



GLOCALIZACIÓN CULTURAL EN LA ERA DEL VÍDEO BAJO DEMANDA

Diversidad de contenido en Netflix, HBO y Prime Video

Cultural glocalisation in the era of video on demand:
Content diversity in Netflix, HBO and Prime Video

JOSEP PEDRO ¹

¹ Universidad Carlos III de Madrid, España

KEYWORDS

Glocalisation
Culture
Diversity
SVOD
Netflix
HBO
Prime Video

ABSTRACT

Drawing on the concept of glocalisation and the practice of mapping, this article explores the diversity of content offered by three transnational subscription video-on-demand services: Netflix, HBO and Prime Video. Three categories linked to different dimensions of cultural diversity are proposed and applied: diversity of place; diversity of gender; and ethnic-racial diversity. In this way, the article identifies and classifies multiple works that represent and symbolise the presence and representation of dialogues between the global and the local, as well as of diverse identities in terms of origin, gender and/or "race" or ethnicity.

PALABRAS CLAVE

Glocalización
Cultura
Diversidad
SVOD
Netflix
HBO
Prime Video

RESUMEN

A partir del concepto de glocalización y la práctica de la cartografía, este artículo explora la diversidad de contenido ofrecida por tres servicios de vídeo bajo demanda por suscripción transnacionales: Netflix, HBO y Prime Video. Se proponen y aplican tres categorías vinculadas a distintas dimensiones de la diversidad cultural: la diversidad de lugar; la diversidad de género; y la diversidad étnico-racial. De ese modo, se identifican y clasifican múltiples obras que representan y simbolizan la presencia y representación de diálogos entre lo global y lo local, así como de identidades diversas en términos de origen, género y/o etnicidad o "raza".

Recibido: 03/ 05 / 2022

Aceptado: 20/ 07 / 2022

1. Introducción

Desde una perspectiva de diversidad audiovisual, este artículo explora la emergencia global de los servicios de vídeo bajo demanda por suscripción (SVOD) y las transformaciones que generan tanto en la industria audiovisual como en la cultura contemporánea. En un contexto de intensa competencia en las industrias audiovisuales, la popularización de los servicios SVOD canaliza complejos procesos de convergencia entre las industrias televisiva y cinematográfica. La investigación se centra en empresas globales, con sede en EE.UU. pero con múltiples filiales alrededor del mundo, concretamente de Netflix, Amazon Prime Video y HBO. El caso de HBO se comprende en el marco del servicio SVOD de HBO Max, lanzado de manera global entre 2020 y 2021, pero también se consideran sus propias particularidades en tanto marca de más larga trayectoria (véase, por ejemplo, Leverette y Buckley, 2008). El tipo de compañías de SVOD observadas se caracteriza por operar en distintos mercados y atender a múltiples audiencias. Desempeñan un papel cada vez más relevante en tanto distribuidores digitales de grandes cantidades de series, películas y programas. Consecuentemente, su misión global expansiva va acompañada de la promoción estratégica de ciertos contenidos audiovisuales, potencialmente asociados a diferentes naciones, identidades y lenguas.

El objetivo principal del artículo es mapear una selección de contenidos de los tres servicios observados: Netflix, Prime Video y HBO. Para explorar los amplios y cambiantes territorios de los catálogos digitales, empleamos la cartografía como herramienta metodológica. Nos basamos en la propuesta y exploración de tres categorías interrelacionadas, vinculadas a la noción de diversidad de contenido: diversidad de lugar; diversidad de género; y diversidad étnico-racial. Por una parte, estas categorías se apoyan en uno de los tres componentes primarios de la diversidad identificados por Napoli (1999) en relación a la comunicación y los medios: la diversidad de contenido (*content diversity*). Por otra, abordan la idea de diversidad cultural en relación a las representaciones audiovisuales desde una perspectiva interseccional (Carastathis, 2014; Crenshaw, 1991), que tiene en cuenta el lugar de procedencia, el género y la identidad étnico-racial. En la categoría de diversidad de lugar se incluyen aquellas producciones que son representativas de la diversidad cultural relacionada con la geografía, las lenguas y/o las tradiciones locales. Diversidad de género se traduce en una multiplicidad de textos audiovisuales vinculados de diferentes formas e intensidades al protagonismo y el empoderamiento de las mujeres, el feminismo, la afirmación o el descubrimiento de la sexualidad, las relaciones afectivo-sexuales contemporáneas y los diferentes tipos de masculinidades. La tercera categoría, diversidad étnico-racial, está asociada a la creciente representación de identidades étnico-raciales no blancas. En este último caso, partimos del reconocimiento de obras en torno a la comunidad afroamericana, a menudo asociadas a personajes femeninos protagonistas, puesto que han jugado un papel de referencia desde el contexto estadounidense.

Teóricamente, se emplea el concepto de glocalización (Robertson, 1994) para interrogar las formas, los significados y las implicaciones culturales que definen a los catálogos dinámicos de las plataformas audiovisuales. Estos catálogos pueden examinarse como locales debido a dos cuestiones: 1. El hecho de que los contenidos ofrecidos se difundan globalmente, lo cual permite a los espectadores ver obras producidas en distintos lugares del mundo. 2. La naturaleza de los textos audiovisuales en tanto artefactos culturales complejos, que pueden estar asociados a distintas identidades y lenguas locales. Un proceso clave es la producción de contenidos propios, etiquetados y promocionados como contenidos "originales" o "exclusivos". De hecho, ante la competencia creciente, propia del marco de "las guerras del *streaming*" (*streaming wars*), se ha reforzado la importancia de producir *originals* para potenciar la marca a través de la publicidad, el branding y la propia creación de contenidos que ayuden a las compañías a distinguirse y a alcanzar visibilidad en la esfera pública. Además, en contraste con la orientación *mainstream* asociada a la televisión lineal, los servicios de vídeo bajo demanda por suscripción se han desarrollado típicamente mediante estrategias de especialización de nichos cada vez más globales. Más recientemente, se han desarrollado también orientaciones *mainstream* por parte de servicios SVOD, particularmente en casos como el de Disney+, pero también en Netflix y Prime Video.

2. Metodología

Para comprender la aproximación metodológica seguida es necesario conocer la perspectiva teórico-metodológica de referencia seguida en el marco de la globalización y los estudios sobre comunicación. El concepto central empleado es el de glocalización, que alude a la interrelación entre lo global y lo local. Fue introducido por el sociólogo británico Roland Robertson (1994) como un refinamiento o matización del concepto y de los procesos de globalización. En particular, Robertson criticó la lectura parcial de la globalización en términos de homogeneización cultural, y abogó por la glocalización como medio para hacer explícitos los aspectos heterogeneizadores de la globalización:

Mi énfasis en el significado del concepto de glocalización ha surgido principalmente de lo que percibo como importantes debilidades en el empleo actual del término globalización. En particular, he intentado superar la tendencia a presentar la idea de globalización como inevitablemente en tensión con la idea de localización (Robertson, 1994, p. 48).

Por lo tanto, el uso de este concepto implica una determinada perspectiva, que puede relacionarse con la hibridación cultural (véase Burke, 2010; García Canclini, 2009) y distinguirse de los enfoques asociados al marco del imperialismo cultural (véase Morley, 2005; Tomlison, 1991). Lo local se ha convertido en un aspecto de la globalización, pues ésta implica “la simultaneidad y la interpenetración de lo que se llama convencionalmente lo global y lo local, o -en términos más generales- lo universal y lo particular” (Robertson, 1994, p. 38). Además, se reconocen los modos activos de recepción y las múltiples lecturas de los textos culturales. No obstante, ambos marcos son potencialmente complementarios.

Al reflexionar sobre el significado y el proceso de glocalización, hay que destacar que los términos glocal y glocalización se convirtieron en elementos de la jerga empresarial durante la década de 1980. Como explica Robertson (1994, p. 36), la comprensión más industrial o empresarial de la glocalización está vinculada al micromercadeo: “la confección y la publicidad de bienes y servicios sobre una base global o casi global [orientada] a mercados locales y particulares cada vez más diferenciados”. La identificación de estas tendencias, que se han intensificado en las dos últimas décadas, conduce a otro supuesto importante y complejo: “En pocas palabras, la diversidad vende” (Robertson, 1994, p. 37). Por tanto, asumir un marco conceptual basado en la glocalización supone reconocer una tensión central, variable y definitoria: la existente entre lo global y lo local, inevitablemente mediado por cuestiones históricas, económicas, políticas, y socioculturales. En este sentido, se considera la discutida tensión entre cultura e industria, que se encuentra en el centro del concepto de industrias culturales. Debido a su conexión con las expresiones culturales, se ha consolidado con una connotación más neutra o positiva, pero Adorno y Horkheimer (2002 [1944]) lo introdujeron inicialmente en un sentido negativo, como alternativa a la cultura de masas. Querían dejar claro que la cultura de masas no era en realidad un tipo de cultura dirigida por las masas, sino una orientada a ellas y producida industrialmente por un número reducido de actores.

Los catálogos SVOD ofrecidos por servicios como Netflix, HBO y Amazon Prime Video, entre otros, pueden examinarse como catálogos glocales debido a dos hechos observables. En primer lugar, sus contenidos se difunden globalmente, lo cual permite a los espectadores ver películas y series producidas en diferentes lugares del mundo. Este potencial de diálogo intercultural está íntimamente relacionado con uno de los modos de la televisión identificados por Amanda Lotz (2014, p. 47): “la televisión como ventana a otros mundos”. Según Lotz (2014, p. 48), “la televisión facilita ser un antropólogo casual y viajar por mundos muy diferentes del propio, aunque no todos esos mundos están igualmente disponibles”. Así, apunta a la mirada hacia el otro y a la desigual representación de los distintos mundos, lugares o comunidades. Todo ello conduce a la segunda cuestión: los textos audiovisuales son artefactos culturales complejos y los contenidos distribuidos e identificados con los servicios SVOD suelen estar asociados a diferentes identidades y lenguas locales. Esto implica complejos procesos de hibridación entre lo local y lo global tanto a nivel textual como industrial. Sin embargo, se trata de empresas globales con sede en EE.UU. y la mayoría de las obras ofrecidas en sus catálogos son producciones de ese país realizadas en inglés (véase Grece y Pumares, 2020).

El aspecto metodológico de la investigación se construye a partir de la interrelación entre el debate académico sobre los servicios SVOD y los estudios sobre la globalización y la cultura popular. Se emplea la cartografía como principal técnica metodológica y herramienta *ad-hoc* para mapear la diversidad de contenidos ofrecidos en los catálogos digitales de Netflix, HBO y Amazon Prime Video. Una de las hipótesis de trabajo de esta investigación es que: en su proceso de construcción de marca (*branding*) y en su presentación pública como compañías modernas e innovadoras, las plataformas tienden a recurrir a personajes, discursos y representaciones que se relacionan de forma variable con las ideas de diversidad cultural e inclusión, así como con el prestigio de lo de abajo (Lipsitz, 2001), las transformaciones políticas y culturales contemporáneas y movimientos sociales como el feminismo y el *black lives matter*.

Esta exploración se inspira en la tradición etnográfica, puesto que asume que la investigación de los servicios SVOD implica explorar un amplio territorio material y simbólico formado por catálogos digitales. Formados por una colección de obras audiovisuales asociadas a diferentes géneros, categorías y países de origen, estos catálogos se observan y examinan durante un periodo de tiempo prolongado y reiterado, en el investigador participa de la inmersión en los catálogos en tanto usuario de las plataformas. Para abordar la cartografía, asumimos una doble comprensión de los mapas: constituyen tanto producciones textuales (resultados), como mecanismos de orientación práctica y mental (prácticas a desarrollar). Con respecto a las plataformas SVOD, los mapas permiten identificar y clasificar las obras, así como reconocer las relaciones intertextuales entre ellas. En este caso, más que los mapas geográficos, nos interesa desarrollar mapas de diversidad de contenidos asociados definidos por categorías que puedan ayudarnos a evaluar las implicaciones culturales e identitarias de las plataformas SVOD.

Esta cartografía de la diversidad de contenidos en Netflix, HBO y Prime Video se basa en dos procedimientos metodológicos principales. El primero consiste en acotar el territorio centrándose en los contenidos y producciones “originales” que ofrecen estas empresas. La producción y coproducción variable de contenidos “originales” es clave en la estrategia de orientación global y el modelo de negocio que siguen estas empresas. Los “originales” son los contenidos con los que los servicios SVOD desarrollan una mayor identificación en términos de representación y marca y las empresas los utilizan estratégicamente como productos distintivos. Empleamos las comillas para

referirnos a los “originales” porque entendemos que estamos ante una categoría amplia, poco transparente y depredadora, que describe múltiples situaciones y grados de implicación por parte de las compañías de SVOD. Se trata una etiqueta estratégica a nivel comercial e identitario, cuyas obras representativas siguen creciendo en número y que incluye múltiples formas de producción y coproducción, así como contenidos con licencia. Los contenidos licenciados incluyen obras adquiridas temporal o permanentemente, que provienen originalmente de otras compañías pero que encuentran acomodo en el catálogo debido a las posibilidades que proporciona para ampliar o extender los visionados de las obras. Respecto a las formas de producción variables, Afilipoaie, Iordache y Raats (2021) identifican cuatro patrones de inversión.

La cartografía de los “originales” se centra en las obras que Netflix, HBO y Prime Video presentan como tales: Netflix utiliza la etiqueta “*Netflix original*”, creando una categoría correspondiente en su plataforma digital. HBO sigue la misma estrategia, si bien su catálogo particular quedó integrado en el más amplio catálogo de HBO Max tras su transformación por parte del conglomerado WarnerMedia en octubre de 2021. Desde abril de 2022, tras la fusión entre Warner Media y Discovery, Inc, HBO Max pertenece al grupo Warner Bros. Discovery. Por su parte, Prime Video distingue entre títulos “Amazon original” y “Amazon exclusive”, siendo aparentemente más transparente sobre la producción y el estreno original de estas obras audiovisuales. Consideramos ambos casos. El alcance de la cartografía propuesta es necesariamente parcial y se basa en una selección intencional de 10 países: EE.UU., Reino Unido, España, Francia, Italia, Alemania, Dinamarca, Noruega, Suecia y México. La orientación eurocéntrica de la selección está en sintonía con la observación primaria del mercado español, junto con algunas de sus industrias cinematográficas nacionales vecinas. Además, se contempla el caso de EE.UU. como país de origen de los servicios analizados, y a México como representante de la industria audiovisual latinoamericana. Para cada catálogo se pretende identificar como norma un máximo de tres obras audiovisuales por país. No obstante, tenemos en cuenta tres excepciones. En los casos de EE.UU., Reino Unido y España, mercados de referencia para la industria audiovisual y la investigación, el objetivo es identificar cinco obras. De este modo, se amplía estratégicamente la muestra de obras representativas de la diversidad de contenido de los *originals*.

El segundo procedimiento metodológico empleado consiste en asociar los contenidos originales a tres categorías temáticas y textuales interrelacionadas vinculadas a la diversidad cultural: diversidad de lugar, diversidad de género y diversidad étnico-racial. Estas categorías ya han sido empleadas por el autor en un estudio sobre la identificación de Netflix con la diversidad, que resulta complementario a esta investigación (véase Pedro, 2022).

La diversidad de lugar incluye aquellas producciones que son representativas de la diversidad cultural relacionada con la geografía, las lenguas locales y las tradiciones. En el marco de territorios seleccionados, la diversidad de lugar se basa, en primer lugar, en el país o países de origen de un determinado título. Esta información de producción puede estar relacionada con aspectos de representación sobre diferentes lugares y culturas asociados a países, ciudades, pueblos o comunidades. Diversidad de género incluye principalmente textos audiovisuales vinculados en distinta forma y grado a aspectos como el protagonismo y empoderamiento de las mujeres en la sociedad, el feminismo, la afirmación o el descubrimiento de la sexualidad y el tipo de relaciones sociales, afectivas y sexuales que simbolizan la época actual. También alberga distintas obras asociadas a la representación de masculinidades, especialmente aquellas consideradas modernas o alternativas en ciertas cuestiones.

Diversidad étnico-racial, la tercera categoría, se asocia a la creciente pero todavía ampliamente minoritaria representación de identidades étnico-raciales no blancas. También a su presencia tras las cámaras, como parte del equipo creativo y/o productivo. Dado el origen estadounidense de las plataformas, las representaciones de la comunidad afroamericana en EE.UU. son predominantes en la categoría de diversidad étnico-racial. Asimismo, encontramos obras asociadas a la comunidad afroamericana, a menudo asociadas a personajes femeninos protagonistas, así como representaciones de la diáspora africana y otras identidades no blancas. En estos casos, se advierte la interrelación entre distintas subcategorías de la diversidad de contenido: diversidad de género y diversidad étnico-racial.

Para abordar la clasificación de las obras dentro de estas tres categorías, se establecieron los siguientes criterios de selección: que sean “originales” (*originals*); que se relacionen con la diversidad de lugar, género e identidad étnico-racial en términos de producción, temática, narración, personajes o reparto; que hayan tenido éxito a nivel de crítica, público o campañas publicitarias; y que hayan suscitado cobertura y controversia mediática o social. La correspondencia entre las obras audiovisuales y las categorías de diversidad de contenido puede estar relacionada con tres aspectos principales:

1. La correspondencia temática entre las obras y las categorías de diversidad de contenidos. Se materializa de muchas formas particulares, ya que los temas comunes pueden abordarse a través diferentes microuniversos narrativos y desde diferentes perspectivas. Este aspecto puede estar estrechamente relacionado con la clasificación de los títulos según las categorías de género, subgénero y microgénero empleadas en los catálogos.
2. Encarnados por actrices y actores empíricos, los personajes de ficción y los discursos socioculturales de

una obra determinada evocan y reflexionan implícita o explícitamente sobre una categoría de diversidad de contenidos. Este aspecto está especialmente vinculado a la representación más inclusiva de las identidades no hegemónicas, que pueden estar asociadas a cuestiones de género e identidad étnico-racial.

3. La capacidad de un título determinado para hacerse visible y tener un impacto en la esfera pública, contribuyendo a debates sociales y públicos fuera de la pantalla. Estos pueden estar relacionados con el lugar, el género y/o la “raza” o etnia. En cuanto a la producción de las empresas, este aspecto está estrechamente relacionado con las estrategias de marketing y con la necesidad de adquirir protagonismo dentro de un ecosistema digital altamente competitivo. Puede ser un aspecto problemático, ya que las obras audiovisuales y las empresas pueden verse afectadas por lógicas comerciales de la viralidad.

El proceso de documentación ha combinado la revisión de fuentes académicas y bibliográficas sobre el tema (Hastings y Meyer, 2020; Leverette y Buckley, 2008; Lobato, 2019; Wayne, 2017) con informes sectoriales sobre la industria audiovisual. Al respecto, se identifican algunas fuentes clave en una selección de informes recientes elaborados por instituciones públicas como el Observatorio Audiovisual Europeo (Consejo de Europa, 1992), así como por empresas privadas como Parrot Analytics. Por un lado, se han empleado los informes *European high-end fiction series: State of play and trends* (Fontaine y Jiménez Pumares, 2020) y *Film and TV content in VOD catalogues* (Grece y Jiménez Pumares, 2020), elaborados por el Observatorio Audiovisual Europeo. Por otro lado, han sido de gran ayuda *The Impact of Talent Diversity on Audience Demand for Television* (2020) y *The Global Television Demand Report* (2021), elaborados por Parrot Analytics. Además, se ha realizado un seguimiento en las páginas *web* oficiales de las empresas estudiadas, así como en medios de comunicación especializados y generalistas de ámbito nacional e internacional.

3. Resultados

El mapeo de la diversidad de contenidos en Netflix, HBO y Prime Video, como ejemplos significativos del auge global de los servicios de SVOD, adopta la forma de nueve tablas de diversidad de contenidos. Cada compañía se examina a través de tres tablas, en sintonía con las categorías establecidas de diversidad de contenidos: diversidad de lugar, diversidad de género y diversidad étnico-racial. Asimismo, junto al título de las obras se indican sus años de producción y se clarifica su formato cuando se trata de películas o programas de humor. En el resto de casos, donde no se indica el formato, se trata de producción de series, que constituyen la mayoría de obras en los catálogos. En el caso de las co-producciones, también se indican los distintos países participantes en la producción de las obras.

3.1. Diversidad de contenido: diversidad de lugar

La emergencia y popularidad global de los servicios SVOD han suscitado un importante debate sobre la diversidad de lugares representados y, en cierto sentido, puestos a disposición del consumidor. En los catálogos observados de Netflix, HBO y Prime Video, compañías estadounidenses de orientación global, EE.UU. sigue siendo claramente el país más representado. Netflix sigue siendo el actor más poderoso tanto en términos de disponibilidad global como de representación de historias y culturas regionales en un mercado global. Consideremos, por ejemplo, la popularidad de series como *La casa de papel* (*Money Heist*, 2017-2021), *Lupin* (2020), *Queen Sono* (2020) y *Squid Game* (2021-), que actúan como señas de identidad españolas, francesas, sudafricanas y surcoreana, respectivamente, dentro del catálogo de Netflix. En este sentido, el informe *The Global Television Demand Report* (Parrot Analytics, 2021) indica que el 53% de la demanda global de todos los originales digitales se expresa por un original de Netflix. No obstante, esto supone un descenso del 6,3% en la cuota de demanda de originales de Netflix respecto a 2019. Al mismo tiempo, los servicios de SVOD de más reciente desarrollo, como HBO Max Disney+ y Apple TV+, siguen creciendo y aumentando su cuota de mercado.

En relación a Europa, el informe *European high-end fiction series: State of play and trends* (Fontaine y Jiménez Pumares, 2020) señala que el Reino Unido ha sido el actor principal en cuanto a producción y exportación de series europeas de alta gama o presupuesto (*high-end*). Este “concepto complejo y relativamente indefinido” se define como series cortas (de 2 a 13 episodios por temporada) realizadas para *prime time* (Fontaine y Jiménez Pumares, 2020, p. 1). Estas series (unas 530 en 2018) representan aproximadamente la mitad de todos los títulos de ficción europeos producidos cada año, pero sólo una cuarta parte de las horas producidas, debido al peso de las telenovelas o culebrones diarios (Fontaine y Jiménez Pumares, 2020).

Los tres principales países productores destacados a nivel europeo son el Reino Unido, Alemania y Francia, seguidos de los Países Bajos, España e Italia. Además, es interesante destacar que Escandinavia se asocia a la producción de ficción criminal, así como al *nordic noir* y al *scandi noir*, y la industria española a un *boom* de producción. De hecho, en 2018, tras tres años operando en España, Netflix anunció el desarrollo de su primer centro de producción europeo en Madrid, activo en el municipio Tres Cantos desde abril de 2019. Según afirma el Observatorio Audiovisual Europeo: “la industria audiovisual mundial está mirando a España” (Fontaine y Jiménez Pumares, 2020: 50). Por su parte, de acuerdo con los datos de la empresa británica Ampere Analysis

(2019), España ocupa el quinto lugar en los mercados con mayor número de nuevos proyectos televisivos en desarrollo, con títulos esperados de grupos mediáticos asociados a cadenas públicas (TVE) y privadas (Mediaset, Atresmedia) y con actores SVOD locales como Movistar+.

En las siguientes tablas, 1, 2 y 3, podemos ver una selección de “originales” de Netflix, HBO y Prime Video. Sólo en el caso de Netflix hemos podido cumplir el objetivo de identificar tres títulos por país, excepto en los casos de EE.UU., Reino Unido y España, donde se apuntan cinco títulos. Se han mapeado un total de 36 obras de Netflix asociadas a los 10 países de origen observados. La lista incluye series de televisión muy populares a nivel global, como *House of Cards* (EE.UU., 2013-2018), *The Crown* (Reino Unido-EE.UU, 2016-), *La casa de papel* (España, 2017-2021), *Lupin* (Francia, 2021-) y *Dark* (Alemania, 2017-2020). En el caso de HBO, se han clasificado 24 títulos en esta categoría. Entre ellos se encuentran series tan reconocidas como *Los Soprano* (EE.UU., 1999-2007), *Chernobyl* (Reino Unido-EE.UU., 2019) y *Foodie Love* (España, 2019). Sin embargo, se identifica una escasa producción o ausencia de títulos originales en importantes mercados europeos (Alemania, países escandinavos), así como en México. En cambio, es interesante señalar que HBO Europe está disponible en muchos otros países de Europa del Este, como Hungría, República Checa, Polonia, Eslovaquia, Rumanía, Bulgaria, Croacia, Eslovenia, Serbia, Montenegro y Moldavia, entre otros.

En el catálogo de Prime Video se han identificado 27 títulos representativos de la diversidad de lugar. Incluye algunos grandes éxitos mundiales como *Star Trek: Picard* (EE.UU., 2020), así como ciertas obras aclamadas por la crítica como *Fleabag* (Reino Unido, 2016-2019), estrenada originalmente en BBC Three, el servicio de televisión por tecnología *over-the-top* operado por la cadena nacional, BBC. Sin embargo, también se aprecia poca producción original en los países escandinavos, donde Prime Video está disponible desde 2017 pero con una lenta penetración. El número total de títulos dentro de la primera categoría es de 87.

Tabla 1. Netflix: diversidad de contenido, diversidad de lugar

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Lugar	Netflix	EE.UU.	<i>House of Cards</i> (2013-2018); <i>Stranger Things</i> (2016-); <i>The Witcher</i> (2019-); <i>Bridgerton</i> (2020); <i>Hollywood</i> (2020)
Lugar	Netflix	Reino Unido	<i>Black Mirror</i> (2011-2019); <i>Peaky Blinders</i> (2013-2022); <i>The Crown</i> (2016-); <i>Derry Girls</i> (2018-2022); <i>Sex Education</i> (2019-)
Lugar	Netflix	España	<i>La casa de papel</i> (2017-2021); <i>Élite</i> (2018-); <i>El desorden que dejás</i> (2020); <i>Sky Rojo</i> (2021-); <i>El inocente</i> (2021)
Lugar	Netflix	Francia	<i>Marseille</i> (2016-2018); <i>Family Business</i> (2019); <i>Lupin</i> (2021)
Lugar	Netflix	Italia	<i>Gomorra</i> (2014); <i>Suburra: Blood on Rome</i> (2017-2020); <i>Baby</i> (2018-2020)
Lugar	Netflix	Alemania	<i>Dark</i> (2017-2020); <i>Dogs of Berlin</i> (2018); <i>How to Sell Drugs Online (Fast)</i> (2019)
Lugar	Netflix	Dinamarca	<i>Borgen</i> (2010-); <i>Kriger</i> (Warrior, 2018); <i>Rita</i> (2012-2020)
Lugar	Netflix	Noruega	<i>Lilyhammer</i> (Noruega-EE.UU., 2012-2014); <i>Okkupert</i> (2015-2020); <i>Norsemen</i> (2016-2020);
Lugar	Netflix	Suecia	<i>Störst av allt</i> (<i>Quicksand</i> , 2019); <i>Kärlek och anarki</i> (<i>Love & Anarchy</i> , 2020-); <i>Snabba Cash</i> (<i>Easy Money</i> , 2021-)
Lugar	Netflix	México	<i>Club de Cuervos</i> (2015-2019); <i>La casa de las flores</i> (2018-2020); <i>¿Quién mató a Sara?</i> (2021-2022)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. HBO: diversidad de contenido, diversidad de lugar

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Lugar	HBO	EE.UU.	<i>The Sopranos</i> (1999-2007); <i>The Wire</i> (2002-2008); <i>Sex and the city</i> (1998-2004); <i>Girls</i> (2012-2017); <i>Euphoria</i> (2019-)
Lugar	HBO	Reino Unido	<i>Chernobyl</i> (Reino Unido-EE.UU., 2019); <i>Gentleman Jack</i> (2019); <i>His Dark Materials</i> (2019-); <i>Industry</i> (2020-); <i>I May Destroy You</i> (2020)
Lugar	HBO	España	<i>El pionero</i> (2019); <i>Foodie Love</i> (2019); <i>Patria</i> (2020); <i>Por H o por B</i> (2020); <i>30 monedas</i> (2020)
Lugar	HBO	Francia	<i>Baron Noir</i> (2016-); <i>Irma Vep</i> (EE.UU.-Francia, 2022)
Lugar	HBO	Italia	<i>Rome</i> (EE.UU.-Reino Unido-Italia, 2005-2007); <i>The Young Pope</i> (Italia-Francia-España-Reino Unido-EE.UU., 2016); <i>L'amica geniale (My Brilliant Friend)</i> (2018-)
Lugar	HBO	Alemania	
Lugar	HBO	Dinamarca	<i>The Investigation</i> (Dinamarca-Suecia-Noruega, 2020; 2021)
Lugar	HBO	Noruega	<i>Beforeigners</i> (2019-)
Lugar	HBO	Suecia	<i>The Investigation</i> (Dinamarca-Suecia-Noruega, 2020; 2021); <i>Bjornstad (Beartown)</i> (2021)
Lugar	HBO	México	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Prime Video: diversidad de contenido, diversidad de lugar

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Lugar	Prime Video	EE.UU.	<i>Chi-raq</i> (2015; film); <i>Crisis in Six Scenes</i> (2016); <i>The Romanoffs</i> (2018); <i>Hunters</i> (2020-); <i>Star Trek: Picard</i> (2020)
Lugar	Prime Video	Reino Unido	<i>The Grand Tour</i> (2016-); <i>Fleabag</i> (2016-2019); <i>A very English scandal</i> (2018); <i>Good Omens</i> (2019); <i>Utopia</i> (2020)
Lugar	Prime Video	España	<i>El Cid</i> (2020); <i>3 caminos</i> (2021-); <i>El Pueblo</i> (2020); <i>Cuéntame como pasó</i> (2021, S21); <i>LOL – “Si te ríes pierdes”</i> (2021; programa de comedia)
Lugar	Prime Video	Francia	<i>True Story Avec</i> (2020-; programa de comedia); <i>Le Bal des Folles (The Mad Women's Ball)</i> (2021; film); <i>Flashback</i> (2021; film)
Lugar	Prime Video	Italia	<i>Scatola Nera</i> (2019-2020); <i>Made in Italy</i> (2019); <i>ZeroZeroZero</i> (2020)
Lugar	Prime Video	Alemania	<i>You Are Wanted</i> (2017-2018); <i>Beat</i> (2018); <i>Deutschland 86</i> (2018)
Lugar	Prime Video	Dinamarca	
Lugar	Prime Video	Noruega	
Lugar	Prime Video	Suecia	
Lugar	Prime Video	México	<i>Diablo Guardián</i> (2018); <i>Un extraño enemigo (An unknown enemy)</i> (2018), <i>Cómo sobrevivir soltero (How to Survive Being Single)</i> (2020)

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Diversidad de contenido: Diversidad de género

La selección de títulos originales que se han clasificado en la categoría de diversidad de género revela una hegemonía cuantitativa de Netflix (31 títulos). Por otro lado, sólo se identifican 8 “originales” de HBO y 9 de Amazon Prime Video dentro de esta categoría. Esto sugiere que, dentro del ámbito diseñado, Netflix produce más títulos con protagonistas femeninas, a menudo con reflexiones sobre las relaciones de género y el feminismo en sentido amplio. Algunos ejemplos significativos son: *Orange Is The New Black* (EE.UU., 2013-2019), *Glow* (EE.UU., 2017-2019), *Sex Education* (Reino Unido, 2019-), *Las chicas del cable* (España, 2017-), *Borgen* (Dinamarca, 2010-) y *Desenfrenadas* (México, 2020-).

El catálogo de HBO cuenta con varios títulos producidos en EE.UU., populares en todo el mundo y aclamados por la crítica, relacionados con la categoría de diversidad de género: *Sex and the City* (1998-2004), *Girls* (2012-2017), *Big Little Lies* (2017-2019) y *Euphoria* (2019-). Sin embargo, además del Reino Unido y cierta relevancia en Italia y España, aún no ha desarrollado muchas obras similares o análogas en el ámbito de los países seleccionados. El total de títulos originales de HBO seleccionados es de 14. En cuanto a Amazon Prime Video, se han identificado 19 títulos. La producción estadounidense sigue siendo dominante, mientras que otros “originales” europeos asociados a temas de diversidad de género están aún por desarrollar. El número total de títulos identificados en esta categoría es de 64.

Tabla 4. Netflix: diversidad de contenido, diversidad de género

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Género	Netflix	EE.UU.	<i>Orange Is The New Black</i> (2013-2019); <i>Workin' Moms</i> (2017); <i>Glow</i> (2017-2019); <i>Bridgerton</i> (2020); <i>Emily in Paris</i> (2020-)
Género	Netflix	Reino Unido	<i>The Crown</i> (2016-); <i>Crashing</i> (2016-); <i>Marcella</i> (2016-); <i>Derry Girls</i> (2018-2022); <i>Sex Education</i> (2019-)
Género	Netflix	España	<i>Paquita Salas</i> (2016-); <i>Las chicas del cable</i> (2017-); <i>Valeria</i> (2020-); <i>Sky Rojo</i> (2021-); <i>Nevenka</i> (2021)
Género	Netflix	Francia	<i>La Mante</i> (2017-); <i>Plan Coeur</i> (2018-2022); <i>Mythomaniac</i> (2019-2021)
Género	Netflix	Italia	<i>Baby</i> (2018-2020); <i>The App</i> (2019; film); <i>Luna Nera</i> (2020)
Género	Netflix	Alemania	<i>Unorthodox</i> (2020 [EE.UU.-Alemania])
Género	Netflix	Dinamarca	<i>Borgen</i> (2010-); <i>Rita</i> (2012-2020)
Género	Netflix	Noruega	<i>De naermeste</i> (<i>Homesick</i> , 2015; film); <i>Battle</i> (2018; film)
Género	Netflix	Suecia	<i>Kalifat</i> (<i>Caliphate</i> , 2020); <i>Snabba Cash</i> (<i>Easy Money</i> , 2021-)
Género	Netflix	México	<i>Desenfrenadas</i> (2020-); <i>Oscuro deseo</i> (2020); <i>Control Z</i> (2020)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. HBO: diversidad de contenido, diversidad de género

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Género	HBO	EE.UU.	<i>Sex and the city</i> (1998-2004); <i>Girls</i> (2012-2017); <i>Big Little Lies</i> (2017-2019); <i>Euphoria</i> (2019-); <i>Genera+ion</i> (2021)
Género	HBO	Reino Unido	<i>Elizabeth I</i> (2005); <i>Years & Years</i> (2019); <i>Catherine the Great</i> (UK-U.S., 2019); <i>Industry</i> (2020-); <i>I May Destroy You</i> (2020)
Género	HBO	España	<i>Por H o por B</i> (2020)
Género	HBO	Francia	<i>Irma Vep</i> (EE.UU.-Francia, 2022)
Género	HBO	Italia	<i>L'amica geniale</i> (<i>My Brilliant Friend</i> , 2018-); <i>We Are Who We Are</i> (EE.UU.-Italia, 2020)
Género	HBO	Alemania	
Género	HBO	Dinamarca	
Género	HBO	Noruega	
Género	HBO	Suecia	
Género	HBO	México	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Prime Video: diversidad de contenido, diversidad de género

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Género	Prime Video	EE.UU.	<i>Good Girls Revolt</i> (2015-2016); <i>Modern Love</i> (2019-); <i>I Love Dick</i> (2016-2017); <i>The Marvelous Mrs. Maisel</i> (2017-); <i>Paper Girls</i> (2022)
Género	Prime Video	Reino Unido	<i>Fleabag</i> (2016-2019); <i>The Widow</i> (2019); <i>Chloe</i> (2022)
Género	Prime Video	España	<i>El Pueblo</i> (2020); <i>Inés del alma mía</i> (2020; Amazon exclusive); <i>La Templanza</i> (<i>The Vineyard</i> , 2021); <i>Parot</i> (2021; Amazon exclusive); <i>Un asunto privado</i> (2022; próximo estreno)
Género	Prime Video	Francia	<i>Le Bal des Folles</i> (<i>The Mad Women's Ball</i> , 2021; film); <i>Flashback</i> (2021; film)
Género	Prime Video	Italia	<i>Bang Bang Baby</i> (2022)
Género	Prime Video	Alemania	<i>Bibi & Tina</i> (2020; programa infantil); <i>Wir Kinder vom Bahnhof Zoo</i> (Alemania-República Checa-Italia, 2021)
Lugar	Prime Video	Dinamarca	
Lugar	Prime Video	Noruega	
Lugar	Prime Video	Suecia	
Lugar	Prime Video	México	<i>Diablo Guardián</i> (2018)

Fuente: Elaboración propia.

3.3. Diversidad de contenido: diversidad étnico-racial

El número de títulos identificados en la categoría de diversidad étnico-racial es de 37. 20 están asociados al catálogo de Netflix, 10 al de HBO y 7 a Prime Video. La producción de "originales" de Netflix incluye series de alta gama que cada vez más abordan o representan la diversidad étnico-racial fuera de los Estados Unidos de diversas maneras. Por ejemplo, *Lupin* (Netflix, Francia, 2021-) cuenta con un protagonista masculino negro – una característica simbólica que aún está por ver en los "originales" españoles de Netflix, que abordan algunas

cuestiones relacionadas con la cuestión racial a través de ciertos personajes femeninos (véase *Élite*, 2018-, y *Sky Rojo*, 2021-).

En este sentido, hay que destacar que Netflix está produciendo una adaptación audiovisual de la novela *Hija del camino* (Mbomío, 2019), donde la destacada periodista y escritora afroespañola Lucía Mbomío narra la historia de una joven madrileña de madre blanca y padre negro, reflexionando sobre la búsqueda identitaria (véase Netflix, 2021b). Así, la autora destaca que la serie “va a contribuir a que las personas negras, africanas y afrodescendientes aparezcan por primera vez en una serie de ficción española mostrando su heterogeneidad y de una manera más veraz y no estereotipada” (en Netflix, 2021b). Entre las producciones “originales” de HBO y Prime Video, la diversidad étnico-racial se limita mucho más a títulos estadounidenses significativos como *Watchmen* (2019-) y *Euphoria* (2019-), solo con algunas excepciones en el Reino Unido (*I May Destroy You*, 2020) e Italia (*We Are Who We Are*, EE.UU.-Italia, 2020).

Tabla 7. Netflix: diversidad de contenido, diversidad étnico-racial

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Étnico-racial	Netflix	EE.UU.	<i>Dear White People</i> (2017-2021); <i>Glow</i> (2017-2019); <i>Bridgerton</i> (2020); <i>She's Gotta Have It</i> (2017-2019); <i>Madame C.J. Walker</i> (2020)
Étnico-racial	Netflix	Reino Unido	<i>Sex Education</i> (2019-)
Étnico-racial	Netflix	España	<i>Élite</i> (2018-); <i>Sky Rojo</i> (2021-); <i>Hija del Camino</i> (producción anunciada)
Étnico-racial	Netflix	Francia	<i>Plan Coeur</i> (2018-2022); <i>Family Business</i> (2019-2021); <i>Lupin</i> (2021-)
Étnico-racial	Netflix	Italia	
Étnico-racial	Netflix	Alemania	<i>Dogs of Berlin</i> (2018-); <i>Unorthodox</i> (2020 [EE.UU.-Alemania])
Étnico-racial	Netflix	Dinamarca	<i>Borgen</i> (2010-); <i>Kruger (Warrior)</i> , (2018); <i>Rita</i> (2012-2020)
Étnico-racial	Netflix	Noruega	
Étnico-racial	Netflix	Suecia	<i>Kalifat</i> (Caliphate, 2020); <i>Snabba Cash (Easy Money)</i> , (2021-)
Étnico-racial	Netflix	México	<i>Desenfrenadas (Unstoppable)</i> , (2020)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. HBO: diversidad de contenido, diversidad étnico-racial

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Étnico-racial	HBO	EE.UU.	<i>Insecure</i> (2016-2021); <i>Watchmen</i> (2019); <i>Euphoria</i> (2019-); <i>Betty</i> (2020-2021); <i>Lovecraft Country</i> (2020)
Étnico-racial	HBO	Reino Unido	<i>House of Saddam</i> (2008); <i>Industry</i> (2020-); <i>I May Destroy You</i> (2020); <i>Get Millie Black</i> (2022; próximo estreno)
Étnico-racial	HBO	España	
Étnico-racial	HBO	Francia	
Étnico-racial	HBO	Italia	<i>We Are Who We Are</i> (EE.UU.-Italia, 2020)
Étnico-racial	HBO	Alemania	
Étnico-racial	HBO	Dinamarca	
Étnico-racial	HBO	Noruega	
Étnico-racial	HBO	Suecia	
Étnico-racial	HBO	México	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. Prime Video: diversidad de contenido, diversidad étnico-racial

Diversidad contenido	SVOD	País	Obra audiovisual
Étnico-racial	Prime Video	EE.UU.	<i>Chi-raq</i> (2015, film); <i>The Wilds</i> (2020); <i>One Night in Miami...</i> (2021, film); <i>Them</i> (2021); <i>The Underground Railroad</i> (2021)
Étnico-racial	Prime Video	Reino Unido	<i>The Widow</i> (2019); <i>Small Axe</i> (2020)
Étnico-racial	Prime Video	España	
Étnico-racial	Prime Video	Francia	
Étnico-racial	Prime Video	Italia	
Étnico-racial	Prime Video	Alemania	
Étnico-racial	Prime Video	Dinamarca	
Étnico-racial	Prime Video	Noruega	
Étnico-racial	Prime Video	Suecia	
Étnico-racial	Prime Video	México	

Fuente: Elaboración propia.

4. Discusión

El mapeo de la diversidad de contenidos en relación con las categorías propuestas proporciona una selección y clasificación de títulos asociados a múltiples países, temas o ideas y personajes. No pretende ser exhaustiva, sino que busca rastrear y reconocer las relaciones intertextuales de los títulos dentro de y entre los catálogos ofrecidos por cada una de las plataformas audiovisuales. El número total de títulos identificados ha sido de 188. En la categoría de diversidad de lugar se incluyen 87 obras. En la de diversidad de género se identifican 64 y en la de diversidad étnico-racial se contemplan 37. Por tanto, si comparamos los resultados de cada categoría, se advierte una tendencia descendente a nivel cuantitativo. Esto sugiere que, en la oferta global de las plataformas de vídeo bajo demanda, la idea de diversidad cultural tiende a traducirse principalmente en términos de diversidad de lugar. La cuestión geográfica resulta especialmente relevante debido al énfasis en la oferta global realizado por las compañías de SVOD. También por la asociación que se establece entre obras de éxito comercial y/o cultural y la imagen o identidad de los países de producción de esas obras, que frecuentemente son también territorios representados en la ficción.

Además, los resultados relativos a la categoría de diversidad de género permiten encontrar evidencias de la presencia de discursos y representaciones de género, especialmente vinculados a identidades de mujeres diversas. Precisamente en ese espectro surgen también obras con temáticas y personajes no blancos, en particular afrodescendientes. Sin embargo, estas aparecen con mucha menor frecuencia. Así, si pensamos en una analogía a nivel social centrada en el género y la etnicidad o la "raza", los resultados están en consonancia con la mayor visibilidad y aceptación institucional de la dimensión de género. Esta cuestión resulta especialmente controvertida en el ámbito del movimiento feminista, tanto históricamente como en la actualidad, pues desde el activismo negro y afrodescendiente se ha reclamado la inclusión de sus identidades, reivindicaciones y perspectivas (véase, Brewer y Dundes, 2018; Collins, 2019; Santibañez Guerrero, 2018).

A nivel de compañías, Netflix es el operador del que más obras se mapean. Se identifican un total de 87. En segundo lugar, se identifican con 53 obras en el caso de Prime Video. Por último, en HBO se identifican 48 obras. Por tanto, de acuerdo con los resultados, Netflix aparece como el SVOD cuyo catálogo se encuentra más con las categorías de diversidad de contenidos seguidas. Mientras que una de las claves del éxito de Netflix radica en la capacidad de comprometerse con diferentes culturas regionales a través de sus "originales", los "originales" de HBO y Amazon Prime Video ilustran una hegemonía más acusada de EE.UU. y Reino Unido, que sigue siendo el principal actor de la industria audiovisual europea de cine y televisión

Por último, hay que destacar que el proceso de cartografía también contribuye a la mayor comprensión y

definición de las categorías de diversidad de contenido empleadas. En este sentido, se advierte la presencia de representaciones y/o debates controvertidos en torno a ellas, que ilustran tanto aspectos destacables tanto en positivo como en negativo. Encontramos un ejemplo ilustrativo en *Parot* (2021, Prime Video), pues su estreno fue acompañado de un debate mediático en torno a la violencia hacia las mujeres y su representación en la industria audiovisual (véase Mantilla, 2021; Morillo, 2021). Por una parte, ejemplifica el rol protagonista de las mujeres en las obras audiovisuales, pero al mismo tiempo suscita preocupación por el tipo de representación que se ofrece de ellas. Por ello, para valorar la complejidad de los catálogos de SVOD es necesario desarrollar más estudios que contemplen tanto la dimensión contextual y estructural de la oferta de las compañías como la dimensión textual de las obras; sus personajes, discursos y relatos.

5. Conclusiones

La popularización global de las plataformas audiovisuales digitales y de los servicios SVOD como Netflix, HBO y Amazon Prime Video puede situarse dentro de la evolución de la televisión hacia la actual era de la abundancia de la oferta audiovisual. Su orientación global y las crecientes estrategias de especialización y personalización de nichos han sido algunos de sus rasgos más definitorios, y los catálogos digitales de los servicios SVOD actúan como representaciones altamente simbólicas e híbridas de las empresas reales. Por estos motivos, las interacciones entre lo local y lo global, así como la glocalización estratégica de la cultura, adquieren un papel destacado dentro de los ecosistemas particulares de las plataformas digitales audiovisuales examinadas.

Dado el carácter amplio y complejo de los catálogos de SVOD examinados, las listas elaboradas sirven como mecanismos de orientación práctica, mental y textual que nos informan sobre las identidades de marca de Netflix, HBO y Prime Video. Además, proporcionan un resultado textual que puede servir como punto de partida para otras investigaciones. Si bien este mapeo se ha centrado principalmente en una identificación de obras en relación con las diferentes dimensiones de la diversidad de contenido, puede ampliarse o complementarse mediante una discusión y un análisis más profundo sobre los textos audiovisuales. En el marco de la globalización y de la idea de diversidad geográfica o de lugar, los títulos asociados a la diversidad de género y a la diversidad étnico-racial no constituyen una mayoría, sino un enfoque más bien marginal, o marginocéntrico (véase Cornis-Pope y Neubauer, 2002; Pedro, 2017), que sigue ampliándose cada año. Por ello, no hay que subestimar el importante impacto simbólico de estas producciones, así como su capacidad para suscitar debates socioculturales e influir en la creación de nuevos textos e identidades culturales.

6. Agradecimientos

El presente texto se enmarca en el proyecto de investigación “Diversidad y servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción”, financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) en el marco del Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Ciencia e Innovación, Gobierno de España (PID2019-109639RB-I00/AEI/10.13039/501100011033).

Referencias

- Adorno, T. and Horkheimer, M. (2002 [1944]). *Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments*. Stanford University Press.
- Afilipoaie, A.; Iordache, C. y Raats, T. (2021). The 'Netflix Original' and what it means for the production of European TV content. *Critical Studies in Television*, 16, 3. <https://doi.org/10.1177/17496020211023318>.
- Albornoz, L. A. y García Leiva, M. T. (Eds.) (2019). *Audiovisual Industries and Diversity. Economics and Policies in the Digital Era*. Routledge.
- Ampere Analysis (25 de abril de 2019). Spanish TV groups' investment in original production grows. Ampere Analysis. <https://bit.ly/3ad9bey>.
- Brewer, S. y Dundes, L. (2018). Concerned, meet terrified: Intersectional feminism and the Women's March. *Women's Studies International Forum*, 69, 49-55. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2018.04.008>.
- Burke, P. (2010): *Hibridismo cultural*. Akal.
- Carastathis, A. (2014). The Concept of Intersectionality in Feminist Theory. *Philosophy Compass*, 9(5), 304-314. <https://doi.org/10.1111/phc3.12129>.
- Collins, P. H. (2019). *Intersectionality as Critical Social Theory*. Duke University Press.
- Cornis-Pope, M. y Neubauer, J. (2002). *Towards a History of the Literary Cultures in East-Central Europe: Theoretical Reflections*. American Council of Learned Societies.
- Crenshaw, K. W. (1991). Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>.
- García Canclini, N. (2009). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Randon House Mondadori.
- Grece, C. y Jiménez Pumares, M. (2020). *Film and TV content in VOD catalogues*. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/3NJLurZ>.
- Fontaine, G. y Jiménez Pumares, M. (2020). *European high-end fiction series: State of play and trends*. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/3N08Oop>.
- Hastings, R. y Meyer, E. (2020). *No Rules Rules. Netflix and the Culture of Reinvention*. Random House.
- Leverette, B. y Buckley, C. L. (2008). *It's Not TV. Watching HBO in the Post-Television Era*. Routledge.
- Lipsitz, G. (2001). *Time Passages. Collective Memory and American Popular Culture*. University of Minnesota Press.
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. NYU Press.
- Mantilla, D. (29 de mayo de 2021). Adriana Ugarte y las escenas de violencia contra la mujer: "La ficción sirve para cambiar y provocar debate". *El Español*. <https://bit.ly/3Ay0Kfk>.
- Morillo, Valentina (30 de mayo de 2021). Necesitamos menos violaciones en las series y más mujeres guionistas para evitarlas. *El Español*. <https://bit.ly/3yI8YK2>.
- Morley, D. (2005). Globalisation and cultural imperialism reconsidered: old questions in new guises. En J. Curran y D. Morley (Eds.), *Media and Cultural Theory* (pp. 30-43). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203509616>.
- Parrot Analytics (2020). *The Impact of Talent Diversity on Audience Demand for Television*. Parrot Analytics.
- Parrot Analytics (2021). *The Global Television Demand Report*. Parrot Analytics.
- Pedro, J. (2017). An intercultural history of blues in Austin, Texas: from the Negro district to the global rock circuit. *Atlantic Studies*, 14:1, 66-81. <https://doi.org/10.1080/14788810.2016.1172297>.
- Pedro, J. (2022). Descubriendo Netflix: identidad de marca y representaciones de la diversidad. *Revista de Comunicación*. [Artículo evaluado favorablemente, en revisión].
- Robertson, R. (1994). Globalisation or glocalisation? *Journal of International Communication*, 1(1), 33-52. <https://doi.org/10.1080/13216597.1994.9751780>.
- Santibañez Guerrero, D. (2018). El concepto interseccionalidad en el feminismo negro de Patricia Collins. *Resonancias. Revista de Filosofía*, 4, 49-58. <https://doi.org/10.5354/0719-790X.2018.50354>.
- Scorsese, M. (2021). "Il Maestro. Federico Fellini and the lost magic of cinema", Harper's Magazine, March. <https://harpers.org/archive/2021/03/il-maestro-federico-fellini-martin-scorsese/>.
- Tomlison, J. (1991). *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. Continuum.
- Wayne, M. L. (2017). Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. *Media, Culture & Society*, 40(5), 1-17. <https://doi.org/10.1177/0163443717736118>.