

**Universidad de Buenos Aires**  
**Facultad de Ciencias Sociales**  
**Ciencias de la Comunicación Social**



**Cuando el público se vuelve productor asociado.** El caso  
de *La uruguay* como producción cinematográfica colectiva y  
autogestiva

Grupo de investigación en comunicación

"Circulación, recepción y crítica de cine en la Argentina".

Directores: Ana Broitman y Máximo Eseverri

Tesina de grado

Autor: **Andrés Ducrey**

Tutor: **Máximo Eseverri**

Co-tutor: **Martín Cantet**

DNI: 35359187

andres.ducrey@gmail.com

# Índice

<b>Introducción</b>	<b>4</b>
Objetivos de la tesina	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Marco teórico	8
Metodología	10
<b>Micromecenazgo, crowdfunding y producción audiovisual en la era de la digitalización</b>	<b>12</b>
Cine y financiación en Argentina	12
Digitalización, post-broadcasting y cambios en la industria audiovisual	13
Crowdfunding y crowdsourcing, discursos y algunos ejemplos útiles	16
Caja de herramientas para pensar proyectos colaborativos/participativos	22
<b>Hernán Casciari, desarraigo y literatura web en la década del 2000</b>	<b>26</b>
Un blog puede ser cualquier cosa	26
El camino de la independencia	28
Matar al intermediario	32
<b>Pedro Mairal y el objeto del deseo</b>	<b>35</b>
Una noche con Sabrina Love	35
La uruguaya	36
<b>Orsai Audiovisuales</b>	<b>38</b>
La compra de los derechos	38
La financiación	41
<b>Mirá, Mamá, soy productor de cine: la génesis de los productores asociados de La uruguaya. Una aproximación a nuestro objeto de estudio</b>	<b>45</b>
De cine y productores	45

Celebración del contrato	47
<b>El núcleo duro, la Comunidad Orsai. Análisis del caso</b>	<b>51</b>
La participación y los canales de comunicación	53
Instancias de participación y sistema de votaciones	58
<b>Productores asociados ¿fans, público, inversores o productores?</b>	
<b>Resultados parciales</b>	<b>67</b>
Departamento de prensa	75
Formalización institucionalizada	80
La construcción del guión “comunitario”	81
Núcleo duro + productores asociados	82
Alineado y balanceo. Postproducción y conclusiones parciales	83
<b>La uruguaya, cine con, para y por productores asociados ¿un modelo posible? Impacto, derrotero y conclusiones finales</b>	<b>89</b>
<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>97</b>
Notas periodísticas consultadas	100
Páginas webs consultadas	102
Episodios de podcast	102
Videos	106
Twitter	107
Otros	107
<b>Archivos anexos</b>	<b>108</b>

**Cuando el público se vuelve productor asociado.** El caso de *La uruguay* como producción cinematográfica colectiva y autogestiva

## **Introducción**

Este trabajo se propone analizar a partir del caso *La uruguay*, proyecto cinematográfico autogestivo de la editorial Orsai, las posibilidades de financiamiento colectivo y producción participativa de obras audiovisuales en el actual contexto mediático, social y económico de Argentina y el mundo. Orsai es una editorial argentina dirigida por el escritor Hernán Casciari, que se destaca en llevar adelante proyectos culturales de manera “no tradicional”. Esta tesina se inscribe en el marco del Grupo de Investigación y Comunicación “Circulación, recepción y crítica de cine en la Argentina”, dirigido por Ana Broitman y Máximo Eseverri, que estudia desde una perspectiva que combina la historia de los medios, la historia cultural y el análisis sociológico la circulación, recepción y consumo del cine en el país.

En este trabajo, se verá cómo el proyecto audiovisual *La uruguay* se inscribe en una tradición de financiación colectiva posibilitada por plataformas en su particular método de financiación, que no agota la participación de los involucrados en el plano económico del proyecto y convierte a quienes decidieron invertir dinero en productores asociados con capacidad para discutir y tomar decisiones específicas de la producción.

El fenómeno de la digitalización en el siglo XXI permitió no sólo avances en términos tecnológicos vinculados con la realización de obras audiovisuales, sino también produjo modificaciones en la economía de la industria cinematográfica. En la exhibición de obras principalmente a

través de plataformas de streaming por suscripción paga y en nuevas vías de participación entre creadores y consumidores (López-Golán, 2015). El cine en particular y la industria audiovisual en general, se reinventaron y no dejan de hacerlo frente a los desafíos que traen aparejados los cambios en la tecnología en relación con la producción, la difusión y el consumo, al igual que sucede en otras tantas industrias culturales en este último tiempo, Internet transformó el comercio y la cultura (Sayán Casquino, 2017).

A los fines de este trabajo, nos interesan en particular los ejes de financiamiento y participación, y el mutuo condicionamiento de los mismos en este escenario que aquí analizamos. El financiamiento en la industria audiovisual suele ser un tema recurrente entre los realizadores, investigadores e incluso en la agenda pública. Esta tesina retoma el concepto de producción en un sentido estricto, como aquello que “abarca desde los primeros planes de un proyecto de película hasta el montaje final de las copias siendo la parte más aparente y notoria del proceso económico” (Dadek, 1962).

Muchos creadores encuentran dificultades y verdaderos escollos a la hora de llevar adelante producciones audiovisuales. Los estados nacionales a través de diferentes organismos y mediante incentivos, sostienen y posibilitan muchas producciones como así también, los financiadores privados. Tantos estos subsidios como los acuerdos económicos privados, condicionan de una u otra manera en decisiones estéticas en las obras.

Analizamos el caso de *La uruguay* porque, a nuestro criterio, esta modalidad de financiamiento y producción cinematográfica inaugura un nuevo sujeto en la historia del cine que identificamos a través del análisis de la figura del productor-asociado. En esta figura existe una tensión entre sujeto espectador y productor. Este sujeto-público, que puede ser heterogéneo y diverso, no es únicamente un “prosumidor” (San Cornelio,

2012) en la concepción "clásica" de Internet y las redes sociales, donde además de ser consumidor el usuario puede generar hipertextos sobre lo consumido. Se intentará explicar por qué este sujeto es una figura disruptiva o "nueva" para la industria cinematográfica y los públicos de cine.

*La uruguaya*, la adaptación cinematográfica de la novela homónima de Pedro Mairal, comenzó a partir de la compra de los derechos por parte de Orsai Audiovisuales, liderada por el escritor argentino Hernán Casciari. Con un sistema de financiamiento que consistió en la venta de 600.000 bonos de participación a razón de 100 USD por bono, Orsai recaudó un total de 600.000 USD, financiando íntegramente la película. *La uruguaya* es el primer producto audiovisual concretado bajo este sistema.

Se tomará como antecedente el trabajo de la editorial Orsai para ver una continuidad en su extensión audiovisual donde se exploran diferentes formatos y lenguajes para contar historias. La "Comunidad Orsai", como denominan a quienes participan de una u otra manera, son quienes directa o indirectamente financian la editorial a través de la compra de sus publicaciones. Dentro de esta comunidad, están los productores asociados de *La uruguaya*.

con **SEBASTIÁN ARZENO** **IORELLA BOTTAIOL** **JAZMÍN STUART** y la participación especial de **GUSTAVO GARZÓN**



UNA PELÍCULA DE ORSAI AUDIOVISUALES CON 1961 PRODUCTORES ASOCIADOS

# LA URUGUAYA

dirigida por **ANA GARCÍA BLAYA**  
basada en una novela de **PEDRO MAIRAL**



UNA PRODUCCIÓN DE  
**Orsai NOS ATLANTICO**  
CONTENT

Escritura: ELIANA BACAL. Dirección de casting: MARÍA LUISA GARCÍA. Narración: ESTER. Trabajo de producción: ANÍS MONTI, ROMÁN, FERNÁN MILES, CRISTINA BALSA, JAZMÍN MONTI. Dirección de fotografía: ANA LINDA TOSSINI.  
Coordinador de postproducción: MATHEO VESCI. Música original: MALCOLM THOMAS. Diseño de sonido: MARTÍN DANIEL BLAYA. Trabajos de arte: MAURICIO LE PENATE, ANTONIO MARIANA PEREIRA. Montaje: JUAN CARLOS OLIVERO. Dirección de fotografía: JUDITH MARIOTTI.  
Producción ejecutiva: VANESA PAVONI, JUDITH MARIOTTI, GUSTAVO GARZÓN, DANIEL FERRASO, MARILYN PUELLAMPA, JAVIER BELTRÁN.  
Producción: JUAN CARLOS OLIVERO.  
Diseño gráfico: ANA GARCÍA BLAYA.

**INCAU** INSTITUTO NACIONAL DEL CINE Y EL AUDIOVISUAL

**CA** cine argentino

Afiche oficial de la película *La uruguaya*

## **Objetivos de la tesina**

### **Objetivo general**

Analizar a partir de formas de producción y financiamiento colectivo de obras audiovisuales, el involucramiento directo de los espectadores como socios de los proyectos.

### **Objetivos específicos**

Indagar en la singularidad del proyecto *La uruguay* y cómo se inscribe en una tradición de financiación colectiva posibilitada por plataformas.

Analizar los alcances y limitaciones de las promesas propuestas por parte de Orsai para con los productores asociados.

Analizar la figura del productor-asociado del proyecto audiovisual *La uruguay*, en el marco de su modelo de financiamiento y producción.

Analizar la participación de los socios productores y su incidencia en la producción final.

Relevar qué prácticas sociales surgieron a partir del proyecto desde la comunidad de socios y cuáles de ellas pueden ser situadas del lado del productor y del espectador respectivamente.

### **Marco teórico**

Este proyecto de tesina se apoya en el contexto convergente actual de los medios de comunicación en su etapa de *fin de los medios masivos y post-broadcasting*, en particular el *post-cine* planteado por Mario Carlón (2016). Se retomarán los planteos de Gemma San Cornelio (2012) sobre la participación y la creación colectiva a través de estrategias en red,

*networking*, para la producción de contenido audiovisual descentralizada y diferente a la de los medios masivos y la industria tradicional. Así mismo se utilizará como referencia a Levine, Sydney J. (2016) para describir a grandes rasgos la industria audiovisual y sus modalidades de financiamiento.

También los textos de Monica López-Golán (2015, 2018), Mar Binimelis Adell (2016), Roig Telo, A., Telo, A. R., Sánchez-Navarro, J., & Leibovitz, T. (2011), Roig Telo, Antoni (2010) y Sayán Casquino, Y. (2017), serán de utilidad para relevar las diferentes modalidades y prácticas de *crowdfunding* y *crowdsourcing*, y sus discursos acerca de la producción audiovisual colaborativa, como antecedentes contemporáneos al modelo de financiación de Orsai sin que la investigación de estas modalidades en particular sean un objetivo de la tesina.

Se retomarán las conceptualizaciones de Bourdieu (1979, 1997) para pensar el campo de la producción audiovisual, como así también en la investigación de las prácticas sociales al interior del proyecto. Junto con las nociones de acceso y distribución de control utilizadas en Roig Telo, Antoni (2017) como características generales de proyectos colaborativos, para estudiar el caso elegido en esta tesina.

Por último se tendrá en cuenta la tesis de Nick Srnicek, en su libro "Capitalismo de plataformas" (Srnicek, 2021) para contextualizar el actual modelo de acumulación de capital de plataformas y empresas como Google y Facebook, Apple y Microsoft, Siemens y General Electric, Uber y Airbnb. Donde destaca a los datos como la materia prima de estos modelos de negocios y no ya a los bienes de consumo masivo como en épocas anteriores del capitalismo.

Se tendrán en cuenta también algunos textos vinculados con el campo de estudio de audiencias y grupos de fans, para analizar la figura del productor asociado, en particular retomamos lo planteado por Libertad Borda (2015), su lectura de Henry Jenkins (2010) y las categorizaciones

de Federico Alvarez Gandolfi (2021). Donde analizan características generales de las audiencias y grupos fanatizados alrededor de ciertos consumos culturales.

## **Metodología**

Dentro del proyecto existen múltiples actores relevantes a los que interesa investigar a partir de técnicas propias de la etnografía virtual (Ruiz Méndez, Aguirre Aguilar, 2015). Por un lado la editorial Orsai, específicamente Orsai Audiovisuales, donde se distingue el “núcleo duro”, es decir las personas que desde Orsai, algunos orgánicos y otros vinculados por primera vez a ella a través de este proyecto, dirigen la producción. Este actor genera corpus de textos o discursos (Verón, 1987) a través de episodios de podcast, streamings de votaciones, reuniones de producción, posteos en la web y más. Se tomarán en particular los episodios de podcast como datos relevantes para rescatar “el discurso oficial” de la producción y dar cuenta de los capitales simbólicos que circulan al interior del proyecto. Las principales estrategias para el desarrollo de la investigación serán el trabajo de campo y la participación en el proyecto como productor asociado.

A través de la observación participante (Ruiz Méndez y Aguirre Aguilar, 2015), se recopilan testimonios, opiniones o elementos que nos permitirán dar cuenta de la participación de los productores asociados y su rol en la producción del film analizado, relevando además las instancias informales, subsidiarias del proyecto, como los grupos de Telegram creados y dirigidos por socios productores sin una coordinación directa de Orsai Audiovisuales. Esta observación está dada en gran medida por la posibilidad del autor de esta tesina de ser productor asociado del proyecto audiovisual *La uruguaya*, teniendo acceso a muchas instancias de la producción. Se analizan también textos producidos por los socios productores, a modo de corpus. Los episodios de podcast de *La uruguaya*,

también se utilizaran para recuperar algunos de los discursos y pareceres de los productores asociados en relación al proyecto y la participación de estos en él.

## **Micromecenazgo, *crowdfunding* y producción audiovisual en la era de la digitalización**

### **Cine y financiación en Argentina**

En Argentina el sector industrial cinematográfico tiene como organismo público de referencia al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, conocido por su abreviatura INCAA. Este organismo de alcance nacional existió con diversos nombres desde 1968. Se trata de un ente autárquico dependiente del actual Ministerio de Cultura, que se rige a partir de la ley 24.377<sup>1</sup> del año 1994, e introduce modificaciones a la Ley N° 17.741 de Fomento de la Cinematografía Nacional de 1968. En la ley 24.377, popularmente conocida como la “Ley de cine”, se establecen entre otras cosas la autoridad del INCAA en el ámbito de la cinematografía nacional y la constitución de un Fondo de Fomento Cinematográfico, administrado por el INCAA, que permite realizar diferentes tipos de subsidios y becas al sector audiovisual.

Este fondo se conforma principalmente gracias a tres ítems. Primeramente, un impuesto del 10% del valor de cada localidad vendida en salas de cine sobre el territorio nacional. Segundo, el 25% de lo facturado por el ente de regulación de servicios de radiodifusión, actualmente el Ente Nacional de Comunicaciones, Enacom, a partir de impuestos aplicados a empresas de televisión y servicios de cable. Y por último un 10% sobre las ventas de videogramas grabados (DVDs, VHS, etc). El hecho de que la ley perciba relevancia a la venta de videogramas grabados y no a la actividad de las plataformas de streaming audiovisual, no hace otra cosa que dar cuenta del contexto analógico de época al momento de aprobación de la ley. El Fondo de Fomento Cinematográfico

---

<sup>1</sup> Ver más en: Ley 24.377 de 1994. CINEMATOGRAFÍA. 19 de Octubre de 1994  
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24377-767/texto>

es actualmente la principal política pública del Estado para el fomento económico de la producción y exhibición de contenidos audiovisuales en Argentina.

En contrapartida, por fuera del ámbito público, en la industria audiovisual existen también los financiadores privados, vinculados principalmente a conglomerados de medios y/o empresas transnacionales, productoras de televisión o cine. Existen también diversas coproducciones con fondos de orígenes públicos, tanto nacionales como de otros estados nación y de empresas del sector audiovisual, empresas dedicadas al streaming, etc. (Levine, 2016). Las dos vías principales de financiación para que un producto audiovisual se concrete en la industria cinematográfica argentina actual son por un lado aquellos incentivos públicos, como los otorgados por el INCAA, o bien a partir del financiamiento de empresas privadas del sector audiovisual.

A los fines de esta tesina nos interesa presentar quizá la tercera opción posible a la hora de financiar un producto audiovisual, que en rigor es de carácter privado, pero fuera de los privados corporativos o empresas del sector y los fondos públicos ya mencionados. Esta tercera posición se encuentra dentro de una tradición de financiamiento colectivo a partir de diferentes mecanismos y plataformas a través de Internet.

### **Digitalización, post-broadcasting y cambios en la industria audiovisual**

El fenómeno de la digitalización en el siglo XXI permitió no sólo avances en términos tecnológicos vinculados con la realización de obras audiovisuales, sino también produjo modificaciones en la economía de la industria cinematográfica, tanto en la preproducción de obras y su distribución y exhibición a través de plataformas de streaming por suscripción paga, cómo así también en nuevas vías de participación entre

creadores y consumidores (López-Golán, 2015). El cine en particular y la industria audiovisual en general, se reinventó y no deja de hacerlo frente a los desafíos que traen aparejados los cambios en la tecnología en relación con la producción, la difusión y el consumo. Al igual que sucede en otras tantas industrias culturales en este último tiempo, Internet transformó el comercio y la cultura (Sayán Casquino, 2017).

Surgieron por un lado plataformas de streaming audiovisual pago que además de exhibir se transformaron en productoras. Es el caso de Netflix (Cantet, 2017), Amazon Prime Video, MUBI y otras empresas ligadas ya anteriormente a la industria audiovisual, que lanzaron sus plataformas de producción y exhibición online como HBO Max, Star+ (Disney) o Paramount +, entre otras tantas. Sumado a la tendencia a la baja de audiencias en salas de cine, estas plataformas modificaron la industria audiovisual principalmente a partir del cambio en los hábitos y prácticas de consumo audiovisual, volviéndose actores importantes para el financiamiento de muchas producciones. Hoy en día, casi la totalidad de los contenidos son preconcebidos y consumidos únicamente para y en red (López-Golán, 2015). No es objetivo de esta tesina indagar en este fenómeno en particular, pero sí quizá podemos esbozar que estas plataformas fueron en una respuesta de la industria audiovisual a la piratería de contenido digital. Fenómeno que sufrieron tanto la industria audiovisual como la industria discográfica a partir de la década del 2000 y que coincidió con la crisis del formato físico y la baja del índice de asistencia a salas respectivamente.

Por otro lado, en este contexto de post-broadcasting y fin de los medios masivos tradicionales (Carlón, 2016), el fenómeno de la digitalización y la web 2.0 permitieron abrir un abanico de posibilidades para los productores cinematográficos, cómo así también, para los usuarios que dejaron de estar en un lugar pasivo, para pasar a un rol mucho más activo (López-Golán, 2015). Además de su implicancia económica, este contexto, trajo a la par una descentralización de la producción de

contenido en red, a partir de diferentes herramientas y recursos disponibles para los usuarios.

Las redes sociales como YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, etc. crearon un nuevo ecosistema mediático (Srnicsek, 2021). En el plano económico, Internet creó (y continúa haciéndolo) una gran cantidad de industrias y puestos de trabajos inexistentes hasta no hace mucho tiempo, una nueva fase de producción capitalista, donde los datos son la materia prima (Srnicsek, 2021). Estas nuevas tecnologías y la convergencia entre ellas, brindaron “capacidades tanto al creativo para realización del producto como al espectador para su consumo” (López-Golán, 2015). Lopez-Golan explica estas nuevas relaciones entre público y creadores de la siguiente manera:

“La red funciona también como una plataforma rápida y eficaz para la promoción de los productos audiovisuales. Aparecen nuevas formas de financiación, como el *crowdfunding*, que además de captar fondos, se consolida como una fórmula eficaz para establecer un vínculo con un público potencialmente interesado en un proyecto audiovisual antes de su realización” (López-Golán, 2015).

De todas formas, salvo el uso de perfiles en redes sociales, cuesta pensar que las plataformas donde se produce y exhibe contenido de streaming vía suscripción paga como Netflix, Prime Video, HBO Max y MUBI, difieran mucho de un canal de cable o aire tradicional. De manera general sí difieren en términos de programación única y estática versus un catálogo disponible en diferentes espacios temporales para los usuarios. Lo que queremos destacar en cuanto a la diferencia de estas plataformas para con las redes sociales es que, estas plataformas no permiten directamente la participación más activa de los espectadores, como sí lo hacen las redes sociales, que por su funcionalidad permiten distintos tipos de interacción e intervención del usuario-espectador. Sin embargo, pensamos a estas plataformas en tanto empresas audiovisuales como un todo, donde los perfiles de estas en redes sociales forman parte de la estrategia y el modelo de negocios, donde los usuarios ocupan un rol

importante y los datos que generan, un capital relevante a explotar. Se generan una cantidad de datos que sirven para moldear, producir y orientar el contenido a las audiencias.

Este contexto, además de modificar la industria, propició la creación y el nacimiento de proyectos colaborativos, amparados en gran parte en redes de reciprocidad entre los integrantes de diferentes comunidades (Borda, 2015). A continuación, analizaremos a partir de las variables financiamiento, colaboración/participación e incidencia estética en la obra por parte del público diferentes ejemplos de lo que se conoce popularmente como *crowdfunding*, pero antes haremos un acercamiento al término.

### **Crowdfunding y crowdsourcing, discursos y algunos ejemplos útiles**

En este apartado se profundiza más específicamente en modalidades de financiamiento colectivo a través de propuestas de micromecenazgo o crowdfunding de productos audiovisuales y los discursos alrededor de estas prácticas. Si bien existen un montón de ejemplos sobre cultura participativa y colaborativa en Internet, desde el software libre a proyectos como instalaciones digitales de arte con libre acceso a participantes y artistas, queremos enfocarnos aquí en el financiamiento audiovisual y la incidencia de las comunidades que invierten en estos proyectos bajo el concepto de participación o creación colaborativa. Las prácticas de crowdfunding o micromecenazgo y crowdsourcing son un fenómeno que adquirió relevancia académica y mediática durante la década de 2010. Existe abundante bibliografía al respecto, y el tema puede ser abordado a partir de diferentes ejes de análisis, por lo que nos centraremos en hacer una aproximación primero, para luego dar cuenta

de los ítems que nos parecen relevantes, junto a algunos ejemplos, a fin de que sean útiles para el análisis del caso propuesto en esta tesina.

El crowdfunding o micromecenazgo, en tanto financiamiento colectivo, consiste a grandes rasgos en la búsqueda y recolección de fondos para apoyar financieramente una causa política, comunitaria o llevar adelante productos culturales como una pieza audiovisual o un álbum musical. El prefijo micro refiere a que si bien por lo general se trata de un llamado a un gran número de aportantes, estos se involucran financieramente con aportes de montos pequeños. El hecho de que se permita el aporte de montos pequeños hace que el proyecto en cuestión por lo general tenga un gran número de "mecenazgos" una vez logrado el objetivo de recaudación propuesto. Estas iniciativas son posibles en particular gracias a Internet, y suelen estar articuladas a partir de plataformas desarrolladas para tal fin como la estadounidense Kickstarter<sup>2</sup> o su par española, Verkami<sup>3</sup>, o las argentinas Ideame<sup>4</sup> o, más recientemente, Cafecito.app<sup>5</sup>, por nombrar solo algunas. Las convocatorias muchas veces suceden también a partir de redes sociales y/o web de cada proyecto o artista en cuestión.

Podemos categorizar a los individuos que eligen aportar financieramente como mecenazgos, donantes o fans. Si bien existen muchas modalidades de colaboración, principalmente se ponen en juego estímulos materiales y/o simbólicos, para elegir aportar económicamente (Roig Telo, A., Telo, A. R., Sánchez-Navarro, J., & Leibovitz, T. , 2011). Estos estímulos muy frecuentemente están vinculados con recompensas de acuerdo al monto donado. Podemos encontrar en diferentes proyectos recompensas en *merchandising* relacionado al proyecto, la inclusión de estos donantes en los créditos a modo de agradecimiento no monetario, o el acceso preferencial a algunos productos o eventos, etc. (Sayán Casquino, 2017).

---

<sup>2</sup> Ver más en: <https://www.kickstarter.com/?lang=es>

<sup>3</sup> Ver más en: <https://www.verkami.com/>

<sup>4</sup> Ver más en: <https://www.idea.me/>

<sup>5</sup> Ver más en: <https://cafecito.app/>

Esta lógica de financiamiento a partir de muchos aportes pequeños facilita la salida a la luz de proyectos que de otra manera no serían posibles. Esto puede deberse a la incapacidad en algunos casos de conseguir financiadores en los circuitos tradicionales, tanto fondos privados como públicos, por ser demasiado experimentales o poco comerciales o bien eligen ir por fuera de estos circuitos como decisión política y/o estética desde un comienzo (Binimelis Adell, 2016).

Para citar un ejemplo de producción audiovisual que se llevó adelante mediante una plataforma de crowdfunding, en este caso Kickstarter, podemos pensar en la película *The Woods* (2011)<sup>6</sup>. Dirigida por Matthew Lessner, el filme recaudó mediante esta plataforma alrededor de 11.000 dólares para finalizar su realización y logró presentarse y estrenarse en el Festival de Cine Sundance en 2011. La película comenzó a realizarse en 2008 con diferentes mecanismos de crédito bancario, pero como consecuencia de la crisis bancaria y financiera desatada ese año en Estados Unidos, se vio interrumpida y logró, a partir de Kickstarter, plataforma fundada en 2009, recaudar el dinero faltante para finalizar el rodaje faltante y la postproducción<sup>7</sup> (Roig Telo, A., Telo, A. R., Sánchez-Navarro, J., & Leibovitz, T. , 2011). Este caso es bastante paradigmático, por un lado porque fue de los primeros en utilizar este tipo de plataformas, y porque se ubica cronológicamente en paralelo a la fundación de una de las plataformas líderes en estas iniciativas. Por otro lado, es de interés cómo a partir de una iniciativa de crowdfunding un proyecto como este, que se vio interrumpido por un contexto financiero adverso, logró llegar a circuitos tradicionales o al menos institucionalizados como el Festival de Cine Sundance. No es menor ni casualidad que la premisa de este festival sea desde su comienzo exhibir películas independientes o no "alcanzadas" por el mercado<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Ver más en: [https://www.imdb.com/title/tt1754733/fullcredits?ref=tt\\_cl\\_sm](https://www.imdb.com/title/tt1754733/fullcredits?ref=tt_cl_sm)

<sup>7</sup> Ver más en:

<https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/sundance-woods-unique-financing-model-75710/>

<sup>8</sup> Ver más en: <https://www.sundance.org/about/us#our-story> y <https://www.sundance.org/festival-history/>

Otro ejemplo de proyecto que se destacó en Sundance, ganando el premio a mejor documental en la edición de 2012 del festival es *Indie Game: The Movie* (2012)<sup>9</sup>. Este documental también se financió a través de la plataforma Kickstarter, donde se propusieron recolectar 15000 USD y lograron superarlo ampliamente con la suma de 23.341 USD. El mismo cuenta la historia de algunos desarrolladores de juegos independientes desde su producción hasta su lanzamiento. El logro de recaudación fue en parte por la inclusión de los fans o donantes en los créditos a modo de agradecimiento (Sayán Casquino, 2017).

Por último, para citar un ejemplo regional, podemos pensar en *Piedra Libre* (2015)<sup>10</sup>, documental argentino de Alejandra Vasallo y Pia Sicardi. Este narra, a través de la filmación de ciertas danzas afroamericanas de mujeres junto a integrantes de las organizaciones Abuelas de Plaza de Mayo, Madres de Plaza de Mayo e Hijos e Hijas por la Identidad y la Justicia contra el Olvido y el Silencio, H.I.J.O.S, la memoria colectiva y las consignas de memoria, verdad y justicia. Este documental se financió a través de la web argentina, Ideame, con una recaudación total de 7494 USD, superando el presupuesto inicial de 6500 USD. Dentro de los estímulos o recompensas se entregaron *wallpapers* con el afiche de la película, agradecimientos públicos a los donantes, un ringtone especial grabado por la sonidista del proyecto, links para descargar la película e invitaciones a la avant premiére, entre otros (Sayán Casquino, 2017). Estas producciones que aquí enumeramos, dan cuenta de cierta institucionalización en estas iniciativas de financiamiento, por su práctica sostenida en el tiempo.

El crowdsourcing, en cambio, refiere a aquellos proyectos o iniciativas donde un núcleo dirigente externaliza y asigna tareas a través de una convocatoria masiva para resolver un problema o lograr una meta propuesta. Esta idea, muy arraigada en las comunidades de software

---

<sup>9</sup> Ver más en: <https://www.imdb.com/title/tt1942884/>

<sup>10</sup> Ver más en: <https://www.imdb.com/title/tt4570922/> él mismo está disponible en la plataforma de streaming Cinear: <https://play.cine.ar/INCAA/produccion/7832>

libre, donde comunidades de individuos generan y producen colectivamente programas de código abierto, podemos verla en muchos ejemplos audiovisuales. Un ejemplo paradigmático de crowdsourcing dentro del campo audiovisual es el proyecto *Life in a Day*<sup>11</sup>, una película lanzada en 2011, dirigida por Kevin Macdonald, producida por Ridley Scott y exhibida por YouTube, donde un núcleo dirigente convocó a un colectivo de usuarios de todo el mundo a contribuir con filmaciones de situaciones cotidianas de su vida durante el 24 de julio de 2010.<sup>12</sup> Con esta consigna entonces, el director de la película, junto con otras personas eligieron, editaron y montaron un largometraje donde los videos que fueron seleccionados finalmente dentro del colectivo de usuarios contribuyentes, fueron acreditados como co-directores. Esta película fue estrenada además en el Festival de Cine Sundance en su edición de 2011. Recapitulando entonces, se trata de una convocatoria masiva de un grupo dirigente, que recibe, edita y selecciona el material, para dar como resultado una película colaborativa. Este proyecto tiene poco de participativo en relación con la integración del colectivo de usuarios en el control del producto y la toma de decisiones estéticas y productivas, centralizados únicamente en un grupo pequeño de personas, siendo la innovación más notoria la convocatoria y los aportes de personas no necesariamente identificadas como proveedores profesionales “sino como un público objetivo del producto” (Roig Telo, A., Telo, A. R., Sánchez-Navarro, J., & Leibovitz, T. , 2011).

Quizá la mayor diferencia con el crowdfunding es que el crowdsourcing en sí no implica necesariamente aporte económico, Lo que sí podemos encontrar, quizás, son ejemplos de proyectos que de alguna u otra manera tienen estas dos condiciones, llevan adelante estrategias de crowdsourcing (colaboración abierta) y estrategias de financiamiento para ese proyecto a través de micromecenazgo (crowdfunding). En definitiva,

---

<sup>11</sup> Ver más en: [https://www.imdb.com/title/tt12706768/?ref=tt\\_sims\\_tt\\_t\\_1](https://www.imdb.com/title/tt12706768/?ref=tt_sims_tt_t_1)

<sup>12</sup> Este proyecto tuvo una secuela diez años más tarde con la realización de *Life in a Day 2020*. Ver más en: [https://www.imdb.com/title/tt12706768/?ref=tt\\_sims\\_tt\\_t\\_1](https://www.imdb.com/title/tt12706768/?ref=tt_sims_tt_t_1)

una campaña de crowdfunding es también un llamado de crowdsourcing, donde la convocatoria para la recolección del dinero es una tarea en sí misma.

Los discursos del crowdfunding habitualmente se condicen en distintos órdenes. Desde una visión únicamente comercial del cine, donde la calidad se mide en términos de venta de entradas, se pensará que aquellos proyectos culturales que no llegan a ser lo suficientemente capaces para competir en el mercado tradicional no deberían acceder a fondos públicos, y en todo caso valerse por su valor de mercado, donde las iniciativas de crowdfunding son una posibilidad. Así mismo convive también la idea de una "insuficiencia" en las políticas públicas y el rol del estado en las industrias culturales para financiar estos proyectos, poco comerciales, comunitarios, o demasiado experimentales para el circuito privado tradicional (Binimelis Adell, 2016). La cultura del D.I.Y (*Do it yourself* o "Hazlo tú mismo") está también muy arraigada en estas modalidades de financiamiento. Esta filosofía creativa pregona la creación de productos culturales sin intervención directa de la industria y a partir del apoyo o contención de una comunidad. Esta se encuentra muy presente en comunidades editoriales independientes, con la confección de *fanzines* y diversas publicaciones habitualmente de baja tirada vinculadas a la "contracultura" (López-Golán, 2018). En suma, un proyecto audiovisual hoy puede concretarse sin tanta capacidad económica pero con una comunidad detrás. El audiovisual quizá sea un rubro costoso, pero esto también funciona en proyectos de micromecenazgo para, por ejemplo, la edición de un libro, un evento cultural o incluso una campaña de carácter solidario. El discurso de la independencia y una supuesta autenticidad estética por fuera de la producción cultural industrializada, también ronda estas iniciativas, esto se ve en nuestro caso de estudio de *La uruguaya* y en el trabajo previo de Editorial Orsai.

Los productores acuden al crowdfunding por muchos motivos. Uno de ellos puede ser que o bien el mercado no se interesa y no ve "rentable" el

proyecto o bien el estado no ve lugar o justificación para subsidiar un proyecto de esa naturaleza. La imposibilidad de conseguir fondos no parecería ser el único motivo por el cual un proyecto elige iniciar una estrategia de micromecenazgo. Otro puede ser que el proyecto se ampara en la novedad de esta modalidad de financiamiento. Al menos hace unos años atrás, la palabra crowdfunding lograba que el proyecto cobrara un matiz diferente, con lo cual a veces la elección de una iniciativa de este tipo partía de una movida publicitaria arraigada en una idea de “producción independiente y colaborativa” o porque había un rédito económico mayor en hacerlo por esta vía, y no necesariamente por una imposibilidad de juntar inversores privados y estatales de mayor peso. Para Roig Telo (2010), haciendo un análisis más allá de la obtención de fondos, el interés principal a la hora de involucrar a un público potencial en un proyecto audiovisual desde el comienzo es generar en éste un vínculo emocional, que muchas veces se sostiene en la trayectoria de alguno de sus responsables, o en la condición innovadora del proyecto.

### **Caja de herramientas para pensar proyectos colaborativos/participativos**

Ahora bien, dejando de lado las iniciativas de crowdsourcing y crowdfunding, podemos pasar a hablar ya de cine colaborativo/participativo, iniciativas de co-creación y proyectos donde el público espectador se involucra directamente en los proyectos como socios o creadores. La atención estará puesta en este caso en ver hasta qué punto estos proyectos son participativos o colaborativos, y hasta qué punto y en qué momentos este público puede considerarse productor o espectador.

Los términos “participación” o “proyecto colaborativo” pueden ser categorías ya comunes y muy generales. Por ello, resulta conveniente utilizar algunos conceptos a modo de “caja de herramientas” que nos ayuden a pensar el caso elegido en esta tesina. Muchos proyectos eligen explotar la idea de participación como un bien de consumo a la hora de promocionarse. Como se vió anteriormente, a partir de la primera década del siglo XXI las ideas de participación o colaboración se aplicaron de manera muy general a casi cualquier tipo de interacción en la web (Roig Telo, 2010). Entendemos de manera general a la participación “como un proceso en el cual se encuentran implicados diversos agentes, que se reconocen e influyen mutuamente más allá de los distintos niveles jerárquicos establecidos” (Roig Telo, 2010).

Por lo general, en el rubro audiovisual se generan productos resultado del trabajo de más de una persona. Por ende, podemos hablar de trabajo colectivo en casi todos los casos. Ahora bien, no todos los proyectos cinematográficos portan el mote de “cine colaborativo”, proyecto participativo, producción descentralizada, etc. Para dar un acercamiento general, y siguiendo lo planteado en el trabajo de Roig Telo (2017), podemos considerar cine colaborativo a aquellos proyectos que de una u otra manera hacen una apertura de su información con respecto al desarrollo y trabajo del proyecto a un público no necesariamente profesional y otra apertura, flexibilización o descentralización para con la toma de decisiones o control de producción del proyecto. En esto hay matices, y el hecho de que haya algún tipo de apertura no necesariamente indica que nos encontremos ante un proyecto de producción participativo o colaborativo (Roig Telo, 2011, 2017)

Ciertos recursos o herramientas nos permiten poner a estos proyectos, muchas veces autodenominados colaborativos y/o participativos, bajo análisis crítico, para ver la distancia que hay entre los discursos y las prácticas del mismo. Antoni Roig Telo focaliza, por un lado, cómo se

articula el **acceso** al proyecto y por otro, cuáles son los mecanismos de la **distribución del control** del mismo.

En cuanto a acceso, en términos generales, entendemos que se refiere a la posibilidad de ingreso al proyecto de un público ajeno a este o al núcleo creativo, dirigente o coordinador. Planteando como interrogantes dentro de este eje analítico, Roig Telo propone preguntarse quiénes son las personas que pueden participar del proyecto, cómo se lleva adelante esta convocatoria de participación o colaboración y en qué momento o instancia del proyecto se da esta apertura. De esta manera, uno podría problematizar, por ejemplo, si se exige algún tipo de conocimiento o experiencia profesional para participar del proyecto en cuestión, si existen límites de edad, algún costo económico o algún requisito mínimo de cualquier tipo. Si la convocatoria se realiza en algún tiempo delimitado, a través de alguna plataforma en particular, con alguna entrevista de aceptación previa, y qué aspectos o momentos del proyecto se muestran o comparten.

En cuanto a la distribución del control de un proyecto colaborativo, Roig Telo se interroga sobre qué se decide de manera colectiva, cómo se articulan los procesos de toma de decisiones de producción y si existe algún tipo de jerarquización de los participantes al interior del proyecto. Si existen diferentes categorías jerárquicas de participantes, si algunos tienen más o menos jerarquía por el criterio que sea, etc. Todos estos ítems se vinculan con la descentralización de la toma de decisiones por parte del grupo dirigente o núcleo creativo/productor hacia un colectivo de individuos más numeroso.

Este eje, la distribución del control, es en definitiva el que nos puede ayudar a pensar hasta qué punto o en qué medida estamos en presencia de un proyecto participativo. El acceso a la información del proceso de un proyecto puede ser de gran apertura, pero este acceso en sí mismo no garantiza la participación. Es decir, podemos estar frente a un proyecto

que comparte mucha trastienda del proceso de producción y realización, pero donde ese público en sí no tiene ninguna injerencia productiva o estética más que estar relacionado al proyecto *per se* y más allá de la interacción que pueda suscitar esta apertura. Es el análisis sobre la toma de decisiones y el control descentralizado, al menos en cierta medida, el que determina el grado participativo real del proyecto.

Veremos entonces a continuación el caso de *La uruguaya*, teniendo como marco teórico lo desarrollado. No se intentará buscar específicamente cada ítem dentro de los ejes de acceso y distribución del control de un proyecto, pero sí se tendrá presente y servirá como marco teórico para ordenar el análisis propuesto y desarrollado. Primero, tomaremos como antecedente el trabajo de la editorial Orsai, donde se exploran diferentes formatos y lenguajes para contar historias, para ver una continuidad en su extensión audiovisual. La "Comunidad Orsai", como denominan a quienes participan de una u otra manera, son quienes directa o indirectamente financian la editorial a través de la compra de sus publicaciones. Dentro de esta comunidad, están los productores asociados de *La uruguaya*.

## **Hernán Casciari, desarraigo y literatura web en la década del 2000**

### **Un blog puede ser cualquier cosa**

Orsai, españolísimo de *offside*, fuera de juego, es una regla del fútbol que establece límites posicionales y estratégicos para los jugadores que realicen la práctica del deporte<sup>13</sup>. Orsai también es el nombre que eligió Hernán Casciari para su blog, luego revista, editorial, comunidad y actual fundación. La elección del nombre no parece aleatoria. Casciari es un escritor y editor argentino nacido en la ciudad de Mercedes el 16 de marzo de 1972. Inicialmente escritor, logró, a partir del acompañamiento de una comunidad y un trabajo constante, establecer una idea, una marca y una manera de llevar adelante proyectos culturales variados (Rosete, 2020).

En los primeros 2000, época de auge de los blogs<sup>14</sup> Casciari cobró cierta notoriedad a partir de un relato seriado en primera persona, donde no revelaba su identidad, y se hacía pasar por una señora llamada Mirta Bertotti. Radicado en Barcelona, y extrañando su tierra natal, escribió el relato de una ama de casa argentina de cincuenta y dos años que atravesaba la post crisis económica argentina de 2001 junto con su familia “un marido desocupado, tres hijos adolescentes con problemas, un suegro drogadicto y la llegada de la menopausia” (Rosete, 2020) -. El “Weblog de una mujer gorda”, consta de alrededor de 200 entradas escritas entre 2003 y 2004 que aún pueden recuperarse para su lectura desde el blog actual del autor.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Fédération Internationale de Football Association (s.f.). Reglas de juego 2015/2016.

<https://digitalhub.fifa.com/m/938d26afa7ec425/original/fzqgbeaxkffqgfo83k3-pdf.pdf>

<sup>14</sup> “1. m. Sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores.”. Ver más en:

<https://dle.rae.es/blog>

<sup>15</sup> Ver más en: <https://hernancasciari.com/blog/>

Las entradas a este blog comenzaron a tener muchas interacciones, lo que le llevó a Casciari a recibir mails y comentarios de parte de sus lectores (Rosete, 2020), que él respondía en el papel de la ama de casa mercedina. A medida que la historia avanzaba, el blog fue sumando adeptos. Dicho por el autor:

"(...) En realidad empezó todo como un chiste, los lectores eran siete u ocho, todos amigos de Argentina, y más tarde ocurrió el milagro que llegaran otros lectores de diversas partes del mundo, cosa que yo no me esperaba en absoluto (...) el público que llega a la página es muy diverso, tiene edades desde los 17 hasta los 60 años, de 25 países. No hay un target cerrado, es bastante amplio, cosa que me sorprendió bastante al principio." ("Más respeto, que soy tu madre", 22 de noviembre de 2015)

Fue tal la repercusión, que recibió un premio como mejor blog del año en 2005 en los premios internacionales BOBs (Best Of The Blogs)<sup>16</sup>, otorgado por la cadena Deutsche Welle.

"(...) Algunas empresas tradicionales de la comunicación y de la cultura empezaron a escuchar ese barullo de voces que había. "Mirá, hay un tipo que escribe y la gente está ahí..." Y empezó a sonar el teléfono de casa, me empezaron a ofrecer que trabajara con ellos. Las editoriales me proponían hacer libros con las historias que yo escribía gratuitamente en Internet y la prensa me invitaba a que escribiera columnas en sus periódicos, parecidas a esas cosas que yo escribía en Internet". (Canal TEDx Talks, 2011, 3m50s)

En 2005 hizo la adaptación de la historia de Mirta Bertotti a novela cuando se editó "Más respeto que soy tu madre" bajo el sello editorial Plaza & Janés en España y Sudamericana en Argentina. La novela fue llevada al teatro en 2008 en Buenos Aires, Argentina, por el actor Antonio Gasalla. Fue un éxito rotundo, con varios años de puesta en diferentes ciudades y con varios elencos (Amoroso, 2012), lo cuál le dio a Casciari una difusión importante, además de grandes beneficios económicos. En palabras del autor, ésta historia en forma de diario es "un documento de la vida cotidiana, a veces divertido y a veces un poco triste, escrito de

---

<sup>16</sup> Ver más en: The BOBs ya tiene ganadores (21 de noviembre de 2015). Deutsche Welle. <https://www.dw.com/es/the-bobs-ya-tiene-ganadores/a-1784864>

puño y letra por una señora de mi pueblo que bien podría haber sido mi madre.” (Casciari, 2005).

## **El camino de la independencia**

Corría el año 2010 y Casciari ya era un autor con tres libros publicados en editoriales el grupo Penguin Random House, una adaptación teatral por la que percibía regalías, columnas en los diarios La Nación y El País de España y varios proyectos de blogs de literatura en su haber, entre otras incursiones mediáticas. Llevaba adelante, además, su blog Orsai, donde mantenía al tanto a sus lectores de sus incursiones mediáticas, compartía su literatura y brindaba novedades a su comunidad de seguidores. Ese mismo año publicó en su blog Orsai la renuncia a sus contratos editoriales y a sus columnas en diarios. En la entrada “Renuncio”, publicada el 30 de septiembre de 2010, Casciari argumentaba que se había agotado su paciencia frente a la relación del avance o retroceso del espacio publicitario con la cantidad de caracteres que tenía disponibles para escribir en su columna del diario El País, lo que según Casciari no solo lo perjudicaba a él como autor, sino sobre todo a sus lectores. El escritor renunció a su columna del diario La Nación por algunas sugerencias y aclaraciones de carácter ideológico sobre lo publicado, en la que relataba, que al vivir con otro huso horario, recibía en horas de descanso los llamados de sus jefes para editar los textos.

El descontento de Casciari con las editoriales también era grande. El creador de Orsai renunció a sus contratos con el grupo Penguin Random House. Entre sus razones, señaló en particular enojo con Grijalbo en México por publicar sus textos con frases modificadas y por no recibir información sobre la venta de ejemplares, ni tampoco percibir beneficio económico por esta. Con la editorial Sudamericana en Argentina, su disconformidad pasaba por la cantidad de consultas de lectores argentinos

diciendo que sus libros estaban agotados y no tenían manera de acceder a ellos físicamente: “Distribución espantosa, marketing desgano, mucha desidia. Si no hubiera sido por los benditos .pdf de cada libro, que aparecen puntuales en Orsai, en mi país de origen no me lee ni el gato” (Casciari, 2010b).

Unos días antes de esta renuncia pública había anunciado en su blog la creación de la Revista Orsai. En este anuncio estableció junto con su compañero de aventuras, amigo y co-creador Christian Basilis, el siguiente dodecálogo:

1. No tendrá publicidad, ni subsidios privados o estatales.
2. Tendrá la mejor calidad gráfica del mercado.
3. Prescindirá de todos los intermediarios posibles.
4. Tendrá una versión en papel y otra, dinámica, para *tablets*.
5. Escribirán y dibujarán únicamente personas que admiremos mucho.
6. Llegará en menos de siete días a cualquier país del mundo.
7. Será trimestral y tendrá más de doscientas páginas.
8. En cada país costará lo que un libro (gastos de envío incluidos)
9. Contará con un capital inicial de cien mil euros.
10. La plata la ponemos nosotros, porque el sueño es nuestro.
11. Si salvamos la inversión, somos felices.
12. Si no salvamos la inversión, nos chupa un huevo.

(Casciari, 2010a).

Este dodecálogo sintetiza las principales preocupaciones o escollos de la experiencia como escritor profesional de Casciari o, acaso quizás, las máximas que intentará replicar en el resto de los proyectos de Orsai. Podríamos pensar los ejes de financiamiento, distribución y acceso a la obra, y cierto estándar de calidad de contenido, como sus mayores preocupaciones a la hora de producir sus proyectos.

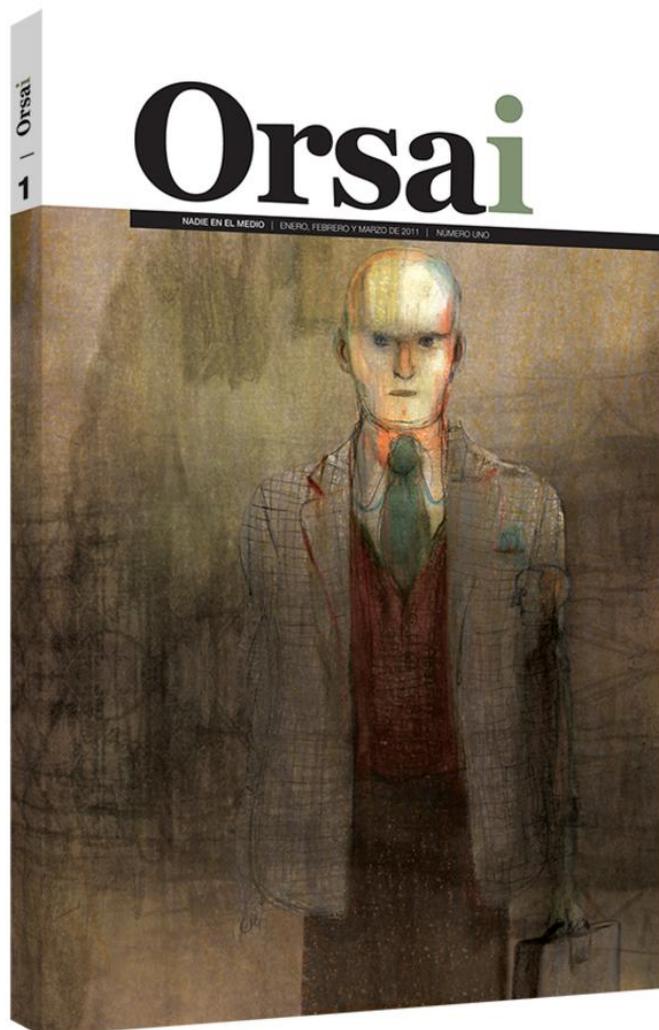
Tras el anuncio de la revista, como consecuencia (y posibilidad) de prescindir de un contrato editorial tradicional, o en palabras de Casciari de “matar al intermediario” (Canal TEDx Talks, 2011), colocó ésta en

preventa sin anticipar demasiado su contenido. De esta manera, mucha gente compró la revista anticipadamente, seguramente, confiando en la figura de Casciari. Entre particulares y librerías se vendieron 10.080 ejemplares de manera anticipada alrededor del mundo. Una vez confeccionada y distribuida, la revista fue liberada en formato .pdf para quien quisiera acceder a ella en formato digital y de manera gratuita. Las personas que compraron anticipadamente la revista, además, figuran mencionadas en ella como colaboradores y artífices importantes de la misma.

Si bien hubo una primera inversión por parte de Orsai, cien mil euros fruto del éxito teatral de "Más respeto que soy tu madre", esta metodología de preventa, que nunca se la mencionó desde Orsai como un crowdfunding, continúa al día de hoy y constituye un hito importante en la generación de fidelización con los lectores y la financiación de cada nuevo número (Casciari, 2010b). A partir del número 3 de la revista, Hernan Casciari formalizó lo que hoy en día se conoce como Editorial Orsai. En la misma, él establece un modelo de negocios que consiste en que los autores que participan de cada número de la revista perciban el 50% de ganancia del precio de venta al público, y el acceso a una web donde se publica cada venta en particular, e incluso el correo electrónico de ese comprador, para agradecerle, si ellos así lo quisieran.

Entonces, a partir de la primera edición, cada nuevo número de la revista será puesto primero en preventa, con posibilidad de recibir la revista en papel antes de que esté disponible en formato digital, y una vez agotada la preventa y recolectado el dinero necesario para sostener financieramente el número, se coloca libre y gratuitamente en formato .pdf. Además, este modelo seguirá siendo utilizado por Casciari para los libros de su autoría editados por Orsai, así como la opción de colocar sus obras con una licencia copyleft. Esta licencia implica que sus obras están libres de uso, incluyendo la distribución, y están abiertas a modificaciones, adaptaciones, reinterpretaciones, etc. (GNU Operating System, s.f.).

En la Revista Número 1 de Orsai, qué consta de una serie de crónicas y cuentos con ilustraciones y textos anexos de los editores, participaron los siguientes escritores e ilustradores: Ares, Richard Zela, Matías Tolsà, Chiara Cabrera, César Carpio, Horacio Altuna, Alberto Montt, Iván Mata, Víctor Correal, Tatiana Córdoba, Omar Turcios, Jorge González, Alfons López, Bernardo Erlich, Ermengol, Nick Hornby, Alejandro Seselovsky, Juan Villoro, Hernán Iglesias Illa, José Luis Perdomo, Agustín Fernández-Mallo, Rafa Fernández, Carolina Aguirre, José A. Pérez, Adrià Cuatrecases, Natalia Méndez, Pedro Mairal, Sergio Olguín, Sergio Barrejón, Enrique Meneses, Henry Darger, Christian Basilis y Hernán Casciari.



Portada Orsai Número 1, temporada 1.

## **Matar al intermediario**

Para la creación de la revista Orsai, los lectores de Casciari jugaron un papel muy importante en la distribución y difusión.

“En ese momento ocurrió algo increíble entre la comunidad que había generado en el blog, algo no teníamos previsto, los lectores de Orsai se encargaron de difundir la idea, de contarle a sus amigos que había unos cuarentones en un pueblito escondido en la montaña que querían hacer una revista de literatura, popular, de crónica narrativa, con textos larguísimos, justo en medio de la crisis del papel (...)”. (Canal TEDx Talks, 2011, 9m39s).

Al no disponer de publicidad, la confección de cada número de la revista en formato físico, la impresión, distribución y los honorarios de quienes participan, se financian íntegramente con su preventa. La revista cumplió 10 años en 2021 y al día de hoy se han editado 24 números originales, 16 en la primera temporada y 8 en la segunda, junto con algunas ediciones especiales.

El costo de envío, que está incluido en el precio final de la revista independientemente de donde sea enviada, muchas veces supera el precio de venta de la revista. Esto, que en la economía tradicional, es inaceptable (bajo la idea de que cualquier actividad que no se financie debe ser eliminada), puede pensarse en los términos de una “subvención cruzada”. Ésta consiste en dejar una actividad del negocio a bajo costo o gratis por el beneficio que trae, y que otra actividad sea la que genere ganancias por otro lado (Srniczek, 2021). Si bien este análisis excede los objetivos de la tesina, podría pensarse que la estrategia de liberar .pdfs y costear los envíos de la revista, incluso yendo a pérdida, se sostiene por la cantidad de seguidores y lectores que Orsai y Hernan Casciari en particular obtienen de esta forma, que potencialmente generan ganancias de otra manera.

Casciari entendió que su negocio, nacido gracias a Internet, generaba una gran cantidad de datos que podía usar a su favor. El hecho de

prescindir de intermediarios involucrados en la edición y distribución, además de brindarle mayor porcentaje de ingreso por venta, le permitió acumular y disponer de muchos datos. Por ejemplo, al vender los libros y revistas a través de una plataforma de venta online, se generan y recolectan datos personales de los compradores, nombres y géneros, domicilios, números y direcciones de contacto, estadísticas tales como porcentaje de venta de cada artículo de la tienda, etc. Casciari vió el potencial de contar con esos datos, principalmente con aquellos que le permitieran contactar directamente a sus lectores, como la materia prima de su negocio. Él mismo lo explica de esta forma:

“Cuando salís del circuito tradicional, primero empezás a ganar el 70% en vez del 10% de cada libro que vendés, pero sobre todo tenés los mails de la gente que compra los libros. Ese es el capital, porque también hay que decir esto, no es la guita, es el usuario.” (Canal C5N, 2022, 38m27s).

En un contexto de capitalismo de plataformas, son los datos la materia prima que las empresas disputan para su crecimiento. Los datos deben ser analizados, por lo que las empresas del sector buscan maneras de extraerlos y recolectarlos, como así también, desarrollar herramientas y procesos para refinarlos y así aumentar su capital (Srnicek, 2021).

Subyace a la figura de Hernán Casciari su capacidad para promocionar su obra y la de otros por encima de su literatura. Si bien ésta puede ser celebrada por muchos y variados lectores, es quizá su capacidad de seducción y construcción de comunidad lo que le permite llevar adelante proyectos variados y prescindir de grandes financiadores o intermediarios para su edición y distribución. Algo que sería inimaginable sin la presencia de Internet. Esta comunidad es la que le permite proponer no solo la construcción de una revista, sino como se mencionó y se extenderá a continuación, para llevar adelante proyectos más ambiciosos (y de mayor presupuesto) tales como los audiovisuales. Orsai incluso llegó a expandir sus negocios a otros rubros como el gastronómico, en paralelo con la

edición de los primeros números de la revista, abriendo un "Bar Orsai"<sup>17</sup> en San Telmo, Buenos Aires, en el año 2011<sup>18</sup>

Casciari en definitiva disputó con la industria editorial tradicional el contacto que, gracias a las posibilidades técnicas de la época, podía tener con su comunidad de lectores (y potenciales consumidores). Esto se hizo priorizando la comunicación directa y entendiendo la importancia de generar comunidad en la naciente web 2.0.<sup>19</sup> El negocio de Orsai podría categorizarse dentro de lo que algunos autores denominan como "economía digital". En ella se encuentran aquellos negocios que "dependen cada vez más de la tecnología de la información, datos e Internet para sus modelos de negocios" (Srnicek, 2021).

Otro de los ejes de análisis que se pueden observar a partir de "matar a los intermediarios" y que se analizará más al detalle en los capítulos siguientes, es el financiamiento. Casciari se presenta como un rebelde o antisistema, expresando enojo y hartazgo con la industria, pero lo que pareciera prevalecer de su propuesta empresarial finalmente es una disputa por el financiamiento. Es decir, un innovador "tecno-liberal" que propone ir "por fuera", pero repitiendo lógicas de estructuras tradicionales sin una postura particularmente crítica en ese aspecto. Si bien en el horizonte existe una disputa en torno a la libertad de contenidos que le da no tener un contrato editorial y crear su propia revista, su lucha no parecería ser de contenido, sino de qué manera puede llevar adelante un proyecto cultural financiado de formas alternativas, a través de disputar el valor de lo que produce con los intermediarios tradicionales: editoriales, distribuidoras.

---

<sup>17</sup> Di Bartolo, José. (20 de mayo de 2013). Un recorrido por el bar de Orsai. Diario elDiario.es. [https://www.eldiario.es/tecnologia/diario-turing/recorrido-orsai-ubicado-cultura-portena\\_1\\_56724\\_26.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/diario-turing/recorrido-orsai-ubicado-cultura-portena_1_56724_26.html)

<sup>18</sup> El bar cerró sus puertas en julio de 2013.

<sup>19</sup> Si bien el término Web 2.0 merece otro trabajo aparte, a los fines de esta tesina entendemos de manera general el término popularizado por Tim O'Reilly como la segunda generación de la web, menos estática, que abarca a todos los dispositivos conectados que generan un "arquitectura de participación" entre los usuarios de la red. Ver más en: <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>

## Pedro Mairal y el objeto del deseo

### Una noche con Sabrina Love

Pedro Mairal es un escritor, docente y músico argentino nacido el 27 de septiembre de 1970 en Buenos Aires, Argentina. Su obra cuenta con novelas, cuentos y poesía y fue traducido y editado en Francia, Italia, España, Portugal, Polonia y Alemania. Mairal forma parte de la denominada "generación del 90" de la literatura argentina junto con otros autores como Fabián Casas, Samanta Schweblin, Selva Almada y Washington Cucurto, entre otros<sup>20</sup>. El artista saltó a la fama en el campo literario argentino cuando en 1998 publicó su primera novela, *Una noche con Sabrina Love*, a sus 28 años de edad. Ésta ganó el premio Clarín de la Novela ese mismo año con un jurado integrado por Augusto Roa Bastos, Adolfo Bioy Casares y Guillermo Cabrera Infante. *Una noche con Sabrina Love* cuenta la historia de Daniel Montero, un adolescente entrerriano oriundo de Curuguazú (pueblo inventado por el autor) que gana un concurso televisivo para conocer y pasar una noche en Buenos Aires con Sabrina Love, la estrella porno del momento, que Daniel veía todas las noches en su televisor. La novela narra la travesía del protagonista, y el paso de la adolescencia a la adultez, donde Daniel, un chico tímido del interior, deberá moverse a dedo y cruzarse con varios personajes y contratiempos, que lo harán pedir ayuda a conocidos y extraños, para lograr llegar a cobrarse el premio del concurso. En ese camino tendrá algunos cambios y descubrimientos que ampliarán su mundo conocido.<sup>21</sup>

La novela tuvo su adaptación cinematográfica en el año 2000 con guión y dirección de Alejandro Agresti y un elenco que contó con Tomás Fonzi y Cecilia Roth como protagonistas, Norma Aleandro, Julieta Cardinali, Fabian Vena y con el cameo de Charly García y la banda Ráfaga<sup>22</sup>. La misma fue

---

<sup>20</sup>Ver más en <http://pedromairal.com/bio/>

<sup>21</sup>Ver más en: <http://pedromairal.com/cine/>

<sup>22</sup> Ver más en: [https://www.imdb.com/title/tt0247887/fullcredits?ref\\_=ttco\\_sa\\_1](https://www.imdb.com/title/tt0247887/fullcredits?ref_=ttco_sa_1)

una coproducción internacional entre Patagonik Film Group, DMVB Films, L.C.J Editions & Productions, Naya Films S.A., PHF Films S.L., Surf Film y ULM.<sup>23</sup> Esta fue la primera película en la que participó Pedro Mairal. Su participación se limitó a la venta de los derechos de autor por su libro, y, en sus palabras, se volvió un poco celoso de su obra y no quedó del todo conforme: “yo tenía 28 años y sentí que le habían hecho cirugía estética a mi hijo y como que me hirió” (Grosvald, 2021d, 15m). En retrospectiva, sin embargo, entendió que tanto la película como su novela son obras diferentes. La experiencia, que a juzgar por sus palabras fue poco feliz, no cerró las puertas de su obra al mundo audiovisual:

“Aprendí que la película de un libro tiene que ser necesariamente otra cosa. Es un cambio de lenguaje, pasas de palabra a imagen, no puede ser una versión ilustrada de tu novela. (...) Quizá me hubiese gustado que Agresti hiciera otras cosas. Como escritor y autor del libro hay que soltar para que se haga la película”. (Grosvald, 2021d, 15m50s)

## **La uruguaya**

*La uruguaya* es una novela escrita por Pedro Mairal y publicada por Emecé Editores, del Grupo Planeta, en Buenos Aires en 2016. La cuarta novela de Mairal cuenta la historia de Lucas Pereyra, un escritor argentino casado y con un hijo pequeño, transitando sus 40, que viaja a Montevideo desde Buenos Aires por el día a cobrar un trabajo literario por anticipado en dólares y así evitar las restricciones cambiarias argentinas. Esta no era la única motivación del viaje, ya que también le servía como excusa y posibilidad para reencontrarse con una amiga, Magalí Guerra, que este personaje tenía al otro lado del río y con quién había vivido un romance el verano anterior. Las cosas no salen del todo bien y su viaje se vuelve trágico. Se podría esbozar un paralelismo en las dos historias de los protagonistas de cada novela: si bien *La uruguaya* está escrita en primera

---

<sup>23</sup> Ver más en: [https://www.imdb.com/title/tt0247887/companycredits?ref\\_=ttspec\\_sa\\_4](https://www.imdb.com/title/tt0247887/companycredits?ref_=ttspec_sa_4)

persona, las dos novelas tienen un ritmo de *road movie* y tratan de viajes que cambian a los protagonistas. Movilizados por el deseo del amor (o el sexo) y el dinero, ambos personajes, Daniel y Lucas, deben llevar adelante una travesía donde no faltan dificultades para alcanzar el objeto del deseo.

El vínculo de Pedro Mairal con Orsai se remonta mucho tiempo antes que la adaptación cinematográfica de *La uruguaya*. Mairal fue uno de los primeros autores publicados en Orsai<sup>24</sup>. De hecho, Hernan Casciari y Christian Basilis lo convocaron para participar del número 1 de la revista cuando ésta todavía era una idea. El encuentro sucedió en Madrid en 2010. Christian Basilis era el único que lo conocía con anterioridad: "había tenido uno o dos encuentros y habíamos cruzado unos mails, pero tampoco lo conocía tanto, la gesta de convencerlo era real porque no teníamos tanta confianza" (Grosvald, 2021d, 1m20s).

"Nos conocimos un 12 de octubre del año 2010, feriado en Madrid, en un almuerzo en donde Chiri y yo teníamos que convencer a Pedro de que participara en la edición número 1 de una revista que no existía y que se iba a llamar Orsai, para lo cual, creo que nuestra estrategia era emborracharlo." Hernán Casciari (Grosvald, 2021d, 1m4s).

En 2013 Mairal editó "El Gran Surubí" junto con Orsai, una novela gráfica distópica y apocalíptica escrita en sonetos, que se publicó originalmente en entregas en la Revista Orsai en los números de 2012 con ilustraciones de Jorge González. Años más tarde, en 2021, la novela fue reeditada con ilustraciones de Pedro Strukel por el sello Emecé. Mairal continuó con sus colaboraciones en diferentes números de la Revista Orsai.

---

<sup>24</sup> "Un mail" fue el artículo publicado en el número 1 de Revista Orsai, el mismo puede recuperarse en: <https://revistaorsai.com/un-mail/>

## Orsai Audiovisuales

### La compra de los derechos



Hernán Casciari ✓  
@casciari



#### BUSCAMOS PRODUCTORES ASOCIADOS

Hoy compramos los derechos para cine de la novela «La uruguaya» de Pedro Mairal (el primer best-seller rioplatense del siglo) y durante 2021 haremos la primera película sin nadie en el medio. Autogestión a full.

(Casciari, 2020a)

A fines de 2020 Hernán Casciari anunció la compra de los derechos cinematográficos de la novela *La uruguaya* y su intención de llevar adelante la adaptación con un curioso sistema. Este hecho fue el puntapié inicial de lo que se conoce como Orsai Audiovisuales (Canal Hernán Casciari, 2021). Con la intención de desarrollar narrativas audiovisuales y quizá intentando redoblar la apuesta en las vísperas del décimo aniversario de la revista, Hernán y compañía se propusieron incursionar en la industria audiovisual, en un contexto de crisis y pandemia, intentando replicar el germen y la participación de la comunidad Orsai en otro tipo de formato. Para esto eligieron comprar los derechos de *La uruguaya* de Pedro Mairal, uno de los libros más vendidos de la literatura argentina en este siglo. Al respecto de la decisión de compra, Casciari dijo:

“Hay algo que es muy anterior a la película, que es que *La uruguaya* en nuestras cabezas está desde la escritura de Pedro. De hecho Chiri debe haber sido una de las primeras personas que leyó la novela antes de que saliera a la luz públicamente. Chiri es personaje dentro de la novela, Pedrito a mi me nombra (...) Tenemos una relación con *La uruguaya* y con Pedro que es anterior al éxito.” (Grosvald, 2021d, 9m13s)

Partiendo de lo hecho en el campo editorial, Orsai se propuso dejar de lado las modalidades clásicas y habituales de financiamiento de la industria audiovisual (como los subsidios estatales y/o los capitales privados del sector) y hacer cine “sin intermediarios”, financiando proyectos únicamente con socios de la “Comunidad Orsai”. Se recaudó un total de 600.000 USD en este primer caso, financiando íntegramente la película con este presupuesto. *La uruguay* es el primer producto audiovisual concretado bajo este sistema. Orsai financió, además, una serie de televisión, un documental y otro largometraje con recaudaciones de 1.030.100 USD, 89.900 USD y 1.850.000 USD respectivamente con este sistema, además de tener abiertos otros proyectos.<sup>25</sup>

La propuesta inicial planteaba que aquellos socios que decidieran invertir se transformarían en productores asociados del film. Esto implica percibir dividendos de ganancias en tanto inversores y la posibilidad de tomar decisiones creativas como la elección de los actores y actrices, cambios en la trama, participar de reuniones del “núcleo duro” e incluso participar como extras. “El proceso de producción va a ser una película aparte. El viaje, la construcción del juguete” (Canal Hernán Casciari, 2021, 1m55s). Este ítem es quizá el que diferencia a este proyecto de otros con modalidad de crowdfunding implementados en el mundo audiovisual anteriormente, ya que no limita la participación o colaboración sólo al aspecto económico en términos de aporte o donación para la concreción del proyecto, como vimos en ejemplos anteriores.

Existe una tensión en cómo categorizar este proyecto, dentro de la tradición de financiación colectiva posibilitada por plataformas, como otro ejemplo más de crowdfunding. El hecho de que los individuos que eligieron aportar dinero para el proyecto y que mediante esta acción se convirtieron en productores asociados (con derechos y obligaciones) provoca cierta dificultad para encuadrar el proyecto. La revista *Variety*<sup>26</sup>,

---

<sup>25</sup> Ver más en: <https://orsai.org/audiovisuales/>

<sup>26</sup> Ver más en: <https://variety.com/>

medio de referencia en la industria audiovisual, lo catalogó como un proyecto que “lleva al crowdfunding a otro nivel” (De la Fuente, 2021). Es relevante el ejemplo mediático citado por ser un medio extranjero, que no es de habla hispana y que seguramente desconoce el trabajo previo de Hernán y compañía y que no encarna un discurso académico. Cabe aclarar, además, que desde la difusión oficial del proyecto se confeccionó un dossier de prensa en donde se puntualiza que el proyecto no se financió mediante un mecenazgo<sup>27</sup>.

La figura del productor asociado no es nueva en el mundo audiovisual. Es un rol tradicional o habitual, pero que tiene sus particularidades en este caso. Claramente no es un mero financiador o mecenas, pero tampoco es un productor asociado tradicional de la industria cinematográfica. Algo que se intenta dilucidar en el desarrollo de esta tesina es la tensión del término y como se entiende este rol a partir del sistema propuesto por Orsai. En términos literales, se llevó adelante una propuesta de inversión, pero los individuos que eligieron participar no solo son inversores a riesgo (ni únicamente aportantes/donantes), sino que además tienen la potestad de opinar y sobre todo votar cuestiones centrales del film, percibir dividendos y acreditar como productores cinematográficos. A lo largo de los capítulos siguientes se intentará ver los alcances y limitaciones de esta propuesta inicial, junto con la tensión existente en la figura del productor asociado.

---

<sup>27</sup> El dossier en cuestión, puede recuperarse en el anexo de esta tesina.

## La financiación



Hernán Casciari ✓  
@casciari



Ya conseguimos el 54% de la financiación de «La uruguaya» y no lo podemos creer — Pueden leer detalles en [comunidadorsai.org/novedades/fina...](https://comunidadorsai.org/novedades/fina...) — También pueden ver de qué países llegaron más inversiones y, si tienen reflejos, convertirse en socios antes de que se agote el stock de bonos.

(Casciari, 2020b)

Orsai determinó que la película iba a tener un costo total de 600.000 USD. Anunciada en diciembre de 2020, se puso como fecha de inicio de recaudación el 1 de enero de 2021. Para esto se dispuso “vender” 6000 bonos de participación a razón de 1 bono=100 USD, con la posibilidad de participar con 1 bono como mínimo y con 200 bonos (20.000 USD) como máximo, hasta agotar el stock dispuesto en 6000. La obtención de uno o más bonos convertía al inversor en productor asociado del filme. La propuesta además establecía que en marzo de 2021 comenzaría la producción formal de la película, con casi 3 meses previos para llegar a la suma objetivo y una fecha de estreno de la película programada para el martes 28 de diciembre de ese año, a las 19 en la ciudad de Mercedes, de donde son oriundos Hernán Casciari y Christian Basilis<sup>28</sup>.

Se establecieron diferentes modalidades para hacer llegar el dinero. Se podía pagar en pesos (a la cotización del dólar MEP<sup>29</sup> del día), transferir de

<sup>28</sup> *Spoiler alert*: esto no sucedió.

<sup>29</sup> En Argentina, debido a la alta demanda de la divisa estadounidense “Dólar” y la escasez de las reservas de estas por parte del Banco Central de la República Argentina (BCRA), existen restricciones fiscales para su acceso y, en consecuencia, varios tipos de cotizaciones dependiendo la modalidad de compra o venta de esta moneda. Ver más en: [https://argentina.as.com/actualidad/por-que-en-argentina-hay-6-tipos-diferentes-de-dolar-y-cuales-son-sus-diferencias-n/#:~:text=En%20la%20Rep%C3%BAblica%20argentina%20desde,del%20Banco%20Central%20\(BCRA\).](https://argentina.as.com/actualidad/por-que-en-argentina-hay-6-tipos-diferentes-de-dolar-y-cuales-son-sus-diferencias-n/#:~:text=En%20la%20Rep%C3%BAblica%20argentina%20desde,del%20Banco%20Central%20(BCRA).)

cuenta USD a cuenta a USD, comprar bonos a través de la billetera virtual MercadoPago (con un recargo de comisión), y adicionalmente se estableció una cuenta en USD en Uruguay, dado que un gran porcentaje de potenciales socios productores interesados son oriundos o residen en ese país. La recaudación de fondos en Uruguay tuvo sus contratiempos que fueron salvados por la ayuda de uno de los socios. La editorial Orsai, que se estableció fiscalmente como fundación en Uruguay, no llegó a establecer a tiempo una cuenta bancaria en dólares en Montevideo por un “tema burocrático” (Grosvald,2021a, 7m20s). Por lo cual, Sebastián Fernández, un socio productor uruguayo, ofreció su cuenta personal para recibir los dólares del resto de los productores uruguayos. Al respecto, Hernán Casciari comentó:

“Cuando le preguntamos el segundo apellido y *stalkeamos* un poco, nos dimos cuenta que era un jugador de fútbol y de la selección uruguaya, muy conocido, que incluso jugó en Banfield, en Argentina, Papelito Fernández. En este momento, hay más de 150 mil dólares en una cuenta bancaria de un jugador de fútbol uruguayo que nos cedió la contraseña del homebanking a nosotros, y no nos conocemos personalmente todavía” (Grosvald, 2021a, 7m45s)

A su vez, Fernández, apodado futbolísticamente en Argentina como “Papelito”, se transformó en el socio mayoritario del proyecto al transferir 20.000 USD y adquirir de esta manera 200 bonos, el máximo posible estipulado. Este status de socio mayoritario, que partió de un error<sup>30</sup>, fue el hecho que hizo que Orsai se contactará con él para ver la posibilidad de utilizar su cuenta bancaria como cuenta de referencia para el proyecto en Uruguay. Esta anécdota da cuenta del carácter autogestivo del proyecto, y de la confianza que emana sin dudas, para mucha gente, la figura de Hernán y su empresa Orsai. Al respecto Christian Basilis reflexionó:

“Cuando empezamos con la revista yo de repente me encontré con que Hernán había armado una comunidad, que era algo con lo que no contábamos antes, y fue muy flashero (sic) ver todas las posibilidades que se se generaron a partir de ahí ¿no? Lo que sucede es que sin la comunidad no se puede hacer nada, pero también hay una cuestión de haber generado mucha confianza en la gente.” (Grosvald, 2021a, 9m40s)

---

<sup>30</sup> Sebastian Fernandez no tenía originalmente la intención de reservar y comprar 200 bonos. Por un error se convirtió en socio mayoritario. Este hecho derivó en el uso de su cuenta personal para la financiación del proyecto. La anécdota completa se puede rescatar en Grosvald, 2021g, 32m05s.

Hubo dos rondas de financiación, la primera comenzó en enero de 2021 y la segunda en febrero (Casciari, 2021). Se llevó adelante una lista de espera para una tercera ronda en caso de necesitar recaudar más fondos, que finalmente no se concretó. Aunque finalmente hubo una ronda con el remanente de bonos que por distintos motivos no fueron vendidos y se repartieron y compraron prioritariamente entre los socios que ya estaban acreditados. La modalidad de venta en estas rondas de inversión, consistió primero en reservar la cantidad de bonos deseados. Una vez confirmada la reserva, se debía elegir un modo de compra de ese bono, enviar el comprobante de operación correspondiente y esperar la confirmación por parte de Orsai. Luego Orsai enviaba un documento con los términos y condiciones de la adhesión como socio/a del proyecto y un recibo formal del dinero<sup>31</sup>.



## Segunda Ronda de inversión para producir cine con Audiovisuales Orsai

RECIBIMOS TUS DATOS Y EL ARCHIVO CON TU COMPROBANTE DE PAGO. ANTES DEL 15 DE MARZO RECIBIRÁS UNA CONFIRMACIÓN DE QUE TODO ESTÁ OK. PODÉS COMUNICARTE CON NOSOTROS EN [EDITORIALORSAI@GMAIL.COM](mailto:EDITORIALORSAI@GMAIL.COM) CUANDO QUIERAS.

32

La primera ronda de financiación terminó el 19 de enero de 2021. En esa etapa 1242 personas formalizaron la reserva de 5155 bonos, es decir

---

<sup>31</sup> Estos documentos pueden verse en el anexo de este trabajo.

<sup>32</sup> Captura de pantalla realizada por el autor de la tesina del formulario de inversión compartido públicamente por Orsai.

el 85,92% del total de bonos mediante una seña del 5% de su valor nominal. Este recorte de productores se distribuyó en un total de 33 países, siendo Argentina, Estados Unidos, Uruguay y España los países con más bonos reservados. Los inversores tuvieron 30 días para completar el pago. Los bonos que no fueron finalmente validados quedaron liberados y se incorporaron en la segunda ronda de financiación, que comenzó el 15 de febrero de 2021, para completar la venta de los bonos propuestos al comienzo (Casciari, 2021).



**Hernán Casciari** ✓  
@casciari



Por último, GRACIAS. Porque ideas trasnochadas tiene cualquiera, pero una comunidad que ponga medio millón USD en un rato y a ciegas, solamente lo vi en Orsai. Es un privilegio enorme hacer las cosas con semejante libertad. ❤️

11:27 a. m. · 19 ene. 2021 · TweetDeck

(Casciari,2021)

**Mirá, Mamá, soy productor de cine: la génesis de los productores asociados de *La uruguaya*.** Una aproximación a nuestro objeto de estudio

## **De cine y productores**

Una película o proyecto audiovisual relativamente profesional tiene una cantidad considerable de personas involucradas en su proceso. Además de cantidad, suele tener variedad de rubros profesionales implicados. Desde el comienzo, suele haber actores, actrices, guionistas, directores, técnicos, directores de arte, directores de fotografía, iluminadores, vestuaristas, musicalizadores, editores, coloristas, sonidistas, entre varios rubros posibles. Así como también personas involucradas directa o indirectamente en lo relacionado a su exhibición, difusión, marketing, prensa, asuntos legales, etc.

Dentro de todo este abanico de individuos, tradicionalmente un proyecto audiovisual cuenta con personas involucradas en el amplio espectro de la "producción". "La producción, en sentido estricto, abarca desde los primeros planes de un proyecto de película hasta el montaje final de las copias siendo la parte más aparente y notoria del proceso económico" (Dadek, 1962). Si la obra audiovisual frecuentemente se asocia al director, como un libro a su autor, a los productores se los considera como los artífices necesarios que hacen posible llevar adelante el proyecto. Vinculados a temas de logística, contratos, asuntos artísticos y muchas veces en particular a la financiación necesaria para la realización del proyecto en cuestión. Una productora puede ser una pyme, una empresa de algún conglomerado mediático, o un grupo de personas, que lleva adelante íntegramente productos audiovisuales y/o contrata especialistas de acuerdo a las necesidades particulares del proyecto.

Los productores en la industria audiovisual y en particular en el cine, por lo general se catalogan según su especificidad. Al término "productor"

se le agregan adjetivos que determinan el rol en el proyecto en el que están involucrados. Sin tomar ningún caso en particular, daremos aquí algunos roles frecuentes. Habitualmente una o varias personas ocupan el rol de productor general, es un rol de director de producción, que abarca casi la totalidad de los aspectos vinculados al proyecto. Esta persona es la que dirige las diferentes áreas o instancias necesarias para llegar al producto final, comenzando por la financiación y la búsqueda de capital económico principalmente. Existen productores ejecutivos, categoría que se suele utilizar para aquellos individuos u empresas que aportan dinero para la realización del proyecto en vías de percibir un rédito económico. Por lo general, los productores ejecutivos no participan activamente de la realización más allá del aporte económico, aunque frecuentemente imponen ciertas condiciones artísticas, como la elección de ciertas locaciones, aspectos del guión, decisiones de casting, etc. Luego existen títulos como "jefe de producción", "asistente de producción", para jerarquizar al interior del proyecto ciertos roles, algunos lideran ciertas etapas de la producción, otros reportan y hacen tareas específicas, son roles más relacionados al trabajo en sí durante la realización del filme. Por último, y el que nos interesa aquí, queremos señalar el rol de "productor asociado". Sí bien los términos ejemplificados varían de acuerdo a cada proyecto, el caso del productor asociado es un crédito que podríamos pensar como un significante más amplio. A nivel general se entiende al productor asociado, como un individuo que está vinculado al proyecto, y que su aporte puede ser o bien financiero y/o artístico, o puede estar vinculado a alguna actividad puntual dentro de las tareas de la producción. Sea cual sea, es un título que acredita cierto grado de implicación y participación en el producto final y como tal es reconocido y acreditado.

El proyecto audiovisual de Orsai, al llevar adelante su financiación acreditó productores asociados, a los que elige nombrar como "socios productores". El detalle semántico, aunque mínimo, quizá podría hacernos

pensar que ante todo se los considera inicialmente inversores, socios, y en consecuencia, productores.

### **Celebración del contrato**

El método o sistema de financiación llevado adelante por Orsai no agotó, como se dijo, la participación de las personas involucradas en el plano económico del proyecto. Una vez confirmada la inversión por parte de Orsai, el vínculo de cada productor se formalizó a partir del visto bueno de determinados términos y condiciones propuestos por Orsai en un documento titulado, justamente, "Términos y condiciones"<sup>33</sup>.

En este documento se establecieron una serie de aclaraciones legales con respecto al vínculo y el acuerdo formal entre cada socio del proyecto y Orsai, donde el socio debía dar su conformidad sobre derechos y obligaciones. Se incluyeron en éste detalles de los dividendos que le corresponden a cada socio, aclaración de responsabilidad en caso de situación de fuerza mayor, acuerdos de confidencialidad, etc. Este es el único documento legal y formal que da cuenta del contrato entre los socios y Orsai en tanto productora audiovisual. Si bien es un documento formal que no será analizado aquí en términos jurídicos, interesa a los fines de la tesina la propuesta en relación con la participación de los socios en el proyectos mediante el establecimiento de los "Derechos del socio":

#### **Derechos del socio**

Por medio de la adquisición de cada bono, el SOCIO participa de manera presencial del proceso completo de LA PELÍCULA junto con ORSAI, mediante un usuario y contraseña únicos que le permitirá visualizar archivos de producción, cronograma de tareas, reuniones de zoom del equipo de guionistas y participar de decisiones relevantes para el proyecto. En el caso puntual de encuestas y plebiscitos creativos, cada bono valdrá un (1) voto.

En la pre-producción, el SOCIO podrá participar de la elección de actores y actrices, e

---

<sup>33</sup> Este documento puede recuperarse en el anexo de este trabajo.

incluso proponer ideas sobre el guión cuando le sean requeridas. En el rodaje podrá participar de cameos, presenciar algunas escenas en calidad de extra (bajo un procedimiento de selección casting) e intervenir en la elección del vestuario. En la post-producción tendrá prioridad en la vista previa de imágenes sin editar y podrá brindar su opinión respecto de la inclusión de escenas. Y desde el estreno tendrá opción a una butaca en la première, en tanto que podrá participar de sorteos para representar a la película en el circuito de festivales internacionales.

Esta es una síntesis de lo que se comunicó de manera pública al momento de anunciar el proyecto (Canal Hernán Casciari, 2021) y a través de los canales oficiales del mismo para con la comunidad de socios. Se estableció entonces un acceso a información de trabajo relacionada al film, a la plataforma de votación para tomar determinadas decisiones de producción donde el núcleo duro distribuyó o cedió el control en algunos aspectos del proyecto. Se dejó por escrito la condición de que cada unidad mínima de participación, 1 bono, equivalía a 1 voto durante las votaciones abiertas, vinculantes o no, de la comunidad de productores que hicieron posible financieramente el proyecto. Se estableció además la posibilidad de participar y audicionar como extra. Cómo así también derecho a intervenir durante la post-producción, un lugar físico en la première y acceso y prioridad al visionado de material sin editar. Estos dos párrafos del contrato resumen un poco la condición de productores de estos individuos privados y marca la diferencia con una recolección de fondos tradicional mediante iniciativas de crowdfunding donde se establece una relación de donante o mecenas.

Por otro lado, al final del documento legal se aclaró:

Estos Términos y Condiciones, y todo documento a que se haga referencia expresa en los mismos, constituyen el acuerdo íntegro existente entre el SOCIO y ORSAI en relación con el objeto de los mismos, y sustituyen a cualquier otro pacto, acuerdo o promesa anterior convenida entre el SOCIO y ORSAI verbalmente o por escrito.

El SOCIO y ORSAI reconocen, al someterse a estos Términos y Condiciones, que no se han basado en ninguna declaración o promesa hecha por la otra parte o que pudiera inferirse de cualquier declaración o escrito, salvo aquello que figura expresamente mencionado en estos Términos y Condiciones.

Se cita la fuente de este documento con el fin de tomarlo como el discurso oficial del actor involucrado "Orsai". No se desarrollará aquí una discusión jurídica ni es la intención señalar si se cumplió o no el contrato, sino intentar contrastar los alcances y limitaciones de esta propuesta de financiamiento y producción colaborativa de cine.

Apelando al fetiche físico, ya que en realidad no constituyen un documento formal, y siguiendo su tradición gráfica y analógica, Orsai, imprimió bonos de carácter ilustrativo para entregar a cada socio productor, indicando la pertenencia al proyecto y la cantidad de bonos adquiridos. Con referencia gráfica a bonos y títulos antiguos de la bolsa de valores, aunque con guiños ilustrativos al universo Orsai y al proyecto de *La uruguaya* en particular.



34

<sup>34</sup> Este bono fue ilustrado por Agustin Pizarro Maire, del estudio de diseño YaniGuille&Co, para Orsai, con la dirección de Margarita Mojardin, Directora de Arte y Diseño Editorial de Orsai. Ver más en: <https://www.instagram.com/p/CQbq0fcAtz9/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

## **El núcleo duro, la Comunidad Orsai.** Análisis del caso

Continuando con el análisis, podemos ver que en este proyecto pueden diferenciarse varios actores. De manera general, vemos la conformación de dos grandes grupos. Por un lado el autodenominado “núcleo duro” que vendría a ser quienes llevan adelante y dirigen íntegramente la realización de la película y deciden el tipo y modo de apertura del control de proyecto (Roig, 2017). Algunos de los individuos de este grupo son a su vez productores asociados con los mismos derechos y el mismo estatus que el resto de los casi 2000 productores. Es decir, comparten los mismos términos y condiciones de contrato con el proyecto que un productor asociado promedio. Aunque esto es verdad a medias, ya que además, los integrantes de este núcleo duro tienen una relación laboral y autoral con la obra y por ende más incidencia en el producto final y en el control del mismo.

Dentro de este núcleo duro, podríamos a su vez hacer la diferenciación entre personas que formaban parte anteriormente de Orsai como Hernán Casciari (*general manager*), Christian Basilis (jefe de guión), Gabriel Grosvald (producción) y de aquellos que llegaron con esta propuesta audiovisual y son orgánicos al proyecto como Ana García Blaya, (directora) y Joaquín Marqués Borchex y Javier Beltramino (productores generales), entre otros. Esto deja visible que las personas que tienen algún tipo de vínculo con el mundo audiovisual fueron las que Orsai “salió a buscar” para este proyecto. La contratación de estas personas partió del núcleo duro, no hubo ningún aspecto cedido en el control de estas decisiones para con el resto de los productores “de a pie”.

Algunos integrantes de este núcleo duro, listados como staff realizador, tuvieron participaciones puntuales. Prestaron servicios como profesionales de la industria, con roles trascendentales como la dirección de fotografía o el sonido y otros más puntuales como la “coordinación Covid-19”, puestos

y roles que surgieron por necesidad logística en el contexto de pandemia durante el rodaje (Grosvald, 2021j).

La mesa chica de Orsai tomó una de las decisiones fundamentales y que más incidencia tuvo en el producto final, la elección de la directora, Ana García Blaya, a quien, según relatan C. Basilis y Casciari, eligieron por intuición luego de ver su ópera prima *Las buenas intenciones*<sup>35</sup>. Después de ver la película, Christian Basilis se la comentó a Casciari a modo de recomendación y decidieron hacer contacto con la directora, quien aceptó con gusto (Grosvald, 2021b).

Luego se incorporó al núcleo duro Joaquín Marqués Borchex, quien ofició de productor general de la película, junto a integrantes de la productora NOS<sup>36</sup>, quienes trabajaron en la realización de la película. Estos puestos, elecciones por afinidad y contexto, no fueron consultados ni entraron a debate para con la comunidad de socios productores. De ahora en más cuando hablemos del núcleo duro, nos referiremos entonces a Orsai más individuos con roles importantes en la realización del film. En este núcleo duro hay relaciones de jerarquía simbólicas y formalizadas en la lógica de trabajo propia de la realización cinematográfica.

Este grupo entonces, junto al otro actor importante, los socios productores, son quienes llevaron adelante la película. El desafío será entonces, intentar constatar y contrastar las instancias de participación en donde los productores asociados no son meramente aportantes económicos al proyecto como cualquier modelo tradicional de crowdfunding, ni tampoco meros espectadores del proceso como un público delimitado. Esta es en definitiva la tensión en el rol de estos individuos dentro del caso elegido en esta tesina.

---

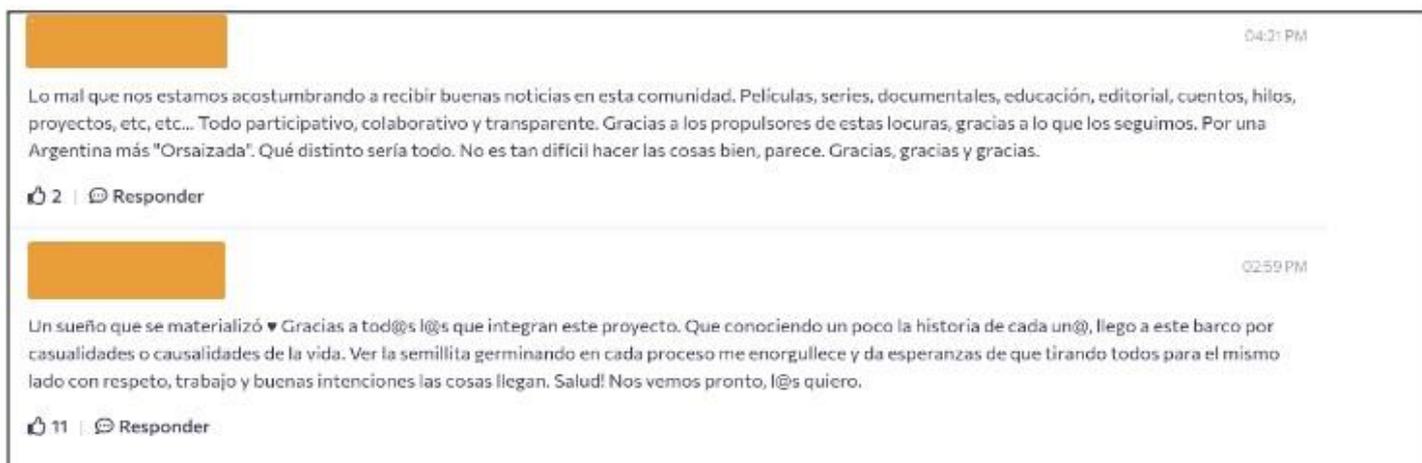
<sup>35</sup> Ver más en: [https://www.imdb.com/title/tt10888554/?ref\\_=nv\\_sr\\_srsq\\_0](https://www.imdb.com/title/tt10888554/?ref_=nv_sr_srsq_0)

<sup>36</sup> Ver más en: <https://www.nos.com.ar/>

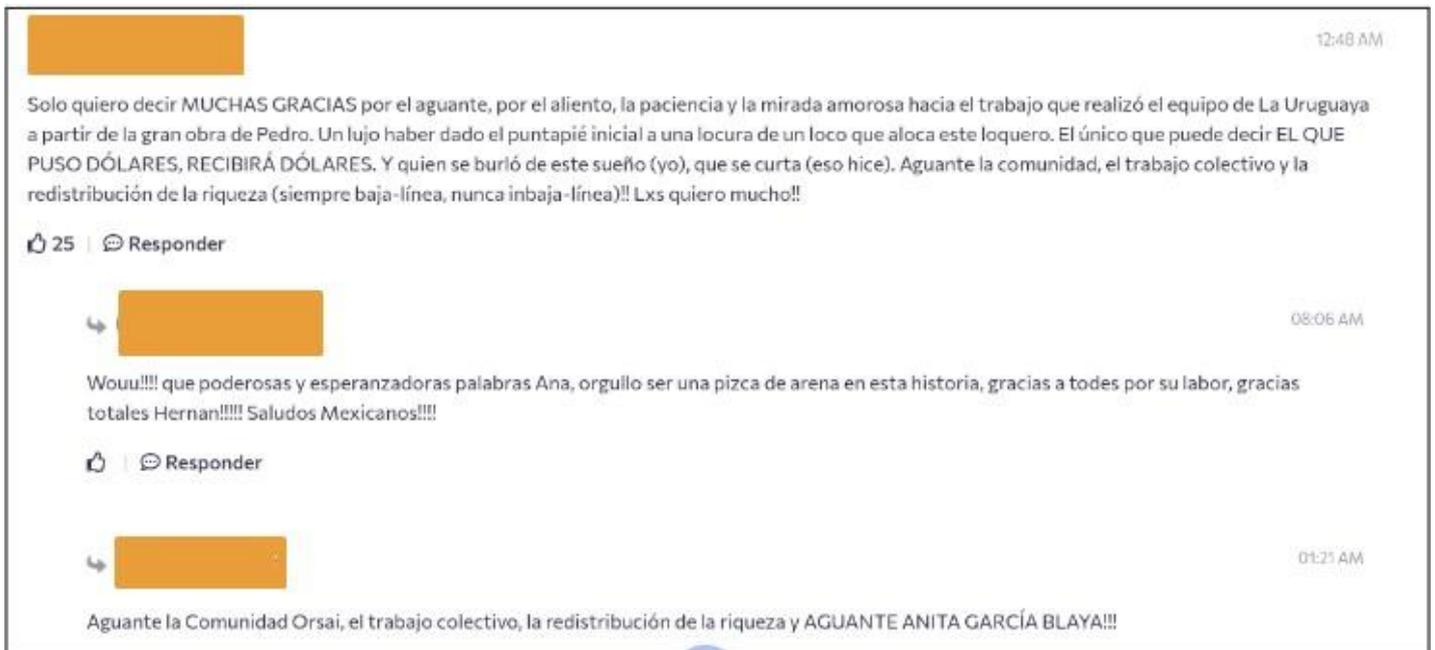
## La participación y los canales de comunicación

El sistema incluyó la creación de una plataforma web para agrupar la participación e interacción de los productores en las votaciones que fueron surgiendo en determinados momentos de la producción. Así como también posibilitó intercambiar y dar lugar a opiniones en las diferentes publicaciones de las comunicaciones del proyecto a los socios productores.

Esta web o app para dispositivos móviles estuvo operativa desde marzo de 2021<sup>37</sup>. En ella, tras la creación de un usuario se podía acceder y ver las diferentes novedades y anuncios que iba realizando Orsai. Existen ciertas publicaciones que son de carácter público y otras, debido a la necesidad de confidencialidad, a la que solo pueden acceder los socios registrados del proyecto. Con un formato de foro o blog, cada noticia publicada tenía debajo un caja de comentarios, en los que los usuarios y los integrantes del núcleo duro del proyecto podían comentar. También cada comentario podía recibir respuestas e inaugurar sub diálogos relacionados.



<sup>37</sup> La dirección web fue cambiando de nombre, en la actualidad es [orsai.org](https://orsai.org/), y agrupa todos los proyectos dirigidos hacia la Comunidad Orsai. Ver más en: <https://orsai.org/>



38

Sí bien esta web fue y es el principal canal de comunicación que se utilizó, existieron también otros textos que queremos destacar y en los cuales rescatamos el discurso del núcleo duro. Por un lado están los episodios de podcasts *La uruguay*<sup>39</sup>, que comenzaron a publicarse en la plataforma Spotify una vez que Orsai inició el proceso de realización de la película. Con un total de 67 episodios, que se publicaron al comienzo con una frecuencia semanal y durante el rodaje con una frecuencia diaria, producido y conducido por Gabriel Grosvald, el podcast fue uno de los canales donde se fue presentando el proyecto y profundizando en diferentes aspectos relacionados al mismo. Estos episodios, a diferencia de ciertas publicaciones en la web, fueron públicos y de fácil acceso incluso para personas que no fueran socios, aunque el contenido del mismo estaba claramente orientado a éstos.

<sup>38</sup> Comentarios extraídos de publicaciones de carácter privado, es por eso que los nombres de los autores fueron censurados para respetar su confidencialidad.

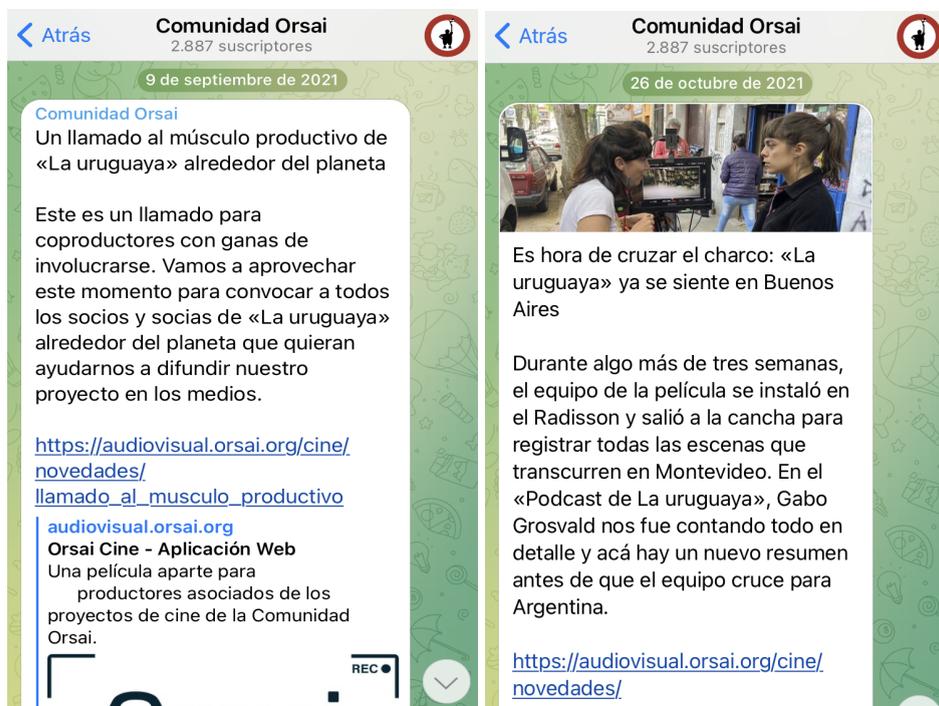
<sup>39</sup> Pueden recuperarse todos los episodios en Spotify:  
[https://open.spotify.com/show/3r2CYCXWEWwR5PqImqwUyJ?si=n4YhlcJFS00UMfmSIcYfsQ&utm\\_source=copy-link](https://open.spotify.com/show/3r2CYCXWEWwR5PqImqwUyJ?si=n4YhlcJFS00UMfmSIcYfsQ&utm_source=copy-link)

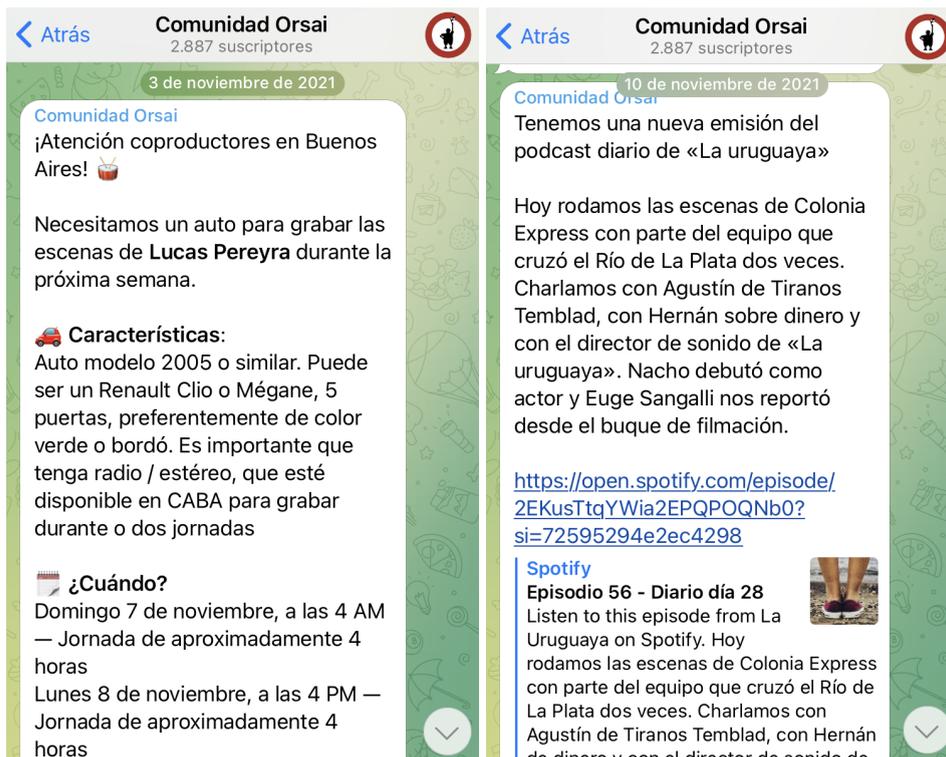
Estos episodios de podcast tenían una temporalidad muy coyuntural y un importante carácter educativo sobre las instancias de producción que iban surgiendo para con la comunidad involucrada en el proyecto. De esta manera Gabriel Grosvald, proponía y coordinaba charlas con diferentes involucrados en la película, para introducir por ejemplo temas como el vestuario, el casting, la dirección de arte, la venta de la película, el proceso del guión, etc. El promedio de duración de estos capítulos temáticos con los involucrados o jefes de estas áreas duraban entre 25 y 40 minutos. Fue quizá el espacio donde se expandió la conversación sobre el proceso y el proyecto cobró vuelo colectivo en la comunidad de socios. Además de su carácter informativo o educativo, fue una herramienta que Orsai utilizó para presentar a las personas que iban a trabajar en la película.

En cada capítulo del podcast se dedicaron unos minutos a leer mensajes grabados con consultas y pedidos de los socios, para que o bien Gabriel Grosvald, anfitrión del podcast y productor general de la película, o la persona que participa de cada episodio de podcast, respondiera. Este espacio, además, estuvo abierto a pedidos de episodios con información o profundización de ciertos temas en particular bajo demanda “popular” a través de pedidos por whatsapp, mails o en las publicaciones de la web de la comunidad en el sitio de la película.

Durante el rodaje el podcast se publicó de manera diaria al final del día o al día siguiente, contando un resumen de lo realizado en cada jornada de rodaje en Montevideo y Buenos Aires. Estos episodios, que fueron bastante más breves, tuvieron una duración de entre 5 y 15 minutos, y contaron cosas más cotidianas e informales, alguna entrevista ocasional o detalles anecdóticos de cada día de rodaje, además de incluir consultas grabadas de los socios. Esta sección de episodios o temporada del podcast, se publicó desde el comienzo del rodaje en Montevideo el 30 de septiembre del 2021 hasta el 12 de noviembre del 2021, el último día de rodaje de la película en Buenos Aires.

Además, se estableció el uso de un perfil en Telegram en su modalidad de canal como lista de difusión y notificaciones. Se eligió esta plataforma debido a que permite esta forma emisor-receptor, sin posibilidad de chat y sin límite de suscriptores. A través de este canal, se informó sobre nuevos posts en la web, nuevos episodios de podcast o pedidos particulares hacia los socios, como objetos solicitados por el departamento de arte, colaboración en la prensa del proyecto, disponibilidad de locaciones o pedidos de ayuda de último momento.





40

Telegram además se transformó en una herramienta utilizada por un grupo de socios de interacción y participación más activa para intercambiar información y opiniones sobre el proyecto, por fuera de la órbita de Orsai. Aunque no oficiales, veremos más adelante cómo estos chats que surgieron espontáneamente, se transformaron en un espacio importante del proyecto, y que atención le prestó el núcleo duro. Se estableció además una vía de comunicación vía mail, donde se podían hacer consultas en particular y donde Orsai, al igual que con Telegram, realizaba notificaciones a los socios productores registrados con información y novedades. Como se ve, el proyecto tiene una narrativa transmediática, alojada principalmente en Internet a través de los canales de comunicación mencionados.

---

<sup>40</sup> Capturas de Telegram hechas por el autor de la tesina.

## **Instancias de participación y sistema de votaciones**

Para las votaciones sobre decisiones de producción, se estableció que un bono era igual a un voto. Por lo que la cantidad de bonos que tuviera cada socio constituyó un capital que influyó en el porcentaje final de las votaciones abiertas a los socios. Únicamente los productores asociados podían votar. Esto implicó que, por ejemplo, un miembro del núcleo duro, aun teniendo incidencia artística y productiva en la película por su vínculo laboral, no podía emitir su voto en la plataforma sin poseer bonos. Esto puede sin embargo matizarse, ya que muchas decisiones importantes como la elección de quién realizaría la dirección de la película o la música de la misma, por ejemplo, no entraron a votación de la comunidad de productores asociados.

A decir verdad, fueron pocas las instancias abiertas a votación con la comunidad de socios productores que descentralizaron la decisión sobre aspectos de la producción. Existieron votaciones no vinculantes a modo de plebiscito o sondeo de la comunidad y otras que fueron vinculantes y por ende se respetó la voluntad de los socios. En otro nivel de análisis, es interesante pensar cómo pudo haber influido la opinión expresada públicamente hacia la comunidad de socios por aquellos miembros del núcleo duro, sobre los temas abiertos a debate y votación, como la modalidad de venta de la película y el casting de la pareja protagonista.

Una de las votaciones consistió en proponer y consultar por tres posibilidades de difusión y exhibición de la película, siendo esta una de las primeras votaciones de carácter vinculante. “La Conservadora”, “La Alternativa” y “La Heroica” fueron los títulos elegidos para estos escenarios posibles puestos en votación (Orsai, 15 de abril de 2021).

A grandes rasgos los tres escenarios posibles fueron presentados de la siguiente manera:

- **“La Conservadora”** consistía en vender la película a alguna plataforma de streaming, es decir, vender los derechos de distribución antes del rodaje, por lo que la película pasaría a ser “original” de esa plataforma. Se presentó como ventaja de esta opción recuperar la inversión antes de tener el proyecto finalizado; la desventaja sería perder potestad para presentar la película de manera independiente y en festivales de cine.
- **“La Alternativa”**, en cambio, representó la posibilidad de vender la película a una o más plataformas luego de que tuviera un recorrido en festivales primero y en salas comerciales después. La ventaja o desventaja de esta opción es que el éxito comercial y por ende, el rédito financiero del proyecto, estaría atado al desempeño de la película en festivales. Si el proyecto gana premios, sube el valor del proyecto, si el andar de la película no es muy alentador, correría cierto riesgo la inversión.
- **“La Heroica”**, se centraba en no negociar con ninguna plataforma, hacer “cine ambulante” y streaming con herramientas propias, presentar la película en festivales y dejar la puerta abierta a la venta a una plataforma en caso de éxito. Ventaja: innovar y generar un “nuevo” modelo de exhibición. Desventaja: riesgo de fracaso financiero.

(Orsai, 15 de abril de 2021)

Esta última opción, quizá la más cercana a la filosofía Orsai, se centraba en tener la menor cantidad de intermediarios posibles. Bajo esta capa de discurso épico y anti *establishment*, se dejaba de todas formas abierta la puerta a vender la película a cualquiera de las plataformas líderes en

streaming audiovisual de la región. Planteando una suerte de resistencia al mercado y en donde un otro capitalista, corporativo, es necesario para constituir una identidad innovadora. A fin de cuentas, *La uruguaya* no escapa del todo a una lógica de mercado audiovisual tradicional, al menos en lo que hace a la exhibición y la distribución del producto final.

No interesa hacer un juicio moral, sino simplemente señalar los límites de la innovación del proyecto, donde, si uno piensa una película en dos grandes ejes, su producción (pre, rodaje y post) y su distribución o exhibición al público, la innovación de este proyecto estaría enfocada en la realización y no en su exhibición y/o distribución. En el otro extremo, se planteó la posibilidad de dar por finalizada de alguna manera la modalidad colaborativa e independiente del proyecto una vez vendidos los derechos y pasar a ser entonces una película más en el catálogo de una plataforma de streaming, siendo así imposible continuar el modelo Orsai en este caso.

En principio, parecería que tanto el escenario alternativo como el conservador contenían más certezas de factibilidad y probabilidad, amparados principalmente por la experiencia en la industria cinematográfica de algunas de las personas que integraban el núcleo duro, como Javier Beltramino<sup>41</sup>. La discusión de fondo entre los escenarios propuestos y puestos a votación pareció ubicarse entre equilibrar dinero/tiempo, asegurarse la recuperación de la inversión hecha por los socios, o “ganar” tiempo para el proyecto y ver cómo este resultaría financieramente.

Dicho esto, cabe destacar además el grado de improvisación planteado de antemano por los mismos integrantes de Orsai, quienes se propusieron “ver que pasa” con este y otros ítems del proyecto. Al respecto Hernán Casciari dijo:

---

<sup>41</sup> Ver más en: [https://www.imdb.com/name/nm5705889/awards/?ref\\_=nm\\_awd](https://www.imdb.com/name/nm5705889/awards/?ref_=nm_awd)

“Nuestra planificación, en todo sentido, en todo lo que hacemos, contempla, como ingrediente necesario, un porcentaje alto de improvisación. No es que planificamos al 100% y nos sale mal. Nosotros planificamos al 60% y dejamos un 40% de ingrediente espontáneo. Necesitamos que los conflictos ocurran. Porque en los conflictos está la resolución del proyecto. (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 14m26s)

Este debate sobre la modalidad de venta y exhibición de la película fue quizá la publicación que generó más interacción en la plataforma y fue al comienzo del proyecto, en abril de 2021. Bastante tiempo antes del rodaje e incluso de que hubiera una primera versión del guión. Se generó no solo debate entre los socios, sino también al interior del núcleo duro, donde se vieron dos tendencias claras. Una más acorde a lo que sucede habitualmente en la industria audiovisual (escenario 1 y 2) y otra más en concordancia con el recorrido hecho por Orsai a lo largo de su empresa, inclinándose por la opción “heroica”.

Sin refutar o dar certezas sobre el impacto de estos intercambios públicos por parte del núcleo duro en la decisión final, queremos descartarlos por la “cercanía” y cierta noción de igualdad generadas en los mismos. Ellos reflejan, entendemos, el carácter colaborativo del proyecto, al menos en términos de debate, discurso y elección pública, pero a la vez dejan claros los diferentes capitales simbólicos y jerarquías puestas en juego en estas interacciones. En estos términos, no vale lo mismo el comentario de alguien con “etiqueta” y rol en el núcleo duro, que un socio productor promedio. De la misma forma, el impacto de los comentarios de cada socio productor pudo generar más influencia positiva/negativa independientemente de la porción de bonos que éste tuviera. Aunque a la hora del sufragio aquellos socios con porcentajes de votos mayoritarios ejercieron más influencia en los números finales, porque, recordemos, cada bono equivalía a un voto.

Finalmente ganó el escenario 2 o “alternativo” con el 73% de los votos: una vez que fuera posible, se negociaría la venta de la película para su exhibición en salas de cine comercial, circuitos de festivales y

eventualmente se entregaría para su distribución a través de alguna plataforma de streaming.

Otro de los ítems votados y vinculantes más interesantes de este proceso fue la elección de los actores protagonistas de la película, para los personajes de Magalí Guerra Zavala y Lucas Pereyra, y el proceso de cómo se llegó a definir esa dupla. Esta decisión estuvo parcialmente cedida a los socios productores, siendo esta instancia uno de los ítems que más refuerzan el carácter participativo del proyecto.

El departamento de casting, dirigido por Maria Laura Berch<sup>42</sup>, preseleccionó cincuenta precandidatas actrices y cincuenta precandidatos actores para sendos roles protagónicos. Este recorte se hizo a partir de una primera instancia del casting, que consistió en que los actores interesados en participar subieran un video a la red social Instagram<sup>43</sup>. A medida que avanzaba el casting, el departamento de casting de la película fue compartiendo la cada vez más chica selección hasta llegar a nueve dúos o parejas posibles, a ser votados por la comunidad de socios. Los actores y actrices seleccionados para la etapa final, tuvieron la posibilidad de hacer campaña para juntar voluntades en la votación final.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Ver más en: <https://www.imdb.com/name/nm2582295/>

<sup>43</sup> Esto puede rescatarse en Instagram, buscando el contenido etiquetado dentro del hashtag "#CastingLauruguay"

<sup>44</sup> Parte de estas "campañas" pueden recuperarse en el episodio número 17 del podcast del proyecto donde se presentaron los actores y actrices preseleccionados. Este episodio, si bien dirigido a los socios productores, fue público para cualquier persona interesada en el proyecto. Ver más en (Grosvald, 2021h).

# MAGALÍ GUERRA



# LUCAS PEREYRA



45

<sup>45</sup> Los actores y actrices seleccionados en la última etapa de casting. Este pdf, compartido con los productores, puede verse en el anexo de este trabajo.

Se compartió con los socios productores algunos de los videos sin editar de las audiciones de estos dúos, donde recreaban algunas de las escenas ya definidas en el guión. Este material fue el que tuvo disponible la comunidad de productores asociados para emitir su voto. Entre los motivos para votar, se discutió si era favorable elegir parejas donde alguno de los precandidatos ya tuviese cierta “fama”, pensando en el impacto positivo que esto podría tener en la comercialización de la película. Algunos de estos actores y actrices fueron elegidos en más de una posible pareja protagónica, esto fue a criterio del departamento de casting y de la dirección de la película. Finalmente, con un tiempo para que cada socio vea el material y analice su voto, se estableció una jornada de votación en vivo a través de la plataforma creada con un streaming privado en YouTube y un chat abierto para los participantes.

Esta jornada generó muchísima interacción entre los presentes. Además de los socios y los integrantes del núcleo duro, estuvieron presentes como espectadores algunos de los actores candidatos. La plataforma de votación actualizaba en vivo los cambios de porcentaje a medida que cada socio emitía su voto y esto se veía en la transmisión de YouTube. Este sistema, inspirado en el sistema de votación del congreso argentino durante la pandemia de Covid-19<sup>46</sup>, estipuló un quórum mínimo para dar por finalizada la votación en caso de que no todos los socios productores votarán antes de la hora de cierre. Durante este evento en vivo, varios de los integrantes del núcleo duro, como el propio Hernán Casciari, dieron a conocer cuál era su pareja actoral de preferencia, lo que pudo haber influido en los votos de muchos de los socios. Finalmente quedaron elegidos la actriz uruguaya Fiorella Bottaioli<sup>47</sup> para el personaje de Magalí Guerra Zavala y el actor argentino Sebastián Arzeno para el de Lucas Pereyra.

---

<sup>46</sup> Ver más en:

<https://www.infobae.com/politica/2020/05/14/como-funciona-la-plataforma-que-adopto-el-congreso-para-sesionar-de-forma-virtual-por-primera-vez-en-la-historia/>

<sup>47</sup> Uno de los requisitos para audicionar este papel fue que las actrices debían ser de nacionalidad uruguaya



Fiorella Bottaioli y Pedro Mairal durante el rodaje en Montevideo

Esta votación y la decisión de los actores protagónicos, fue uno de los ejes más trascendentales puestos a votación para con la comunidad de productores asociados. Y un ejemplo claro de participación y producción colaborativa de cine. Si bien, como vimos, esta selección y elección tuvo ciertos matices en cuanto a la distribución del control y fue de alguna manera guiada y estructurada, la realidad es que finalmente se respetó lo que una mayoría de socios votaron siendo un ítem fundamental quienes interpretarían a los dos personajes más importantes de la película.

En cuanto al organigrama del proyecto, es bueno hacer ciertas aclaraciones. La ficha técnica de la película estipula que se trata de una co-producción producida por Orsai (Argentina), NOS (Argentina), Atlántico Content (Uruguay) y un total de 1961 productores asociados. El costo total de la película fue financiado por los 1961 productores asociados, algunos de los cuales forman parte además del núcleo duro, o bien por haber invertido originalmente o bien por acordar cobrar su trabajo en bonos del proyecto y de esta manera atar su sueldo al rendimiento económico de la película. Orsai fue quien en tanto empresa adquirió los derechos cinematográficos del film, que recaudó con el sistema ya

explicitado anteriormente el presupuesto total, y que contrató dos productoras audiovisuales para llevar adelante la película, una vinculada a la directora Ana García Blaya, NOS, que se ocupó íntegramente del rodaje en Argentina y a Atlántico Content, de Mariano Avellaneda, que trabajó durante el rodaje en Montevideo, donde transcurre la mayor parte de la historia.

Es decir que Orsai, a través de aportantes individuales, entre los que se cuentan miembros vinculados con Orsai, que aportaron no como empresa sino como sujetos individuales, y casi 2000 personas más, contrataron servicios de realización audiovisual para hacer la película. Dicho esto, se refuerza la aclaración de que los dividendos que la película perciba, corresponden solo a los socios productores independientemente de su pertenencia a Orsai.

## **Productores asociados ¿fans, público, inversores o productores? Resultados parciales**

Como se vio en los capítulos anteriores, esta modalidad de financiamiento y producción cinematográfica inaugura a nuestro criterio un nuevo sujeto en la historia del cine, que identificamos a través del análisis de la figura del productor-asociado del proyecto *La uruguaya*. En esta figura, existe una tensión entre sujeto espectador/productor. Este sujeto-público, que puede ser heterogéneo y diverso, no es únicamente un "prosumidor" (San Cornelio, 2012) en la concepción "clásica" de Internet y las redes sociales, donde además de ser consumidor el usuario puede generar hipertextos sobre lo consumido. A continuación se intentará explicar por qué este sujeto es una figura disruptiva o "nueva" para la industria cinematográfica y los públicos de cine. En este sentido, ya hemos dado cuenta de diferentes instancias de participación a lo largo de la película en los que se ve involucrada la figura del productor asociado. En este capítulo intentaremos profundizar en esta figura, a partir de otras instancias que nos parecen relevantes para su análisis.

Como se dijo, la figura del productor asociado es un actor diferenciable del proyecto *La uruguaya*. Éstos productores forman parte de lo que Orsai denomina su Comunidad. Podemos indagar en ella en tanto un componente reconocible de nuestro objetivo, a partir del campo de estudios sobre fans y audiencias. Los productores asociados, integrantes de la Comunidad Orsai, son una audiencia en tanto conforman un público específico del proyecto *La uruguaya*. Una audiencia del núcleo duro y los textos que éste produce para con esta comunidad: episodios de podcast, streamings, reuniones privadas por zoom y demás actividades. A su vez, como ya nos extendimos, son también inversores, que evalúan financieramente el proyecto y son una pieza constitutiva para el desarrollo y la realización del mismo. Sin estos inversores, el proyecto no existiría tal

como lo conocemos. Asimismo son productores cinematográficos, en tanto están acreditados como tales, en los términos o criterios propios de la industria en la que se ubica *La uruguayana*. A raíz de todos estos aspectos, existe una tensión para categorizar de manera fehaciente a este actor.

Para categorizar a estos productores, que conforman un grupo variado en edades, sexos y origen, es de utilidad usar las categorías que utilizó Francisco Alvarez Gandolfi en su análisis de la comunidad de fans del manga japonés en el uso de la plataforma YouTube, categorías a las que llegó como resultado de su trabajo: el *uso expectante o pasivo*, el *uso convergente* y el *uso fan* (Alvarez Gandolfi, 2021). En líneas generales, se entiende por un uso expectante, el de aquellos usuarios que utilizan YouTube para buscar contenido a fin de realizar una visualización, práctica que por sí misma sólo contribuye a aumentar las métricas de popularidad del contenido consumido. Un uso convergente está más vinculado a la creación de una cuenta para visualizar contenido, pero también suscribirse a canales de interés, subir incluso material propio y tener más interacción en la plataforma. Este uso, agrega Alvarez Gandolfi, “se ubica a mitad de camino entre la lógica del broadcasting, propia de los medios tradicionales de diseminación uno-a-muchos, y la lógica del networking, propia de los medios digitales de intercambios muchos-a-muchos” (Álvarez Gandolfi, 2021). Por último el uso fan de YouTube consiste ya en producir y diseñar un canal propio con material (en el caso citado, vinculado al mundo *otaku*) emitido con cierta periodicidad y orientado al uso convergente de la plataforma.

En este sentido, salvando las distancias del caso, podemos extrapolar estas categorías para pensar a la figura del productor asociado de *La uruguayana*, a fin de intentar no caer en generalidades con respecto a esta comunidad de socios productores y señalar que, de los casi 2000 productores asociados, no todos tuvieron el mismo tipo e intensidad de participación e interacción en el proyecto.

Como se vió en el apartado anterior, por ejemplo, en la elección de la dupla protagonista, se estableció un quórum mínimo para cerrar la votación en caso de que no todos los socios productores emitieran su voto, hecho que sucedió en la fecha que se prefijó para votar. Así como tampoco todos participaron de alguna jornada de rodaje como extras, entre otras posibilidades de participación. Esto último puede deberse a que no era posible realmente a los fines del relato, seguramente no se necesitaron casi 2000 extras a lo largo del rodaje, sumado a que muy probablemente, no todos tuvieron el mismo interés o capacidad de involucramiento en el filme. Lo cual puede dar cuenta de diferentes jerarquías basadas en capitales que no están vinculadas necesariamente a la acumulación de bonos del proyecto.

Retomando entonces las categorías propuestas por Alvarez Gandolfi, podemos pensar, en primera instancia, en la figura de un **productor pasivo/expectante**, que tiene estatus de productor en tanto invirtió en al menos un bono del proyecto y su actividad dentro del mismo se limitó a una lógica broadcasting para con Orsai. Es decir, consumió o no el contenido de la realización de la película desde un lugar de receptor pasivo, tuvo nula o escasa interacción en los canales propuestos por Orsai y participó o no de las votaciones abiertas, limitando su participación prácticamente al aspecto económico del proyecto. En un nivel más intermedio podemos pensar al **Productor convergente**, que es aquel que consume el contenido relacionado al proyecto, envía preguntas o comentarios para los podcasts o en las publicaciones para productores, e incluso participa de los chats de Telegram informales donde algunos socios de la comunidad intercambian pareceres a medida que avanzaba el proyecto.

Por último, están aquellos que encarnan la figura del **productor fanatizado o activo**, que es aquel socio productor activo que participa y consume todo lo que se mencionó, que intenta tener diálogo fluido por variedad de temas con otros productores y con el núcleo de Orsai, que

genera contenido propio y que participa de cuanta oportunidad den de participar, tanto presencial como virtualmente. Este tipo de productor, es aquel que demanda más información o participación al núcleo duro y propone ideas o temas relacionados no profundizados o tratados públicamente. Así como también participa de reuniones o actividades organizadas ya no por Orsai, sino por otros grupos de la comunidad, se apropia del proyecto de una manera más íntima e intensa.

Estas categorías por supuesto no son rígidas a cada individuo. Habrá prácticas o contextos que estos individuos se sitúan más en una etapa convergente o fan, y otras prácticas o contextos donde los podamos ubicar como espectadores, consumidores (o inversores), no es objetivo aquí delimitar esto, sino tener presentes estas categorías a modo de herramientas que nos sirven para analizar y reflexionar las posibilidades de este actor al interior del proyecto. Son de utilidad para pensar el abanico de posibilidades que tiene este público/productor dentro de esta modalidad de financiamiento y producción cinematográfica.

Quisiéramos profundizar en esta categoría de productores extremos o fans. Continuando entonces con teorías o conceptos del campo de estudios de los grupos de fans, podemos ver cómo este grupo, dentro de esta comunidad, se agrupó a partir de la producción de *La uruguaya*. En este sentido, retomaremos lo planteado por Borda (2015) a partir de la lectura de Jenkins (2010), quien estudió a ciertos grupos de fans de programas de televisión durante el comienzo de la década del 90, trabajo que de alguna manera inaugura el campo de investigación de los estudios en audiencias y fans. Borda detecta que a partir del avance de las posibilidades técnicas, este "mundo del fin de semana" descrito por Henry Jenkins (2010), que es de carácter análogo y presencial, sufre una serie de modificaciones espacio temporales. El tiempo de estos grupos ya no está anclado en el tiempo libre del fin de semana y el espacio de socialización no requiere necesariamente la presencialidad (Borda, 2015). Esto lo vemos claramente en *La uruguaya*, por la naturaleza online de

este proyecto audiovisual, sin olvidar el contexto de pandemia, que también intensificó este aspecto debido a las diferentes restricciones impuestas a los encuentros sociales. Los espacios de interacción de este sector de la comunidad más activa, fueron los propuestos por Orsai, la plataforma o app del proyecto, los chats durante streamings, los episodios de podcast, pero sobre todo, los chats informales o no oficiales a través de Telegram, autoconvocados por estos socios, donde se generaron vínculos más estrechos y con intercambios con una periodicidad más alta.

Una aclaración importante para ubicar este caso dentro del campo de estudios es que si consideramos a los socios productores de *La uruguaya* en tanto integrantes de la Comunidad Orsai, su filiación ocurre principalmente a partir del aporte económico y adquisición de bonos. Siendo que pueden haber sido fans de Hernán Casciari y Orsai anteriormente, pueden haber llegado al proyecto por conocer la novela de Mairal o por interés en el aspecto innovador de la propuesta, entre otras posibilidades. Lo que interesa aquí es dar cuenta cómo ocurre la construcción de este grupo alrededor del proyecto. El involucramiento de un público potencial en un proyecto audiovisual desde el comienzo, se sostiene muchas veces en la trayectoria de algunos de sus responsables, o en la condición innovadora del proyecto (Roig Telo, 2010). Podríamos inferir, entonces, que no sería posible llevar adelante proyectos de estas características sin que al menos un grupo de estos productores se involucre activamente, apropiándose del texto original (la película), y demandando al grupo dirigente por encima de lo propuesto en muchos casos. Estos socios productores actualizaron la base de la Comunidad Orsai y crearon un grupo delimitado de casi 2000 personas orgánicas al proyecto.

La actividad de los productores y en particular de este grupo más activo, fue canalizada por Orsai desde el comienzo a partir de ciertas personas que ocuparon roles específicos para coordinar este flujo de interacción y participación. Tal es el caso de Gabriel Grosvald, que se

ocupó y ocupa íntegramente de los episodios de podcast de Orsai, y de Ignacio Merlo, que cumplió y cumple el rol de coordinador de la Comunidad Orsai. Éste último es el intermediario principal entre el núcleo duro y la comunidad de socios en este proyecto en particular. Esta intermediación se dió a partir de la interacción con los socios productores, atendiendo a las demandas más formales a partir de los canales propuestos, como el mail, pero principalmente a partir de muchos de los canales no-oficiales creados en Telegram con los socios más activos del proyecto. Al respecto de la comunidad y la posibilidad de realizar una película de esta manera, Fiorella Bottaioli, protagonista de la película, Ana Garcia Blaya, directora de la película y Pedro Mairal, autor de la novela, comentaron:

“Me pareció súper original y diferente al resto. Y que si realmente se llevaba a cabo y era realizable, es la mejor manera de hacer cine que puedes pedir. Porque que te financie la película gente *random* y que se forme una comunidad, todos luchando por lo mismo, es hermoso.” Fiorella Bottaioli (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 5m49s)

“Al saber que éramos 2000 coproductores, porque yo me incluyo como productora también, al saber que éramos 2000, todo me pareció que iba a tener mucha contención. No sentí miedo, al revés. Me pareció que todo lo más difícil que hace una directora o un director es tomar decisiones. Y entonces medir con 2000 personas que son un público potencial, que algunos saben más, otros menos, pero que opinan. La verdad que es invaluable eso. La soledad de la de la directora no la sentí tanto en este proyecto.” Ana García Blaya (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 5m05s)

“Un poco me asustó la idea de todo el mundo opinando. De pronto pensé "esto va a ser una reunión de consorcio de 2.000 personas, todos a los gritos opinando". Y cuando empecé a ver que uno proponía "Mirá tengo un departamento en Montevideo cerca de la plaza, podemos hacer una toma de ahí" "Yo les puedo dar alojamiento en Valizas", "Yo les puedo llevar tal cosa". O sea, cuando empecé a ver que la fuerza de la comunidad, digamos, era colaborativa, dije esto es una cosa nueva. Esto nunca se había hecho antes.” Pedro Mairal (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 6m06s)

Siendo que una de las características de estas audiencias más activas y fanatizadas, es ser altamente productivas (Borda, 2015), quisiéramos

rescatar y utilizar en tanto corpus un documental paralelo sobre el proyecto *La uruguaya*, producido por un grupo de socios, para recuperar la voz de los productores asociados en tanto actor relevante del caso. Este documental no producido por Orsai, constituye una suerte de *spin off* de *La uruguaya*, y de hecho ya hemos recuperado algunas citas a lo largo de esta tesina. Tomamos como referencia este texto en tanto creemos que representa una voz legítima, entendemos que puede ser cercano al proyecto de la película, pero es externo a Orsai y al núcleo duro, aunque muchos de sus integrantes accedieron a dar testimonio, aquí ya citado, y dieron ayuda con difusión para la realización del mismo desde los canales de Orsai<sup>48</sup>. Así mismo, muchos de los productores que dan testimonio en esta pieza, no formaron parte activa en la confección de este documental. En relación a la génesis de éste, surgido a través de los chats informales en Telegram de productores asociados, y a esta característica altamente productiva de un sector de la comunidad de socios, Javier Beltramino, integrante del núcleo duro y productor general de *La uruguaya*, comentó:

“Estoy fascinado con lo que ha ido sucediendo en el grupo de Telegram de los productores asociados de *La uruguaya*. En un principio el grupo funcionaba como una sala de espera del estreno de la película, pero en esa espera comenzó naturalmente a surgir entre ellos, esa pulsión por generar contenido (...). Surgió la idea del documental desde el punto de vista de los productores asociados. El hecho de que los productores asociados de *La uruguaya* terminen produciendo el documental sobre la película, y que además sean co-directores del mismo me parece alucinante” (Grosvald, 2022b, 17m40s)

En este documental, titulado “*Cómo 1961 desconocidos nos convertimos en productores de cine*”<sup>49</sup>, se destaca, por ejemplo, la participación de productores asociados como extras en la película. Este ítem, que todavía no hemos profundizado, es muy interesante en muchos

---

<sup>48</sup> Desde el podcast oficial del proyecto, se dió espacio, a través de un episodio dedicado, para que parte de este grupo de socios convoquen y cuenten con más detalles al resto de los socios productores, la producción de este documental que salió a la luz en 2022. Ver más en (Grosvald, 2022b).

<sup>49</sup> Ficha técnica de IMDb: [https://www.imdb.com/title/tt23316990/?ref=tt\\_sims\\_tt\\_t\\_1](https://www.imdb.com/title/tt23316990/?ref=tt_sims_tt_t_1) Link al documental: <https://youtu.be/gclUaGnjin1Q>

aspectos. Uno de ellos, es el pasaje a la presencialidad del proyecto. La participación directa en el rodaje fue una de las primeras instancias de no-virtualidad de un proyecto que existió principalmente gracias al contexto de Internet de plataformas. Podemos rescatar, en relación a estos encuentros entre productores y el equipo de rodaje, la palabra de algunos productores asociados, a través de algunos de los episodios podcast que cubrieron estas jornadas. En ese sentido, recuperamos aquí un testimonio de una escena de rodaje en Buenos Aires que requirió de muchos extras:

“Tuve la oportunidad de charlar con varios productores, varias productoras y pude darme cuenta que estábamos manejando el mismo nivel de intensidad y que estábamos viviendo la jornada como una experiencia totalmente inédita, porque en general no estamos habituados a formar parte y participar de este tipo de instancias. Eso justamente lo hacía una instancia sumamente divertida que iba más allá de si nuestra participación llega a quedar en la versión final de la película, cómo eso no era lo importante, lo importante y lo divertido de la experiencia era todo el combo ¿no? Cómo ir, encontrarte con un montón de personas que están tirando para el mismo lado, tomar conciencia de la real dimensión de lo complejo que es hacer una película, ver que hay un montón de personas que intervienen haciendo distintas tareas y que todas son igual de fundamentales. Eso creo me flasheó mucho a mi en particular y me lo llevo como balance de todo el proceso de *La uruguaya*” (Grosvald, 2021m, 10m04s)

En este sentido, rescatamos la relevancia de esta participación en el rodaje, en tanto el hecho de intervenir de alguna manera en el texto original, en este caso la película, constituyendo una característica común a muchas comunidades de fans, donde se busca lograr intervenciones de este tipo (Borda, 2015). Podemos pensar, sin embargo, que el hecho de adquirir bonos ya implica en sí una intervención en el texto original. Al respecto de esta experiencia, quisiéramos rescatar el relato de otra socia productora que participó como extra en otra de las escenas rodadas en Buenos Aires:

“Hola comunidad, querida comunidad Orsai, queridos co-productores, querido núcleo duro de la película y queridos todos. Una felicidad haber participado como extra en la escena de la presentación del libro y me tocó, si alguien lo vio en las fotos, estar al

lado del queridísimo Hernán Casciari, así que no pudo evitar sacarse una foto conmigo, porque no le iba a dejar” (Grosvald, 2021n, 21m41s)

Más adelante existieron otros eventos donde los productores asociados pudieron encontrarse entre ellos y con parte del equipo de rodaje del filme, pero las jornadas de rodaje fueron las primeras actividades *offline* en donde coincidieron el núcleo duro y los socios productores. La película rodada casi en su totalidad en Montevideo, tuvo muchas escenas con extras en esa ciudad en comparación a Buenos Aires, la otra gran locación. Existió gran compromiso y entusiasmo por parte de los socios productores en participar del rodaje en calidad de extras, incluso cuando muchas de estas jornadas eran nocturnas y en días laborables. Al respecto los protagonistas de la película, Fiorella Bottaioli y Sebastian Arzeno, comentaron:

“Creo que los socios productores tenían tantas ganas de que esto salga bien que todos se portaron entre comillas muy bien. Qué te voy a decir, estaban todos buena onda, nunca vas a ver un extra con tantas ganas de ser extra como en este proyecto.” Fiorella Bottaioli (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 17m50s)

“Qué se yo, había jornadas largas, de noche, con frío y muchas veces el extra le gusta lo que están haciendo y todo. Pero, claro, después de 12 horas ya queda poca gente a la que le sigue gustando lo que está haciendo, quiere irse a la cama a dormir, Y los socios productores fueron increíbles, increíbles.” Sebastián Arzeno (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 18m02s)

## **Departamento de prensa**

Otro de los ítems que quisiéramos destacar antes de finalizar este capítulo es el departamento de prensa promovido desde el núcleo duro. En este departamento se puso en juego la apropiación por parte de un grupo no poco numeroso del proyecto en tanto productores y

representantes del mismo. Se propuso llevar adelante con quienes quisieran colaborar y trabajar en generar una difusión activa de la película. Esta convocatoria no puso requisitos profesionales ni de ningún tipo en la participación, la acreditación como productor al proyecto fue suficiente para participar. La premisa fue lograr instalar el proyecto en cierta agenda, al menos dentro del rubro mediático audiovisual, que de por sí, ya tenía su propia difusión por los canales de Orsai. Resaltando la adaptación de la novela de Pedro Mairal, pero sobre todo el particular método de financiación y producción de Orsai.



De esta manera algunos productores asociados incluso fueron entrevistados o consultados como referentes del proyecto y produjeron periódicamente muchas de las notas que salieron en varios rincones del mundo. Tal es el caso de un socio productor argentino, que logró una nota en la televisión israelí, país donde reside.

---

<sup>50</sup> Captura de Telegram hecha por el autor de la tesina.



51

El derrotero de este departamento de prensa que, en muchos casos, contó con la participación de productores con experiencia laboral en el tema, no estuvo dentro de las propuestas originales por parte de Orsai para promocionar la adquisición de bonos. Lo cual es interesante ya que, por un lado da cuenta de cierta flexibilidad por parte de Orsai para generar espacios de participación y desarrollo del proyecto no previstos originalmente. También, de cierta apropiación del proyecto por parte de un grupo de socios productores y de una suerte de reafirmación como productores y no meros financiadores o inversores. La apropiación del proyecto por parte de estos productores se vió en la gestión y producción de varias incursiones mediáticas, que no se limitaron sólo al ámbito argentino o uruguayo.

---

<sup>51</sup> La nota puede recuperarse en:  
[https://www.youtube.com/watch?v=tRlFeQzMMk&t=25s&ab\\_channel=SimonCiubotariu](https://www.youtube.com/watch?v=tRlFeQzMMk&t=25s&ab_channel=SimonCiubotariu)

HOME > FILM > FESTIVALS

Jul 14, 2021 2:52am PT

## 'La Uruguaya' Takes Crowd-Funding to New Level

By Anna Marie de la Fuente ▼



Courtesy of Orsai Cine

### MOST POPULAR

- 'Dune: Part Two' Debuts Breathtaking Trailer: Timothée Chalamet Rides Giant Sandworm, Assumes Rightful Role as Fremen Leader
- 'Wonka' Trailer Reveals Timothée Chalamet's Musical Take on Mystical Chocolatier and Hugh Grant as Singing Oompa-Loompa
- John Stamos Had the Olsen Twins Fired From 'Full House' at 11 Months Old Due to Crying, Then Asked for Them Back: 'I Couldn't Deal With It...
- SPONSORED**  
 Craig Emanuel Honored as Insiders Weigh Chances of WGA Strike: Key Takeaways from Variety's Power of Law Breakfast
- Bam Margera: Pennsylvania Police Issue Arrest Warrant as 'Jackass' Star Remains Missing

52

# ¿Es posible hacer una película con 2.000 productores? Un inusual experimento cinematográfico demuestra que sí

Por Ángela Reyes Haczek

19:59 ET(23:59 GMT) 18 Octubre, 2021



### MÁS DE CULTURA



16 instantes de la primera temporada



53

<sup>52</sup>Ver más en: De la Fuente, Anna Marie. (14 de julio de 2021). 'La Uruguaya' Takes Crowd-Funding to New Level. *Variety*.

<https://variety.com/2021/film/festivals/la-uruguaya-crowd-funding-new-level-1235019480/>

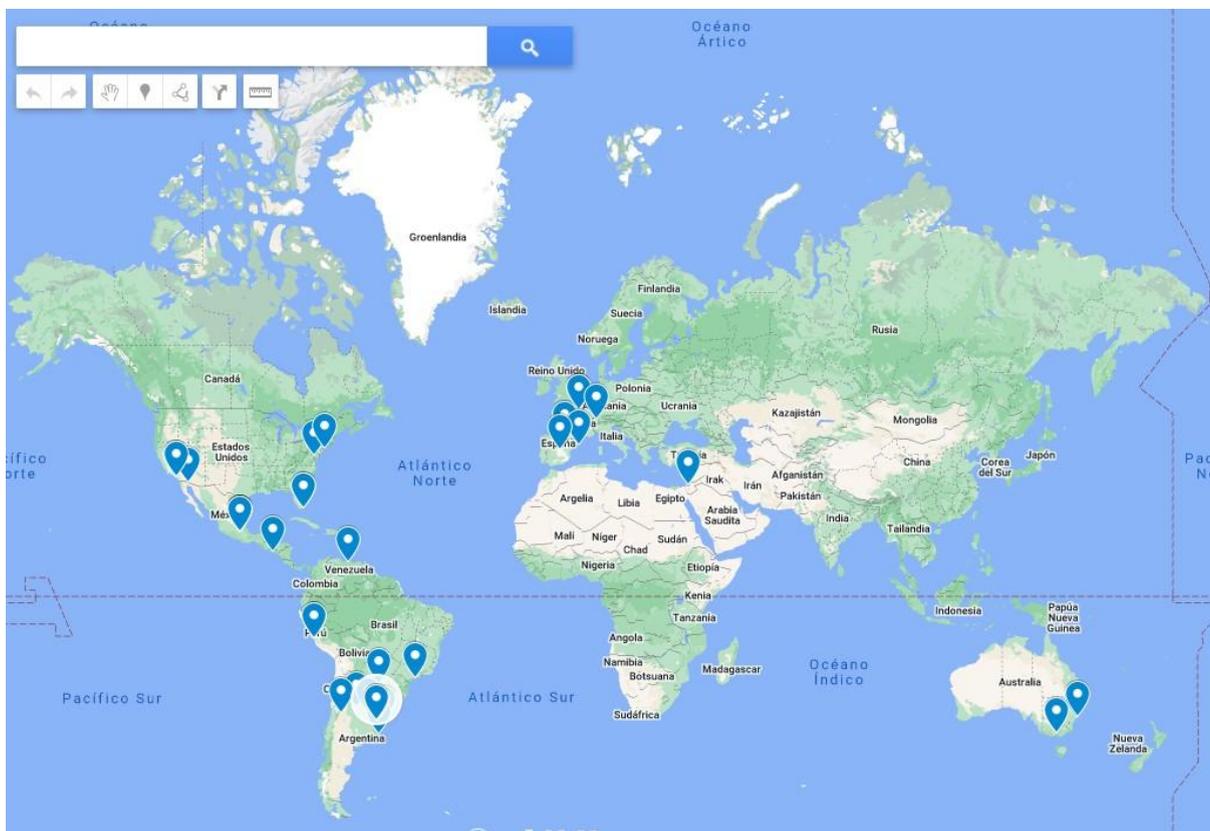
<sup>53</sup>Ver más en: Reyes Haczek, Ángela. (18 de octubre de 2021). ¿Es posible hacer una película con 2.000 productores? Un inusual experimento cinematográfico demuestra que sí. *CNN en español*.

<https://cnnespanol.cnn.com/2021/10/18/la-uruguaya-cine-orsai-orix/>

## Casciari reunió dinero para rodar la película sobre el libro “La Uruguaya” y fue un éxito: ahora prepara la serie “Canelones”

La semana pasada comenzó en Montevideo el rodaje de la película basada en la exitosa novela de Pedro Mairal. El proyecto fue financiado de forma independiente con la venta de bonos a casi 2.000 personas, que, como socias, pueden intervenir en todo el proceso. Juntó 600.000 dólares. Desde la Comunidad Orsai, creada por Casciari, ya están desarrollando un segundo proyecto, una miniserie.

54



Mapa con algunas de las notas periodísticas publicadas alrededor del mundo sobre el proyecto, muchas de ellas producidas periodísticamente por los socios productores.<sup>55</sup>

<sup>54</sup>Ver más en: Martínez, Claudia Regina. (14 de octubre de 2021). Casciari reunió dinero para rodar la película sobre el libro “La Uruguaya” y fue un éxito: ahora prepara la serie “Canelones”. En *eDiarioAr*.

[https://www.eldiarioar.com/espectaculos/casciari-reunio-dinero-rodar-pelicula-libro-uruquaya-exito-ahora-prepara-serie-canelones\\_1\\_8393699.html](https://www.eldiarioar.com/espectaculos/casciari-reunio-dinero-rodar-pelicula-libro-uruquaya-exito-ahora-prepara-serie-canelones_1_8393699.html)

<sup>55</sup> Este mapa fue confeccionado por el autor de la tesina, puede recuperarse aquí: [https://www.google.com.ar/maps/@6.6377975,-48.3636044,3z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1l1mQ\\_59idWAqj2Q5dvI23hRC5uuhv2kjm](https://www.google.com.ar/maps/@6.6377975,-48.3636044,3z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1l1mQ_59idWAqj2Q5dvI23hRC5uuhv2kjm)

Al respecto de la participación voluntaria, o propuestas extras para con el proyecto por parte de productores asociados, a través de la producción de diferentes materiales como las notas de prensa y en particular el documental "*Cómo 1961 desconocidos nos convertimos en productores de cine*", Gabriel Grosvald comentó:

"Siempre son bienvenidas las propuestas para sumar, para divertirnos, para que esta experiencia sea compartida con el resto del mundo, que todo el mundo pueda conocer cómo la pasaron ustedes, que podamos compartir con la pasamos nosotros, digamos, me parece que está buenísimo eso y es un gran trabajo y si sale de los propios socios productores en forma espontánea, hay que celebrarlo. No es algo que estamos generando nosotros desde Orsai, sino que es algo genuino y está buenísimo que así sea." (Grosvald, 2022b, 16m35s)

### **Formalización institucionalizada**

Otro aspecto rescatado por los socios productores como validador de su condición fue la gestión e inclusión del nombre de todos ellos en los créditos del film, mucho antes de que el rodaje suceda, en el sitio *Internet Movie Database* (IMDb). Este sitio constituye una fuente de consulta de información fehaciente de gran parte de las producciones audiovisuales<sup>56</sup>. En este sentido, es en alguna medida una validación y legitimación medianamente institucionalizada de la ficha técnica de la película<sup>57</sup>, en donde se incluyen acreditados toda la comunidad de productores. Al respecto de la acreditación en IMDb, uno de los socios productores comentó:

"Siento ya que valió la pena la inversión solo por el hecho de haber participado, de haber hecho una película, de tener mi crédito en IMDb que para mí eso es un orgullo

---

<sup>56</sup> Ver más en:

[https://help.imdb.com/article/imdb/general-information/what-is-imdb/G836CY29Z4SGNMK5?ref=helpart\\_nav\\_1#](https://help.imdb.com/article/imdb/general-information/what-is-imdb/G836CY29Z4SGNMK5?ref=helpart_nav_1#)

<sup>57</sup> Ficha de *La uruguay* en IMDb: [https://www.imdb.com/title/tt14731294/?ref=mv\\_sr\\_srsq\\_0](https://www.imdb.com/title/tt14731294/?ref=mv_sr_srsq_0)

porque como fanático del cine que soy, tener un crédito ahí, en la página de IMDb, especializada en cine, me parece genial.” (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 7m50s)

## **La construcción del guión “comunitario”**

El guión y la confección del mismo fue otro de los ítems trascendentales de la producción entre los que se prometieron cierta intervención o participación de los socios productores<sup>58</sup>. Sin embargo, aunque no se abrieron votaciones para decidir aspectos de aquel, sí hubo instancias y canales abiertos al diálogo para hacer comentarios al respecto. La escritura y versión final partieron del equipo de guionistas que dirigió Christian “Chiri” Basilis. Se establecieron una serie de jornadas de lecturas públicas de guión, a partir de un primer borrador. Al respecto de estas jornadas y el intercambio con los socios productores, Basilis comentó:

“Nunca antes había escrito algo frente a lo cual hubiera tanta expectativa del otro lado. Por suerte, cuando mostramos el guión, que fue en aquella lectura online en la que muchísimos socios productores estaban presentes, la recepción fue buena, fue positiva. Muchos de los socios productores lo que hicieron fue tomar notas de algunas cosas que no les cerraban en el guión. Alguna palabra del argot montevideano que estaba mal puesta o que no se decía de esa manera. O, quizás, alguna incoherencia en el recorrido de los personajes por las calles de Montevideo. Nosotros lo que hicimos fue ir incorporando todas esas notas en la segunda versión del guión. Y, obviamente, nos resultó de muchísima, muchísima utilidad.” (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 6m43s)

Se compartió el guión completo con la comunidad de socios y se abrieron instancias públicas para comentar e intercambiar opiniones, aunque no cediendo el control sobre las decisiones del mismo con votaciones, como vimos anteriormente en otros puntos relativos al proyecto. Sin embargo esta primera versión del guión se vió modificada,

---

<sup>58</sup> Ver lo citado en el apartado “Celebración del contrato” o en el documento anexo “Términos y condiciones”, “Derechos del socio”.

como dice Basilis, por muchos de estos comentarios, que fueron bien recibidos.

### **Núcleo duro + productores asociados**

Vemos entonces cómo entre los dos actores principales, el núcleo duro y la Comunidad Orsai, se crearon una serie de redes de reciprocidad para la concreción del proyecto (Borda, 2015). A pesar de las jerarquías estipuladas y generadas al interior de la iniciativa, se generó cierta noción (o ilusión) de igualdad a la hora de la producción de la película, donde la valoración de estos intercambios y aportes por parte de los productores, no estuvo, a priori, dada por la cantidad de bonos, ya que en las instancias que mencionamos en este capítulo, no hubo votaciones donde la cantidad de bonos incidiera en el escrutinio final. Estas redes de reciprocidad, que se generan en particular en las audiencias más fanatizadas, son un fondo de recursos para la industria para la realización de determinados productos culturales (Borda, 2015). En este caso podríamos pensar en estos recursos tanto en lo económico, por la adquisición de bonos, como en su dimensión simbólica en la participación e interacción de muchos de los socios está presente en Orsai mucho antes de su incursión audiovisual, algo en lo que se indagó en este trabajo con el análisis y cronología de la construcción de Orsai, y algo que Casciari interpretó de su comunidad desde la creación de la Revista Orsai. En estas redes de reciprocidad se ven desigualdades, en el sentido de pertenencia o no al núcleo duro. Recordemos que muchos integrantes de este espacio son también productores asociados, como así también poseen ciertas jerarquías como resultado de la acumulación de diferentes capitales simbólicos específicos al interior del proyecto (Bourdieu, 1979, 1997). En este sentido, nos parece importante rescatar la siguiente declaración de Joaquín Márquez, productor general de la película, que destaca la

capacidad productiva, no en términos puramente económicos, o más allá de este aspecto:

“Cada proyecto tiene su músculo productivo. Que no tiene que ver con una capacidad económica sino con lo que ese equipo o esa producción puede lograr. La verdad es que la nuestra era espectacular.” (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 19m55s)

### **Alineado y balanceo. Postproducción y conclusiones parciales**

Por lo descrito y analizado a lo largo de este trabajo, vemos que, salvo la consulta sobre la comercialización/exhibición del filme, la participación de los socios estuvo articulada principalmente en lo relacionado a la pre-producción y el rodaje. La post, que consiste básicamente en la edición y el montaje del material y su posterior distribución, no tuvo prácticamente participación ni aportes de la comunidad de socios, y la interacción del núcleo duro con ésta, fue notoriamente menor en esta instancia. En este sentido, eso propició la creación de estos textos paralelos, como el documental aquí referenciado. En el documental *“Cómo 1961 desconocidos nos convertimos en productores de cine”* que usamos como corpus para esta sección, encontramos, entre varios tópicos tratados, comentarios en retrospectiva sobre la experiencia de producción de esta película, que nos permiten repensar los alcances y limitaciones de la propuesta original del proyecto. La primera parte del proyecto fue la que tuvo una valoración más positiva por los socios productores:

“Me gustó mucho toda la parte de los primeros meses o el primer año, cuando votábamos desde la interacción. Cómo se fue armando. Me parece que ellos no tenían muy claro cómo iba a ser y lo fueron inventando. Todo eso me pareció muy interesante.” (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 14m09s).

La propuesta original de exhibir la película el 28 de diciembre de 2021, en la ciudad de Mercedes, finalmente no sucedió. Esta función especial no

se ajustó a los tiempos reales necesarios para la producción, y en particular a la postproducción del filme, en su edición y montaje, sumado a que muchos socios manifestaron la imposibilidad de estar en el evento de manera presencial. Esta idea partió más de un deseo de Orsai que de algo factible. Para esta fecha, se decidió generar un streaming con los socios productores y parte del equipo del núcleo duro, para comentar en qué estado estaba la película, a modo de cierre de año y para honrar la fecha prometida. La edición y el montaje final duró bastante más de lo previsto.

Como dijimos, la interacción y la información en esta etapa fue mucho menor. Los podcasts, que tuvieron una periodicidad originalmente semanal y luego diaria durante el rodaje, mermaron. En el final de temporada de estas emisiones, el 14 de diciembre de 2021, se dieron detalles muy generales a modo educativo sobre en qué consistió esa primera etapa de edición, se dió información general sobre qué trabajo se estaba haciendo y el estado de ese proceso (Grosvald, 2021r). El siguiente episodio de estos podcast fue casi cuatro meses después, el 6 de abril de 2022. En este episodio se comentó más en detalle lo que faltaba para poder presentar en comunidad un primer corte o versión de la película, y lo que se había hecho en ese lapso. Se dió a conocer, por ejemplo, que se llevaron adelante algunas jornadas extra de rodaje, que se necesitaban para cerrar la película y que no estaban previstas originalmente (Grosvald, 2022a). En palabras de la directora, Ana Garcia Blaya, este proceso “fue largo, fue silencioso para ustedes, pero fue muy activo y con muchas emociones en el medio” (Grosvald, 2022a, 22m34s). Así mismo, la estructura final del guión se vió modificada con la exclusión de algunas escenas, la grabación de otras y el agregado de voces en off, como así también la elección de la música y su ubicación en la película. Al respecto de esta etapa, que no contó prácticamente con la interacción de los socios, y donde el proyecto se centralizó más sobre el núcleo duro, Ana Garcia Blaya, dió su opinión sobre la imposibilidad de que los

productores tuvieran algún tipo decisión o acceso un poco más cotidiano a este proceso, amparada principalmente, por la dinámica o flujo de trabajo que estaba sucediendo en ese momento:

“Bueno antes que nada, agradezco la paciencia, la comprensión de este proceso, que es colectivo, pero en un momento hay que tomar una decisión y en general esa decisión, la tomo yo o quienes me rodean, opinan y las tomamos un poco entre todos. Si no sometemos esas decisiones a los 1900, es porque si no, no podríamos terminar.”  
(Grosvald, 2022a, 20m25s)

Así mismo en este episodio de podcast, se puso fecha límite durante el mes de abril para compartir material con los socios, prometido originalmente para diciembre de 2021. El mismo se compartió a través de un streaming que sucedió el 1 de mayo de 2022, en donde todos los socios productores pudieron ver, por primera vez y en exclusiva, una primera versión de la película, a la que todavía le faltaba trabajo técnico por delante. Tener el primer corte fue fundamental para retomar negociaciones para vender el producto final, por las que ya habían conversaciones desde hacía meses atrás con algunas empresas del sector (Grosvald, 2021p). Retomaremos este ítem del proyecto en el capítulo siguiente.

Para la postproducción final, que siguió a este primer corte, los socios continuaron sin muchas novedades del trabajo en la isla de edición ni de la trastienda de esta última etapa. Tal es así que un grupo de ellos “demandó” más información al núcleo duro, y este les respondió con la edición de un episodio de podcast, que incluso constituye el capítulo final del podcast *La uruguaya*<sup>59</sup> y que salió en agosto de 2022, cuatro meses después del visionado del primer corte. Como vemos, la extensión temporal en la entrega de información sobre el estado del proyecto se extendió bastante. En este capítulo, ya de aspecto técnico, participaron los técnicos encargados de la edición de sonido y color, que dieron detalles

---

<sup>59</sup> Orsai, decidió finalizar la emisión del podcast *La uruguaya* y crear un nuevo podcast titulado *Orsai Cine*, donde se alojaron los episodios siguientes relativos al proyecto, como así también los otros proyectos audiovisuales que surgieron posteriormente a *La uruguaya*.

puntuales sobre su trabajo, el cual constituía el último eslabón para finalizar la película.

Quisiéramos retomar el documental antes citado, para referir aquellas lecturas críticas sobre la experiencia de cine colectivo, colaborativo, participativo y autogestionado de *La uruguayaya*. Ya en términos más de balance final, por parte de algunos socios productores, a fin de recuperar la voz de este actor. A pesar de estas demandas por falta o poca periodicidad de entrega de información para con los socios productores, estos no tuvieron grandes críticas a la hora de evaluar el proyecto. A modo de reflexión uno de ellos dijo: "Siendo casi 2000 personas es muy difícil dejar a todos contentos. Así y todo creo que hubo bastante participación." (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 15m49s). Así mismo algunos se extendieron un poco más y llegaron a las conclusiones más amplias:

"Creo que fue una democracia tutelada, digamos. La iban rumbeando un poco para donde a ellos les gustaba la cosa y algunas cosas decidían ellos y otras nos dejaban a nosotros. Como también la lógica indica. 2.000 personas opinando sobre algo, puede ser un caos. Había que tener un rumbo. Y creo que se respetó el hecho de que tuvimos voto en algunas cosas" (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 14m58s)

"No siento que haya sido un proceso realmente democrático. Pero no siento que tuviera que serlo, o sea, me parece que los productores asociados tuvimos una participación, que estuvo buenísima y que fue la que tenía que ser. No sé si tendríamos que haber tenido más y si tendrían que haber sido 100% todas las decisiones sometidas a votación." (Canal No se te ve, Silvia, 2022, 15m25s)

En ese sentido, en estos discursos, encontramos ciertas nociones en concordancia con el marco teórico utilizado en esta tesina, teniendo como ejes la apertura de información y el eje de distribución del control del proyecto en la toma de decisiones (Roig Telo, 2017). Con respecto a esta suerte de balance macro del proyecto, algunos productores coincidieron en que la propuesta tuvo intención o pulsión de una apertura o

participación mayor, a la que, como vimos, no resultó así en todos los aspectos.

Si bien, estas declaraciones críticas confirman lo que venimos trabajando sobre las limitaciones de esta apertura y participación a la toma de decisiones propuestas, todas coinciden en comprender de alguna manera la lógica de trabajo en cine, planteada al menos, como se planteó y desarrolló en este caso en particular. Como vimos, existe un documento ya citado con los derechos del socio, en donde uno podría refutar qué cosas se cumplieron de la propuesta, pero lo que interesa principalmente es señalar que estas conclusiones por parte de socios productores parten más que nada de la lectura y recepción de los discursos por parte de Orsai sobre ciertas posibilidades de participación, que en la práctica no fueron finalmente posibles y que pudieron haber creado algún tipo de resquemor en la comunidad de socios.

Algo que no hemos mencionado prácticamente a lo largo de este trabajo, se relaciona con las decisiones ya más bien financieras o presupuestarias con respecto al proyecto. Si bien se compartieron en algunos momentos cierto prorrateo de los gastos de preproducción, costo de guiones, costos de departamento de arte, sueldos varios, etc. Los socios no tuvieron mucha interacción ni opinión y mucho menos voto, en lo que hace a las decisiones de cómo utilizar el presupuesto. En este sentido, ciertas personas del núcleo duro, pertenecientes a la industria audiovisual, ocuparon el rol de llevar la contaduría y administración de los gastos de producción en base al presupuesto de 600.000 dólares.

Como se ve, entonces, esta segunda etapa del proyecto, que inició una vez finalizado el rodaje, puede diferenciarse claramente de la primera. En este sentido, vemos cómo la figura del socio productor, en esta segunda etapa se ajusta más a la de un sujeto que es un público objetivo del proyecto y en términos de industria, se lo trató más como un inversor o aportante con actividad o influencia escasa para con las decisiones

tomadas en esta etapa de edición y comercialización. Como así también, podemos ver, que no todo el proceso de producción estuvo sometido a la opinión, votación y participación activa en todos los aspectos.

## ***La uruguaya, cine con, para y por productores asociados ¿un modelo posible?*** Impacto, derrotero y conclusiones finales

Para finalizar este trabajo, quisiéramos ya pensar en retrospectiva aspectos generales en términos conclusivos relacionados al caso elegido. En este sentido, repasaremos el rol de los socios productores en esta experiencia de cine, el resultado obtenido de esta modalidad de financiamiento, y por otro, el impacto de la película a los fines económicos y simbólicos con la legitimación de ésta a través de su exhibición en festivales de cine.

Podemos pensar entonces, que los productores asociados de este proyecto audiovisual son inversores en un sentido estricto, que delegan decisiones presupuestarias y la administración de su dinero a un grupo determinado de personas que coordinaron el proyecto. Qué, como señalamos anteriormente, no participaron de la negociación del producto final y que únicamente mediante votación expresaron una preferencia mayoritaria sobre el tipo de distribución de la película. No tuvieron a su alcance ningún tipo de conversación ni detalles de las conversaciones o negociaciones llevadas adelante con varias empresas del sector para la comercialización de la película. Tampoco pudieron dar su parecer si prefirieron la propuesta X o Y, ni conocimiento efectivo de cuantas propuestas formales existieron. Así mismo, no tuvieron injerencia alguna en la administración del presupuesto en relación con todos los costos implicados en la producción, ni tampoco un día a día de la administración de ésta. En este sentido, podemos pensar en inversores pasivos, que delegaron la administración de su inversión a un grupo específico, el núcleo duro, para percibir dividendos en caso de que la inversión tuviera saldo positivo.

Son productores cinematográficos en tanto acreditan como tales a los fines o lógicas propias de la industria audiovisual. Acreditando como tales

en la ficha técnica de la película y dándola a conocer con este número de productores, para nada habitual. Son productores cinematográficos, en tanto formaron parte de ciertas decisiones con mayor o menor trascendencia en el producto final. Como la preferencia sobre su exhibición, el casting de los protagonistas y la posibilidad de emitir opinión sobre el guión. A través de votaciones y espacios de diálogo e interacción, donde muchos de ellos pudieron proponer diferentes propuestas con mayor o menor valoración por parte del núcleo duro, que tuvo el control mayoritario sobre la toma de decisiones (Roig Telo, 2017).

Los productores asociados son también un público objetivo de este proyecto audiovisual, en tanto se trata de uno que genera una serie de textos dirigidos a estos inversores, productores. Estos textos, además de generar comunidad y un espíritu colaborativo e instancias de participación, también constituyen de alguna manera una actualización sobre los pormenores y estado de la inversión realizada por los socios. Así mismo, como vimos en el capítulo anterior, muchos de estos productores suscriben al epíteto de fans o grupo de fans, dado en gran medida por la intensidad de las interacciones y capacidad de producción dadas al interior del proyecto. El aporte económico de los productores a su vez, es un aspecto necesario y constitutivo para que el proyecto pudiera llevarse a cabo.

Orsai, entonces, logró su cometido. Se propuso llevar adelante una producción audiovisual y logró producir un largometraje adaptando la obra de Pedro Mairal más allá de las consideraciones que pudieran haber en términos de crítica cinematográfica sobre el producto final. A través del aporte de casi 2000 personas, juntando una cantidad de dinero considerable para su cometido y logrando el involucramiento activo de parte de un grupo de individuos que se formó alrededor del proyecto. Los socios productores, además, tuvieron una participación e interacción activa, aunque moderada en ciertos momentos del proceso. *La uruguaya*,

finalmente fue vendida a una empresa audiovisual<sup>60</sup>, para su exhibición en salas de cine comerciales y en la plataforma que esta empresa posee, a partir de 2023. Este acuerdo prevé la distribución y exhibición en latinoamérica de la película y habilita la participación de la película en festivales. El monto alcanzado por la venta de estos derechos de exhibición, fue, justamente, de 600.000 dólares. Por lo que de alguna manera, podríamos pensar que comercialmente el proyecto fue exitoso, ya que al menos no hubo pérdidas.<sup>61</sup>

Como introdujimos en el capítulo anterior, si bien se compartieron algunas novedades de estas negociaciones, en concordancia con otras decisiones tomadas en postproducción, los productores asociados, salvo algunos títulos puntuales, se enteraron de estas novedades con los hechos ya consumados y desde un lugar expectante y pasivo. Al lograr la venta, Orsai logró cerrar el círculo que inició al comienzo al no optar por las dos vías habituales para financiar y llevar adelante un producto audiovisual en Argentina. No se utilizaron subsidios o estímulos de carácter público, sea cual sea el organismo involucrado, como así tampoco se buscó la financiación de empresas privadas tradicionales del sector.

La venta de la película, es en sí mismo un hecho económico, y una legitimación de esta producción en tanto logra un acuerdo de distribución con una plataforma importante de la industria. Finalmente, se respetó la voluntad de los socios productores de exhibir la película en cines y de que la película también tuviese primero un recorrido por festivales. En este sentido cabe destacar, y ya a modo conclusivo, que una de las particularidades o fuertes de este proyecto en términos de innovación fue

---

<sup>60</sup> Esta plataforma no se menciona directamente aquí, por restricciones contractuales asumidas por las partes. Orsai anunció públicamente el acuerdo, pero se acordó no mencionar el nombre de esta plataforma hasta que la misma haga el anuncio de la distribución de la película. Ver mas en: «La uruguaya», de Ana García Blaya, fue adquirida por una plataforma y se estrenará a comienzos de 2023. (8 de agosto de 2022). En *GPS Audiovisual*. <https://gpsaudiovisual.com/2022/08/08/la-uruguaya-de-ana-garcia-blaya-fue-adquirida-por-una-plataforma-y-se-estrenara-a-comienzos-de-2023/>

<sup>61</sup> Si bien los socios productores recuperaron su capital invertido, se prevé, que la película se venda bajo otros acuerdos, a otros territorios como Europa y Estados Unidos, acuerdos por los cuales los productores asociados pasarían a percibir ya ganancias en base al porcentaje invertido originalmente.

la producción de la película. Y que la distribución y exhibición, elegida de esta manera por el grueso de los productores, fue ya a través de medios tradicionales de la industria y no constituye innovación. El tiempo dirá si Orsai y Hernán Casciari, en su “cruzada” por tener la menor cantidad de intermediarios posibles, logran con *La uruguaya* u otros proyectos audiovisuales, idear un modelo de distribución y exhibición que escape a los circuitos tradicionales de la industria. El factor económico quizá y el recupero del dinero también eran temas sensibles, ya que no todos los productores estaban de acuerdo en elegir opciones de distribución a priori más arriesgadas en términos de inversión. Esta experiencia ayudó a Orsai a iniciar otros proyectos audiovisuales. Por un lado, por el lograr finalizar la película, y por otro, porque los inversores no perdieron dinero en el camino. Lo que indudablemente, sienta un precedente de “éxito” y menor incertidumbre para posibles futuros inversores.

La venta se concretó con la película aún no terminada ni visionada por los socios productores. El evento para que los socios pudieran ver la película, que había sido programado originalmente para el 28 de diciembre de 2021, se dividió en varias funciones privadas. Estas funciones sucedieron en Buenos Aires, con dos funciones en dos locaciones diferentes en el mismo día y hora. Unos días antes se programó una función en la Cinemateca Uruguaya de Montevideo para los socios oriundos de ese país y finalmente se llevó adelante una función por streaming para los socios que no podían estar presentes ni en Argentina ni en Uruguay. Estas funciones, que por contrato con la plataforma distribuidora, no constituyen un estreno ni un pre estreno, de alguna manera honran la promesa de que los socios productores tuviesen garantizada una “butaca” para la premiere de la película.<sup>62</sup>

*La uruguaya* se estrenó mundialmente en el 37° Festival Internacional de Mar del Plata<sup>63</sup> el 8 de noviembre de 2022, siendo de la partida en la

---

<sup>62</sup> Ver más en el documento en anexo “Términos y condiciones”

<sup>63</sup> Ver más en: <https://www.mardelplatafilmfest.com/37/es/pelicula/la-uruguaya>

competencia internacional del festival, por lo que compitió por premios, e incluso ganó el galardón a mejor dirección por la labor de Ana García Blaya. La película, que contó además en el casting con la participación de Gustavo Garzon y Jazmín Stuart, tuvo una repercusión favorable en este festival.<sup>64</sup> El hecho de que la película haya logrado incluirse en un festival internacional de esta relevancia, es de mucho valor para una producción de estas características. La película además participó (y al día de hoy continúa exhibiéndose) en otros festivales alrededor del mundo y cosechando premios. Tal es el caso del Festival Internacional de Cine de Barcelona-Sant Jordi o el BCN Film Fest<sup>65</sup>, donde la película tuvo su estreno en España y Europa el 27 de abril de 2023 y cosechó el premio de la crítica y Fiorella Bottaioli, protagonista de la película, recibió el premio a la mejor actriz<sup>66</sup>.

Todos estos ítems de legitimación de *La uruguaya* a partir del circuito de festivales y del saldo favorable a partir de su venta, le permitieron a Orsai profundizar su modelo de negocios y llevar adelante más producciones audiovisuales. Orsai financió, además, una serie de televisión, un documental y otro largometraje con recaudaciones de 1.030.100 USD, 89.900 USD y 1.850.000 USD respectivamente, además de tener abiertos otros proyectos en 2023.<sup>67</sup> Cada uno de estos proyectos están en etapas diferentes y tienen particularidades específicas.

Orsai aumentó así su capacidad de recaudación, con proyectos de mayor presupuesto y mayor número de socios productores implicados, lo cual creemos, presenta un desafío aún mayor del ya transitado, siendo que muchos de estos proyectos funcionan paralelamente.

---

<sup>64</sup>Ver más en: La uruguaya en la Competencia Internacional de Mar del Plata (12 de noviembre de 2022). *Argentina.gob*.  
<https://www.argentina.gob.ar/noticias/la-uruguaya-en-la-competencia-internacional-de-mar-del-plata>

<sup>65</sup> Ver más en: <https://www.bcnfilmfest.com/es>

<sup>66</sup> Ver más en:  
<https://www.bcnfilmfest.com/es/noticias/rebel-de-adil-el-arbi-y-bilal-fallah-premio-mejor-pelicula-del-bcn-film-fest-2023>

<sup>67</sup> Ver más en: <https://orsai.org/audiovisuales/>

A modo de cierre y como últimas reflexiones, quisiéramos brevemente mencionar dos proyectos que nos resultan interesantes, que pueden conformar líneas de investigación futuras, y que dan un clima de época, ya que no tienen conexión ni vínculo alguno más allá de ser contemporáneos entre sí. Por un lado la producción suiza *Mad Heidi* (2022)<sup>68</sup> que contó con una premisa similar a la de Orsai, abriendo la financiación para la producción de la película en términos de inversión y no en términos de recolección de fondos y donación. Así mismo, también se propuso compartir el proyecto con estos inversores a medida que el mismo avanzaba. Lo que destacamos de esta película, amén de no hacer un análisis exhaustivo del caso ni saber los grados de participación del mismo, es que a diferencia de Orsai, se propusieron distribuir y exhibir la película desde una plataforma propia. La película se financió con 2 millones de francos suizos (un poco más de 2 millones de dólares) y buscan a partir del alquiler vía streaming, generar dividendos para los inversores.

Por otro lado, destacamos la plataforma Film.io<sup>69</sup> que discursivamente parecería estar en tono con Orsai, aunque es muy diferente porque se apoya en tecnologías mucho más complejas y menos conocidas para el público, que ameritan otro tipo de acercamiento y marco teórico, como lo son las DAO (*Decentralized Autonomous Organization*), organizaciones que se apoyan en tecnologías a partir de la *blockchain* y la criptografía. Esta plataforma, brevemente, se propone llevar adelante variedad de proyectos audiovisuales con tecnologías que permitan un trabajo descentralizado y eficiente, que una a creadores y fans, contrastando con la centralización más tradicional de la industria audiovisual<sup>70</sup>. Esta descentralización parecería ser mucho más profunda y compleja tecnológicamente y en su carácter discursivo, que lo propuesto y llevado adelante por Orsai.

---

<sup>68</sup> Ver más en: <https://madheidi.com/es-wo/pages/about>  
<https://www.imdb.com/title/tt2943178/>

<sup>69</sup> Ver más en: <https://film.io/>

<sup>70</sup> Ver más en: <https://film.io/how-it-works/>

Retomando *La uruguaya*, nos surge la pregunta si será posible profundizar aún más la participación del público involucrado financieramente con un proyecto audiovisual en futuros emprendimientos por parte de Orsai, como así también si otras figuras u organizaciones argentinas o latinoamericanas puedan llevar adelante, replicando de alguna manera, el camino trazado por Orsai. Donde a partir del involucramiento directo del público, no haya necesidad de fondos de entidades públicas o privadas tradicionales. Creemos por otra parte que los esfuerzos de Orsai no tienen tanto que ver con profundizar la descentralización de sus proyectos, sino más bien institucionalizar un modelo rentable para la producción de diferentes proyectos, sin necesidad de obtener fondos que no sean de su comunidad.

Cuesta imaginar que *La uruguaya* produzca una modificación a gran escala de la industria, pero sí que su novedad quizá pueda inspirar modelos similares, en contextos diferentes y bajo el manto de otras figuras. Donde personalidades no necesariamente vinculadas al mundo cinematográfico, a través del financiamiento e involucramiento de su comunidad, logren llevar adelante proyectos de cine participativos y autogestionados. Así mismo, genera curiosidad si Orsai profundizará su leitmotiv de "matar al intermediario" y logrará mediante trabajo y reinención de su sistema, su propia modalidad de distribución y exhibición por fuera de los circuitos tradicionales actuales para futuros productos audiovisuales, con saldos positivos en términos comerciales.

Creemos que este trabajo constituye sólo una aproximación a un caso, que se puede profundizar y que aún puede estudiarse en otras líneas de investigación como, por ejemplo, su exhibición comercial. Así mismo, creemos que puede llegar a servir como antecedente de investigación para futuros casos o sucesos que estén relacionados de alguna manera con este tipo de producciones audiovisuales. Donde a partir del involucramiento directo, los espectadores constituyan un capital y su

involucramiento ocupe un rol preponderante y sea necesario para la concreción de este tipo de producciones.

—

## Referencias bibliográficas

**Álvarez Gandolfi, F.** (2021). Fanificación y conectividad en las sociedades hipermediatizadas: Un estudio de caso seleccionado de la plataforma YouTube. In *Mediaciones De La Comunicación*, 16(2).

<https://doi.org/10.18861/ic.2021.16.2.3155>

**Binimelis Adell, M.** (2016). Los discursos de la financiación colectiva del audiovisual (crowdfunding): equilibrios y tensiones en torno a la democratización del audiovisual. *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*, (13), 137-157. Recuperado de

[https://www.academia.edu/31878349/Los\\_discursos\\_de\\_la\\_financiaci%C3%B3n\\_colectiva\\_del\\_audiovisual\\_crowdfunding\\_equilibrios\\_y\\_tensiones\\_en\\_torno\\_a\\_la\\_idea\\_del\\_bien\\_com%C3%BAn\\_y\\_la\\_sostenibilidad\\_econ%C3%B3mica](https://www.academia.edu/31878349/Los_discursos_de_la_financiaci%C3%B3n_colectiva_del_audiovisual_crowdfunding_equilibrios_y_tensiones_en_torno_a_la_idea_del_bien_com%C3%BAn_y_la_sostenibilidad_econ%C3%B3mica)

**Bourdieu, P.** (2016). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus. (Obra original publicada en 1979).

**Bourdieu, P.** (2011). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1997). Recuperado de <https://telegra.ph/Capital-cultural-escuela-y-espacio-social-06-12-44>

**Borda, L.** (2015). Fanatismo y redes de reciprocidad. *La Trama de la Comunicación*, 19( ), 67-87.

**Cantet, M. R.** (2017). "¿Está en Netflix?" : procesos de construcción de un nuevo sujeto telespectador en base al caso de Netflix [Tesina de grado, Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales]. Repositorio Institucional – Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales.

**Carlón, M.** (2012). *Entre The File Room y Bola de nieve: usuarios e instituciones colaborativas en la era de la convergencia arte/medios*. Carlón, M. (Comp.) & Scolari, C. A. (Comp.), *Colabor\_arte: medios y artes*

en la era de la producción colaborativa (pp. XX-XX). Buenos Aires: La Crujía.

**Carlón, M.** (2016). Educación audiovisual entre 'el fin de los medios masivos' y la emergencia de 'nuevos medios'. En Carlón, M., Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube (pp. XX-XX). Buenos Aires: La Crujía.

**Casciari, H.** (2004). Más respeto que soy tu madre. Editorial Orsai.  
[https://drive.google.com/file/d/1HirbtkMhi4ESfnPS-zeb16XeIGtUg\\_zf/view](https://drive.google.com/file/d/1HirbtkMhi4ESfnPS-zeb16XeIGtUg_zf/view)

**Dadek, W.** (1962). *Economía cinematográfica*. Madrid: ed. Rialp.

**Jenkins, H.** (2010). Conclusión. "En mi mundo de fin de semana...": Reconsiderando el grupo de fans. En Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión. Barcelona, España: Paidós.

**Levine, Sydney J.** (2016). Cine Iberoamericana: industria y financiamiento por país. Universidad de Guadalajara, Patronato del Festival Internacional de Cine en Guadalajara

**López-Golán, M.** (2015). La industria cinematográfica en la era digital. Diferentes conceptualizaciones y nuevas oportunidades para el creador. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

**López-Golán, M.** (2018). El Crowdfunding. Un modelo de financiación colectiva para proyectos creativos que triunfa en la sociedad digital. En M. López-Golán, F. Campos Freire, P.C. López López, & F. Rivas Echeverría (Eds.), La comunicación en la nueva sociedad digital (pp. xx-xx). Universidad de los Andes, Consejo de publicaciones Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra (PUCESI), Universidad técnica particular de Loja (UTPL), Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Universidad de Santiago de Compostela (USC). Recuperado de [https://www.academia.edu/36820431/Crowdfunding\\_un\\_modelo\\_de\\_fina](https://www.academia.edu/36820431/Crowdfunding_un_modelo_de_fina)

[nciación colectiva para proyectos creativos que triunfa en la sociedad digital](#)

**Roig Telo, Antoni** (2010). "La participación como bien de consumo: una aproximación conceptual a las formas de implicación de los usuarios en proyectos audiovisuales colaborativos". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 40, 101-114

**Roig Telo, A., Telo, A. R., Sánchez-Navarro, J., & Leibovitz, T.** (2011). "¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea". *Revista ICONO14. Revista Científica De Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10(1), 25.  
<https://doi.org/10.7195/RI14.V10I1.113>.

**Roig Telo, A.** (2017). "Cine colaborativo, entre los discursos, la experimentación y el control: metodologías participativas en ficción y no-ficción.". En Castells, A. G. (2017). *Estrategias participativas y colaborativas en la narrativa factual*. *Obra Digital*, (12), 7.  
<https://doi.org/10.25029/OD.2017.131.12>

**Ruiz Méndez, M. del R., & Aguirre Aguilar, G.** (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 21(41), 67-96. Universidad de Colima, Colima, México.

**San Cornelio, G.** (2012). Formas de participación y creación en los nuevos medios. Una aproximación desde el arte y la producción social. En Carlón, M., & Scolari, C. A. (Comps.), *Colabor\_arte: medios y artes en la era de la producción colaborativa* (pp. XX-XX). Buenos Aires: La Crujía.

**Srnicek, N.** (2021). *Capitalismo de plataformas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

**Sayán Casquino, Y.** (2017). Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social. *Obra digital: revista de comunicación*, (12), 27-51.

**Verón, E.** (1987). El sentido como producción discursiva. En *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pp. 124-133). Buenos Aires: Gedisa.

### **Notas periodísticas consultadas**

**Amoroso, Carolina.** (22 de julio de 2012). Gasalla ya superó los 810.000 espectadores. *Diario La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/teatro/gasalla-ya-supero-los-810000-espectadores-nid1492370/>

**De la Fuente, Anna Marie.** (14 de julio de 2021). 'La Uruguaya' Takes Crowd-Funding to New Level. *Variety*.  
<https://variety.com/2021/film/festivals/la-uruguay-a-crowd-funding-new-level-1235019480/>

**Di Bartolo, José.** (20 de mayo de 2013). Un recorrido por el bar de Orsai. *Diario elDiario.es*.  
[https://www.eldiario.es/tecnologia/diario-turing/recorrido-orsai-ubicado-cultura-portena\\_1\\_5672426.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/diario-turing/recorrido-orsai-ubicado-cultura-portena_1_5672426.html)

**Martinez, Claudia Regina.** (14 de octubre de 2021). Casciari reunió dinero para rodar la película sobre el libro "La Uruguaya" y fue un éxito: ahora prepara la serie "Canelones". En *ElDiarioAr*.  
[https://www.eldiarioar.com/espectaculos/casciari-reunio-dinero-rodar-pelicula-libro-uruguay-a-exito-ahora-prepara-serie-canelones\\_1\\_8393699.html](https://www.eldiarioar.com/espectaculos/casciari-reunio-dinero-rodar-pelicula-libro-uruguay-a-exito-ahora-prepara-serie-canelones_1_8393699.html)

**“Más respeto, que soy tu madre”.** (22 de noviembre de 2015).

*Deutsche Welle.*

<https://www.dw.com/es/m%C3%A1s-respeto-que-soy-tu-madre/a-1788410>

**Reyes Haczek, Ángela.** (18 de octubre de 2021). ¿Es posible hacer una película con 2.000 productores? Un inusual experimento cinematográfico demuestra que sí. *CNN en español.*

<https://cnnespanol.cnn.com/2021/10/18/la-uruguay-cine-orsai-orix/>

**Rosete, Erika.** (28 de enero de 2020). Hernán Casciari, el escritor que se deshizo de los intermediarios. *Diario El País.*

[https://elpais.com/cultura/2020/01/03/actualidad/1578058756\\_046518.html?rel=buscador\\_noticias](https://elpais.com/cultura/2020/01/03/actualidad/1578058756_046518.html?rel=buscador_noticias)

**The BOBs ya tiene ganadores.** (21 de noviembre de 2015). *Deutsche Welle.* <https://www.dw.com/es/the-bobs-ya-tiene-ganadores/a-1784864>

**"La Uruguay" en la Competencia Internacional de Mar del Plata.** (12 de noviembre de 2022). *Argentina.gob.*

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/la-uruguay-en-la-competencia-internacional-de-mar-del-plata>

**«La uruguay», de Ana García Blaya, fue adquirida por una plataforma y se estrenará a comienzos de 2023.** (8 de agosto de 2022). En *GPS Audiovisual.*

<https://gpsaudiovisual.com/2022/08/08/la-uruguay-de-ana-garcia-blaya-fue-adquirida-por-una-plataforma-y-se-estrenara-a-comienzos-de-2023/>

## **Páginas webs consultadas**

**Casciari, Hernan.** (2010a). *Matar la crisis a volantazos*. Blog Orsai. Publicado el 23 de septiembre de 2010.

[https://hernancasciari.com/blog/matar\\_la\\_crisis\\_a\\_volantazos](https://hernancasciari.com/blog/matar_la_crisis_a_volantazos)

**Casciari, Hernan.** (2010b). *Renuncio*. Blog Orsai. Publicado el 30 de septiembre de 2010. <https://hernancasciari.com/blog/renuncio>

**Fédération International de Football Association FIFA.** (s.f.). *Reglas de juego 2015/2016*.

<https://digitalhub.fifa.com/m/938d26afa7ec425/original/fzqgbeaxkffqgfgo83k3-pdf.pdf>

**GNU Operating System.** (s.f.). *What is Copyleft?*.  
<https://www.gnu.org/licenses/copyleft.en.html>

**Orsai.** (15 de abril 2021). *El nuevo podcast generó una encuesta: ¿cómo prefieren que vendamos la película?*.

[https://orsai.org/audiovisuales/la-uruguay/podcast\\_episodio5/](https://orsai.org/audiovisuales/la-uruguay/podcast_episodio5/)

## **Episodios de podcast**

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021a). Episodio 01 - Hernán y Chiri (No. 2) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 18 de marzo de 2021.

<https://open.spotify.com/episode/6WwyqgHMgBPqkD4TIBBWAB?si=31d8a12187494062>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021b). Episodio 02 - Ana y Chiri (No. 3) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 24 de marzo

de 2021

[https://open.spotify.com/episode/4mObbqSa8BhWtbimq3txHb?si=u\\_sWE L6GSFezbcn2gWJCZw](https://open.spotify.com/episode/4mObbqSa8BhWtbimq3txHb?si=u_sWE L6GSFezbcn2gWJCZw)

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021c). Episodio 03 - Ana y Pedro (No. 4) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 31 de marzo de 2021

<https://open.spotify.com/episode/07EQIr1jb8fn5mK7j1SsK0?si=eed325ba b3c848f6>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021d). Episodio 04 - Pedro, Hernán y Chiri (No. 5) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 8 de abril de 2021

<https://open.spotify.com/episode/45glGhxwxCNL4ZLNuHzOBV?si=ad49d5 2f8fba43da&nd=1>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021e). Episodio 05 - Joaquín, Javier y Gabo (No. 6) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 15 de abril de 2021

<https://open.spotify.com/episode/6vNLCTVYWGjh51erLu73bS?si=60fMmf 7ES8WkX53jcuZqfw>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021f). Episodio Especial 1 - Reunión de Casting (No. 12) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 24 de mayo de 2021

<https://open.spotify.com/episode/3FaoI5OkuAJgA9LHnZyFkS?si=57f9f61d ef5a412e>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021g). Episodio 14 - Hernán y Socios Productores (No. 16) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 24 de junio de 2021

<https://open.spotify.com/episode/6WwyqgHMgBPqkD4TIBBWAB?si=31d8a 12187494062>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021h). Episodio 17 - Camila, Sebastián, Fiorella, Luciano, Annasofia, Esteban B, Carmela, Nicolás, Juan, Esteban M (No. 19) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 16 de julio de 2021

<https://open.spotify.com/episode/1p9IyIxJyoF7MFe37peIVs?si=dJRXIU7JR FuPXtDUw8KsQg>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021i). Episodio 18 - Fiorella y Sebastián (No. 20) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 20 de julio de 2021

<https://open.spotify.com/episode/6x6VSRZoNEmteBZXo3S5Rc?si=62ef5e991aad4601>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021j). Episodio 29 - Diario día 2 (No. 31) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 30 de septiembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/6MfNcS5Kk2SbUZ99y04DbL?si=LFG8FtlRCynmVeTIkQZuQ>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021k). Episodio 55 - Diario día 27 (No. 57) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 9 de noviembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/7cyWBHF189NezkXJ8rN0LR?si=8720366d82e94e70>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021l). Episodio 56 - Diario día 28 (No. 58) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 10 de noviembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/2EKusTtqYWia2EPOPOQNb0?si=103fbc13bbca477d>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021m). Episodio 57 - Diario día 29 (No. 59) [Episodio de Podcast]. En *La uruguaya*. Spotify. Emisión del 11 de noviembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/5wLJI64kkExGxl1tki87vd?si=00be92da4f984178>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021n). Episodio 58 - Diario día 30 (No. 60) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 12 de noviembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/2iUxIkF5kjwa0VK26DJTgs?si=hUE8JwZ2TVa2aG1-1cu7Tw>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021o). Episodio 59 - Edición (No. 61) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 24 de noviembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/04QSQsmpqkYoLnF1W5k0bd?si=bdd2ab2cc1d84578>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021p). Episodio 60 - Comercialización (No. 62) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 1 de diciembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/2uy4gSSJ3nAvAc2fXOTiTW?si=37b18959dbcd49d4>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021q). Episodio 61 - Ventana Sur (No. 63) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 7 de diciembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/0XqgUmfyu5jaPNhc1ABzbZ?si=dedbf830fcfd4be1>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2021r). Episodio 62 - Final de temporada (No. 64) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 14 de diciembre de 2021

<https://open.spotify.com/episode/3YoBdGpRiyhVLT7WuP2Oww?si=91c3a7028e184bf7>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2022a). Episodio 63 - Camino al primer corte (No. 65) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 6 de

abril de 2022

<https://open.spotify.com/episode/0GFqnavepF3DvALcYpyap5?si=mCN9FdiuThOUuhhxBeT4Hw>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2022b). Episodio 64 - Documental (No. 66) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 12 de abril de 2022

<https://open.spotify.com/episode/29bRXjQXvGbpN1XmqW8cqz?si=400b679314a24346>

**Grosvald G.** (Anfitrión). (2022c). Episodio 65 - Postproducción (No. 67) [Episodio de Podcast]. En *La uruguay*. Spotify. Emisión del 19 de agosto de 2022

<https://open.spotify.com/episode/5kC1wtU1KbZS3U06gsjPjr?si=J3sgwkOCQwqPy8Db6LVU3A>

## Videos

**Canal C5N.** (29 de diciembre de 2022). *HERNÁN CASCIARI en EL VIAJE con DIEGO IGLESIAS*. [Video]. Youtube.

<https://youtu.be/FhCl89e25hM>

**Canal Hernán Casciari.** (9 de diciembre de 2021). *Orsai producirá cine desde 2021 y el proceso va a ser una película aparte*. [Video].

Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=jRhywBtu3ks>

**Canal No se te ve, Silvia.** (15 de noviembre de 2022). *LA URUGUAYA | EL DOCUMENTAL - Cómo 1961 desconocidos nos convertimos en productores de cine*. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/gcLUAgnjn1Q>

**Canal TEDx Talks.** (25 de noviembre de 2011). *Cómo matar al intermediario | Hernán Casciari | TEDxRíodelaPlata.* [Video]. Youtube. <https://youtu.be/VEYn3bXz34>

## Twitter

**Casciari, H.** [@casciari]. (2020a). *Hoy compramos los derechos para cine de la novela «La uruguaya» de Pedro Mairal (el primer best-seller rioplatense del siglo)* [Imagen adjunta] [Tweet]. Twitter. Publicado el 2 de diciembre de 2020.

<https://twitter.com/casciari/status/1334216255381893120>

**Casciari, H.** [@casciari]. (2020b). *Ya conseguimos el 54% de la financiación de «La uruguaya» y no lo podemos creer — Pueden leer detalles en* [Imagen adjunta] [Tweet]. Twitter. Publicado el 9 de diciembre de 2020. <https://twitter.com/casciari/status/1336794772871196682>

**Casciari, H.** [@casciari]. (2021). *Hace un mes, después de comprar los derechos de la novela «La uruguaya» (de @pmairal), pusimos un tuit buscando socios* [Tweet]. Twitter. Publicado el 19 de enero de 2021 <https://twitter.com/casciari/status/1351535094805262336>

## Otros

**Ley 24.377 de 1994.** CINEMATOGRAFÍA. Publicado en Boletín Oficial el 19 de Octubre de 1994

<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24377-767>

## **Archivos anexos**

- Términos y condiciones de adhesión como socio de la película *La uruguaya*
- Seleccionados - *La uruguaya*
- Dossier - *La uruguaya*
- Casting 4 - *La uruguaya*