laFuga

¿Cuántas estrellas le pusiste?

Gusto, performance y públicos jóvenes en la era de Letterboxd

Por Violeta Gutiérrez

Tags | **Cine digital | identidades culturales | Plataformas | Públicos | estudios de audiencia | Chile**

Violeta Gutiérrez es estudiante de Periodismo en la Universidad de Chile. Sus intereses se centran en el cine de autor, las audiencias jóvenes y el impacto de los medios digitales en la experiencia cinematográfica.

Introducción

La audiencia de cine en Chile ha experimentado una transformación importante en los últimos años. La experiencia colectiva de ir al cine y ver una película junto a extraños ha sido desplazada significativamente por una modalidad individual y digital. En este nuevo paisaje, las redes sociales se sitúan como espacios donde el gusto cinematográfico se exhibe frente al público.

Este ensayo explora desde una perspectiva situada y autoetnográfica cómo la plataforma Letterboxd y la subcultura digital asociada a ella están transformando las audiencias jóvenes de cine en Chile. A partir de un enfoque crítico y reflexivo, se argumenta que el gusto cinematográfico se ha vuelto una práctica performativa, moldeada por algoritmos y expectativas sobre la identidad propia, redefiniendo así la experiencia cinematográfica del contexto contemporáneo local. A partir de mi experiencia personal como parte del público chileno usuario de Letterboxd, este texto reflexiona en torno a cómo las redes sociales, los algoritmos y las jerarquías culturales afectan nuestra relación con el cine, así como nuestra autopercepción como audiencia joven.

Del cine colectivo al gusto performativo

Cuando mi papá y su generación eran jóvenes, fueron a ver Blade Runner (Ridley Scott, 1982) al cine. Compraron su entrada en la boletería, la pagaron en efectivo y se sentaron junto a docenas de otras personas en esas butacas de madera que tenían las salas en los años ochenta. Más de treinta años después, yo vi Blade Runner 2049 (Denis Villeneuve, 2017) encerrada en mi pieza, sola, desde una plataforma de películas pirata que cada veinte minutos se interrumpía con un banner de contenido sexual explícito.

En los últimos años la cultura cinéfila ha sufrido cambios significativos en nuestro país, especialmente entre los públicos jóvenes. Desde los inicios de la industria cinematográfica, la idea de la "muerte del cine" ha sido recurrente. Antoine Lumière creía que el cine era una invención sin futuro; los grandes creadores y productores de la industria han anunciado el fin de ésta por razones como la transición del rollo de celuloide al cine digital, y más recientemente, por el auge de la piratería, la tecnología digital y el descenso de asistencia a las salas (Jacobson, Hanson y Paredes, 2007). Un estudio de Stephen Follows (2025) revela que gran parte de las salas de cine no recuperaron por completo a su audiencia tras la pandemia de 2020, y cerca de la mitad de quienes trabajan en exhibición cinematográfica no creen que la industria vaya a durar otros veinte años.

El cine hoy es una experiencia individual y digitalizada, en la que las redes sociales cumplen un rol irrefutable. Gainza y Bongers (2018) proponen que en la era digital la audiencia no es un actor pasivo, sino que interpreta e interactúa con el contenido, fenómeno facilitado por las herramientas de manipulación que se desarrollan en la tecnología contemporánea (remixes, samplings, etc.). Esta interacción con el contenido medial despierta el deseo de participación del público, para el cual la

contemplación no es suficiente.

Para gran parte de mi generación ver filmes no es un privilegio ni una rareza, es un acto cotidiano. A los quince años muchos habíamos visto más contenido audiovisual —videos en redes sociales, plataformas como YouTube, series televisivas, películas—que lo que habían visto nuestros abuelos en toda su vida. Y así como se amplificó el acceso y la popularidad de las películas y contenido audiovisual, se fueron generando comunidades de cinéfilos en internet, entre ellas Letterboxd.

Creada en 2011, esta plataforma permite llevar un diario de visualizaciones de películas, darles una puntuación -de media a cinco estrellas-, compartir reseñas y catalogar las obras, usando un archivo digital en constante crecimiento de todas las obras cinematográficas de la historia, que incluye cortometrajes y hasta algunas publicidades. La plataforma ofrece una cuenta gratuita, que permite realizar todas las acciones mencionadas, y expandir la experiencia de curaduría digital en dos tipos de cuenta pagada: Pro, que ofrece acceso a las estadísticas de uso por CLP$15 mil al año, y Patron, que ofrece las estadísticas de uso y la personalización de los posters de todas las películas, por CLP$54 mil al año.

Una característica interesante de la comunidad de Letterboxd en el contexto específico del cine chileno es que, a diferencia de muchas otras películas del archivo, una buena parte de los comentarios está en español. Posiblemente a causa del limitado público internacional con el que cuentan las películas chilenas, muchas de las reseñas son redactadas por el público chileno en su idioma nativo y usando jerga del país, en vez de usar el idioma predominante en la plataforma, el inglés.

Por ejemplo, la película chilena El conde (Pablo Larraín, 2023), cuenta con alrededor de 24 mil reseñas, y cerca de 94 mil usuarios han registrado verla. Tiene una puntuación promedio de 3.1 estrellas. Entre las reseñas encontramos a chilenos que critican la película en inglés para posibles públicos angloparlantes, extranjeros que comentan en inglés, y chilenos que comentan la película en español, aunque muchas veces siguiendo los mismos patrones de humor sarcástico y comentarios de pocas palabras que se observan en inglés.

Algunas de estas reseñas son: “El Cunt” (juego de palabras del inglés Count, conde, y Cunt, vagina, usado como insulto, reseña de tres estrellas) (simonlegendary, 2023), “the greatest horror of all was the prospect that thatcher may still be alive” (“el mayor horror de todos fue la posibilidad de que Thatcher podría seguir viva”, reseña de dos estrellas y media) (jay, 2023) y “vieja puta” (posiblemente referencia al personaje de Margaret Thatcher, reseña de cuatro estrellas y media) (Pipez, 2023).

Algunos usuarios de Letterboxd (King, 2024) argumentan que la plataforma atribuye características de juego (gamify) al acto de escribir reseñas y registrar visionados, lo que puede agudizar la percepción de la crítica de cine como algo casual y humorístico. Lo más popular recibe más plataforma, lo que explica el que el humor breve y referencial sea generalmente lo más popular entre las reseñas. Las reseñas cortas como las mencionadas anteriormente reciben el nombre de “one-liner” (de una línea), y como explica el artículo de King, pueden crear una sensación de comunidad, al unir a los usuarios en una búsqueda por “la mejor reseña de broma”.

Otro ejemplo de una película chilena popular es La casa lobo (Cristóbal León, Joaquín Cociña, 2018), que cuenta con cerca de 17 mil reseñas y alrededor de 69 mil usuarios han registrado verla. Tiene una puntuación promedio de 4.1 estrellas, y es una película con mucha popularidad entre públicos internacionales, por lo que a diferencia de El conde (2023), la mayoría de las reseñas están en inglés. Al tratarse de una película más experimental, los comentarios son en su mayoría menos humorísticos y más extensos que los de El conde (2023), independiente del idioma.

Otro ejemplo de una película chilena menos conocida es Niñas araña (Guillermo Helo J-O, 2017), que cuenta con una puntuación promedio de 3.3 estrellas, 609 usuarios han registrado verla y tiene tan solo 92 reseñas, de las cuales más de 75 fueron escritas en español. Esta película tiene muy poco público internacional y los comentarios son menos desarrollados en la argumentación de su crítica, ya que están escritos por público chileno y, presumiblemente, dirigidos a otros chilenos, considerando el lenguaje y expresiones usadas.

Para hacer la comparación con una película internacionalmente famosa, una obra de enorme popularidad entre los usuarios de Letterboxd es la ganadora del premio Óscar a mejor película internacional, Parasite (Bong Joon Ho, 2019), con una puntuación promedio de 4.5 estrellas, alrededor de 552 mil reseñas, y cerca de 5.72 millones de usuarios que han registrado verla, esta película supera en fama internacional a cualquier película chilena de las observadas. Su popularidad es tal, que se pueden observar reseñas en múltiples idiomas, a pesar de la evidente predominancia del inglés.

Finalmente, para hacer la comparación más justa, una película chilena ganadora del Óscar a mejor película internacional es Una mujer fantástica (Sebastián Lelio, 2017), que tiene una puntuación promedio de 3.7 estrellas, 7.2 mil reseñas, y 73 mil personas que han registrado verla. Las reseñas son en una gran mayoría en inglés, y con un enfoque mucho más crítico y menos humorístico que algunas de las películas chilenas mencionadas anteriormente.

La transformación del público

Letterboxd en mi opinión no solo ha cambiado la manera de ver y hablar sobre cine, sino que también ha reformulado las nociones tradicionales de ser "público". El gusto se transforma en una narrativa identitaria, expuesta a la mirada del otro, en un entorno que premia la coherencia estética, el conocimiento de nicho y el distanciamiento irónico. Esta nueva cultura cinéfila, aunque expansiva y en ciertos aspectos democratizante, también reproduce jerarquías que cuestionan lo que "vale la pena" ver y comentar: lo que es de buen gusto, y lo que es, despectivamente, "para las masas".

Deniz Yavuz en su tesis Entendiendo a los usuarios de Letterboxd: la influencia de la plataforma en el consumo de cinefilia y cine en la era digital (2024), explica que Letterboxd altera de manera fundamental la experiencia de ver películas, alcanzando una característica performativa en la que la mitad de los usuarios piensa en la calificación que darán mientras ven la película. Asimismo, una gran porción de los usuarios duda que hubiera visto tantas películas como ha visto si no fuera por la influencia de Letterboxd.

La digitalización de los medios en el cine no debe entenderse solo como una transformación tecnológica, sino como un cambio cultural que redefine la relación entre obra y audiencia. Las plataformas de streaming ofrecen un acceso casi infinito a películas de todos los géneros, épocas y nacionalidades, lo que trae consigo nuevas lógicas de consumo: el algoritmo, la disponibilidad inmediata. El público contemporáneo no es un agente pasivo que simplemente consume lo que se le ofrece —como creían las teorías de comunicación de masas más tempranas, por ejemplo la aguja hipodérmica— sino que actúa como curador de su propia experiencia audiovisual, actúa como un crítico en redes, y es un perfil visible.

Como en todas las industrias modernas, este exceso de opciones causa una paradoja al momento de querer separarse del grupo como individuo. La oportunidad de consumir de todo se enfrenta a las limitaciones humanas: puedo consumir cualquier cosa, pero no puedo consumirlo todo. ¿Cómo decidir qué ver entonces?

Para la juventud, en su mayoría tan inmersa en redes sociales, la experiencia cinematográfica implica la constante construcción de una identidad pública coherente, visible, original, pero socialmente validada dentro de un océano de posibilidades. Para este fin, una plataforma como Letterboxd cobra importancia no solo para archivar y catalogar las películas, sino para exhibir y discutir los gustos propios en un ambiente público. La audiencia se desplaza desde las salas de cine colectivas a los perfiles privados, y desde el gusto privado al acto performativo: no se trata solo de ver películas, sino de ser visto viéndolas.

En este sentido, siguiendo a Goffman (1959), la interacción social en la red puede entenderse como una puesta en escena en la que los individuos controlan la impresión que generan en otros, presentando una versión construida de sí mismos. Así, plataformas como Letterboxd funcionan como escenarios donde el usuario construye su consumo medial como una performance dirigida a una audiencia.

A su vez, desde la perspectiva de Judith Butler (1990), esta performance no solo expresa una identidad previa, sino que la constituye: el gusto cinematográfico se produce a través de su repetición pública, en diálogo con normas sociales que determinan qué formas de consumo resultan visibles, legítimas

o valiosas.

Letterboxd como comunidad y archivo digital

Letterboxd fue creado como sitio web en Nueva Zelanda en 2011 por Matthew Buchanan y Karl von Randow, y fue ganando popularidad internacional hasta llegar en los últimos años a Chile, en donde su popularidad continúa en aumento. Cabe mencionar que en los últimos cinco años ha crecido de manera desmedida, pasando desde tener 1.8 millones de miembros en 2020, hasta tener cerca de 20 millones al día de hoy, en su mayoría personas de entre 16 y 24 años, según datos proporcionados por la plataforma. La plataforma utiliza características de una red social, permitiendo a sus usuarios registrar, calificar y comentar las películas que ven.

Para usar Letterboxd es necesario crear un perfil con tu nombre, una breve biografía, una foto de perfil, y tus cuatro películas favoritas de todos los tiempos; el único requisito es ser mayor de 16 años. Se pueden registrar visualizaciones en un diario datado, puntuar las películas con estrellas (de media a cinco), compartir reseñas, curar listas de películas, o crear una watchlist (una lista de películas que aún no ves, pero quieres ver). Muchas películas incluyen también detalles sobre fecha de estreno, casting y equipo directivo, estudios y productoras, premios ganados, y plataformas en las que está disponible.

Para ejemplificar, mi perfil tiene como nombre “that bitch” (esa perra), mi biografía es “self declared great taste” (auto declarado gran gusto), mi foto de perfil es una imagen del personaje Fleabag de la serie británica Fleabag (Harry Bradbeer, 2016), y mis cuatro películas son: The Handmaiden (Park Chan-Wook, 2016), Ema (Pablo Larraín, 2019), National Theatre Live: Fleabag (Tony Grench-Smith, Vicky Jones, 2019) y Antiporno (Sion Sono, 2016). Al igual que la mayoría de los usuarios cuyo lenguaje nativo no es el inglés, me he adaptado al idioma predominante. Pero, a la vez, me he asegurado de ver películas chilenas, en un intento por mantener mi identidad nacional a pesar de haber cedido en el idioma.

Esta negociación entre la identidad nacional minoritaria y la cultura predominante del inglés y las referencias pop de la plataforma resulta muchas veces en una resistencia por parte de los usuarios pertenecientes a minorías culturales (en este caso, los chilenos somos una minoría entre los miembros de esta red). Muchos escriben reseñas en su idioma nativo, aunque este no sea comprendido por la mayoría, e intentan promover las producciones de su país y las películas en su lenguaje. Es importante recordar: la línea entre adaptarse a la cultura de otros y olvidar la propia es muy delgada.

Un detalle llamativo de mi perfil es que ninguna de mis declaradas películas favoritas es de producción estadounidense, a pesar de que, si pagara por la versión Pro de la plataforma para poder ver mis estadísticas de uso, Estados Unidos estaría primero o segundo entre los países cuyas películas veo más. No fue una exclusión intencional, pero al ser Estados Unidos el país históricamente con la mayor producción de cine mainstream, sentí que resultaría casi vergonzoso para una mujer “culta” y latina como yo si una de las películas fuera una producción hollywoodense: no parece original ni culto disfrutar algo de producción y transmisión tan masiva, ¿o sí?

El diseño de la web es funcional, presta atención al detalle y es intencionalmente similar a redes como Instagram. La diferencia está en que la temática de sus publicaciones se limita y gira en torno al cine. Esta especialización genera una subcultura de cinefilia que valora el “buen gusto” y la originalidad por sobre cualquier otra cosa, y lo expresa a través de los likes y la viralización de lo que es considerado más único, mejor curado, más ingenioso. Sin embargo, cabe mencionar que para muchos otros usuarios, Letterboxd se limita a su uso de archivo sin caer en tales interacciones.

La dinámica que se genera convierte el ver películas en una práctica socialmente expuesta, y el gusto en una performance digital. La cinefilia deja de ser una característica personal y pasa a ser parte de un perfil público y rastreable, junto con los antecedentes académicos y laborales de LinkedIn, las fotos de Instagram y las opiniones publicadas en X (ex Twitter). Ahora es parte de la llamada huella digital. Así como otras redes sociales han generado de forma orgánica ciertas reglas implícitas de comportamiento —no ser demasiado personal, mostrarse auténtico, pero sin esfuerzo, no parecer que

uno se toma a sí mismo demasiado en serio—, Letterboxd tiene su propia cultura: una mezcla de sarcasmo y autoconsciencia.

¿Cuántas estrellas le pusiste?

Hace unos meses, un amigo mío me comentó que al hablar sobre mí con alguien que no me conocía, le mostró mi perfil de Letterboxd. Juntos revisaron y criticaron las películas que me gustaron, las que había comentado, mis listas, y concluyeron, con un tono casi despectivo, que en su opinión era extraño que yo, una persona tan inclinada al cine de autor, disfrutara de tantas comedias románticas de Hollywood. Hollywood. ¿En serio le había puesto like a una película tan superficial y absurda como Anyone but you (Will Gluck, 2023)? Esta interacción me hizo sentir cierta ansiedad respecto a cómo yo era percibida por otras personas a partir de lo que pueden ver en mis redes sociales. ¿Hoy en día es vergonzoso gustar de lo que no es culto ni de nicho? ¿Y qué es culto finalmente, quién lo define?

Paradójicamente, en este nuevo contexto el gusto no se limita simplemente a lo que te gusta. Es más bien una curación detallada y editada de las partes más atractivas de lo que te gusta. Claro, puedes disfrutar Crepúsculo (Catherine Hardwicke, 2008), pero ¿no es tanto más inteligente apreciar las películas de Godard? Pareciera que para ser respetado en esta dinámica social se necesita justificar y demostrar el propio valor como sujeto cultural y original.

Se podría decir que se gana una especie de estatus social en encontrar el comentario irónico de una sola línea para una película, la referencia más ingeniosa, las películas menos conocidas, las listas mejor curadas. La plataforma recompensa con visibilidad a los perfiles más virales, los comentarios con más likes; es necesario destacar, pero no salirse del marco. Un ejemplo de esto son los regulares posts de Instagram desde la cuenta de la compañía en donde se publican reseñas y perfiles virales, los que consiguen incluso mayor visualización.

Con Letterboxd la película no termina con los créditos, al terminar éstos viene la elección de la reseña perfecta, ¿cuántas estrellas le voy a poner?, ¿qué voy a comentar que no haya sido dicho antes en mil maneras diferentes? Al salir de una sala de cine con mis amigos la pregunta que sigue a: “¿te gustó?” es: “¿cuántas estrellas le pusiste?”. Irónicamente, como explica Yavuz (2024), los usuarios son conscientes de las influencias externas al momento de calificar y opinar respecto a una película, pero las internalizan a tal punto, que la opinión formada se percibe como propia y auténtica.

El yo digital

En Letterboxd el gusto es una marca (brand), una imagen que se intenta vender al mundo, de lo que queremos aparentar ser: cultos, originales, despreocupados, “cool”. Lo paradójico de esta cultura jerárquica de gustos es que nace de una “democratización” de la crítica de cine. No se necesita una formación académica ni credenciales profesionales para criticar el cine en línea. Es un espacio abierto a todos los que hablen suficiente inglés como para navegarlo.

La jerarquía no se basa solo en la cantidad, sino también en la rareza y valor cultural de las películas vistas, su inaccesibilidad. Películas mainstream como Titanic (James Cameron, 1997) quedan relegadas a visualizaciones “ligeras”, sin mucho aporte cultural, mientras que las películas de autor, las avant garde, las independientes, son consideradas de gusto más refinado por el público general de Letterboxd, que expresa su validación con likes y viralización: las listas de “chick flicks” (películas de chicas) son tituladas cosas como “gustos culposos”, mientras listas de películas vanguardistas son tituladas cosas como “películas que cambiaron mi vida”.

Siguiendo esta lógica, te debe gustar la película correcta y por las razones correctas, debes saber identificar y deconstruir los elementos de cada película: el color, fotografía, montaje, guión, actuación, etc., contextualizado a su origen, corriente fílmica, y lo que buscaba transmitir. Incluso películas de humor o infantiles que originalmente no tenían intención de ser profundas, son resignificadas y evaluadas desde una perspectiva de profundidad analítica.

Pierre Bourdieu (1997) sostiene al respecto que el gusto no es solo una preferencia individual, sino una forma de capital cultural que permite a los individuos posicionarse socialmente y distinguirse de otros. De este modo, el consumo de contenido artístico reproduce una estructura social. El capital cultural, como explica el autor, es adquirido desde la crianza, las familias con mayor capital cultural

invierten más en la educación de sus hijos, lo que les da una especie de ventaja. Esta ventaja se legitima a través de la institución escolar, que otorga diplomas y títulos para respaldar el conocimiento y perpetuar las jerarquías establecidas. En el caso de Letterboxd, el gusto cinematográfico cumple un rol de capital cultural y pone en evidencia diferencias sociales entre sus miembros.

Para disfrutar de películas de mainstream como las de Hollywood —sin metáforas profundas o referencias intelectuales— se cree que se debe mantener una postura irónica, una postura de: "es tan mala que es buena", una crítica sarcástica; producto estar en constante exposición. Esto no es algo que sea impuesto de manera directa, pero se da naturalmente entre los usuarios y se evidencia en listas de películas con títulos como "Epic Bacon Cinema" (Cine del Tocino Épico), para referirse a películas de "humor millenial". Se desarrolla una sensibilidad ansiosa, un espectador que edita su gusto en función a cómo éste será percibido por otros.

Esto no es exclusivo de Letterboxd. En todas las redes sociales populares ocurre de manera similar: el yo digital se construye como un proyecto estético curado hasta el cansancio. En el caso del cine, donde históricamente el gusto ha estado asociado al capital cultural, estas tensiones se amplifican.

La psicóloga estadounidense Sherry Turkle (1999) explica que un elemento central de la vida online es la creación y proyección de personajes construidos en el espacio virtual, fenómeno que se ve facilitado por las características virtuales de la auto descripción textual, el anonimato relativo, y la posibilidad de crear personas infinitas dentro del espacio virtual y explorar tener múltiples "yo". Esto facilita que las personas que en su vida diaria se comportan de una manera determinada experimenten comportamientos alternativos.

Sin embargo, al mismo tiempo, Letterboxd permite una especie de resistencia frente a esta estructura jerárquica. Existen usuarios que reivindican su gusto popular, que reseñan películas taquilleras sin ironía, que hacen listas afectivas, emocionales o directamente absurdas. Pero incluso estas resistencias suelen ser leídas desde la misma lógica performativa: para desafiar el sistema, hay que conocerlo, ser parte de éste.

El nuevo público de cine chileno

La transformación de los públicos del cine en la era digital no es solo un cambio en los medios y la tecnología; es un cambio de paradigma. El paso del cine colectivo al consumo individual evidencia una creciente brecha generacional y tecnológica.

Letterboxd como espacio de archivo y comunidad encarna muchas de las tensiones culturales que se viven en la sociedad de hiper consumo de hoy en día. Ahí, ver películas se convierte en una práctica pública, socialmente expuesta, en donde el gusto funciona como un lenguaje para narrarse a sí mismo, la versión perfecta de sí mismo, frente a otros. Gustar no es solo una preferencia, sino una postura: una forma de distinguirse, de separarse del grupo como individuo.

La académica uruguaya Rosario Radakovich (2023) plantea la existencia de una "matriz del gusto algorítmico" impulsada por plataformas de streaming como Netflix y caracterizada por una curaduría algorítmica que sigue los patrones de consumo de sus usuarios, una micro categorización del contenido, el fomento de hábitos como las "maratones" de series, y la consolidación de la plataforma misma como una entidad "infraestructural". Radakovich considera el uso de Inteligencia Artificial como un factor central en la nueva estructura de definición y difusión de gustos.

Esta nueva dimensión performativa del gusto, potenciada por los algoritmos y las redes sociales, redefine lo que entendemos por ser "público" de cine. Ya no se trata solo de asistir a una función en una sala de cine, sino de construir una identidad digital visible, estética y coherente, incluso cuando esto signifique editar los propios deseos para encajar en el estándar. En este sentido la plataforma fomenta una forma de cinefilia que hemos llamado antes performativa, en donde el acto de ver películas está intrínsecamente ligado a la construcción y presentación de una identidad cinéfila en línea. En términos de Goffman (1959), la experiencia cinematográfica deja de ser situacional (la sala de cine) para convertirse en una performance sostenida en el tiempo, donde el perfil digital funciona

como escenario.

A pesar de estas dinámicas, esto no implica que la audiencia haya perdido por completo su capacidad de agencia. Más bien, la dimensión performativa del gusto convive con prácticas de apropiación que complejizan el escenario. En el caso de Letterboxd, la posibilidad de crear listas personales, escribir reseñas íntimas o reivindicar placeres culposos —incluso en forma irónica—, sugiere que los usuarios no solo reproducen normas, sino que también negocian y reconfiguran.

En este sentido, Radakovich (2023) plantea que, si bien las características de la "matriz algorítmica" pueden poner en riesgo la autonomía cultural de la audiencia, especialmente entre las nuevas generaciones, ésta ha demostrado históricamente desarrollar mecanismos de apropiación y resistencia.

Por lo tanto, pensar a los jóvenes como públicos de cine hoy exige ampliar las herramientas analíticas. No basta con saber lo que ven, sino cómo lo ven, cómo lo comparten, y, sobre todo, cómo se piensan a sí mismos a través de esa práctica.

En el contexto del cine chileno se abre la oportunidad de cuestionarnos si las nuevas dinámicas digitales como: los algoritmos, las plataformas de streaming, la nueva crítica de cine de Letterboxd, significan una brecha definitiva entre los públicos preexistentes del cine, o si en cambio ofrecen al cine local una nueva oportunidad de brillar entre las nuevas generaciones chilenas e incluso en otros países. ¿Será ésta la herramienta que impulse al cine chileno al estrellato internacional? ¿Terminará por influenciar a nuestra juventud hacia el consumo de películas estadounidenses, relegando al cine nacional aún más al olvido? ¿O acaso será una herramienta sin influencia sustancial en las tendencias del público general?

En última instancia la pregunta no es si el cine ha perdido su carácter colectivo, sino qué formas de colectividad e individualidad están emergiendo en los nuevos espacios digitales. Porque, aunque las salas terminen por quedar vacías, las pantallas seguirán encendidas. Y detrás de cada perfil, cada reseña, cada lista, hay alguien tratando de decir algo. De sí. Del mundo.

Bibliografía

Bourdieu, P. (1997). Capital cultural, escuela y espacio social (I. Jiménez, Trad.). México: Siglo XXI.

Butler, J. (2002). Gender trouble. New York: Routledge. (Obra original publicada en 1990).

Follows, S. (2025). Can cinemas survive the next 20 years? Exhibition execs on the post-COVID recovery and beyond. Obtenido de Stephen Follows: https://stephenfollows.com/p/can-cinemas-survive-the-next-20-years

Gainza Cortés, C., & Bongers, W. (2018). El cine digital en Chile y Latinoamérica: genealogías de un cambio en la cultura audiovisual del nuevo milenio. Cuadernos.Info, (43), 19–30. https://doi.org/10.7764/cdi.43.1476

Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.

Jacobson, B. R., Hanson, C., & Paredes, V. (2007). Introduction: Deaths of Cinema. Spectator, 27, 5-8.

https://cinema.usc.edu/mediastudies/spectator/27.3supplement2007.cfm

Jay. (22 de septiembre de 2023). The greatest horror of all was the prospect that thatcher may still be alive[1]. Letterboxd. https://boxd.it/4SNHBP

King, J. (2024). Why everyone you know is suddenly a Letterboxd head. GQ. https://www.gq-magazine.co.uk/article/why-everyone-loves-letterboxd

Pipez. (13 de septiembre de 2023). Vieja puta[2]. Letterboxd. https://boxd.it/4QnT3Z

Radakovich, R. (2023). Las matrices del gusto. De la distinción a los algoritmos. Comunicación y Medios, 32(48), pp. 84–95. https://doi.org/10.5354/0719-1529.2023.71013

Simonlegendary. (30 de agosto de 2023). El Cunt [3]. Letterboxd. https://boxd.it/4Mgjv9

Turkle, S. (1999). Looking toward cyberspace: beyond grounded sociology. Contemporary Sociology. https://www.jstor.org/stable/2655534

Yavuz, D. (2024). Understanding Letterboxd users: the platform's influence on film consumption and cinephilia in the digital age. Tesis de maestría, Universidad de Estambul. https://repository.bilkent.edu.tr/bitstreams/7f124476-6f00-45b3-9e09-f45aef4e1a26/download

Notas

1

reseña de la película El conde en Letterboxd

2

Reseña de película El conde en Letterboxd

3

reseña de la película El conde en Letterboxd

Como citar: Gutiérrez, V. (2026). ¿Cuántas estrellas le pusiste?, *laFuga*, 29. [Fecha de consulta: 2026-11-25] Disponible en: http://2016.lafuga.cl/cuantas-estrellas-le-pusiste/1285