

TRABAJO Y ESCRITURA DE GUIONES DE SERIES DE FICCIÓN PARA LAS OTTS AUDIOVISUALES EN ARGENTINA

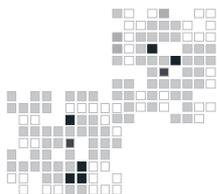
WORK AND SCREENWRITING FOR TV SHOWS FOR AUDIOVISUAL OTTS IN ARGENTINA

O TRABALHO E ESCRITURA DO ROTEIRO DE SÉRIE DE FICÇÃO PARA OTTS AUDIOVISUAL NA ARGENTINA

Ornela Vanina Carboni

■ Docente e investigadora de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina. Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Sus trabajos más importantes son: La organización productiva y del trabajo en los noticieros de cuatro ciudades argentinas (2020), La ficción seriada televisiva en Argentina 2016-2019: del recambio político a las nuevas lógicas de distribución (2021).

■ E-mail: ornelacarboni@yahoo.com.ar; ocarboni@unq.edu.ar



RESUMEN

El objetivo del trabajo es comprender los procesos de organización productiva y del trabajo realizado por los guionistas argentinos cuando escriben series de ficción destinadas a su emisión en las OTTs audiovisuales. El estudio de carácter descriptivo y exploratorio se basa en entrevistas en profundidad a actores clave del sector, y retoma conceptos de la economía política de la comunicación y la cultura, y de la sociología del trabajo. En las conclusiones se recuper la tensión en torno al trabajo creativo, promovida por la participación en múltiples proyectos, los cronogramas laborales, y las contrataciones a corto plazo bajo la categoría de trabajadores autónomos.

PALABRAS CLAVE: ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA Y DEL TRABAJO; OTTS AUDIOVISUALES; GUIONISTAS; ARGENTINA.

ABSTRACT

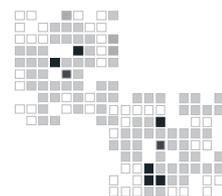
The aim of the study is to understand the processes of productive organization and the work carried out by Argentine screenwriters on TV shows destined for broadcast on audiovisual OTTs. This descriptive and exploratory analysis is based on in-depth interviews with key players in the sector, and includes notions such as the political economy of communication and culture, and the sociology of work. The conclusions once again take into account the tension and stress surrounding creative work, due to demanding work schedules, having to attend to multiple projects simultaneously, and short-term hiring under the category of self-employed workers.

KEYWORDS: PRODUCTIVE AND WORK ORGANIZATION; AUDIOVISUAL OTTS; SCREENWRITERS; ARGENTINA.

RESUMO

O objetivo do trabalho é compreender os processos de organização produtiva e o trabalho feito por roteiristas argentinos quando escrevem séries de ficção destinadas à transmissão em OTTs audiovisuais. O estudo é descritivo e exploratório, conta com entrevistas em profundidade com atores-chave do setor e retoma conceitos da economia política da comunicação e da cultura e da sociologia do trabalho. As conclusões retomam a tensão em torno do trabalho criativo, promovido pela participação em múltiplos projetos, os esquemas de trabalho e a contratação de curto prazo como trabalhadores autônomos.

PALAVRAS-CHAVE: ORGANIZAÇÃO PRODUTIVA E DO TRABALHO; OTT AUDIOVISUAL; ROTEIRISTAS; ARGENTINA.



1. Introducción

En la última década el sector audiovisual argentino ha sufrido una serie de transformaciones, desde la emergencia de oferentes hasta los cambios operados en las formas de consumo. Estas modalidades acusan su impacto en los procesos de organización del trabajo y en las rutinas laborales. Al mismo tiempo, se advierte la reconfiguración de la cadena productiva, los movimientos en la estructura de propiedad de las empresas y los modelos de negocios que aún no logran la estabilidad necesaria para sostener el funcionamiento operativo de las empresas de servicios digitales audiovisuales bajo demanda OTTs (en adelante OTTs audiovisuales).

Con respecto a la participación de las OTTs audiovisuales en el mercado nacional, en 2021, cinco compañías retuvieron el 78% del *market share*: Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, HBO Max y Paramount+ (Havas, 2022).

Para comprender el estado de situación, se observa que desde la década de 1990 el sector audiovisual televisivo experimentó cambios provocados por la privatización de las señales que impactaron en la gestión de los canales, verificándose un pasaje de la producción *in house* a la contratación de productoras audiovisuales televisivas creadas en ese período (Carboni, 2015).

En los inicios del siglo XXI emergieron otras alianzas entre las productoras audiovisuales televisivas locales y los grandes sellos productores transnacionales. Este breve relato es útil para comprender de qué modo se ha desarrollado la producción de contenidos ficcionales en Argentina y permite situar la relación que desde 2018 en adelante se comenzó a tejer con las OTTs audiovisuales.

En el 2020 se reflejaron condiciones productivas excepcionales para estos formatos debido a la

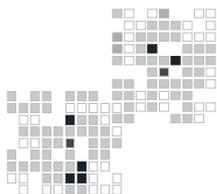
pandemia por Sars-Cov2, y la televisión abierta se volcó a otros contenidos de entretenimiento. Frente al declive de la producción de ficciones para el mercado nacional, las productoras audiovisuales locales y los trabajadores que forman parte de las diferentes ramas técnicas y artísticas han encontrado un espacio para poder desarrollar su trabajo en las OTTs audiovisuales.

El objetivo de este estudio es comprender los procesos de organización productiva y del trabajo realizado por los guionistas argentinos cuando escriben series de ficción destinadas a su emisión en las OTTs audiovisuales. En términos específicos se pretende comprender los tiempos y plazos delimitados para el desarrollo de un producto; el trabajo creativo; y elucidar a partir de las subjetividades de los guionistas entrevistados los formatos y géneros en boga, y los requerimientos de estas compañías que *a priori* conocen las necesidades de las audiencias y se insertan en mercados globales.

El trabajo de carácter descriptivo y exploratorio, por un lado, se focaliza en entender la cadena productiva de los proyectos que se gestan. Por otro lado, busca sistematizar las formas de organización del trabajo de los guionistas dentro de este sector.

La investigación resulta relevante puesto que son pocas las propuestas que han avanzado en el estudio de los procesos de organización productiva y del trabajo y de las condiciones laborales (Mosco y McKercher, 2009; McKinlay y Smith, 2009; Mayer, Banks y Thornton, 2009; Hesmondhalgh y Baker, 2010).

El artículo se estructura a partir de la exposición del marco teórico y metodológico; la descripción de la cadena productiva para comprender las lógicas generales de organización del trabajo; la explicación de las formas de trabajo de los guionistas y las conclusiones derivadas del escrito.



2. Concepciones teórico-metodológicas

El estudio utiliza una serie de conceptos propios de la economía política de la comunicación y la cultura para analizar las formas de producción, comercialización y distribución de los productos culturales en un contexto marcado por la digitalización, la convergencia, la concentración y el establecimiento de los servicios de *streaming*. Al mismo tiempo, recupera términos clave de la sociología del trabajo para comprender las lógicas de la organización productiva y del trabajo, en particular, frente a los procesos de tercerización y/o externalización y flexibilización laboral.

La economía política de la comunicación delimita que las industrias culturales producen bienes simbólicos. Estos productos se caracterizan entre otras cuestiones por su alta aleatoriedad de la demanda y por poseer una obsolescencia incorporada. En el caso de las producciones de ficción implican un elevado riesgo para la inversión del capital, sin conocimiento del retorno del mismo. Por este motivo, se diagraman estrategias para reducir estos efectos, como recurrir a un sistema de estrellas y efectuar un análisis de factibilidad sobre los aspectos subjetivos y económicos de cada proyecto. Del mismo modo se destaca que estos bienes son concebidos por el trabajo creativo, el cual constituye uno de los ejes para abordar el análisis.

El trabajo creativo es esencial porque de él deriva el valor simbólico único e invaluable de los bienes, en tanto que su valor económico es cuantificable cuando los productos ingresan al mercado. Si bien el trabajo creativo ha perdido autonomía dentro de las producciones culturales, no se puede reemplazar completamente, puesto que genera prototipos que otorgan un carácter específico a cada mercancía cultural (Flichy, 1982; Zallo, 1988, 2011).

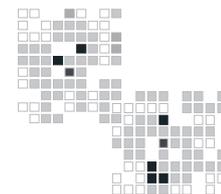
En relación al objeto de estudio, la elaboración de ficciones para las OTTs audiovisuales

conlleva un proceso de producción discontinuo y una lógica de catálogo, no está sujeto ni a la programación, ni a la emisión de flujo de las señales televisivas. Esta diferencia es central para observar de qué modo se desarrollan las fases productivas típicas del sector audiovisual.

Por su parte, los estudios de la sociología del trabajo permiten comprender las transformaciones operadas en las formas de trabajo y en los modos de acumulación y valorización del capital, la conflictividad laboral y la reorganización productiva (De la Garza, 2000). Como destaca Novick (2000) la reconversión empresarial acentuó la tendencia a subcontratar, externalizar y/o tercerizar actividades, así como establecer alianzas estratégicas entre las grandes y pequeñas firmas.

Al respecto, se retoma el concepto de cadenas globales de valor, es decir las posibilidades que tienen las empresas de países emergentes de integrarse en cadenas globales de servicios, a expensas de reducir la intervención de los trabajadores y de depreciar los salarios puesto que se compite en mercados más amplios (Del Bono y Bulloni, 2021). En el caso de esta investigación, las OTTs audiovisuales contratan a productoras audiovisuales locales para el desarrollo de determinados contenidos y/o productos, estas a su vez convocan a los trabajadores de las diferentes ramas técnicas y artísticas (producción, dirección, arte, sonido y edición) para la ejecución de un proyecto determinado.

En las industrias culturales, al igual que en otras actividades económicas, la flexibilización laboral y la descentralización de la producción causaron diversificación y polarización de empleos (De Mateo y Bérge, 2011). Además, se establecieron/establecen relaciones asimétricas entre las OTTs audiovisuales y las productoras locales audiovisuales que terminan por ofrecer algo más que un servicio de producción.



Sus funciones, en general, comienzan con la generación de los guiones y se extienden por todo el proceso productivo. Sin embargo, el corte final del material audiovisual es potestad de la compañía que invierte el capital y que retiene todos los derechos de propiedad intelectual, de exhibición y distribución.

En términos metodológicos se procedió a la revisión bibliográfica y a la readecuación de conceptos clave, se realizó una búsqueda no exhaustiva de recortes periodísticos ligados a la temática y se efectuaron seis entrevistas en profundidad a guionistas argentinos, a los cuales se hará referencia como Guionista 1, 2, 3, etc. para sostener el anonimato cuando se los cite de modo directo. Además, se optó por el criterio de agrupar en tópicos aquellas respuestas en las cuales se hayan registrado resultados similares. Para nutrir la investigación, se realizaron otras tres entrevistas a actores ligados a este sector industrial. En esta dirección por tratarse de un estudio inicial se plantearon una serie de preguntas básicas y se habilitó la opción de repreguntar. Las formulaciones se orientaron a comprender de qué modo se desarrolla el trabajo de los guionistas, cómo llegan a integrar los proyectos, qué lugar ocupan en el proceso productivo y en qué medida pueden desarrollar un trabajo creativo.

La cadena productiva en movimiento

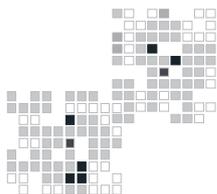
La forma de organización del proceso productivo en las OTTs audiovisuales es dinámico y versátil. Esto se explica por diversos aspectos. En primer lugar, se destacan los constantes movimientos de capital y fusión de las empresas (por ej.: Discovery y WarnerMedia han creado Warner Bros. Discovery, abril 2022). Estos cambios impactan en la estructura organizacional de las compañías y en los proyectos dado que aparecen lógicas diferentes para avanzar en la producción. En segundo lugar, cada OTT

audiovisual presenta su propio funcionamiento corporativo, caracterizado por la presencia de un representante o coordinador para América Latina que en simultáneo evalúa los proyectos para la región. Por citar casos, en general, Netflix es más expeditivo y fluido para producir un contenido y una vez que está aprobado, se ejecuta. En tanto que en Amazon Prime Video el proceso puede detenerse en cualquier momento, aún con un desarrollo de seis meses o más. Mientras que HBO Max evalúa una gran cantidad de proyectos (o ideas desarrolladas), la decisión final puede demorarse, pero cuando se obtiene el acuerdo se inicia el proceso productivo. Como se verá luego esto impacta, directamente, en las condiciones laborales de los guionistas. En palabra de uno de los informantes:

Pero también tiene que ver, no con gusta o no gusta, sino que las plataformas tienen sus políticas de programación que cambian todo el tiempo. Si en el mes uno te decían que buscaban una Biopic, en el mes cinco necesitan un true crime con un personaje mítico y en otro momento te dicen que buscan empatizar desde el punto de vista del personaje. Otros te dicen todo muy bien con la peripecia, pero lo que el público quiere es la historia de amor (Productor 1)

El tercer aspecto, vinculado al anterior, está ligado a las asimetrías estructurales entre estas compañías globales y las empresas que subcontratan. Del mismo modo, operan las “cadenas globales de valor” y las estrategias de desintegración vertical que están acompañadas por la posibilidad de abaratar costos laborales y actuar de acuerdo al grado de sindicalización de los trabajadores (Del Bono y Bulloni, 2021).

En cuarto lugar, se mencionan los circuitos de las ideas y el desarrollo de los contenidos antes de que se inicie la fase de *producción per se*



(grabación y/o rodaje), entre los que se destacan:

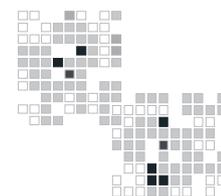
- a) Contenido por adquisición: es una especie de licencia, el proyecto lo desarrolla una productora, y lo financia una OTT audiovisual. En estos casos, los presupuestos son más acotados y hay más “libertad” en la realización del producto. Si bien la compañía revisa los guiones y se efectúan devoluciones sobre las piezas audiovisuales, hay mayor laxitud que en los llamados “originales” (por ej.: *Casi Feliz* de HC Films y Tiger House exhibido en Netflix en 2020).
- b) Contratación directa de una OTT audiovisual a una productora local: se conforma un equipo de autores, colaboradores autorales y un jefe o coordinador del equipo, al que se suman los desarrolladores de las compañías. Luego de contar con la biblia, se avanza en la escritura de los capítulos, con constantes devoluciones y reescrituras. A la par, se confecciona el presupuesto, se definen las locaciones y se diagrama el plan de rodaje general. Finalmente, se efectúa la producción *per se* y la *post* producción (por ej.: *Días de Gallo* de Zeppelin Studios y Warner Media Latin America, emitido en HBOMAX en 2021; *Porno y Helado*, de Navajo Films; Claxson y Salado, exhibido en Amazon Prime Video en 2021).
- c) Desarrollo de proyectos en busca de financiamiento: los guionistas pueden ofrecer directamente algún producto a las OTTs audiovisuales o estas convocar a un guionista para un desarrollo en particular. Estas opciones son menos frecuentes porque lo habitual es que las productoras actúen como las intermediarias entre los autores y las compañías exhibidoras. Por ej.: la serie *María Marta: el crimen del country*, el guionista fue convocado inicialmente

por WarnerMedia Latin America, que contrató a Pol-Ka y Kapow para los servicios de producción, el contenido se estrenó en julio de 2022 por HBO Max – compañía que forma parte del grupo que impulsó el proyecto-. Mientras que, en la *remake* de la serie argentina *El Clan*, el autor fue convocado directamente por la productora Underground¹ propiedad Telemundo (NBC Universal), esta última poseía acuerdos comerciales con Netflix para emitir el producto final. Por último, en *El Reino* estrenada en 2021 por Netflix, los guionistas establecieron el vínculo con la empresa, y luego se gestionó con *K&S Films* los servicios de producción.

Al igual que en otros productos audiovisuales se sostienen las fases productivas –pre producción, producción *per se* y post producción. Hay un cronograma de trabajo con diferentes fases de aprobación del proyecto y en aquellos que cuentan con amplios despliegues de producción se calculan diez jornadas de trabajo por capítulo. En la cadena de producción, la etapa de producción *per se* coincide con la post producción, por eso es común que haya más de un director en las series. La organización del trabajo se diseña en función de las entregas parciales que solicitan las plataformas, que a su vez evalúan el material y solicitan ajustes. Si esto sucediera al finalizar las grabaciones, habría menor posibilidad de incorporar cambios y los plazos de estreno se extenderían demasiado, en consecuencia, el producto podría perder valor comercial.

En resumen, las OTTs audiovisuales efectúan la inversión de capital y controlan todo el proceso productivo, a pesar de ello, transfieren o dejan en manos de las productoras audiovisuales

¹ La productora se fundó en 2006 por los productores argentinos Sebastián Ortega y Pablo Cullel y fue vendida al conglomerado internacional en 2019. Ortega mantuvo el rol de productor ejecutivo.



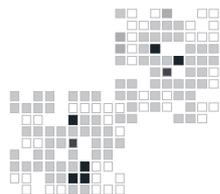
locales la realización de las fases productivas. En otras palabras, esto implica cierto grado de abaratamiento de los costos productivos al no invertir en infraestructura y al no contratar de modo permanente al personal. Esta lógica es similar a la relación entre los canales de televisión en abierto y las productoras audiovisuales locales, la diferencia radica en que se opera sobre mercados internacionales, con mayor movilidad del capital y flexibilidad de la mano de obra. Los aspectos mencionados inciden en el trabajo creativo debido a que la premisa central se sustenta en que el producto “viaje” y se consume en simultáneo en varios países, con el fin de generar conversación en las redes sociales digitales y *engagement* con las audiencias. Esto conlleva a tomar decisiones que se desvinculan de las ideas originales planteadas por los guionistas, desde el propio desarrollo de las historias hasta la selección del talento artístico que quedan enmarcados en las lógicas de comercialización y *marketing*. A su vez, como se verá luego, se establecen condiciones contractuales a corto plazo y en las cuales los trabajadores dependen de su capacidad de negociación individual en un mercado de “ideas globales” y sin fronteras, en el cual el capital se mueve rápido para reducir los costos laborales y opera sin necesidad de establecerse física y fiscalmente dentro de los territorios nacionales.

y su producto, entre las tareas de creación y de ejecución, aspectos que parecieran constatarse particularmente en el trabajo de los guionistas para ficciones seriadas. En el caso de estos trabajadores, se suma que a diferencia de otros actores que integran la cadena de producción, estos no deben desplazarse a ningún espacio físico, oficina, estudio o unidad productiva para desarrollar sus tareas (Carboni, 2015). Esto habilita que puedan trabajar en diversos contenidos para diferentes mercados al mismo momento y desde un único lugar.

Al focalizar en las formas de organizar el trabajo, los entrevistados señalan una primera instancia de desarrollo que incluye la confección de la biblia y el primer episodio, esta entrega inicial puede atravesar diversas lecturas, aunque marcan que no siempre es sencillo identificar a los interlocutores, sus roles dentro de las OTTs audiovisuales o la interacción real e intercambio de esa idea germinal al interior de las empresas. A la complejidad de esta etapa, se adiciona la rotación del personal dentro de estas compañías que puede acabar con la cancelación de proyectos ya aprobados, e incluso desestimar los que están en la fase de grabación.

En caso de sortear esta instancia, es común trabajar en duplas autorales para discutir la temporada. Luego uno de los guionistas confecciona la escaleta y el otro los diálogos, o bien parten de una estructura y cada guionista escribe un capítulo.

Es complejo organizar equipos de trabajo por el tipo de producto requerido y por la complejidad de consolidar equipos autorales debido a las condiciones salariales. A diferencia de otros empleos dentro del sector audiovisual, no existe una escala salarial definida, cada uno negocia sus propias condiciones contractuales y de alguna manera le pone “precio” a su trabajo, en función de la experiencia y trayectoria previa (*track record*) de cada uno. Este escenario favorece la



4. Escribir en tiempos de OTTs audiovisuales

La reconfiguración del capitalismo internacional y la nueva división internacional del trabajo implica reflexiones acerca de quiénes, cómo, dónde y en qué condiciones producen (Miller, 2018). Además, estos cambios operan profundizando algunos de los rasgos de la etapa previa, en la cual como describe Tremblay (2011) el trabajo se organiza en torno al modelo capitalista de doble separación entre el productor

precarización y flexibilización laboral porque hay un grupo de trabajadores, al igual que en otros sectores económicos, dispuestos a efectuar el trabajo por una remuneración menor.

Esto permite plantear una serie de problemáticas. Una está ligada a los tiempos de trabajo, las experiencias son diversas y dependen de cada proyecto. Los plazos estarán sujetos a las necesidades de las OTTs audiovisuales, pero se estima que el proceso de escritura, revisión y reescritura puede oscilar entre los seis meses y los dos años. En parte estos tiempos se derivan del momento en el cual el guionista se incorpora al proyecto, la productora puede tener la biblia y las líneas principales de cada capítulo lo cual agiliza el proceso de escritura o bien una idea original en la cual hay que trabajar para su desarrollo. También, existe la posibilidad de que los guionistas negocien directamente con las OTTs o que estas los convoquen para un trabajo puntual.

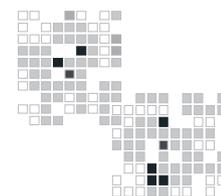
Una vez iniciado el proceso de escritura, continúa la etapa de revisión de los diversos guiones por parte de la productora local y de la OTT audiovisual. En el caso de estas últimas, de acuerdo a cada empresa, las lecturas las realizan los directivos regionales o el personal a cargo del área de desarrollo de contenidos, para pasar hacia otra instancia de evaluación, es decir que persiste una estructura jerárquica y empresarial rígida. Por tal motivo, lo que se denomina “luz verde”, esto es la aprobación de los guiones para continuar con la fase de preproducción puede demorar meses. Esto para los trabajadores es complicado porque implica confeccionar capítulos y aguardar la resolución. Por lo cual, deben participar en varios proyectos a la vez, dado que se consideran trabajadores autónomos, excepto que obtengan contratos de exclusividad por plazos más extensos con las compañías. Como expresa Deuze (2007), “la situación de los trabajadores de los medios puede ser descrita como semipermanente, siempre moviéndose

entre el trabajo intensivo y los cortos o largos períodos sin empleo (...)” (p.175). Así lo expone uno de los entrevistados:

(...) como uno es freelance y no sabe cuándo volverá a tener trabajo, toma todo lo que puede. Y eso obviamente, va en detrimento del producto, del rendimiento de uno como guionista en los proyectos, entonces hay un montón de guionistas haciendo dos o tres proyectos al mismo tiempo, se atrasan en todos y rinden el 30% en cada uno. Eso tiene que ver con que los proyectos no se pagan bien, y no está organizado el mercado audiovisual, no hay seguridad de totalmente nada (Guionista 1).

Esto conlleva otro eje conflictivo que se vincula con la inestabilidad y flexibilidad laboral, en las OTTs audiovisuales los guionistas desarrollan de dos a tres episodios, sin saber si el proyecto se realizará. En este sentido, en los contratos se pueden negociar determinadas cláusulas ligadas al desarrollo inicial de la idea, estipular una cantidad de revisiones y el pago. A pesar de ello, si el producto no se aprueba, de alguna manera ese trabajo creativo se pierde, aquí aparece la idea de la producción justo a tiempo y a demanda de las necesidades del mercado o de una productora (más propia del modelo toyotista), aspecto que se visualiza también en los formatos, género y temáticas de los productos. Lo expuesto debe considerarse en función de lo intrincado que resulta el proceso productivo de los contenidos audiovisuales, las fases productivas y las ramas técnico-artísticas que involucra, cada una con sus particularidades.

El trabajo creativo queda sujeto a cada proyecto, mientras que algunos guionistas entienden que son parte del proceso productivo, importante porque aportan la materia prima inicial para dar inicio al proyecto, su función no es excluyente y está ligada a las necesidades de la productora



y la OTT audiovisual. La valorización de estos productos culturales es aleatoria, está ligada al trabajo concreto incorporado y al capital simbólico del guionista dentro del mercado audiovisual, así el costo de cada capítulo no se puede establecer por el trabajo abstracto incorporado.

Al mismo tiempo, los guionistas preservan cierto grado de autonomía, aunque no eluden por completo la vigilancia del capital. Como se ha descrito, a medida que avanzan en el proceso de escritura, aparecen instancias de lectura, revisión e intercambio del material escrito.

Hay mucha gente opinando, demasiada. Hay casos en que hay un referente aquí en el país, y otro en EE.UU., otro en Londres, o en vaya a saber qué lugar, que confunden más al autor de lo que lo ayudan. Es importante que el director tenga la capacidad para leer el guión y hacer lo que se plantea, y no querer hacer con ese guión la serie que a él le habría gustado. Lo he visto mucho y allí entonces se arma un Frankenstein muy difícil de manejar con un resultado final que no puede nunca ser positivo (Ricardo Rodríguez, en Liponetzky, 2021).

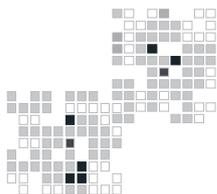
En este sentido, regiría la aplicación del código laboral y los mecanismos de control externo, operando el control simple y directo, el control grupal y el autocontrol (Roldán, 2010). Así pues, se registra un período de creación y una instancia en el cual los guiones son leídos por más de una persona, hay una mirada de otros que revisan y sugieren o directamente solicitan modificaciones en el escrito. Esto puede derivar en dos situaciones, en una mejora en la calidad del producto final porque los interlocutores son profesionales que han participado en la elaboración de obras audiovisuales o bien elaborar un contenido atravesado por múltiples miradas que pueden constituirse en un sin sentido.

El trabajo con el guionista tiene a los dos interlocutores, a la productora y a la plataforma que tiene la pantalla. Desde ya que, la última palabra la tiene la plataforma que financia el proyecto. Entonces, si bien opina el productor local y la plataforma, si hubiera alguna discrepancia, el criterio de la plataforma se impone (Guionista 1).

Otro punto está ligado a la cantidad de temporadas, de capítulos y a la duración de las ficciones. Los guionistas observan que hay continuidades en relación a la definición de la temática general del producto y la definición de las tramas y sub-tramas centrales. Con respecto a la extensión, no está establecido previamente que tenga que tener 13 episodios y durar 50 minutos. Las OTTs promueven que la cantidad de capítulos sea entre 6 y 12; y que la duración en minutos se adecue a los requerimientos narrativos. Así lo refiere uno de los entrevistados:

En el aire está estandarizado 45-47 minutos. Acá no, lo importante es que la gente lo mire, no hay un tiempo a cubrir, tampoco está el tema de la publicidad. Lo que importa es que sea potente y que la gente sea fiel a la plataforma (Guionista 2).

La narrativa y los géneros subsisten, pero aparecen híbridos. En este sentido, lo que se busca es que los contenidos puedan ser consumidos en diferentes partes del mundo, por eso los guionistas entrevistados aseguran que los capítulos son escritos en español (argentino), ese rasgo local se mantiene y cuando son contratados para otros países, siempre hay dialoguistas del país de origen para darle credibilidad y veracidad a los guiones con los giros lingüísticos e idiomáticos propios de cada lugar. Un aspecto que surgió en la mayoría de las entrevistas es la perspectiva de género en los proyectos, la búsqueda de miradas



femeninas en temáticas que puedan requerir otras interpelaciones, por ej. en la adaptación de la obra Santa Evita de Tomás Eloy Martínez se convocó a dos guionistas argentinas.

Los guionistas participan del proyecto hasta el cierre del guión y después pueden ser convocados para la reescritura particular de escenas frente a imprevistos que puedan aparecer al momento de la producción *per se*. En este punto se observa lo expresado por Tremblay (2011) al remarcar la escisión que existe entre el productor y su obra, y podría agregarse la concepción inicial sobre el tipo de producto. De lo expuesto, se deriva que, además, de la subsunción formal del trabajo al capital establecido en el plano contractual, aparece la subsunción real, toda vez que el trabajador se somete a la dirección, vigilancia y mediación del capital en la organización del trabajo (Marx, 1975). En los relatos quedan especificadas estas cuestiones, los guionistas relegan autonomía y control sobre el proceso productivo y sus funciones quedan circunscriptas a la escritura de los guiones que compondrán la serie, con escasa o nula participación en las instancias posteriores.

Al respecto, una de las preguntas que subyace es cuáles son los límites para el trabajo creativo y quién tiene el control creativo. Esto es complejo de responder, en parte porque los guionistas que forman parte del *star system* tienen más oportunidades de negociar sus condiciones laborales y los términos de sus contratos, así como la posibilidad de ser consultados sobre el rumbo de los proyectos. En palabra de uno de los guionistas:

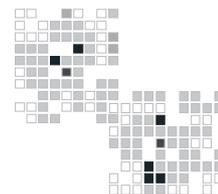
Yo creo que me empezaron a dar lugar cuando sumé pergaminos, al principio mi opinión no era decisiva o no era tenida en cuenta (...) También depende del director/a, porque algunos creen que les usurpas el lugar. El autor tiene una mirada, sabés la progresión de la idea, de dónde arrancó y cómo evolucionó,

porque se sugiere determinada canción u otra, por ejemplo (Guionista 4).

El control creativo final recae sobre la compañía que tiene los derechos de exhibición, aunque puede existir cierto grado de consenso con la productora local y el *showrunner* en los proyectos en los cuales aparece este rol. Esta figura conserva la visión general, es el nexo entre el equipo técnico-artístico y la OTT audiovisual, “tu trabajo se convierte en hacer lo que mejor sabes hacer producir, dirigir, guionar, coordinar equipos de guionistas” (Hernán Guerschuny, 2021). Esto se traduce en observar cómo opera el poder y la interacción de fuerzas. Como expone Miller (2018):

La transnacionalización de Hollywood y otras industrias culturales con sede en EE.UU, sobre todo el uso de recursos financieros o laborales de otros países, no quiere ser flexible en su control sobre los procesos, solamente en el uso de trabajadores. Los procesos siguen quedando firmemente en manos de las empresas estadounidenses (Miller, 2018, p. 40).

Entre el aparente “caos” y las supuestas “certezas”, no es novedoso señalar que las OTTs audiovisuales se guían por análisis de mercado, algoritmos, métricas, *likes* en redes sociales, pero cuál es el lazo que se establece con el trabajo de los guionistas. En primera instancia, se observa que existe cierta opacidad en la información, las empresas brindan datos muy generales sobre el resultado de los contenidos emitidos (líneas argumentales y personajes con más aceptación, porcentaje de audiencia que miró todo el contenido, etc.), no obstante, hay pautas que indican el éxito del producto final, por ej: la convocatoria para realizar una segunda temporada. Sobre este aspecto, los guionistas entrevistados han señalado que las OTTs



audiovisuales están interesadas en producir más de una temporada, para ello necesitan estrenar la serie y observar su rendimiento, sucede que estos productos tienen una alta aleatoriedad de la demanda, entonces solo cuando un contenido alcanza cierto grado de repercusión, en particular, durante la primera semana de estreno, se avanza hacia otras temporadas. A veces se escriben en simultáneo, aunque no existan certezas sobre su ejecución.

5. Conclusiones

De las entrevistas efectuadas se evidencia la complejidad de establecer regularidades en el proceso productivo y la diversidad en la concepción, diseño y desarrollo de los productos. En tal sentido puede suceder que una OTT audiovisual entre en contacto con una productora local para diagramar un contenido y que a partir de allí se contrate al resto del equipo, incluyendo a los guionistas. Otra opción es que la productora local ofrezca a la OTT audiovisual un producto para el cual está buscando financiamiento. También, una opción menos frecuente, consiste en que el guionista, en función de su posicionamiento en el mercado local, presente un proyecto a la OTT audiovisual, y posteriormente se pauten con una productora los servicios de producción. En contraposición, es habitual que las OTTs audiovisuales se contacten con guionistas.

Otro punto común es la dificultad en la concreción de los proyectos, la falta de claridad sobre los interlocutores (quiénes son y qué hacen en la empresa), la cantidad de personal que opina sobre el contenido y las historias, sin estar ligados a los aspectos creativos de las obras como el área de marketing o de legales de las compañías. Asimismo, en el caso argentino se suman las condiciones del mercado audiovisual, la escasez

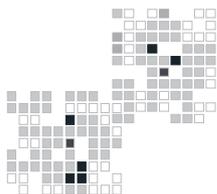
de producción de ficción en la televisión abierta que es un semillero tanto del talento artístico como del técnico-creativo.

En el texto se remarca que estos trabajadores creativos, en la mayoría de los casos, ejercen su profesión de modo autónomo, esto los obliga a estar en más de un proyecto al mismo tiempo, a la espera de la confirmación de la serie. A su vez, los contratos se negocian de forma individual, aunque los guionistas cuenten con determinados marcos de referencia por estar insertos en ese contexto laboral.

Lo descrito puede atentar contra el trabajo creativo y la calidad del contenido, toda vez que el trabajador se ve forzado a trabajar en proyectos de modo simultáneo, en un mercado con un alto grado de inestabilidad e inseguridad laboral. Estos aspectos se enmarcan dentro de la flexibilidad organizativa del sector, la ausencia de políticas públicas específicas y la existencia de marcos normativos laborales que intentan readecuarse al escenario productivo en curso. De este modo, varios de los entrevistados arguyen que la ausencia de ideas claras detrás de cada producto y las formas organizacionales adoptadas desalientan el trabajo creativo y la innovación.

Como se puede observar el tema es complejo y no se agota en estas páginas, un aspecto pendiente de análisis se vincula con los derechos de autor y los derivados de la comunicación pública de las obras con respecto a los acuerdos que pueden establecer las instituciones gestoras de derechos.

Las formas de organización productiva, la deslocalización y la externalización de las producciones ponen en juego la soberanía cultural y simbólica toda vez que los contenidos están atravesados por miradas globales en la búsqueda de la valorización y acumulación del capital.



Referencias

- CARBONI, Ornella. *Los procesos de organización productiva y del trabajo en las tiras diarias de la televisión abierta argentina (2002-2012)* (Tesis doctoral). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina, 2015.
- DEUZE, Mark. *Media Work: Digital media and society series*. UK: Polity Press, 2007.
- DEL BONO, Andrea; BULLONI, María Noel. Tercerización laboral en la era digital: viejos problemas y nuevos desafíos. *Caderno CRH*, Universidade Federal da Bahia: Brasil, vol. 34, e021032, 2021. Disponible en: <https://bit.ly/3BqYDDt>. Acceso en: 28 mar 2022.
- DE LA GARZA TOLEDO, Enrique. Las teorías sobre la reestructuración productiva y América Latina. In: DE LA GARZA TOLEDO, Enrique (comp.). *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*, México DF: Fondo de Cultura Económica. 2000, p. 716-734.
- DE MATEO, Rosario; BERGÉS, Laura. Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la Industria de la comunicación y en la gestión empresarial. In: Campos Freire, Francisco (eds). *El nuevo escenario mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social. 2011, p. 109-136.
- FLICHY, Patrice. *Las multinacionales del audiovisual*. Barcelona: Gili, 1982.
- GUERSCHUNY, Hernán (2021). Episodio 3: ¿Cómo se crea, produce y piensa una ficción original para una plataforma SVOD? [Episodio de podcast]. *Todo TV NEWS*. Disponible en: <https://bit.ly/3D97lrf>. Acceso en: 15 mar. 2022.
- HAVAS Argentina. *Panorama 2022*. Disponible en: <https://arg.havas.com/>. Acceso en: 30 abr. 2022.
- HESMONDHALGH, David; BAKER, Sarah. *Creative Labour. Media work in three cultural industries*. USA: Routledge, 2010.
- LIPONETZKY, Carolina. Guionistas argentinos: nuevas estrellas de las plataformas. *Ámbito Financiero*, Argentina, 26 de abril. 2021. Disponible en: <https://bit.ly/3TVu7ZB>. Acceso en: 20 abr. 2022.
- MARX, Karl. *El capital. Crítica de la economía política*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 1975[1867].
- MAYER, Vicki et al. *Production Studies*. Nueva York: Routledge, 2009.
- MCKINLAY, Alan; SMITH, Chris. *Creative Labour, working in the creative industries*. Nueva York: Palgrave Macmillan, 2009.
- MILLER, Toby. *El trabajo cultural*. Barcelona: Gedisa, 2018.
- MOSCO, Vicent; MCKERCHER, Catherine. *The laboring of communication: will knowledge workers of the world unite?*, United Kingdom: Lexington Books, 2009.
- NOVICK, Martha. La transformación de la organización del trabajo. In: DE LA GARZA TOLEDO, Enrique (comp). *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. México: Fondo de Cultura Económica, 2000. p. 123-147.
- ROLDAN, Martha. Trabajo “Creativo” y Producción de Contenidos Televisivos en el marco del Capitalismo Informacional Contemporáneo, Reflexiones sobre el caso argentino en los 2000. In: SEL, Susana (coord). *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo*. Buenos Aires: CLACSO. 2010, p. 69-98.
- TREMBLAY, Gaëtan. Industrias Culturales, economía creativa y sociedad de la información. IN: ALBORNOZ, Luis (comp.). *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Buenos Aires: Paidós. 2011, p. 109-138.
- ZALLO, Ramón. *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal, 1988.
- ZALLO, Ramón. *Estructuras de la comunicación y la cultura*. Barcelona, Gedisa, 2011.

