



## **Series web en la Argentina**

LEONARDO MUROLO

# Series web en la Argentina

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Rector  
Alejandro Villar

Vicerrector  
Alfredo Alfonso



Bernal, 2019

Colección Medios&redes  
Dirigida por Cora Gornitzky

---

Murolo, Leonardo  
Series web en la Argentina / Leonardo Murolo. - 1a ed. - Bernal :  
Universidad Nacional de Quilmes, 2019.  
127 p. ; 20 x 14 cm. - (Medios & redes / Gornitzky, Cora)

ISBN 978-987-558-629-1

1. Comunicación. 2. Web. 3. Televisión. I. Título.  
CDD 302.2345

---

© Leonardo Murolo, 2019  
© Universidad Nacional de Quilmes, 2019

Universidad Nacional de Quilmes  
Roque Sáenz Peña 352  
(B1876BXD) Bernal, Provincia de Buenos Aires  
República Argentina

ediciones.unq.edu.ar  
editorial@unq.edu.ar

ISBN: 978-987-558-629-1

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723  
*Impreso en Argentina*

# ÍNDICE

<b>Agradecimientos</b> . . . . .	9
<b>Introducción.</b> Ni cine ni televisión . . . . .	11
Lenguaje audiovisual, historia, definiciones y punto de partida . . . . .	14
<b>1. El surgimiento</b> . . . . .	21
Novebox, Videos X Vos y MSN videos . . . . .	25
Los multimedia y las marcas . . . . .	25
Las primeras propuestas independientes . . . . .	38
<b>2. La consolidación.</b> . . . . .	55
Pantallas, convocatorias y reconocimientos . . . . .	60
<b>3. Las pantallas que las programan</b> . . . . .	69
UN3 y la apuesta competitiva universitaria . . . . .	70
FWTV y el entretenimiento como estandarte . . . . .	75
CINE.AR play, Cont.ar y el Estado como programador de contenidos. . . . .	78
Otros intentos . . . . .	82
<b>4. Las convocatorias que las financian.</b> . . . . .	85
Bienal Arte Joven Buenos Aires . . . . .	86
Espacio Santafesino. . . . .	91
Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. . . . .	92
Fondo Nacional de las Artes . . . . .	93
<b>5. Los eventos que las reconocen</b> . . . . .	95
Los festivales de series web en el mundo . . . . .	95
El Buenos Aires Web Festival . . . . .	98

El Martín Fierro de Cable y el Martín Fierro Digital . . . . .	100
El reconocimiento de la crítica . . . . .	104
<b>A modo de cierre.</b> Construcción de una identidad audiovisual y constitución como industria cultural . . . . .	109
<b>Referencias bibliográficas y fuentes web</b> . . . . .	119

## AGRADECIMIENTOS

Este libro es posible gracias al trabajo en conjunto que realizamos en la Universidad Nacional de Quilmes. Por lo cual quiero agradecer a los/as compañeros/as del programa de investigación “Tecnologías digitales, educación y comunicación. Perspectivas discursivas, sociales y culturales”. A los/as profesores/as Alfredo Alfonso, Daniel González, Alejandra Pía Nicolosi, María Valdez, Ileana Matiasich, Julia Augé, Jorge Luis Núñez e Ignacio del Pizzo, con quienes construimos conocimiento colectivo sobre audiovisual, viejas y nuevas narrativas. Un agradecimiento especialmente a Cora Gornitzky y a Daniel Badenes por sus minuciosas lecturas y valiosas sugerencias.

Al equipo del proyecto de investigación “Nuevas pantallas: usos y narrativas de las tecnologías de la comunicación digital”, puntualmente a Ailín Russo, con quien investigamos la afición por las series web y hemos brindado charlas juntos sobre el tema.

A mis estudiantes de Nuevas pantallas y Narrativas transmedia, de pregrado, grado y posgrado, por esa magia de pensar juntos estos fenómenos, convirtiendo la docencia en una actividad de renovación constante.

# INTRODUCCIÓN

## Ni cine ni televisión

Una apuesta por la investigación sobre nuevas narrativas audiovisuales debe en principio describir el universo que contempla para proponer líneas de análisis y arrojar una crítica del fenómeno. Esta tarea resulta compleja a la luz de una actividad sincrónica que indaga una industria en movimiento, que se encuentra (re)creando y ensayando sus propias lógicas y delimitaciones.

En primer lugar, debemos entonces focalizar –más que recortar– el objeto de estudio. Una necesaria definición debe abordar la dimensión espaciotemporal, de la cual se desprende un estudio sobre las series web en Argentina. Estas no son un invento argentino, de hecho, hay países en donde se han consolidado como un producto de fuerte consumo. La guía del crítico Joël Bassaget (2016), que recopila y comenta series web a escala mundial, da cuenta de la multiplicidad de títulos, géneros y países en donde se producen. Asimismo, en el mundo se comienzan a vislumbrar regularidades en cuanto al formato, mientras que las políticas públicas de fomento a la producción y la industria cultural de algunos países le otorgan un lugar creciente a este tipo de iniciativas. Sin embargo, creemos necesario realizar un relevamiento más profundo que descriptivo sobre el caso de Argentina, considerándolo un espacio de vacancia.

Por otra parte, el recorte temporal estará comprendido entre 2008 –cuando podemos postular el comienzo de cierta regularidad en el formato en la Argentina– y 2018, al cumplirse 10 años de ese momento, con el análisis de series estrenadas, convocatorias y eventos.

Como no hallamos trabajos que hayan sistematizado ni analizado el comienzo del formato en el país, haremos especial hincapié en el momento fundante profundizando en las primeras series y sus aportes al devenir de la incipiente industria.

Por último, dos problemas serán el sendero de este libro: el universo de las series web en la Argentina en relación con la construcción de una identidad audiovisual propia y, relacionada con esto, la conformación como industria cultural autónoma.

Como propuesta de caracterización y objetivos de investigación, planteamos dos momentos en el camino de las series web en la Argentina hacia la consolidación de su identidad audiovisual y como industria cultural. Un primer momento, entre 2008 y 2012, donde a la vez encontraremos una división entre series web realizadas por grandes empresas ligadas a la comunicación, aquellas producidas por marcas de diversos productos y las realizadas por profesionales independientes. El segundo estadio comienza en 2013 con la consolidación de pantallas, convocatorias y eventos.

Prescindiremos de contabilizar las reproducciones de los capítulos o series, ya que comprendemos que esa variable no mide el éxito y el aporte al formato, y, por lo tanto, no contribuye a responder las preguntas por la identidad audiovisual y la industria cultural.

Asimismo, no se trata de un trabajo que oficie como catálogo. Dado lo cambiante de la programación de las series web en internet, no proporcionaremos un listado de enlaces para verlas, ya que, además de estar localizadas en varias pantallas a la vez, al poco tiempo podrían no estar alojadas allí y haber pasado a otro espacio.

La definición de las series web como formato diferente al cine, la televisión, el videoclip musical y el tráiler cinematográfico dejará fuera de la focalización las producciones televisivas, publicidades y demás narrativas propias de viejos medios que desembarcan en internet con extensiones transmedia o continuaciones esporádicas. Del mismo modo, aunque reconocemos que el documental, la

información y la animación forman parte del universo de las series web argentinas, serán de nuestro especial interés las encasilladas en el género de la ficción.

Para abordar este delimitado objeto de estudio apelaremos a una perspectiva cualitativa que se asentará en las técnicas de la visualización de las series y el armado de grillas que las categorizan según los criterios que explicitamos: etapas de producción, pantallas emisoras, convocatorias y premios. Esta delimitación no incorpora las series web que hayan sido publicadas solamente en YouTube, Vimeo, blogs y redes sociales, por ser espacios donde cualquier usuario tiene acceso a publicar y, por lo tanto, difíciles de abarcar, relevar y clasificar dentro del esquema de análisis que proponemos.

Advertimos que focalizamos en las pantallas de UN3, FWTV, CINE.AR play y Cont.ar, las cuales funcionan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esta limitación de nuestro estudio redundará en referir a contenidos producidos en el resto del país, siempre que hayan sido programados en estas pantallas. Por otra parte, en CINE.AR play y Cont.ar encontraremos también series con una duración menor a media hora que fueron pensadas para televisión y luego llegaron a internet transformándose en un híbrido. En algunos casos estos títulos formarán parte del relevamiento.

La perspectiva cuantitativa nos aportará información acerca del volumen de producción en el período comprendido, para lo cual tomaremos solamente las series estrenadas en las pantallas contempladas y las ganadoras de las convocatorias que mencionamos.

Por otra parte apelamos a entrevistas con realizadores, productores, actores y actrices de series web, como también consultamos información con gestores de canales web, planes de fomento y festivales. Estos intercambios fueron desde entrevistas pautadas hasta charlas informales y consulta de datos puntuales en paneles, festivales y eventos. Entre los consultados se encuentran Martín Froilán Lapissonde, Pedro Levati, Manuel Castiñeyras, Daniela Martínez

Nannini, Martín Garabal, Bernardo Schnitzler, Gisela Benenzon, Maitena Minella, Martina López Robol, Cecilia Pisano, Rocío Carbajo, Cristian Ponce, Juan Paya, Martín Lavini, Javier Segovia, Sebastián Mega Díaz, Paula Grinszpan, Leandro Aspis, Andrés Burecovics, Diego Montoya, Maui Alena, Lucas Linch. Sus voces no solamente son relevantes para conocer el proceso creativo y sus reflexiones en torno a las series web, sino como fuente de información en cuanto que datos difíciles de conseguir dada la poca sistematización de estos procesos.

Finalmente, como se trata de un objeto al que se le dedicó escasa producción académica nacional, recurriremos a periódicos, diarios y revistas, principalmente en su versión web. De esta manera reconstituimos el momento del surgimiento de algunas series representativas y de las iniciativas ligadas al formato, por lo que algunos datos se documentan a partir de estas referencias.

## **Lenguaje audiovisual, historia, definiciones y punto de partida**

Desde los estudios en torno a las tecnologías de la comunicación solemos caer en la tentación de hablar de “lo nuevo” como adjetivación constante. La mayoría de las veces la idea misma de “nuevas tecnologías”, “nuevas narrativas”, “nuevas formas de consumo” deshistoriza sus complejos surgimientos, su lenta incorporación y los usos que alrededor de ellas se despliegan en la vida social. Resulta imposible pensar críticamente el consumo de música en dispositivos portátiles sin remitirnos a usos del walkman en los albores de los años ochenta. También referir a dinámicas juveniles en torno a los campeonatos de videojuegos en los hogares sin volver a revisar las prácticas lúdicas en locales de fichines o cibercafé a fines del siglo pasado. Lo mismo sucede con los constantes y novedosos consumos del audiovisual en internet.

El lenguaje audiovisual nace a finales del siglo XIX con los desarrollos técnicos y la proyección del cine por parte de los hermanos Auguste Marie Louis Nicolas y Louis Jean Lumière. Desde ese momento, el lenguaje audiovisual se complejizó de manera creciente no solo en cuanto a sintaxis y composición –nivel que llamaremos *narrativa*–, sino también en las formas en que espectadores y audiencias acceden y consumen las narraciones –nivel que llamaremos *usos y apropiaciones*.

Las formas de hacer y ver cine se consolidaron con el correr del siglo XX. El cine como narrativa tomó la forma de películas autoconclusivas con una duración canónica entre una hora y media y dos horas. Existen, por supuesto, películas de mayor duración, como también secuelas que ponen en tensión esta idea de autoconclusión. Lo interesante de las narrativas es estudiar sus regularidades en relación con los usos que de ellas realizan las audiencias, legitimando formas estables a raíz de la habitualidad del consumo, la construcción del gusto y de la mirada.

En cuanto a sus usos y apropiaciones, el cine se asienta en un ritual. Desde la compra de una entrada para acceder a una sala en plena oscuridad hasta la proyección de la película en una pantalla de dimensiones que no se encuentran en el ámbito doméstico. La práctica se configura como un momento único alejado de la cotidianeidad del hogar. En la sala se le adiciona la compañía de una multitud de desconocidos que comparten las reglas de ese esporádico y medido vivir juntos: el silencio y la quietud. Esta superatención a la pantalla y la supramovilidad ante el entorno convierten la experiencia del cine en inmersiva.

La televisión, nacida en la década del 1920 del siglo pasado pero difundida mundialmente unas décadas después, construyó sus narrativas a la luz de viejos medios como el cine y la radio. Marshall McLuhan sentenció alguna vez que todo nuevo medio tiene como contenido un viejo medio, y en la televisión parece observarse la

premisa más que en cualquier otro lado.<sup>1</sup> La radio le proveyó no solamente contenidos, sino también profesionales con el conocimiento para desarrollar un medio de comunicación masivo. Del cine tomó el tratamiento del lenguaje y la profusión de sus géneros. En la consolidación de este medio fueron importantes los formatos de la telenovela y el teleteatro tomados de la literatura, pero observando las adaptaciones de la radio en la radionovela y el radioteatro. La televisión supo crear lentamente sus propios géneros, donde el noticiero, la *sitcom*, el infantil y el entretenimiento ocupan su lugar identitario. En cuanto a usos y apropiaciones, la televisión se asentó en el ámbito doméstico. El directo, los cortes comerciales, la continuidad de programación, la grilla y la multiplicidad de señales propician que se combine con prácticas como realizar otras tareas mientras se ve televisión, verla en grupo y comentar los contenidos.

Internet no escapa a estas lógicas de consolidación de un medio de comunicación, ya que sus primeros años también fueron de experimentación y creciente desarrollo. Los problemas en torno al acceso chocan con la promesa de democratización y la posibilidad de consultar todo conocimiento logrado por la humanidad. Aunque la lógica empresarial se desarrolló también aquí, sus usos comenzaron a proponer diferencias con los anteriores medios de comunicación.

En los albores del siglo XXI los usos de internet se volcaron hacia las propuestas de las audiencias. De modo provisorio se denominó web 2.0 a este momento de oro del medio en el que sus usuarios comenzaban a crear contenidos y alojarlos en la red. Los blogs fueron las plataformas protagonistas de este suceso, al tiempo que los foros y chats se configuraban como otros lugares predilectos de estas audiencias, poco después denominadas “internautas”, “nativos digitales” y “prosumidores”.

<sup>1</sup> “Marshall McLuhan Nuevos Medios Viejos Medios”, <[www.youtube.com/watch?v=zKXY70t-ae0](http://www.youtube.com/watch?v=zKXY70t-ae0)>.

A mitad de la década de los dos mil, las redes sociales virtuales como Facebook, Twitter e Instagram consolidaron el rol participativo del medio y de sus audiencias bajo formas comunicacionales más horizontales que en los medios tradicionales. Pero en el terreno de las políticas y la gestión estas plataformas digitales pertenecen a un puñado de empresas. El debate por la neutralidad en la red deja en evidencia que la democracia y el acceso total que pudo ser no es tal.

En el terreno narrativo, el nuevo medio también se completa con viejos medios. Debe aprender a comunicar, informar y entretener. Se apropia de los lenguajes y los mezcla recreando el propio, denominado multimedia. La idea del lenguaje multimedia remite a una conjunción de medios de comunicación, como el periódico, la radio y la televisión, pero principalmente a sus lenguajes: la escritura, el sonido, la imagen y el audiovisual. Este *collage* propuesto en internet redonda en lenguaje multimedia siempre y cuando exista la posibilidad de la interactividad, como factor diferencial del medio para con los predecesores. Donde existan audiencias que puedan elegir, modificar y adicionar información, se tratará de una dinámica multimedia. Un paso más adelante se encontrarán los desarrollos de la narrativa transmedia, como concepto académico, pero también como forma de producción que los gigantes de la industria de la cultura no tardarán en incorporar.

El posteo en los blogs no tiene las mismas dimensiones que una nota en una revista, las intervenciones en los foros van a lo puntual de la discusión, las redes sociales virtuales ponen límite de caracteres a los estados. Al mismo tiempo se configura la imagen como protagonista en el GIF, el meme y la *selfie*. En esta búsqueda de propias narrativas se desarrolla la brevedad como estandarte. El audiovisual se despliega de múltiples maneras: por supuesto que las viejas pantallas tienen lugar en las nuevas y que el cine, la televisión y el video son protagonistas absolutos de internet, la telefonía móvil y los videojuegos. La proliferación de pantallas en las que se pueden ver y descargar películas y series de manera pirata demuestra, con su popularidad,

que se trata de uno de los lenguajes predilectos de la industria cultural. Por otra parte, en YouTube, la pantalla paradigmática de esta era, los discursos más vistos son el videoclip musical y el tráiler cinematográfico, ambos pertenecientes a viejas pantallas. Finalmente encontraremos las series web, realizaciones con intención de profesionalismo para ser distribuidas exclusivamente en nuevas pantallas.

Es ineludible entonces generar un esquema de comprensión del audiovisual en internet que no olvide las viejas pantallas y la regla histórica de colonización de las nuevas, al tiempo que advierta las incipientes lógicas narrativas, de usos y apropiaciones. Allí advertimos al menos tres dimensiones de análisis posibles.

*Producciones audiovisuales de viejas pantallas –cine y televisión– reproducidas en internet.* Sitios donde ver y descargar películas y series, en primera instancia piratas o en los márgenes del mercado, ya que no cuentan con los derechos de distribución. También se puede agregar a este nivel de análisis de videoclips musicales y tráileres cinematográficos que encuentran difusión a la carta en sitios como YouTube. Podemos incluir en esta primera dimensión empresas que permiten visualizar producciones estrenadas previamente en cine y televisión, que legalizan la práctica mediando el pago del servicio, como Netflix, Hulu, Amazon Prime Video, HBO GO, QuibTV, CINE.AR play.

*Producciones audiovisuales amateurs destinadas a internet.* Formatos que por fuera de toda lógica estilística y academicista que el siglo XX se ocupó en forjar ostentan un lugar preponderante en la comunicación contemporánea. Los tutoriales, bloopers, GIF, videos prohibidos, fanvideos y hasta youtubers –estos últimos, dos casos cada vez más profesionales– configuran quizás el universo audiovisual más identitario del medio.

*Producciones audiovisuales creadas con pretensión de profesionalismo para internet.* Se trata del formato que de modo generalizado denominaremos series web. El cine y la televisión tardaron casi un siglo en generar tanto sus lógicas narrativas como de usos y apropiaciones;

las series web transitan el mismo camino. Si todo formato tiene como contenido un viejo formato, las series web no son ni cine ni televisión pero a la vez suponen una versión de aquellos con la incorporación de las características de internet.

En este sentido, debemos definir su formato como narraciones audiovisuales de ficción, animación o documental para ser distribuidas en nuevas pantallas de internet, tanto sitios y aplicaciones especializadas como redes sociales. Su producción contempla la decodificación en cualquier soporte tecnológico: computadora, tableta, teléfono móvil. En relación con sus formas de trabajar el lenguaje, el devenir del tiempo junto con los usos y apropiaciones por parte de las audiencias se ocupan de determinar y sobredeterminar una propicia escala de planos, estética, duración, colores, iluminación, usos de los videograph y demás enunciaciones.

Las series web deben forjar todo lo que constituye una identidad audiovisual para ser consideradas algo diferente al cine, la televisión, el corto, el videoclip musical y el tráiler cinematográfico. A la vez que no puede ser el youtuber, el tutorial o el fanvideo. Se trata de producciones serializadas con forma de programa que pueden narrarse en tira o en unitario. Como modelo ideal se presentan con una duración oscilante entre cinco y diez minutos y una serialidad de entre cinco y diez capítulos, aunque existen casos que se extienden tanto en capítulos como en duración, con la posibilidad de ser divisible en temporadas y generar una construcción de sus audiencias similar a la de las series televisivas. En general rompen con la lógica de grilla y están disponibles para ver en maratón. En cuanto a los géneros, todavía mantienen las lógicas cinematográficas y televisivas, aunque intentan por momentos trastocar la agenda temática de las pantallas tradicionales.

Jorge Carrión sostiene que la webserie es “un fruto natural del matrimonio entre teleseries e internet”, dado que el comienzo del formato se dio ligado al *spin off* o sátiras de series televisivas surgidas “del cruce entre profesionales del medio (durante la huelga de

guionistas)<sup>2</sup> y la dedicación y entusiasmo propios de los aficionados y fans” (Carrión, 2011, p. 33). A pesar de no tratarse ni de cine ni de televisión, exploran y explotan el lenguaje audiovisual teniendo como espejo intertextual las pantallas tradicionales.

En lo nominal, las formas que se adoptaron para mencionarlas son tanto series web como webseries –en inglés–. Asimismo, cada episodio puede ser llamado webisodio. Como la radionovela y la telenovela, no sería inapropiado hablar de webnovelas, celunovelas o algún otro derivado. Por otra parte, en los festivales angloparlantes crece la tendencia a denominarlas genéricamente como *short forms* –formatos cortos o series cortas–, denominación adoptada en español. Esta designación amplia contempla que los contenidos no solamente circulan por la web, al tiempo que abre la puerta a incluir futuras innovaciones. A pesar de este cambio de tendencia, en el presente trabajo elegimos mencionarlas como series web, por al menos dos motivos. En primer lugar, porque se trata de un trabajo que explora la primera década del formato en Argentina, cuando se lo denominaba mayoritariamente como “series web”. En segundo lugar, porque es un trabajo que se pregunta por la constitución de una industria y la mayoría de las pantallas, convocatorias y reconocimientos de referencia todavía las siguen denominando de este modo.

Como toda propuesta de la industria cultural en constante exploración, no cuenta aún con definiciones académicas y características formales que la definan en sus diez años de consolidación. Poco a poco se generan convenciones que ayudan a encasillar y decodificar las series web como formato independiente. El presente trabajo pretende aportar en ese sentido.

<sup>2</sup>La huelga de guionistas, realizada por dos sindicatos de escritores en los Estados Unidos, duró del 5 de noviembre de 2007 al 12 de febrero de 2008. Buscaba aumentar la compensación monetaria de los guionistas en comparación con los estudios más grandes. En ese lapso, algunas series debieron cerrar sus temporadas antes de tiempo y con menos cantidad de capítulos de lo previsto.

## 1. EL SURGIMIENTO

Las series web en la Argentina comenzaron de manera experimental. En un primer momento, las apuestas por realizar ficción para la web conjugaron una suerte de residuo televisivo con el profesionalismo de grandes productoras audiovisuales con poco que perder en el intento. La mayoría de ellas estaban ligadas a empresas patrocinadoras –bancos, automóviles, cadenas de electrodomésticos– que en medio de estas cortas narraciones promocionaban sus productos. La narratividad y el lenguaje no ganaron mucho más que someterse a la prueba de una nueva pantalla. Estas producciones sirvieron para ensayar la duración propicia, los colores, el uso del videograph, la escala de planos y la medida justa de los diálogos, al tiempo que, quizás sin proponérselo, construían un público ideal.

Algunas empresas de comunicación, multimedia, telefonía y marcas de diferentes productos veían en el formato una posibilidad publicitaria, a la vez que de posicionarse a la vanguardia comunicacional. De este modo, algunas empresas destinaron presupuesto de difusión para producir ficciones serializadas para internet, provenientes de una lógica de corte comercial televisivo donde ya se empezaban a ver publicidades serializadas, con personajes recurrentes y tensión dramática. Estas producciones, que en sus comienzos se cuentan con los dedos de las manos, pueden postularse, junto con otras realizaciones independientes que tienen lugar al mismo tiempo, como umbral ineludible del surgimiento de la industria de las series web en la Argentina. Pero también para comenzar a pensar en su identidad