

# Showrunners españoles en la era Netflix: Indicadores de tareas para su definición

*Spanish Showrunners in the Netflix Era: Indicators of Tasks for their Identification*

*Os showrunners espanhóis na era Netflix: Indicadores de tarefas para a sua definição*

**Pedro Fuentes Rueda**

ORCID: 0009-0005-7602-5284

**Itxaso del Castillo Aira**

ORCID: 0000-0002-1812-4322

Universidad del País Vasco, España.

Correspondencia: mirenitxaso.castillo@ehu.eus

DOI: 10.22235/d.v37i2.3343

Recepción: 09/05/2023

Revisión: 20/07/2023

Aceptación: 24/07/2023

**RESUMEN.** La reciente evolución del guionista a productor en el renovado ecosistema televisivo en España carece todavía de criterios consensuados en su definición y delimitación académica. Este artículo aporta una tabla con los indicadores de tareas a desempeñar por el productor, como herramienta metodológica futura en el análisis y acotamiento en la definición del *showrunner*. Para la creación de la tabla se ha usado una metodología que combina la revisión de la literatura académica junto a entrevistas en profundidad a 9 guionistas y/o productores ejecutivos de 23 series estrenadas desde el año 1998 a 2021. La aplicación de esta tabla en la producción española ha demostrado que el showrunner español no cumple con todas las funciones señaladas en el instrumento.

**Palabras clave:** *showrunner*; indicadores de tareas; series de televisión; Quality TV; audiovisual español.

**ABSTRACT.** The recent evolution of the screenwriter into a producer within the revitalized Spanish television landscape still lacks widely agreed-upon criteria for its academic definition and boundaries. This article introduces a table outlining the task indicators for a producer, serving as a prospective methodological tool for analyzing and refining the definition of a showrunner. To construct this table, a methodology was employed that combines a review of academic literature with in-depth interviews with 9 screenwriters and/or executive producers of 23 series released between 1998 and 2021. The application of this table in the Spanish production context has revealed that the Spanish showrunner does not fulfill all the functions outlined in the tool.

**Keywords:** showrunner; task indicators; TV series; Quality TV; Spanish audiovisual.

**RESUMO.** A recente evolução do guionista a produtor no renovado ecossistema televisivo da Espanha ainda carece de critérios consensuais para sua definição e delimitação académica. Este artigo apresenta uma tabela com os indicadores de tarefas a serem realizadas pelo produtor, como uma futura ferramenta metodológica na análise e definição do *showrunner*. Para a sua elaboração, foi utilizada uma metodologia que combina revisão da literatura académica com entrevistas em profundidade realizadas com 9 guionistas e/ou produtores executivos de 23 séries estreadas de 1998 a 2021. A aplicação desta tabela à produção espanhola demonstrou que o showrunner espanhol não cumpre todas as funções indicadas no instrumento.

**Palavras-chave:** *showrunner*; indicadores de tarefas; séries televisivas; Quality TV; audiovisual espanhol.

## Introducción

Las series de televisión se han convertido en un fenómeno social tanto de crítica como de público desde finales de los años 90, cuando “el salto de calidad en la producción de series de televisión en Estados Unidos vino a instaurar lo que se ha conocido como la tercera edad de oro de las series de televisión” (García-Martínez, 2014). La mayor calidad, tanto a nivel formal como en las historias, ha sido bautizada como *Quality TV* (McCabe & Akass, 2011). Carrión Domínguez (2019) explica que *Quality TV* es un movimiento del que forman parte algunas series de Estados Unidos de las décadas de los años 80 y 90, que destacaban por sus altos estándares de producción. Este tipo de producciones fue pasando a ser norma en lugar de excepción.

Sin olvidar la importancia en la historia de la televisión que han tenido las series en periodos anteriores, actualmente se están validando como productos culturales de alto valor. “Ahora las series se comparan en términos favorables con el cine por un proceso de convergencia industrial y transformación tecnológica” (Cascajosa Virino, 2016b, p. 21). Es más, “las series de televisión habían sido ignoradas o degradadas a la mera condición de vulgar arte de masas, ahora se comparan con la literatura o el arte” (Muñoz Fernández, 2016, p. 70).

En este contexto, aparece una figura que concita la atención tanto de los medios especializados como de la academia: el *showrunner*.

Las ficciones seriadas propias de la *Quality TV* contemporáneas tienen como característica principal la hibridación genérica, su alta aspiración estética, la importancia de un guion de inspiración literaria, en el cual, la figura del autor (*showrunner*) es clave (Carrión Domínguez, 2019).

La figura del *showrunner* puede definirse de manera puntual como “la persona que tiene la autoridad creativa general y la responsabilidad de gestión de un programa de televisión” (Bennett, 2014, p.19). El término *showrunner*

es un título informal y, por lo tanto, no aparece en los títulos de crédito de las series de televisión. Esta figura suele estar generalmente acreditada en sus facetas de productor, creador y guionista y, habitualmente, al individuo que desempeña el cargo se le coloca dentro del paraguas de la producción ejecutiva. Asimismo, si es el creador o creadora de la idea original, es bastante frecuente que su nombre sea también incluido como “creado por” (De Rosendo & Castro, 2015).

Existe, por lo tanto, una confusión sobre quién es y qué debe hacer un *showrunner*, lo que provoca, en la práctica, que el puesto se adjudique a personas que desempeñan funciones diferentes y que provienen de ámbitos distintos. Esto se debe a que no queda claro quién es la persona o personas que toman las decisiones finales en cada aspecto de la producción de una ficción televisiva, ya que el liderazgo ha sido ejercido de forma directa o indirecta por diferentes figuras laborales, y varía según la producción y el momento histórico de que se trate.

En el libro *The Producer's Medium*, Newcomb y Alley (1983) emplean las definiciones de *creative businessmen* o *creative politicians* para realizar menciones a la cualidad creativa de esta figura laboral en los procesos de producción en televisión. Siguiendo este camino, los autores apuntan qué elementos envuelven el trabajo de la producción ejecutiva de series de ficción:

Primero, dada la estructura de la organización económica de la industria, al productor a menudo se le asigna la responsabilidad legal y financiera del producto televisivo final. [...] Segundo, en las series de televisión, varios episodios o incluso varias series están en producción en un momento dado, y el productor es la persona que debe supervisar los proyectos completos (Newcomb & Alley, 1983, p.12).

Aunque el *showrunner* puede responder al cargo de productor o productora ejecutiva, cabe apuntar que “existen de otras terminologías que se utilizan de manera

más o menos específica para designarlo: *showrunner-auteur, writer-producer o hyphenate*” (Steiner, 2015). En la actualidad, se atribuye al guionista devenido en productor ejecutivo. “Cuando se habla de *showrunner*, generalmente se identifica con la figura de un guionista, pero no siempre es un guionista el que asume estas funciones” (Saló Benito, 2016, p. 285).

Ante tanta ambigüedad, es necesario hacer una sistematización de los atributos que debe cumplir para que sirva de referencia no solo en el ámbito académico, sino también en la práctica profesional, que ayude a identificar cuándo se puede nombrar como *showrunner* y cuándo no a la persona que se atribuya el título.

### Ser o no un *showrunner*: la cuestión de la autoría

La figura del *showrunner*, entendido como quien crea la serie, abre la cuestión de la delimitación de la autoría, esto es: quién es autor de una obra y por qué (Blakey, 2017; Steiner, 2015). Ser autor o autora comporta diversos elementos: un porcentaje de propiedad de la obra, una capacidad de toma de decisiones importantes, el traslado de una visión personal del mundo a la obra que se está creando y, no menos importante, unos derechos económicos. Quien posee la autoría es el dueño de la obra y de ello se derivan una serie de derechos que pueden ser objeto de compraventa, en el caso del derecho de explotación de la obra, o pueden ser intransferibles, como es el caso de los derechos de autor que, además, son irrenunciables.

Este concepto de autoría provoca una tensión entre quien escribe —y por tanto es designado automáticamente como autor o autora— y quien toma las decisiones finales con respecto al producto, sean estas llevadas a cabo desde el área de dirección o desde otra área con poder de decisión en la creación de una teleserie, como es la producción ejecutiva.

La discusión de la autoría del *showrunner* plantea la consideración de todo proyecto audiovisual como

una obra en colaboración o una obra colectiva, según nos refiramos a la tradición europea o a la tradición anglosajona, al derecho de autor o al *copyright*. En cualquier caso, y debido al carácter colaborativo de la obra audiovisual, la cuestión que subyace es si existe un solo autor o si son una multiplicidad de autores los que pueden reclamar esa autoría. Adjudicar la autoría a proyectos creativos es, por tanto, una tarea compleja y polémica. Este problema no solo atañe a la ficción audiovisual en televisión, sino que también puede extenderse a cualquier disciplina artística, ya sea literatura, cine, etc., pero se complica aún más en aquellas artes vinculadas a las industrias culturales.

En contraste con el medio cinematográfico —otro ámbito de creación colectiva—, donde el director es considerado generalmente como el autor de la película, en la producción de la televisión este rol se asigna normalmente al *writer-producer*, productor ejecutivo o *showrunner*, todo esto por la responsabilidad que tiene durante el proceso (Bignell, 2004, p.184).

La televisión es un medio de producción. Los largometrajes son el medio de un director, y el teatro es el medio de un escritor. Hay excepciones, pero en general estos clichés son ciertos. Siento que la clave de un programa de televisión es el “guionista productor”. Hay otras personas en la televisión, llamadas “productores”, pero no son guionistas-productores (Garry Marshall, como se cita en Newcomb & Alley 1983, p. 238).

La asignación de autoría al productor ejecutivo se acrecienta con la aparición y el reconocimiento de la figura del *showrunner* que, en palabras de Newman y Levine, “es potencialmente un autor, un artista de visión única cuyas experiencias y personalidad son expresadas a través del oficio de la narración, y cuya presencia en los discursos culturales funciona para dar autoridad a las formas con las que es identificado” (Newman & Levine, 2012, p. 38).

El reconocimiento de los guionistas como autores también se utiliza dentro del discurso de validación del guionista como líder dentro de la producción de una serie de televisión (Cascajosa Virino, 2016a; Hadas, 2017). No hay que olvidar que hasta hace relativamente poco el guionista era una persona con muy poca influencia en la producción de una serie, y que ni siquiera se acercaba a rodaje. Este paso desde una posición de discreción a una posición de primer orden como es la del *showrunner* necesita también de un discurso que la apoye.

El *showrunner* tiende a ser un escritor, y no es casual que una parte destacada de los discursos de legitimación de su labor hayan incidido en las innovaciones narrativas de las series o la idea de que los guionistas de televisión contemporánea han asumido la labor que anteriormente hubiera sido desempeñada por dramaturgos o novelistas (Cascajosa Virino, 2016a, p. 30).

El sindicato español de guionistas ALMA realizó un Congreso bajo el título “Mil maneras de ser *showrunner*?” (2019), en el que se estipula la condición *sine qua non* del *showrunner* al escritor de la serie.

La línea que separa el ejercicio de la producción ejecutiva y el *showrunner*, por tanto, es muy leve, y existen tanto autores como profesionales que utilizan indistintamente ambos términos. La expresión *showrunner* diferencia al productor ejecutivo, que es la principal cabeza en el área creativa de la serie, del resto de profesionales que obtienen este título en la producción de un proyecto audiovisual. La terminología es utilizada igualmente para reivindicar el trabajo de los creativos, ya que la preponderancia y la notoriedad crítica lograda por esta figura les permite abandonar su forma anónima (Hadas, 2017). Gracias al reconocimiento por parte de la audiencia de “una visión creativa, o bien plasmada en varios programas a lo largo de los años y o bien visibilizada de manera muy particular en uno de especial relevancia” (Cascajosa Virino, 2016a).

Este *showrunner* que, como se menciona, es el máximo responsable en el área creativa del audiovisual, debe estar presente en todas las etapas de la cadena de valor: preproducción, producción y postproducción (Wirth & Melvoin, 2004). De esta manera, la labor que desarrolla implica tanto la inspección como el tomar de decisiones sobre del proceso total. En cualquier caso, las áreas donde la ejecución de este profesional es completamente decisiva son la composición del guion, el traslado del guion al medio audiovisual, y la organización y gestión (Carver & Dubois, 2009).

### El *showrunner* en España

La figura del *showrunner* (aunque quizá no nombrado como tal) posee una larga tradición en la ficción televisiva en Estados Unidos, a diferencia de lo que ocurre en España.

La dualidad ejecutiva-creativa ha ido obteniendo consistencia y reconocimiento en los medios de comunicación estadounidenses con la finalidad de dar reconocimiento al trabajo creativo de dicho profesional, lo que ha impulsado la reivindicación también en la industria en España (Saló Benito, 2016, como se cita en Higuera Ruiz, 2021, p.155).

En España, el paso de ser guionista a ser *showrunner* es complejo y precisa de un recorrido laboral previo amplio. La historia de la televisión en este país ha constado de diferentes fases que han determinado las funciones, formas de organización del trabajo y prestigio de los autores, entendidos estos como guionistas, directores y/o productores.

Este artículo se centra exclusivamente en el panorama de producción de ficción más reciente, aquel que comprende de 2015 a 2023, aunque hay que destacar un factor, ocurrido unos años atrás, que ha incidido especialmente en la configuración del periodo de re-

ferencia: la llegada en el año 2008 de una crisis económica mundial: “La caída de la inversión publicitaria contribuyó a consolidar la concentración y la tendencia hacia la homogeneización que se reforzó tras los años de crisis” (Castro & Serra, 2016, p.190). Esta bajada en la inversión tuvo consecuencias también en la calidad del producto:

Esta crisis lesionó a todos los contenidos en general de la televisión en España, provocó una parálisis en la creación, el conservadurismo de propuestas, la homogenización de contenidos y el *low cost* de la producción. El riesgo y la innovación casi desaparecieron (Castro & Serra, 2016, p.190).

Pero mientras en España el mercado de las series de televisión languidecía, en otras latitudes como Estados Unidos o Gran Bretaña se estaba viviendo una época dorada: “El concepto de televisión ha contemplado una revolución en los últimos años, donde los avances tecnológicos han acabado influyendo en la creación del contenido” (García-Martínez, 2014). Es lo que se ha dado en llamar “tercera edad de oro de la televisión”, que se caracteriza por el auge de las ficciones creadas en plataformas de pago en Estados Unidos, con narraciones más complejas, con más medios, con una distribución ubicua y al alcance de todos los públicos.

Esta paradoja —que en España bajase el nivel medio de las series de televisión emitidas en abierto y la subida en términos de calidad de las series de otras latitudes— provocó el interés de los consumidores españoles que quisieron ver estas ficciones de las que tanto se hablaba. El acceso a ellas era complicado porque estas series no se estaban emitiendo en ninguno de los canales mencionados, pero la aparición de Internet y, sobre todo, de la piratería, facilitó que el público las viera y se acostumbrara a un tipo de ficción muy diferente a la que se estaba emitiendo en abierto. En este caldo de cultivo nace la plataforma de *streaming* Netflix.

Netflix se encarga de exhibir producciones de terceros y, desde el año 2013, de distribuir y producir contenidos audiovisuales propios como series, películas y documentales. Por situarse en internet como la principal plataforma de distribución de sus servicios y contenidos es considerada una empresa OTT (*over the top*), empresas que utilizan internet para la oferta de servicios de valor agregado (Higueras Ruiz, 2021).

Junto a Netflix han llegado otras plataformas de exhibición como Amazon, HBO, Disney+ o Apple TV, y la mayoría de ellas han comenzado a producir series en España. Esto ha cambiado una vez más el panorama para la industria audiovisual y ha aumentado la producción de ficción española. Según el informe GECA de 2022, Movistar+ es la plataforma con más estrenos de producciones españolas en 2022, seguida de Amazon Prime Video y Netflix. En cuanto a horas de contenido inédito emitido, Movistar+ lidera el ranking con 125 horas, por encima de Amazon Prime Video (94 h) y Netflix (91 h). En cuanto al género ficción, Netflix es la que más ficción produjo en España en 2022, con 15 títulos que suman 42 horas (“Cuántas producciones españolas”, 2022).

Actualmente, la industria audiovisual tiene un papel clave en la economía española.

España es el sexto país del mundo por el volumen de su exportación de productos audiovisuales: cine, música y series de televisión. Según datos del Ministerio de Cultura, el audiovisual representa el 28 % del total de las industrias culturales, que en su conjunto suman el 3,2 % del PIB. (Instituto Español de Comercio Exterior, 2019).

En este contexto de cambio y crecimiento en la industria audiovisual española, debemos atender y comprender las nuevas funciones y cargos profesionales que están teniendo lugar.

## Objetivos y metodología

Esta investigación quiere conocer en qué consiste ser *showrunner* en España y establecer cuál es el mínimo común que permite que un profesional sea considerado como tal. Para ello se ha detallado qué funciones deben llevar a cabo y creado una tabla de indicadores que delimitan la definición de esta figura para su aplicación como herramienta de investigación o en el terreno profesional. Posteriormente, hemos contrastado esta tabla con entrevistas a nueve *showrunners* responsables en total de 23 producciones, desde 2015 a 2023, para saber cuáles y cuántos de estos indicadores se cumplen en España.

Esta investigación se sirve de una metodología cualitativa basada en dos técnicas principales: en primer lugar, una revisión bibliográfica que sirvió para la selección de funciones que desempeña un *showrunner* y que también como guía en la confección de las entrevistas que se han llevado a cabo a los profesionales. Son capitales los estudios de Cascajosa Virino (2016) o Higuera Ruiz (2021) respecto a esta figura en nuestro país y en Estados Unidos. En segundo lugar, se han realizado una serie de entrevistas semiestructuradas en profundidad a una selección de guionistas (Tabla 1). La elección de esta técnica se ha priorizado sobre la técnica de observación debido a que la actividad del *showrunner* es muy difícilmente observable y accesible, ya que ocurre de forma dispersa en el tiempo, en diferentes ámbitos y lugares, y también se da en gran parte en trabajo llevado a cabo en solitario.

Para la elección de los guionistas entrevistados se ha contactado con una serie de profesionales que han aparecido nombrados como *showrunners* en medios de comunicación o que cumplen las condiciones que se marcan en el comunicado que lanzó ALMA Sindicato de Guionistas (2019) en el que se explica qué responsabilidades hay que cumplir para adquirir esa categoría. En resumen, serían las siguientes:

- Debe ser la persona responsable del guion.
- Debe tomar todas las decisiones creativas sobre los contenidos de la serie.
- Estas decisiones deben implicar no solo al guion, sino que deben estar presentes en el rodaje, la producción y la posproducción (edición, montaje, vestuario, casting, foto, sonido, etc.).

Tabla 1  
Guionistas seleccionados para ser entrevistados en el marco de la investigación

Nombre	Fecha de entrevista	Producciones relevantes
Héctor Lozano	09/06/2021	<i>Merlí</i> , <i>Merlí, Sapere Aude</i>
Pablo Barrera	16/06/2021	<i>Compañeros</i> <i>Mis adorables vecinos</i> <i>Punta escarlata</i> <i>Brigada costa del sol</i>
Tirso Calero	21/06/2021	<i>Servir y proteger</i>
Natxo López	22/06/2021	<i>Perdida</i> <i>Pastor</i>
Juan Carlos Cueto	22/06/2021	<i>El internado</i> <i>Tierra de lobos</i> <i>Águila roja</i> <i>Mar de plástico</i> <i>Toy boy</i>
Agustín Martínez	22/06/2021	<i>La caza. Monterdido</i> <i>La caza. Tramontana</i> <i>Feria</i>
Marc Cistare	23/06/2021	<i>La víctima N.º 8</i> <i>Los hombres de Paco</i>
Javier Olivares	24/06/2021	<i>El ministerio del tiempo</i> <i>Atrapa a un ladrón</i>
Cristóbal Garrido	13/07/2021	<i>Reyes de la noche</i> <i>Días Mejores</i>

Fuente: Elaboración propia (2023)



## Las funciones del *showrunner*

Se puede establecer, como afirma Higuera Ruiz (2021), que las competencias del *showrunner* como máximo responsable de la creación audiovisual están presentes en cada una de las fases de la cadena de valor de un producto audiovisual: preproducción, producción y postproducción. En cada una de estas etapas hay diferentes tareas que llevar a cabo, pero que a su vez pueden ser agrupadas en cuatro categorías principales: área de guion, área de producción, área de dirección y área de promoción.

### El área de guion

Como ya se ha ido apuntando, la gran mayoría de los *showrunners* son guionistas en origen y continúan ejerciendo esta función con el nuevo puesto. De hecho, el sindicato ALMA dice lo siguiente en un manifiesto que publicó con el objetivo de aclarar la naturaleza de esta figura: “La persona que ejerce la función de *showrunner* es la máxima responsable de una serie y siempre y, por encima de todo, es la responsable del guion” (ALMA Sindicato de Guionistas, 2019).

Además de esto, también se especifica el hecho de que no tienen por qué ir unidas las figuras de creador o creadora de la idea original de la serie y la figura del *showrunner*. En ocasiones, una cadena se interesa por una idea de serie, pero la persona que está detrás de ello no tiene la experiencia suficiente o no genera la confianza para ser nombrada como *showrunner*, por lo que otra persona asumiría esa función. Frente a la opinión popular, crear la idea original no es sinónimo de ser *showrunner*. Según afirma el sindicato, el crédito de creador o creadora corresponde al guionista o guionistas que hayan escrito la biblia de la serie y el guion del primer episodio (ALMA Sindicato de Guionistas, 2020). Puede ocurrir que alguien venda la idea original, pero no sea considerado el creador de la serie y no aparezca como tal en los títulos de crédito, ya que ello exige haber escrito los documentos mencionados.

En cambio, el *showrunner* sí puede ser acreditado como creador de la serie si cumple los requisitos de haber escrito la biblia y el capítulo piloto.

Otro requisito es que el *showrunner* debe dirigir la sala de guion, es decir, desempeña la función de coordinador de guion y, como tal, “da notas, reescribe y edita los guiones escritos por el resto de los guionistas de una producción y, por tanto, se comprende que esta labor está ya compensada y aceptada como parte de sus responsabilidades” (Kallas, 2014). Sin embargo, en la práctica dicha situación va a depender enteramente de la manera de trabajo que cada particular decida aplicar.

Al ser entrevistado, Natxo López corrobora la importancia del guion como tarea fundamental del *showrunner* cuando explica que alguien no puede ser tildado como tal si no ha escrito por lo menos la biblia, el mapa de tramas y el piloto o alguno de los capítulos. Es decir, debe ser la persona que controla el contenido. Tirso Calero, *showrunner* en la serie *Servir y proteger* (TVE, 2017), es de la misma opinión cuando afirmó en la entrevista que “la figura del *showrunner* debería ser también coordinador de guion. Es decir, escribe. No solamente da ideas, sino que escribe”.

La coordinación de guion es una labor compleja, que no solo se limita a la escritura, sino que va más allá. Quien coordina es la persona considerada como la pieza clave dentro de un equipo de guion, es a quien toca ejercer el liderazgo del grupo, quien supervisa y controla tanto las fases de escritura del guion como la organización del trabajo del equipo en sí. Dinamiza las reuniones del equipo de guion, lleva la voz cantante en las mismas y también determina el calendario, decide cuándo se elaboran y entregan cada uno de los documentos de guion. En este sentido, Natxo López destacó en la entrevista que hay que conocer bien los procesos para saber cuánto tiempo lleva cada uno y hacer los calendarios con precisión para que no haya retrasos o dificultades en la producción de la serie.

Si el *showrunner* no escribe todos los capítulos, otra función consiste en la revisión de todos los documen-

tos que el equipo de guion genera. El objetivo de ello es detectar y solucionar los posibles errores de continuidad que se puedan dar tanto dentro de un guion como entre guiones de capítulos diferentes y el mantenimiento de unos estándares de calidad en la historia.

En la Tabla 2 se presentan las tareas a las que se enfrenta un *showrunner* en relación con el guion.

Tabla 2  
Tareas del *showrunner* en el área de guion

Áreas	Tareas
Área de guion	Creación de la idea original
	Desarrollo de la Biblia
	Escritura del capítulo piloto
	Escritura de otros capítulos
	Coordinación del equipo de guion: coordinación, corrección, reescritura

Fuente: Elaboración propia (2023)

### El área de producción

El antecedente al puesto de *showrunner*, y quien tradicionalmente ha liderado la producción de las series de televisión desde la llegada de las cadenas privadas a España, ha sido la figura del productor o productora ejecutiva. Esta figura laboral es, en cierta forma, absorbida por el ascenso del *showrunner* como líder dentro de la producción. “No todos los productores ejecutivos son *showrunners*, pero todos los *showrunners* son productores ejecutivos” (Saló Benito, 2016, p.292).

Así pues, el *showrunner* es siempre productor ejecutivo, pero ¿qué hace exactamente un productor ejecutivo en una serie de televisión?

La mejor forma de definir quién es un productor ejecutivo es observando la existencia del estrecho

paralelismo que hay entre la producción de una serie de televisión y lo que se ha venido a llamar dirección de proyectos empresariales, de modo que la función del productor ejecutivo en televisión equivaldría a la del director o jefe del proyecto. En síntesis, todo director de proyectos debe alcanzar su objetivo empresarial con una calidad determinada, dentro de un coste previsto y en un tiempo acordado (Diego-González, 2005).

La labor de un productor ejecutivo es tan especializada que Juan Carlos Cueto, otro de los entrevistados, defiende incluso la existencia de un modelo que se da en el mercado estadounidense que consiste en la contratación de productores ejecutivos *freelance* que no pertenecen a la productora. En esos casos se contrata a una persona con capacidad y experiencia suficiente. Ese productor ejecutivo se lleva un 10 % del presupuesto por hacer el trabajo. Cueto también apunta que es complicado que se adopte esta figura porque las cadenas confían más en una productora que en una persona individual, por mucha experiencia que tenga.

Aunar los asuntos creativos con los financieros, propios de la producción ejecutiva, conlleva una gran presión:

El trabajo de *showrunner* es uno de los más complejos en la industria televisiva de entretenimiento, es el jefe de los guionistas y la mayoría de las veces el creador de la serie, además del responsable de la producción. Sus funciones se desarrollan entre el arte y el negocio y dirigen tanto los aspectos creativos como los financieros y logísticos necesarios para llevar a cabo la serie de ficción (Saló Benito, 2016, p. 285).

Las principales tareas del productor ejecutivo se resumen en la Tabla 3, aunque no siempre los *showrunners* pueden ejecutarlas todas.



Tabla 3  
Tareas del *showrunner* en el área de producción

Áreas	Tareas
Área de producción	Elaboración de los presupuestos
	Interlocución con la cadena
	Coordinación de la producción: planificación, supervisión, modificaciones

Fuente: Elaboración propia (2023)

La dirección de proyecto pasa en primer lugar por la interlocución con la cadena (Diego-González, 2005). Desde el momento de la venta, en la que el *showrunner* es a menudo el responsable de convencer al cliente de las bondades del proyecto que se quiere desarrollar, también es quien se encarga del día a día posterior una vez que la producción de la serie se ha puesto en marcha.

Tirso Calero, al ser entrevistado, explicó que normalmente un *showrunner* es el enlace con la cadena:

Es la persona que tiene que hablar, discutir y debatir con ellos para la puesta en marcha del producto y que el producto siga, es decir, atender las necesidades que tengan. Trabajar para que la cadena, que al final es el cliente final, esté contenta con el producto.

Javier Olivares, otro de los entrevistados, también da especial importancia a esta interlocución, sobre todo en el momento de diseño de la serie. En ese sentido, este *showrunner* cree que hay que hablar con el cliente antes de escribir porque, si no, la cadena se convierte en un corrector. El creador del *Ministerio del Tiempo* (TVE, 2015) expone que los ejecutivos de la cadena son elementos muy importantes que tienen que estar en el proceso creativo previo, en el momento de las grandes ideas, de qué se quiere hacer. El *showrunner* debe llegar a acuerdos sobre qué se quiere hacer, cómo, con qué intención y con qué

estilo. Olivares cree que la cadena merece estar en ese momento de máxima creación porque invierten y apuestan, pero a partir de ahí, al creador hay que dejarle funcionar, siempre y cuando cumpla con lo acordado.

Durante la preproducción, otra de las tareas que lleva a cabo un productor ejecutivo es la contratación de equipos o al menos de los jefes de cada equipo en un rodaje: fotografía, cámara, sonido, dirección de arte, vestuario, maquillaje y peluquería. Bennet (2014) afirma que así ocurre en Estados Unidos, ya que el *showrunner* lleva a cabo desde decisiones de índole económico hasta la contratación de equipos.

Preguntados por ello, muchos de los entrevistados comentan que sí que han estado en el momento en el que se decidían estas cuestiones y han podido aportar su opinión, pero no han estado directamente implicados ni en la contratación, ni en la organización y coordinación de esos equipos. De lo que sí se encarga el *showrunner* es del traspaso de información entre el equipo de guion y los equipos de producción y dirección. Es la correa de transmisión entre el guion y el rodaje. Héctor Lozano, *showrunner* de *Merlí* (TV3, 2015) afirmó al ser entrevistado que para él ha sido muy importante estar desde el principio en la producción de sus series y poder opinar. También añadió que cree que su parecer era importante, pero no se encargaba directamente de contratar o coordinar estos equipos.

Como ya hemos apuntado, ser *showrunner* es algo a lo que se llega, una especie de carrera de fondo en la que se van consiguiendo hitos. Javier Olivares, que es uno de los pioneros en el desempeño de la figura de *showrunner* en sus series, comenta que es importante conocer todas las áreas de la producción audiovisual, no solo la escritura sino todos los demás aspectos. “Mis jefes de equipo mandan y yo sé qué hace cada uno de ellos, aunque no sepa ejercer su oficio”, dijo en la entrevista.

Otra labor fundamental relacionada con la producción es la elaboración de presupuestos y la decisión del reparto de las partidas económicas. Esta parece ser un área en la que el *showrunner* que ejerce como tal en la

industria audiovisual del estado español solo toca de soslayo. El entrevistado Agustín Martínez, de la serie *La Caza* (RTVE, 2019), aclara que el *showrunner* en Estados Unidos entra en el detalle de los números y va revisando partida por partida, pero eso él, al menos, no lo hace. Natxo López, por su parte, contó que él no ha tomado parte en la elaboración de los presupuestos, pero sí ha podido tomar decisiones sobre qué quitar o no en función de la historia o dónde invertir lo que era fundamental para esa historia.

Cristóbal Garrido, otro de los entrevistados, explica que no se inmiscuye en la elaboración minuciosa de los presupuestos, ya que para eso hay personas que saben mucho más que él y que lo hacen mejor. Lo que aplica son recursos para adaptarse al presupuesto existente o para priorizar lo que sea importante para la historia. También tiene capacidad de decisión en el presupuesto para aquello que le parezca importante para el producto final como, por ejemplo, el uso de canciones de autores conocidos y que, según sus indicaciones, siempre tienen una partida reservada en el presupuesto.

Por tanto, parece que por mucho que el *showrunner* en España esté en el momento de algunas de las decisiones estratégicas y pueda opinar, no es el responsable máximo del aspecto económico de una serie, sino que esto aún está en manos de la producción ejecutiva más vinculada con la dirección de la productora. Es habitual, por tanto, que exista una bicefalía y que por un lado esté el *showrunner* ligado a los aspectos creativos y, por otro lado, exista otra producción ejecutiva que es la que dispone y gestiona en profundidad los medios de producción existentes.

### El área de dirección

El desempeño de la dirección en la producción de teleseries de ficción no es exactamente igual a lo que se hace en la dirección de un largometraje de ficción. “La tele es del guionista, el cine es del director”, afirmó el entrevistado Héctor Lozano. A pesar de esta afirmación, sí es cierto que hay algunas funciones que se comparten en ambos

medios. Quien dirige una teleserie de ficción y quien dirige una película llevan a cabo funciones prácticamente idénticas como, por ejemplo, la planificación del rodaje, las decisiones relativas a la puesta en escena o la dirección de actores y actrices.

En el lado de las diferencias, por ejemplo, la elección del casting es una prerrogativa en la dirección de cine, pero en una teleserie puede que el elenco le venga dado al director. Más allá de esto, también puede haber otras cuestiones que el director pueda no decidir. Puede haber cuestiones tan importantes en la dirección de cine como todas las relativas al *look* general del producto, que en una serie quizá no haya tomado el director. La razón de esta falta de libertad que, en algunos casos, tienen los directores de una serie es relativamente sencilla. En la producción de una teleserie puede haber varios directores y cada uno de ellos se encarga de uno o varios capítulos, pero no de la totalidad, y hay decisiones que tienen que afectar a todo el conjunto de la serie y no se pueden tomar de forma particular solo en un capítulo. Así lo afirmó el entrevistado Cristóbal Garrido:

En la serie en la que ahora mismo estoy trabajando, que está compuesta por episodios de 50 minutos, hay tres directores y, por esto mismo, no todos controlan lo que pasa en todos los capítulos. Un director es la voz de un episodio, pero no puede ser la voz de toda la serie de principio a fin. Para ello, para imprimir esa continuidad, está el *showrunner*.

Agustín Martínez apoya esta idea al contar durante la entrevista que los directores, por muy implicados que estén en la serie, muchas veces hacen solo dos capítulos. El que mantiene el espíritu de la serie durante los capítulos que dure la temporada va a ser el *showrunner*: “No va a ser el director, que viene, hace su capítulo y se va a otra cosa”.

Respecto a tareas concretas, el *showrunner* sí lleva a cabo funciones que se consideran competencia de la dirección (Tabla 4).

Tabla 4

Tareas del showrunner en el área de dirección

Áreas	Tareas
Área de dirección	Participación en la creación del guion técnico (diseño concepto visual)
	Elección de localizaciones
	Elección de jefes de equipo
	Elección del equipamiento técnico (con base en el concepto visual y/o presupuesto)
	Elección de casting
	Set de rodaje
	Coordinación del equipo de dirección
	Dirección de actores (ensayos, set...)
	Participación en el proceso de montaje y postproducción: etalonaje, tratamiento color, elección de músicas, línea gráfica...

Fuente: Elaboración propia (2023)

Natxo López cuenta que sus funciones en *Perdida* (Antena 3, 2019), la serie en la que ha ejercido como *showrunner*, han sido, sobre todo, la escritura de guion, pero también ha participado en la elección del casting, ha hablado con los directores, ha dado notas de montaje, etc. Agustín Martínez también relata que pudo estar en todo el proceso de decisiones importantes que se tomaron en la preproducción, como es el casting de la serie o las localizaciones. Ya durante el rodaje, pudo hablar con los directores y también con los actores y actrices para ir matizando cuestiones de intención dentro de la historia. Además de todo esto, también explica que ha trabajado mucho en el montaje de los capítulos.

Por todo esto, se puede afirmar que la labor del *showrunner* en cuanto a la dirección tiene más que ver

con la coordinación, con llevar la continuidad entre los diferentes capítulos y directores, y no tanto con la toma de decisiones que suelen competir a la dirección de cine. “En el caso del *showrunner*, no se trata tanto de mandar, sino de ser capaz de crear una sinergia, de transmitir la idea de lo que quieres contar con la serie”, afirma Juan Carlos Cueto.

En este sentido, esta creación de sinergia se traduce en la mejora de procesos y la evitación de errores que son muy habituales en producciones tan complejas. En una producción con varios capítulos e incluso varias temporadas es muy difícil mantener la continuidad de estilo y el *racord* tanto argumental como emocional de los personajes. En ese sentido, la aparición de esta figura ha ayudado a que desaparezcan algunos problemas a los que anteriormente estaban habituadas las producciones, pues no había nadie con la responsabilidad específica de coordinar y mantener la continuidad a lo largo de toda la serie. Consecuentemente, esta es una gran novedad que ha aportado la implantación de la figura del *showrunner* en la forma de trabajo de las series de televisión, ya que muchos de los problemas que existían en la producción de series se han minimizado y con ello se han ahorrado costes y problemas.

### El área de promoción

Con la llegada de la *nouvelle vague*, la figura del director de un largometraje pasó de ser prácticamente desconocida para el gran público a ser considerada la máxima responsable de la producción y a ser publicitada como tal. Este hecho llevó a directores y directoras a formar parte de la promoción de sus obras. Un proceso parecido es el que está ocurriendo con la figura del *showrunner* en la confección de series de ficción, al menos en algunos de los casos.

Las funciones implicadas en esta área comprenden las estrategias de promoción, desde su diseño hasta la presencia personal del *showrunner* en las actividades promocionales. Las tareas quedan desglosadas en la Tabla 5.

Tabla 5  
Tareas del *showrunner* en el área de promoción

Áreas	Tareas
Área de promoción	Supervisión de los elementos de promoción (audiovisuales, dossieres de prensa, cartelería...)
	Planificación de la estrategia de comunicación
	Presencia pública como parte de la estrategia de comunicación de la serie

Fuente: Elaboración propia (2023)

La promoción es un espacio cada vez más importante dentro de las tareas que un *showrunner* debe llevar a cabo. Bennet (2014) destaca que existe un campo en el que hasta ahora ningún guionista o productor ejecutivo había tomado parte: la promoción y el marketing. Hoy en día, “hablar públicamente de tu serie es un requisito laboral para un *showrunner*, tan importante como escribirla, le guste al *showrunner* o no” (Bennet, 2014, p. 189).

Pero esto, que parece tan claro en el caso de Estados Unidos, no lo es tanto en la industria de producción de teleseries en España. Es un camino que se está empezando a recorrer, pero en el que se han dado muy pocos pasos. Agustín Martínez, al ser entrevistado, afirmó que no cree que sea ningún reclamo de marketing y no piensa que nadie vea una serie porque él sea su creador. También cree que esta falta de presencia del *showrunner* en los medios tiene que ver con cierto provincianismo español, ya que hay una idea preconcebida según la cual, si una serie es de un autor norteamericano como Alan Ball o David Simmons, por poner dos ejemplos, parece que esa serie es mejor. Según Martínez, creador de *La caza. Montepérdido* (TVE, 2019), esto tiene que ver con un pensamiento instalado que provoca que se piense que lo que se hace aquí no puede competir con lo que se hace fuera. Y series como *La casa de papel* (Antena 3, 2017) o

*Élite* (Netflix, 2018) están demostrando que no es verdad, que lo que se hace aquí puede viajar muy bien por el mundo y estar al nivel de muchas series.

Pero a pesar de la poca presencia que ahora mismo parecen tener en los medios algunos *showrunners*, tal y como ellos mismos declaran, estamos ante un panorama de cambio, y si en Estados Unidos existen algunos tan conocidos como J. J. Abrams o Aaron Sorkin es cuestión de tiempo para que esto ocurra en España. No en vano, “históricamente, el cambio en la forma de producir ficción televisiva en España ha estado y está muy influenciado por las formas de producir del mercado estadounidense” (Gallego Calonge, 2012, p. 354)

Tirso Calero, por ejemplo, no cree que su presencia sea tan importante como las de los actores y las actrices en las tareas de promoción, pero sí ha observado una evolución. Cuando él empezó en la profesión, los *showrunner* no salían en ningún sitio y menos aún los guionistas. Otro factor asociado a salir en los medios es que sirva para reclamar derechos laborales, pero también cree que “salir por salir” puede hacer perder el foco. Es significativo que en la entrevista haya afirmado que, en su opinión, los mediáticos deberían seguir siendo los actores y las actrices.

Juan Carlos Cueto, creador de *Águila Roja* (RTVE, 2017-2019) y *Mar de plástico* (Prime Video, 2015-2016), también cree que el gran público realmente no conoce los nombres de la profesión. En cambio, Pablo Barrera, *showrunner* de *Compañeros* (Antena3, 1998-2002) y *Brigada Costa del Sol* (Netflix 2019), cree que, en cuanto a visibilidad, este es un momento muy bueno para los guionistas en general y los *showrunners* en particular, porque que esa visibilidad, en comparación con hace 10 o 20 años, es muchísimo mayor.

Marc Cistare, otro de los entrevistados, sostiene que la industria podría hacer más hincapié en este punto. A veces aparecen en la promoción personas que no han hecho gran cosa dentro de la serie, y es verdad que se podría potenciar un poquito más la figura de los que están llevando la serie adelante, les llamen como les

Tabla 6

Tabla completa de tareas de un *showrunner* y su aplicación a los entrevistados

Áreas	Tareas
Área de guion	Creación de la idea original
	Desarrollo de la Biblia
	Escritura del capítulo piloto
	Escritura de otros capítulos
	Coordinación del equipo de guion: coordinación, corrección, reescritura
Área de producción	Elaboración de los presupuestos
	Interlocución con la cadena
	Coordinación de la producción: planificación, supervisión, modificaciones
Área de dirección	Participación en la creación del guion técnico (diseño concepto visual)
	Elección de localizaciones
	Elección de jefes de equipo
	Elección del equipamiento técnico (con base en el concepto visual y/o presupuesto)
	Elección de casting
	Set de rodaje
	Coordinación del equipo de dirección
	Dirección de actores (ensayos, set...)
	Participación en el proceso de montaje y postproducción: etalonaje, tratamiento color, elección de músicas, línea gráfica...
Área de promoción	Supervisión de los elementos de promoción (audiovisuales, dossieres de prensa, cartelería...)
	Planificación de la estrategia de comunicación
	Presencia pública como parte de la estrategia de comunicación de la serie

Notas. Las filas sombreadas corresponden a tareas que no son cumplidas por la totalidad de los *showrunners* españoles entrevistados.

Fuente: Elaboración propia (2023)

llamen. Aun así, cree que el *showrunner* todavía no genera interés en los medios. Marc cuenta que, en la promoción de los *Hombres de Paco* (Antena 3, 2021), él se sentó en la rueda de prensa junto al resto del elenco y fue quien más habló a lo largo de esa comparecencia con los medios, pero una vez acabada la rueda de prensa, y en el momento de las entrevistas individuales, ningún medio reclamó su presencia, solo quisieron entrevistar a actores y actrices.

Héctor Lozano afirma que ha notado mayor interés hacia su figura en los últimos tiempos. Cree que es importante que esto ocurra, no por cuestiones de ego y de salir en la foto, sino por una cuestión de autoría, de reconocimiento a la persona o personas que han creado la serie.

En resumen, y tras las afirmaciones de todos estos entrevistados, se puede colegir que se está viviendo un proceso de cambio de paradigma en el cual se comienza

a potenciar la figura del *showrunner* de forma mediática, como ocurrió en el pasado con la figura del director en el cine. Este es un factor de marketing que puede ayudar a la venta de las series, como ocurre en Estados Unidos con algunos de los nombres importantes que se han mencionado, pero todavía se está muy lejos de que ocurra algo parecido en el entorno de la producción de teleseries de ficción en España.

## Resultados

Tras esta investigación, se puede constatar que no todas las tareas que un *showrunner* puede llevar a cabo son efectivamente realizadas por las personas entrevistadas. Las que aparecen sombreadas en la Tabla 6 son aquellas que no todos los *showrunners* entrevistados cumplen, mientras que las que están sin sombreadar serían aquellas que todos los consultados afirman ejecutar.

Así pues, la primera función que se presenta como necesaria para que un *showrunner* se pueda denominar como tal es la escritura y coordinación de la biblia de la serie, es decir, del documento que incluye cuál es el universo, la premisa central, el tono y los temas de la serie, la definición de los personajes principales y el mapa de tramas con descripciones o sinopsis de la mayor parte de los episodios de la temporada (ALMA Sindicato de Guionistas, 2020). Además de esto, también se encarga de la escritura del capítulo piloto.

Otra de sus funciones principales es la coordinación de la sala de guion, que implica la supervisión y reescritura, si es necesario, de todos los guiones. Esta supervisión es imprescindible en aras de mantener la continuidad y el *racord* emocional de todos los personajes a lo largo de los diferentes capítulos, ya que muy a menudo son varios los guionistas implicados en la escritura de la serie. Esta función de coordinación proporciona al *showrunner* el conocimiento global de toda la serie y, al no estar atrapado en la escritura diaria, le permite poder coordinar las distintas áreas del proyecto.

Lo que está en cuestión es el título de creador o creadora de la idea original. Como explicó Javier Olivares, una persona puede recibir un encargo de una serie, puede recibir un desarrollo de un concepto y a partir de ahí comenzar a trabajarla hasta ponerla en pie. Es decir, no es imprescindible que el *showrunner* haya creado la idea de la serie.

Con respecto al área de producción, existe cierta confusión. Tradicionalmente, en la producción de series de televisión, el guionista recibía órdenes concretas de qué se podía contar y qué no en función del gasto. Se le marcaban todo tipo de parámetros (personajes, localizaciones, etc.) que condicionaban el relato. Aun subiendo en el escalafón, el guionista que adquiere el poder en una producción sigue estando alejado de las decisiones de gasto. Es más, las compañías productoras desconfían de la habilidad de alguien que siempre estuvo alejado de los números. Según cuentan algunos de los entrevistados, esta situación se está revirtiendo poco a poco, y algunos *showrunners* tienen

cierto control sobre el presupuesto, pero no es algo común. Lo que sí ocurre es que cuando hay que tomar decisiones estratégicas sobre dónde gastar, o cuando hay problemas derivados de la escasez de ciertas partidas, el *showrunner* puede tomar estas decisiones para que la historia que se quiera contar no se vea afectada en demasía.

En cuanto a la dirección, y al margen de la existencia de algunos *showrunners* que también dirigen algunos capítulos de sus series, lo que estas personas hacen de forma habitual es coordinar al equipo de directores u opinar sobre aspectos fundamentales relacionados con la puesta en escena o la dirección de actores y actrices. También tienen un papel activo en la fase de postproducción y montaje, pero todos coinciden en una labor de coordinación, en consulta siempre con la persona responsable de dirigir el capítulo.

En cuanto a la promoción, aspecto importante dentro de la configuración del *showrunner* en Estados Unidos, en España es muy incipiente su presencia pública. Todavía no han dado el paso que dieron los directores en la *nouvelle vague* de ponerse al frente de la producción también de cara a los espectadores y como un reclamo publicitario. Los *showrunners* que lo hacen explican que están más interesados en reivindicar que su puesto existe y que es importante, y que por eso aparecen en los medios. Estas reclamaciones también coinciden con las que hacen los guionistas a través de los sindicatos pidiendo visibilidad y, en consecuencia, una mejora de las condiciones económicas con las que trabajan.

Por último, hay que destacar que algunos de los entrevistados han señalado que, aunque según su experiencia la mayoría de *showrunners* de la industria en España provienen del mundo de la escritura de guion, también existen *showrunners* que en origen son directores o productores y que no tienen por qué escribir efectivamente ningún capítulo y, por lo tanto, no pueden ser considerados guionistas de la producción. Lo que sí es imprescindible es participar desde los primeros pasos de la producción y coordinar todas las áreas desde el primer momento hasta el último.



## Conclusiones

El *showrunner* de una serie en España es siempre un escritor o escritora. Es la persona que escribe la biblia, el capítulo piloto y que, además, coordina la sala de guion. Es quien se encuentra en el corazón de la creación y, por tanto, tiene una visión de todo el producto de principio a fin. La producción de una serie de televisión, a diferencia del cine, supone la realización de muchas horas de ficción. El salto que supone liderar una producción de dos horas, como pueda ser un largometraje, al que supone liderar una serie que puede durar ocho, trece o muchas más horas, no solo es cuantitativo, sino también cualitativo. En la televisión suele haber más de un director para poder abarcar todo el inmenso trabajo que se presenta. Debido a esto, el jefe de los guionistas, que generalmente ha concebido la serie al completo antes de que comience la producción, es quien mejor conoce qué se quiere contar. Además, es una persona que está libre cuando comienza la preproducción porque ya ha acabado el grueso de su trabajo y así puede coordinar a todos los equipos. Es quien mejor está preparado para mantener y transmitir la continuidad de la historia a lo largo de la producción de todos los episodios.

Se puede decir, por tanto, que el establecimiento de la figura del *showrunner* en España está directamente vinculado a la operatividad que aporta en la producción de una obra tan compleja como es una serie de televisión. La figura del *showrunner* permite que la comunicación y la coordinación entre los diferentes equipos sea más fluida y efectiva. Lo que todavía parece que queda fuera del control de estos *showrunners* en España es el aspecto económico en todo lo referente a la elaboración de presupuestos y al control de estos, labor que aún queda en manos de las empresas que los contratan. Por otra parte, en cuanto a las labores de promoción y representación, los *showrunners* no son figuras de primer orden, ya que quienes llevan a cabo esta labor suelen ser los actores y actrices protagonistas.

Por último, hay que destacar que la dinámica de producción de teleseries de ficción es muy cambiante y, por lo tanto, debemos estar atentos al futuro de esta figura en un entorno tan variable, y observar también la evolución

de las plataformas y sus políticas de contenido, así como del resto del ecosistema mediático. Cabe preguntarse si existen plataformas con más margen para el desarrollo del *showrunner* o incluso si lo promocionan o, al contrario, hay otras que reducen su papel e influencia.

En todo caso, la plantilla obtenida en la presente investigación puede utilizarse como una herramienta en futuros análisis, por ejemplo, con *showrunners* mujeres y comprobar si existen diferencias respecto a las funciones que desempeñan los hombres, así como evaluar otros períodos de tiempo o incluso compararla con otros países. También es importante evaluar si existe una evolución y la figura del *showrunner* español va adquiriendo algunas de las funciones que en la actualidad parece no ejercer, y si influye cuál es la productora o plataforma de la serie.

## Referencias

- ALMA Sindicato de Guionistas. (2019). *La figura del showrunner y la producción ejecutiva*. <https://www.sindicatoalma.es/wp-content/uploads/2019/06/nota-tecnica-showrunner-y-produccion-ejecutiva.pdf>
- ALMA Sindicato de Guionistas. (2020). *Sistema de créditos para guiones de ficción y entretenimiento*. <https://www.sindicatoalma.es/wp-content/uploads/2020/01/sistema-de-creditos-para-guiones-de-ficcion-y-entretenimiento.pdf>
- Bennett, T. (2014). *Showrunners: The Art of Running a TV Show* (Illustrated edition). Titan Books.
- Bignell, J. (2004). *An Introduction to Television Studies*. Routledge.
- Blakey, E. (2017). Showrunner as Auteur: Bridging the Culture/Economy Binary in Digital Hollywood. *Open Cultural Studies*, 1(1), 321-332. <https://doi.org/10.1515/culture-2017-0029>
- Carrión Domínguez, Á. (2019). La Quality TV y la edad de oro de las ficciones seriadas. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 24(46), Article 46. <https://doi.org/10.1387/zer.20386>
- Casajosa Virino, C. (2016). El ascenso de los showrunners: Creación y prestigio crítico en la televisión contemporánea. *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 6(2), 23-40.
- Casajosa Virino, C. (2016b). *La cultura de las series*. Laertes.

- Castro, M. G. D., & Serra, C. C. (2016). Efectos de la crisis económica en la producción de contenidos de ficción televisiva en España entre 2010 y 2015. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 21(40), Article 40. <https://doi.org/10.1387/zer.16422>
- Carver, D., & Dubois, B. (2009). Training Gap Analysis. Showrunners in Canadian Television. *Cultural Human Resources Council CHRC*. <https://www.yumpu.com/en/document/read/15918497/showrunners-traininggaps-analysis-cultural-human-resources->
- ¿Cuántas producciones españolas debutaron en OTT durante 2022?. (2022, 16 de diciembre). *Señal News*. <https://senalnews.com/es/research/cuantas-producciones-espanolas-debutaron-en-ott-durante-2022>
- De Rosendo, T., & Castro, J. G. (2015). *Objetivo Writers' Room: Las aventuras de dos guionistas españoles en Hollywood: 20*. Alba.
- Diego-González, P. (2005). The profile of the fiction producer in television. *Communication & Society*, 18(1), 9-30. <https://doi.org/10.15581/003.18.36323>
- Gallego Calonge, F. J. (2012). *La ficción española en el contexto internacional: La figura del productor ejecutivo en televisión* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Docta Complutense. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/37223>
- García-Martínez, A. N. (2014). El fenómeno de la serialidad en la tercera edad de oro de la televisión. En E. Fuster (Coord.), *La figura del padre nella serialità televisiva* (pp. 19-42). Pontificia Università della Santa Croce. Hadas, L. (2017). From the workshop of JJ Abrams: Bad robot, networked collaboration, and promotional authorship. In *Collaborative Production in the Creative Industries* (pp. 87-103). University of Westminster Press.
- GECA. (2022). *El balance GECA. Año 2022*. [https://webgeca.geca.es/wp-content/uploads/2023/03/Informe-GECA\\_Balancede-anual-de-audiencias-2022.pdf](https://webgeca.geca.es/wp-content/uploads/2023/03/Informe-GECA_Balancede-anual-de-audiencias-2022.pdf)
- Higuera Ruiz, M. J. (2021). *La producción ejecutiva-creativa de las series de ficción televisiva contemporánea: conceptualización, responsabilidades y dinámicas de autoría vinculadas al perfil audiovisual del showrunner*. [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. DIGIBUG: Repositorio Institucional de la Universidad de Granada. <http://hdl.handle.net/10481/65319>
- Higuera-Ruiz, M.-J., Gómez-Pérez, F.-J., & Alberich-Pascual, J. (2021). The showrunner's skills and responsibilities in the creation and production process of fiction series in the contemporary north american television industry. *Communication and Society*, 34(4), 185-200. <https://doi.org/10.15581/003.34.4.185-200>
- Kallas, C. (2014). *Inside the Writers Room. Conversations with American TV Writers*. Palgrave Macmillan.
- Instituto Español de Comercio Exterior. (2019, 3 de abril). *Situación de la industria audiovisual en España*. <https://www.investinspain.org/es/sectores/audiovisual>
- McCabe, J., & Akass, K. (Eds.). (2011). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. I. B. Tauris.
- Mil maneras de ser ¿showrunner? | Mesa redonda de guionistas. (2019, 30 de abril). *Academia de Cine*. <https://www.academiadecine.com/2019/04/30/mil-maneras-de-ser-showrunner-mesa-redonda-de-guionistas/>
- Muñoz Fernández, H. (2016). ¿Son arte las series de televisión? *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 6(2), 69-82. <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/230/202>
- Newman, M. Z., & Levine, E. (2012). *Legitimizing television: Media convergence and cultural status*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203847640>
- Newcomb, H., & Alley, R. S. (1983). *The Producer's Medium: Conversations with Creators of American Television*. Oxford University Press.
- Saló Benito, G. (2016). Del productor ejecutivo a la figura de *showrunner*. En M. P. L. de Espinosa, C. C. Alcolea, & M. R. Rodríguez (Eds.), *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. (1.ª ed., pp. 285-296). Dykinson.
- Steiner, T. (2015). Steering the Author Discourse: The Construction of Authorship in Quality TV, and the Case of Game of Thrones. *Series - International Journal of TV Serial Narratives*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/5903>
- Wirth, J., & Melvoin, J. (Eds.). (2004). *Writing for Episodic TV. From Freelance to Showrunner*. Writers Guild of America.
- Disponibilidad de datos: El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentra disponible.
- Contribución autorial: a) Concepción y diseño del trabajo; b) Adquisición de datos; c) Análisis e interpretación de datos; d) Redacción del manuscrito; e) revisión crítica del manuscrito.
- P. F. R. ha contribuido en a, b, c, d, e; I. D. C. A. en a, b, c, d, e.
- Editor responsable: L. D.