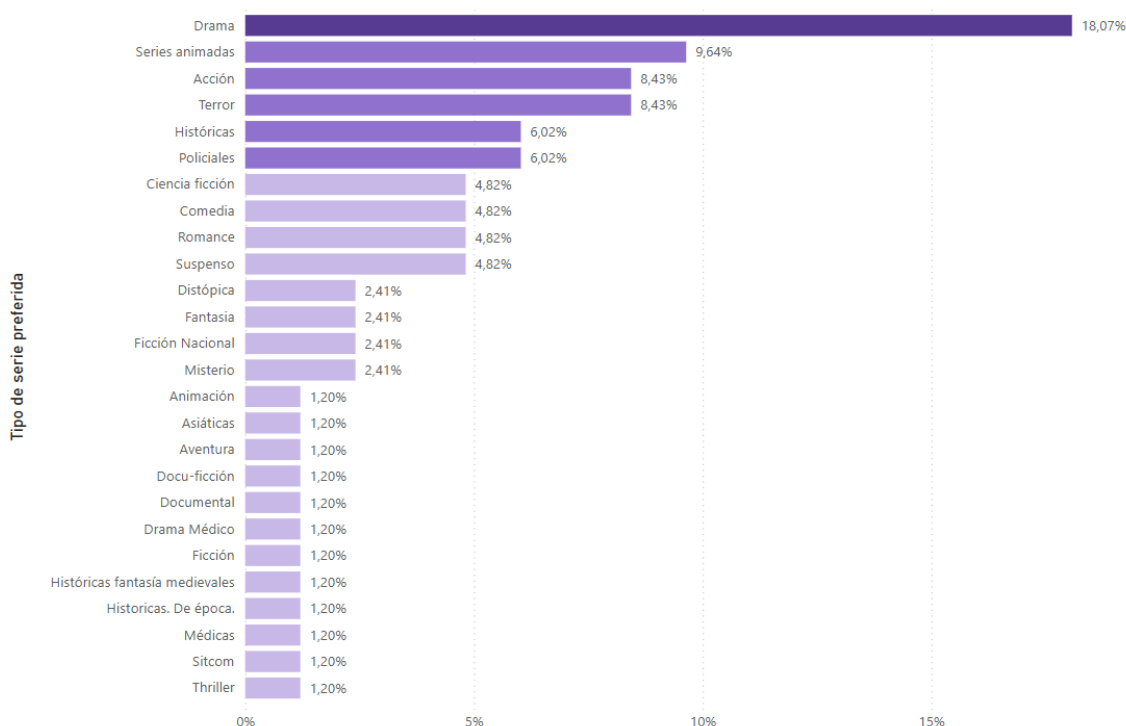
Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en encuesta a estudiantes de la UNTDF. Junio-julio 2024.

Respecto del modo en que se presenta la oferta, se hace evidente que las plataformas utilizan IA para la elaboración de un sinfín de etiquetas, en base a los gustos de los espectadores, intentando dar cuenta de las preferencias en una fusión cada vez más clara entre géneros y estilos. Sin embargo, nuestra investigación indaga sobre el tipo de serie que prefería el estudiantado, dejando en la respuesta abierta una posibilidad de construir esa etiqueta desde la propia enunciación. Por eso nos preguntamos: ¿cuáles son las preferencias tipológicas que les estudiantes reconocen en sus consumos de series? Es decir, nos alejamos de las etiquetas prefijadas para ahondar en el modo en que las juventudes universitarias activan sus memorias para nombrar las tipologías que organizan sus preferencias. Esto se fundamenta en que la temática es el criterio principal que manifestaron los estudiantes para la selección de las series. Así observamos una gran dispersión que clasificamos en bloques. El primer bloque da preferencia a las tipologías drama (18%), series animadas (9%), acción (8%), terror (8%), históricas (6%)

y policiales (6%), y un segundo bloque con las tipologías ciencia ficción, comedia, romance y suspenso, con menor porcentaje de ocurrencia. En un tercer bloque se observa la nominación construida originalmente por les estudiantes, divergiendo de las etiquetas tradicionales. El número alto de casos cobra sentido si se pone en relación con la inestabilidad de los géneros y su relación con las etiquetas del catálogo (aquí por ejemplo es interesante observar cómo estudiantes refieren el género muchas veces como etiquetas: “histórico medieval de época”; “series que me hagan pensar”; “miro todo tipo de series con buenas producciones”, etc.). Son modos de nombrar y organizar la oferta muy similar al que utilizan las plataformas. Estos corrimientos nos parecen indicar una profundización de la crisis de los géneros. Como hace décadas lo anticipaba Martín-Barbero, no solamente aparece en relación con la hibridación y préstamos de rasgos, delimitaciones porosas o fronteras imprecisas sino con la aceleración del ritmo, la jerarquización de los flujos intermitentes por sobre la riqueza de la historia, teniendo en cuenta que el número de elección por temática dentro de las opciones es la más alta (Martín-Barbero y Rey, 1999).

Más allá de los datos concretos, los diferentes modos de nombrar tipologías de preferencia nos abren un campo fértil de exploración para profundizar en la comprensión de las búsquedas en términos de construcción de sus propias identidades juveniles universitarias, atendiendo a los procesos que despliegan para la configuración de sus tipologías.

Figura N°3. Tipo de serie preferida por estudiantes universitarios.



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en encuesta a estudiantes de la UNTDF. Junio-julio 2024.

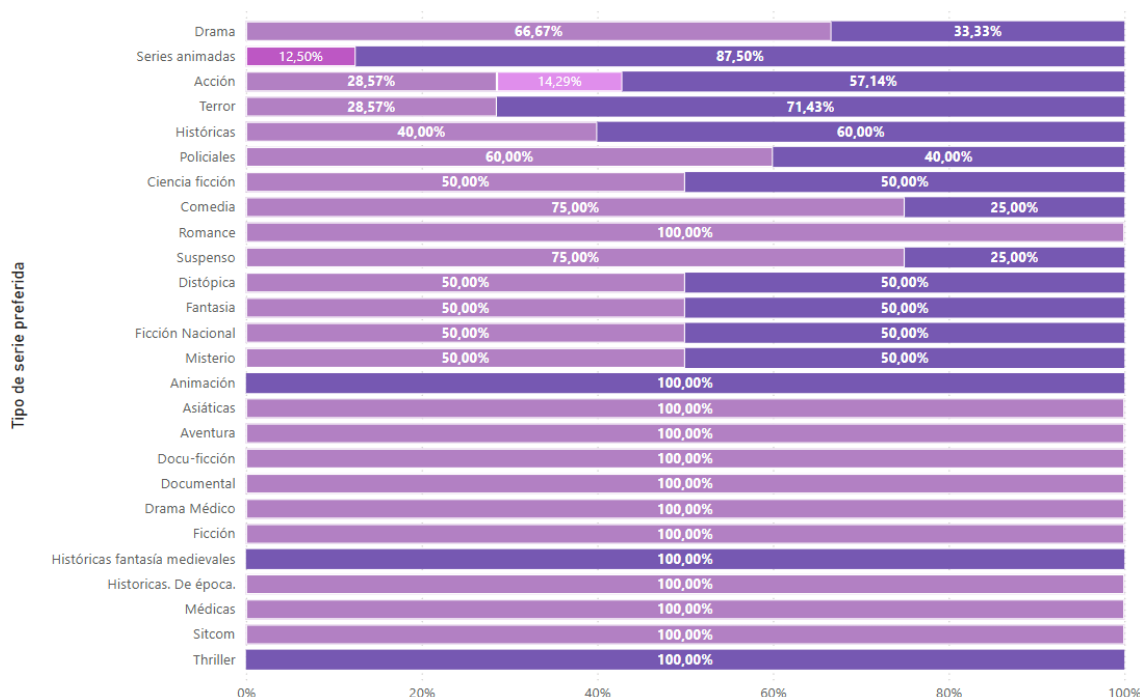
Un aspecto significativo en el análisis del tipo de serie preferida fue al realizar el cruce con la variable género, para observar si se producía una diferenciación de la temática en relación al género de la persona que respondía, tal como se ve en la figura N° 4. Encontramos aquí que varones y mujeres comparten gran parte de los tipos de series preferidas, aunque en algunas de ellas predominan los varones (como en el caso de las series animadas con 87% y las de terror un 71%), y en otras las mujeres (en la comedia un 75% y el suspenso con 75%, por ejemplo). También se observa que las personas de géneros no binarios y aquellas que prefieren no responder al respecto, eligen centralmente dos tipos de series, las animadas y las de acción. Por otro lado, hay tipos de series que sólo son consumidas por varones y otras que solo son consumidas por mujeres, por lo que se abre la pregunta sobre la estereotipación y la polarización de los consumos. En ese sentido, podemos observar la polarización principalmente en el tercer bloque de la clasificación realizada en la Figura N°3, mientras que en el primer y segundo bloque, se observa que las tipologías son compartidas por personas de distintos géneros. Observamos también que hay una clara preponderancia de las mujeres en la preferencia de las tipologías. Es decir, casi la mitad de los datos sobre preferencias se presenta con un 100% de mujeres. También se puede ver una evidente polarización de las preferencias, incluso la plena no identificación de gran parte de las tipologías que sólo aparecen mencionadas por mujeres. Con esto, se generan nuevos interrogantes sobre la construcción de tipologías y la variabilidad de las preferencias, considerando la posibilidad activa y creativa en los procesos sociotecnológicos. Como anticipamos, esta información es valiosa en tanto nutrirá las posibilidades de indagar en profundidad sobre las preferencias del estudiantado en entrevistas grupales o *focus groups*.

Figura N°4. Tipo de serie preferida por les estudiantes según su identidad de género.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

Género ● Mujer ● No binarie ● Prefiero no responder ● Varon



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en encuesta a estudiantes de la UNTDF. Junio-julio 2024.

Por otro lado, y teniendo en cuenta la perspectiva del acceso, nos pareció importante indagar en los dispositivos que utilizan para ver las series que eligen, ya que la aparición de las plataformas permitió la proliferación de tecnologías desde donde se pueden ver series o películas, desplazando al televisor como el aparato exclusivo para el consumo audiovisual. Sin embargo, al preguntar respecto a los dispositivos utilizados, en la mayoría de los casos, el televisor sigue siendo el dispositivo principal mediante el cual se visualizan las series o las películas, incluso teniendo más de un dispositivo al alcance. Así, si bien varían las mediaciones tecnológicas, el consumo audiovisual de las juventudes de la UNTDF se centra presumiblemente en el ámbito doméstico, donde hay disponible un televisor que tiene, en muchas ocasiones, instaladas previamente las plataformas más utilizadas.

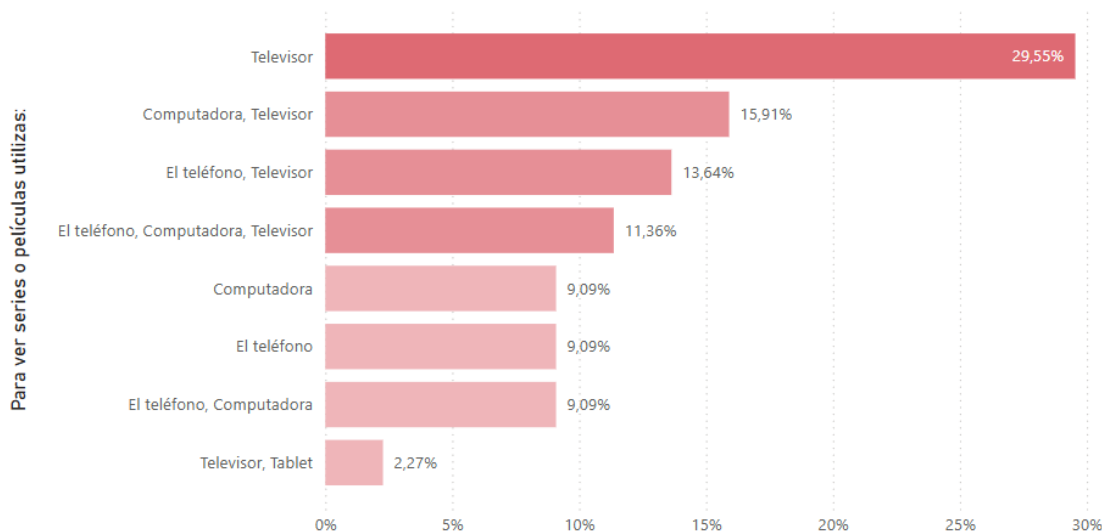
Lejos de estar en decadencia, el televisor como dispositivo es el que aparece como el claro preferido de los estudiantes, como única forma de ver series en un 29,55%, pero con más de un 60% cuando incluimos diferentes opciones. La pregunta que se abre respecto de la elección de dispositivos y su relación con las prácticas es la persistencia de la televisión como elección de modo de consumo. La astucia del mercado de presentarlas como plataformas pero de consumirlas como televisión, evidencia que muchos de los desplazamientos y mutaciones producidas atienden a desmarcarse de los medios tradicionales, pero fundamentalmente son eficaces para deslindarse de toda responsabilidad y regulación desde la perspectiva del derecho a la comunicación.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



Figura N°5. Dispositivo más utilizado por los estudiantes para consumir series.



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en encuesta a estudiantes de la UNTDF. Junio-julio 2024.

Conclusiones

Más que un cierre, esta instancia es una breve recapitulación de reflexiones preliminares donde los acentos están puestos en comprender desde una perspectiva crítica y situada el sentido de la práctica de investigación en el territorio (atendiendo también al modo en que afectan las lógicas de financiamiento exiguas en relación a grandes polos de producción académica) y la relevancia del estudio de las prácticas y sentidos de las juventudes universitarias en el fin del mundo. Por otra parte, se evidencia la necesidad que continuar indagando en el modo en que se configura la oferta de las *Over The Top* (OTT) en Tierra del Fuego, que convive en el mismo territorio con temporalidades diferentes y simultáneas a los entramados mediáticos locales en estado de precarización, asociados a una lógica de subsistencia. De este modo, se debe ampliar los estudios también a otros lenguajes comunicacionales, como el campo de estudios de la sociotécnica o filosofía de la técnica, que nos brindan pistas para pensar los procesos tan complejos y opacos de las mediaciones tecnológicas.

Indagar en el proceso de serialización, que implica una ubicuidad en la interfaz de las plataformas, nos permitió comprender mejor el modo en que ciertas prácticas emergen como condiciones de estas dimensiones sociotécnicas. A modo de ejemplo, fue interesante promover en los estudiantes la construcción de las tipologías y su asociación con las etiquetas y géneros. Esto nos permite seguir despejando y haciendo emerger modos crear tipologías de preferencias para posteriormente ponerlas en relación con las etiquetas que presentan las plataformas. Allí podemos conjeturar que el estudio de los consumos de ficción seriados conforma un campo minado lleno de pistas para generar hipótesis, por ejemplo, sobre la autonomía en la construcción de criterios que respaldan los consumos. En el análisis se pudo constatar que la hegemonía del consumo es de la

plataforma Netflix, que la temporalidad es un factor clave en las preferencias de consumo seriado, que se evidencia una reproducción de estereotipos en las preferencias de series según el género, una evidente polarización y diversificación de tipologías de preferencia entre mujeres y varones, y desmitificar el uso del televisor por parte de las juventudes como dispositivo gobierna la escena del consumo de ficción seriada. En la misma línea, la serialidad como marca contemporánea de aceleración social nos permite observar cómo se acentúan nuevas formas de desigualdad. Por ejemplo, más de la mitad de estas juventudes trabaja además de estudiar, haciendo evidente que el tiempo disponible para el ocio es desigual entre el estudiantado. Con ello, se vuelve significativo continuar explorando el modo en que la temporalidad opera como criterio en la selección de las producciones que consumen. Esto nos invita a continuar profundizando estos tópicos para entramarlos con el análisis de la oferta y con las entrevistas grupales.

El desafío es continuar el esfuerzo en la construcción de ese espacio de reflexión que permita establecer relaciones entre las identidades universitarias y el consumo cultural en perspectiva situada territorialmente, en contexto de múltiples temporalidades.

CRediT (Contributor Roles Taxonomy)

Car: Conceptualización, Curación de datos; Análisis Formal, Adquisición de fondos, Investigación, Metodología, Administración del proyecto, Recursos, Software, Supervisión, Validación, Visualización, Redacción-borrador original, Redacción-revisión y edición; **Pessina:** Conceptualización, Curación de datos; Análisis Formal, Investigación, Metodología, Administración del proyecto, Recursos, Software, Supervisión, Validación, Visualización, Redacción-borrador original, Redacción-revisión y edición.

Referencias bibliográficas

- Ader, N. E., y Car, V. (2024). Entre los bordes: Hacia una nueva tipología de las series cortas. *Ñawi. Arte, Diseño y Comunicación*, 8(1), 149–175.
<https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a9>
- Albarello, F. (2021). *Jóvenes e hiperconectados: La construcción de la identidad en la era digital*. La Crujía.
- Albarello, F. (2023). *Microcontenidos: Comunicación breve en la era de la distracción*. La Crujía.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



- Berti, A. (2020a). Ubicuidad y serialidad en la ficción audiovisual contemporánea. En I. C. Restrepo Acevedo y A. M. Tabares García (Eds.), *Ecologías digitales 2019: Ex-presiones culturales* (pp. 75–79). Universidad de Antioquia.
- Berti, A. (2020b). Instrumentos de percepción y estandarización: El big data como proceso de territorialización. En M. M. O’Lery, L. Federico, y Y. Ariza (Eds.), *Selección de trabajos del XI Encuentro de Filosofía e Historia de la Ciencia en el Cono Sur* (pp. 84–90). AFHIC.
- Berti, A. (2022). *Nanofundios*. Ediciones UNC.
- Berti, A. F. (2025). La nueva forma serial. *Revista de Estudios Internacionales*, 7, 20–31.
- Blanco, P., Bueno, C., y Berti, A. (2020). Manifiesto por una crítica aceleracionista de la serialidad. *TESEL*, 2(2), 1-17.
- Car, V. (2022). Ficción audiovisual: Transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF [Tesis de maestría, UNQ]. https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/3960/TM_2022_car_037.p
- Car, V. (2025) La ficción audiovisual seriada de plataformas en las juventudes universitarias del fin del mundo en Car, V. y Sánchez Narvarte, E. (coords.). *Desde el sur de las ciencias. Cultura, arte y política* (pp. 42-65). Editorial UNTDF. <https://www.untdf.edu.ar/institutos/icse/publicaciones>
- Car, V., Ader, N. E., y González Paduan, A. (2025). Cultura digital y estudiantes universitarios en el fin del mundo. *La Trama De La Comunicación*, 28(02), 011–050. <https://doi.org/10.35305/lt.v28i02.873>
- Car, V., Martínez, A., y Ader, N. (2019). Mutaciones de los consumos culturales y tecnologías de la información y la comunicación. En S. Radacovich & M. Wortman (Comps.), *Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI: Tecnologías, espacios y experiencias* (pp. 4–21). Teseo.
- Car, V. y Naranjo, C. (2023). Mediaciones y consumos de ficción en contexto de pandemia: el caso de los y las estudiantes de la UNTDF. *Fuegia. Revista de Estudios Sociales y del Territorio*, 5(1), 83-103. <http://revistas.untdf.edu.ar/index.php/fuegia/article/view/67>
- Carlón, M. (2021). *Después del fin de los medios: la comunicación en la era de las plataformas*. Siglo XXI Editores.
- Casetti, F., y Di Chio, F. (1987). *Análisis de la televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós.
- Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus: Antropología de la juventud*. Ariel.
- Feixa, C. (2006). *Generación@. La juventud en la era digital*. Ariel.
- Fisher, M. (2009). *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?* Caja Negra.
- Fuentes Navarro, R. (1992). *Un campo cargado de futuro: El estudio de la comunicación en América Latina*. FELAFACS.
- Fuentes Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. ITESO / Universidad de Guadalajara.

- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.
- García Canclini, N. (1991). El consumo sirve para pensar. En *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. (pp. 41-53) Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995). *La globalización imaginada*. Paidós.
- García Canclini, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Universidad de Guadalajara.
- Hall, S. (1973). Encoding/Decoding. En *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). Hutchinson, Working Papers in Cultural Studies.
- Graziano, A. (2019). *Consumos culturales en América Latina: mutaciones y persistencias*. CLACSO.
- Hermida, M., Malizia, M., y van Aert, P. (2016). Migración e identidad: el caso de Tierra del Fuego. *Identidad*, 2(2), 34-52.
- Kirchheimer, S., y Rivero, C. (2024). *La ficción después de la televisión*. OBITEL.
- Margulis, M., y Urresti, M. (1998). *La juventud es más que una palabra*. Biblos.
- Mata, M. (2014). *Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía*. CEA, Universidad Nacional de Córdoba.
- Martel, F. (2010). *Cultura mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas*. Taurus.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J., y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Gedisa.
- Meyrowitz, J. (2019). Medium theory. En R. Hobbs y P. Mihailidis (Eds.), *The international encyclopedia of media literacy* (pp. 1112–1118). John Wiley y Sons.
- Morley, D. (1992). Populism, revisionism and the “new audience research.” *Poetics*, 21(4), 339–344.
- Murolo, L. (2014). *Hegemonía de los sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes del Conurbano Bonaerense Sur* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Quilmes]. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43080>
- Murolo, L. (2021a). *La comunicación en tiempos de plataformas: debates, desplazamientos y persistencias*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Murolo, L. (2021b). Maratonear, spoilear y filtrar: El rol de las audiencias ante el audiovisual digital. En L. Murolo y I. Del Pizzo (Eds.), *Cultura pop. Resignificaciones y celebraciones de la industria cultural en el siglo XXI* (pp. 31–52). Prometeo.
- Ortiz, R. (2004). *Mundialización y cultura*. Colección Agenda Iberoamericana. Andrés Bello.
- Piovani, J. (2008). Producción y reproducción de sentidos en torno a lo cualitativo y lo cuantitativo en la sociología. En N. Cohen y J. Piovani (Comps.), *La metodología de la investigación en debate* (pp. 121-196). EUDEBA.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto*. Norma.

- Reguillo, R. (2005). *Los estudios culturales: El mapa incómodo del relato inconcluso*. Incom.
- Reguillo, R. (2012). *Culturas juveniles: Formas de sociabilidad juvenil en contextos contemporáneos*. Siglo XXI.
- Rincón, O. (2017). *Pensar el entretenimiento: discursos y mutaciones de la cultura del espectáculo* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Colombia]. CES.
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/62298>
- Rosa, H. (2013). *Aceleración: Una crítica social del tiempo*. Katz Editores.
- Scolari, C. A. (2021). *Cultura snack: Comunicación efímera para tiempos frágiles*. Planeta.
- Silverstone, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu Editores.
- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu Editores.
- SInCA (2023). *Informe sobre principales consumos y prácticas culturales de jóvenes 2013–2023*. Ministerio de Cultura de la Nación Argentina.
<https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello.
- Wimmer, R. D., y Dominick, J. R. (1996). *Mass media research: An introduction*. Wadsworth Publishing Company.
- Williams, R. (1974). *Television: Technology and cultural form*. Schocken Books.