



**RIDAA**  
Repositorio Institucional  
Digital de Acceso Abierto de la  
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad  
Nacional  
de Quilmes

Carboni, Ornella

# Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

*Cita recomendada:*

Carboni, O. (2012). *Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes  
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3913>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

## **Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)**

***TESIS DE MAESTRÍA***

**Ornela Vanina Carboni**

ocarboni@unq.edu.ar

### **Resumen**

La presente Tesis se propone describir y analizar los procesos de organización del trabajo en la industria televisiva en abierto de Argentina, particularmente en la producción de telenovelas durante el período 1989-2001. El interés por el tema surge de la confluencia de la importancia que tiene la televisión como medio de comunicación de masas -en Argentina ostenta un nivel de penetración del 98% (Becerra y Mastrini, 2006)- y la telenovela en tanto que representa uno de los géneros propios de la región Latinoamericana, con una importante capacidad exportadora.

El estudio tomará como punto de referencia teórico la corriente de la economía política de la comunicación, en este sentido existen pocas investigaciones que aborden la temática de los procesos de trabajo o las condiciones laborales dentro de las industrias culturales. Es por ello que la investigación intentará aportar ejes de análisis que permitan comprender el funcionamiento y las razones que estructuraron el desarrollo de la industria de las telenovelas en Argentina, dentro del sistema de televisión abierta en el lapso 1989-2001.

**Ornela Vanina Carboni**

**“Los procesos de organización del trabajo en las  
telenovelas argentinas (1989-2001)”**

**Tesis para Magíster en Industrias Culturales  
Universidad Nacional de Quilmes**

**Director: Dr. Martín Becerra**

**Bernal  
2012**

|                                                                                                                                                       |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Índice .....                                                                                                                                          | 2   |
| <i>Introducción al tema de investigación</i> .....                                                                                                    | 3   |
| <i>Capítulo I Propuesta de investigación</i> .....                                                                                                    | 10  |
| 1. Premisas de investigación.....                                                                                                                     | 10  |
| 1.1 Objetivos generales.....                                                                                                                          | 11  |
| 1.2 Objetivos específicos.....                                                                                                                        | 12  |
| 1.3 Justificación de Investigación: del tema y el recorte temporal.....                                                                               | 13  |
| 1.3.1 Sobre el tema .....                                                                                                                             | 13  |
| 1.3.2 Sobre el recorte temporal.....                                                                                                                  | 17  |
| 1.4 Estrategia metodológica .....                                                                                                                     | 18  |
| <i>Capítulo II El estudio de las telenovelas en América Latina</i> .....                                                                              | 19  |
| <i>Capítulo III: Recorrido teórico</i> .....                                                                                                          | 29  |
| 3. La Economía Política de la Comunicación: un campo comunicacional .....                                                                             | 29  |
| 3.1 Las Industrias Culturales y su desarrollo.....                                                                                                    | 34  |
| 3.2 Bienes culturales, productos complejos.....                                                                                                       | 38  |
| 3.3 La Industria Televisiva y sus particularidades .....                                                                                              | 40  |
| 3.4 Las telenovelas como producto de las industrias culturales .....                                                                                  | 44  |
| 3.5 Concentración, convergencia e internacionalización: su influencia en la<br>producción de ficción .....                                            | 54  |
| 3.6 Los procesos de organización del trabajo la producción de ficción.....                                                                            | 59  |
| <i>Capítulo IV Sistema televisivo argentino: de las privatizaciones de los medios de<br/>comunicación (1989) al estallido de la crisis 2001</i> ..... | 68  |
| 4.1 Historia de la televisión Argentina: desarrollo y marco regulatorio (1950-1988)                                                                   | 68  |
| 4.2 La situación política y económica en Argentina 1989-2001 .....                                                                                    | 76  |
| 4.2.1 Privatizar era la cuestión: la televisión argentina 1989-2001.....                                                                              | 83  |
| 4.3 Los canales de televisión y las productoras “independientes”: ¿relaciones<br>peligrosas? .....                                                    | 88  |
| <i>Capítulo V Las telenovelas en Argentina</i> .....                                                                                                  | 100 |
| 5.1 Historia de las telenovelas en Argentina .....                                                                                                    | 101 |
| 5.1.1 Entre lo experimental y lo artesanal: de teleteatros a telenovelas .....                                                                        | 101 |
| 5.1.2 La telenovela: un producto industrial .....                                                                                                     | 106 |
| 5.1.3 La incipiente transnacionalización de las telenovelas argentinas.....                                                                           | 111 |
| 5.2 Análisis de la programación de ficción en Argentina (1989-2001).....                                                                              | 122 |
| 5.3 Equipos de producción: los principales actores involucrados en el proceso de<br>producción. ....                                                  | 132 |
| 5.4 De los procesos de producción de las telenovelas .....                                                                                            | 139 |
| 5.4.1 ¿Salimos al aire?: la pre-producción .....                                                                                                      | 146 |
| 5.4.2 De escritores, libretos y el trabajo creativo: los autores en el proceso de<br>producción de telenovelas y el ritmo de trabajo .....            | 160 |
| 5.4.3 A grabar se ha dicho: la producción .....                                                                                                       | 170 |
| 5.4.4 La post-producción y la edición de las imágenes .....                                                                                           | 184 |
| 5.4.5 Síntesis de las Fases de producción de las telenovelas.....                                                                                     | 186 |
| <i>Capítulo VI Palabras Finales</i> .....                                                                                                             | 192 |
| <i>Capítulo VII Referencias Bibliográficas</i> .....                                                                                                  | 202 |

## ***Introducción al tema de investigación***

La televisión constituye una de las principales vías para entretener e informar y la telenovela es uno de los géneros predominantes en latinoamericano y un elemento de integración sentimental en América Latina (Martín-Barbero, 1992). Según Daniel Mato (1999) es el único producto que permite/permitió reforzar la identidad regional y la integración –desde la utilización de un lenguaje común y la circulación de artistas-.

A la vez, se convirtió en uno de los productos exportables más fructíferos en materia televisiva en países como Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela donde la venta de enlatados y/o formatos se acrecentó alcanzando cifras millonarias. En nuestro país, las estimaciones indican que el incremento estuvo dado desde un promedio de ventas de programas terminados cercano a las 18.500 horas anuales en 2002, hasta una cifra de alrededor de 35.000 horas al año (en marzo de 2003)<sup>1</sup>. En esta dirección, Ulanovsky y Sirven (2009) observan que “en los últimos años se exportaron unas 35 mil horas de programación al exterior, especialmente en dos formatos: telenovelas de todo tipo y *realities show*, convirtiéndolo en el cuarto exportador de formatos del mundo” (Ulanovsky y Sirven, 2009:39). López, Ramos y Torre (2009) señalan que las exportaciones argentinas de programas de televisión superaron en 2009 las 40.000 horas anuales, que se distribuyeron en 40% formatos televisivos, 30% enlatados y el porcentaje restante en producciones propias para el exterior; además agregan que existe una tendencia a exportar porque solamente entre el 20% y el 30% de la inversión en un programa de televisión se recupera en el mercado interno, esto implica la búsqueda de mercados externos para asegurar cierta rentabilidad.

No obstante, Jesús Martín-Barbero y Germán Rey (1999) recuerdan que hasta mediados de la década del '70 las series norteamericanas ocupaban el 40% de la programación de ficción en América Latina. Esta situación comenzó a revertirse durante los '80, época en la cual se incrementó la producción nacional y las telenovelas se situaron en franjas horarias *prime-time*. Este modelo se mantuvo hasta los '90 y permitió que el género orientara la capacidad nacional de producción televisiva, promoviera la modernización

---

<sup>1</sup> Ricardo Marín (2004), “Televisión de exportación”, Diario La Nación, 24 diciembre de 2004 [Consultado el 07/08/2010].

de sus procesos y la especialización de los recursos humanos -guionistas, directores, camarógrafos, sonidistas, escenógrafos, editores-.

Los orígenes de las telenovelas se remontan por un lado, a las novelas decimonónicas ligadas al folletín o a las novelas por entrega de lectura sencilla que apostaban a una masa de lectores recientemente alfabetizados. Y por otro lado, a las radionovelas desarrolladas a partir del surgimiento de la radio en 1920. Sin embargo, su desarrollo siguió en gran medida los ritmos de la inserción de la televisión en la región latinoamericana a partir de la década del '50. Este nuevo medio que proponía la emisión de imágenes a distancia, atravesó un proceso de consolidación, desde una lógica experimental y artesanal de la producción hasta convertirse en una verdadera industria televisiva. Esta transformación afectó el devenir de los géneros que vinieron a conformar la grilla de programación, entre ellos, la telenovela.

Paulatinamente, al ritmo de los avances tecnológicos y los contextos económicos la telenovela fue reemplazando a la radionovela, a pesar de sus altos costos de producción y estilos de narrar desligados de la minuciosa descripción que requería la radionovela (López Pumarejo, 1987). Guionistas, actores y técnicos comenzaron a mudarse al nuevo medio, un camino similar recorrió la publicidad.

La telenovela se instauró desde la primera mitad del siglo XX con un discurso ambivalente que le garantizó su éxito y permanencia. Su gran capacidad de adaptación, tanto técnica como de contenidos, a los requerimientos de los nuevos tiempos y exigencias. Al mismo tiempo reiteró una postura conservadora ante la vida, que se reflejó en la representación estereotipada de personajes y situaciones que parecían congeladas en el tiempo (Martínez Ojeda *et al.*, 2006).

Desde su génesis las telenovelas fueron identificadas con el género melodramático al movilizar las emociones, las pasiones y los afectos. Tradicionalmente su estructura narrativa se basó en la existencia de una pareja central heterosexual, con marcadas diferencias de clase (la chica pobre, sin educación y el hombre rico proveniente de una familia con poder económico y status social), que debían atravesar distintas vicisitudes para lograr estar juntos (peleas, rechazos, búsqueda de la identidad). También se destacó por la existencia de posturas maniqueas (el bien y el mal), donde abundaban las

desgracias y circunstancias increíbles, que culminaban en un magnífico final feliz. En relación al género melodramático Fernando Gaitán<sup>2</sup> (2011) sostiene que se estructura de acuerdo a cuatro ejes vinculados con la existencia de una pareja central que guía la acción. De este modo distingue cuatro etapas: conocimiento, enamoramiento, sufrimiento y casamiento. A la vez considera que las telenovelas no pueden presentar elevados índices de inverosimilitud, por eso sus producciones apuestan a temáticas que se vinculan con la realidad inmediata. En cuanto al proceso de escritura de los capítulos de las telenovelas se destaca que coincide con el período de producción y emisión de las mismas.

La telenovela es más que entretenimiento, se convirtió en un producto rentable económicamente por la inversión publicitaria y el desarrollo industrial que moviliza. Es significativa políticamente porque es vista como un espacio de intervención y ofrece un campo cultural para la introducción de hábitos y valores (Martín-Barbero, 1987). Por su parte, Betty Martínez Ojeda *et al.* (2006) sostienen que la telenovela tiene como objetivo complacer a las audiencias, se integra dentro de lo que denominan la cultura popular mediática y aporta contenidos, temas de reflexión y valores sociales, éticos y estéticos, y de la realidad. Aunque sus relatos legitiman el poder vigente, el abuso social, justifican la exclusión y la marginación de clase, de género, de raza, de etnia, validan la pobreza para unos y la riqueza para otros. Esta concepción aparece como determinante, en tanto que, la telenovela parece evadir de este modo la realidad inmediata o poseer una estructura narrativa exclusivamente de tipo aspiracional, en el sentido que las audiencias quieren ser o parecerse a los personajes que se construyen en esa ficción.

Asimismo se advierte que si bien la telenovela es un género propio de América Latina, en cada uno de los países se desarrolla siguiendo distintos patrones o estilos narrativos (tradicional, moderno o experimental) aunque en todos los casos se encuentra el elemento melodramático, con mayor o menor grado de exacerbación. Nora Mazziotti (1996) identifica que el género de las telenovelas está atravesado por tres dimensiones: su producción industrial, su textualidad y las expectativas de las audiencias.

---

<sup>2</sup> Fernando Gaitán es autor de telenovelas colombiano, entre sus obras más destacadas figuran *Café con aroma de mujer* y *Betty, la fea*.

En este sentido es preciso recordar que el género varió a lo largo de los años. Al menos si se consideran los aspectos principales al abordar el estudio de las telenovelas: su producción, distribución y consumo.

Si el énfasis se pone en la producción de las ficciones será preciso tener en cuenta cómo se “fabrica” una telenovela, cuáles son las fases del proceso de producción y qué cantidad de personas se ven involucradas en el mismo, implica preguntarse qué se va a producir y por qué. Además supone tener en cuenta la cantidad de episodios y/o capítulos que tendrá la telenovela para armar el correspondiente diseño de producción y cuál es el presupuesto asignado para afrontar esa ficción.

Resulta preciso aclarar que las modalidades de producción se fueron modificando al ritmo de los avances tecnológicos, desde el vivo hasta la aparición del *videotape* en la década del '60 o los progresos técnicos que implicaron mejoras en los equipamientos utilizados para captar las imágenes o para editarlas. Sin embargo, no sólo la tecnología explica la naturaleza de los cambios sino también aspectos sociales, políticos y económicos propios de cada uno de los países de la región, que tienen que ver entre otras cuestiones con las maneras en las que se acumula y valoriza el capital en las industrias culturales, así como la relación que se establece dentro de estas entre el capital y el trabajo, y las relaciones laborales predominantes en un espacio y tiempo determinado.

En cambio si el eje está en la distribución habrá que observar primero si la telenovela es producida por un canal de televisión o bien por una productora independiente. En este último caso, la productora puede ser contratada por el canal o bien realizar la ficción que luego venderá a la emisora, aquí hay que observar las relaciones contractuales que se establecen entre ambas partes, por la comercialización posterior que pueda hacerse del producto.

En este punto se debe tener en cuenta el éxito del cual gozan las telenovelas en el mercado regional y mundial, mediante la venta de los enlatados como de los formatos

del programa<sup>3</sup> (venta de los guiones, que en ocasiones van acompañados de la transmisión del *know how* o la ejecución del mismo). De este modo se explica por qué, una historia bien narrada atrapa a públicos/audiencias globales y atraviesa una fase que va de lo local a lo global. Esto permite el desarrollo de economías de escala dentro de las industrias culturales y favorece la valorización del capital, así como la disminución de los costos por cada capítulo producido.

Ahora bien, si se piensa en las telenovelas desde la perspectiva del consumo habrá que analizar a qué tipo de público apuntan. Si bien en sus comienzos la telenovela se orientó hacia audiencias femeninas, específicamente a las amas de casa y sus horarios de emisión ocupaban la programación de la tarde, esta tendencia fue revirtiéndose a lo largo de los años cuando las telenovelas se centraron en la búsqueda de públicos más amplios (hombres, jóvenes, jubilados). Para ello abordaron distintas temáticas, es decir, que no se detuvieron únicamente en la historia de amor, del mismo modo fueron programadas en los horarios considerados *prime time*<sup>4</sup> de la televisión.

Además, situarse en el consumo de las telenovelas favorece el estudio de los textos para verificar los contextos en los cuales estas se insertan. En esta dirección, los análisis semióticos permiten considerar los tipos de circulación de sentidos que promueven las telenovelas, y evaluar las condiciones de emisión y recepción de los mensajes. Por otra parte, deben considerarse los modos en qué estas producciones son visualizadas por las audiencias, qué efectos provocan y qué hace el público con este tipo de entretenimiento, para qué sirven las telenovelas, si generan identificaciones o provocan temas de conversación familiar o social.

Al igual, que el resto de los bienes producidos por las industrias culturales, la telenovela en tanto producto audiovisual debe ser estudiado en su doble dimensión: económica y simbólica, su estructura estética y narrativa. En este sentido, la telenovela es “un producto de la cultura de masas, y como tal, puede ser analizada legítimamente en sus

---

<sup>3</sup> Los enlatados son los capítulos finales, editados y disponibles para su emisión inmediata. Mientras que el formato de los programas constituye en el caso de las telenovelas la venta del guión (cada uno de los capítulos) que en ocasiones van acompañados de la transmisión del *know how* o la ejecución del mismo.

<sup>4</sup> El *prime time* u horario central es la franja horaria en la cual se concentra mayor cantidad de audiencia, se emiten los programas que pueden generar mayor éxito y las tarifas publicitarias son las más costosas de toda la programación para los anunciantes. En general en televisión ocupa el horario nocturno comprendido entre las 20 y las 22 hs.

mecanismos de producción y en el campo de efectos de sentido que produce en recepción” (Escudero Chauvel, 1997: 74). A su vez, se dirige a un público amplio y si es concebida por una emisora privada su fin será el lucro, dependerá siempre del éxito alcanzado y del gusto de los televidentes (Marta Klagsbrunn, 1997).

La presente Tesis se propone describir y analizar los procesos de organización del trabajo en la industria televisiva en abierto de Argentina, particularmente en la producción de telenovelas durante el período 1989-2001. El interés por el tema surge de la confluencia de la importancia que tiene la televisión como medio de comunicación de masas -en Argentina ostenta un nivel de penetración del 98% (Becerra y Mastrini, 2006)- y la telenovela en tanto que representa uno de los géneros propios de la región Latinoamericana, con una importante capacidad exportadora.

El estudio tomará como punto de referencia teórico la corriente de la economía política de la comunicación, en este sentido existen pocas investigaciones que aborden la temática de los procesos de trabajo o las condiciones laborales dentro de las industrias culturales. Es por ello que la investigación intentará aportar ejes de análisis que permitan comprender el funcionamiento y las razones que estructuraron el desarrollo de la industria de las telenovelas en Argentina, dentro del sistema de televisión abierta en el lapso 1989-2001.

El presente trabajo propone el siguiente recorrido: en el Capítulo I se aborda la propuesta de investigación, sus premisas, objetivos generales y específicos, la justificación del recorte temporal y temático y la estrategia metodológica; en el Capítulo II se trabaja sobre los estudios de las telenovelas en Argentina y en América Latina y sus principales abordajes teóricos; en el Capítulo III se define el recorrido teórico (la economía política de la comunicación, los bienes culturales, las características de la televisión como industria y las particularidades de las telenovelas); el Capítulo IV se detiene en el sistema televisivo argentino desde sus inicios en 1951 hasta 2001, el énfasis se centra principalmente en el período 1989-2001, allí también se destaca la situación político-económica de Argentina y se analiza la producción de las ficciones a cargo de los canales o de las productoras “independientes”, en el Capítulo V se retoma la historia de las ficciones en argentina, se realiza un análisis de la programación en el período 1989-2001 y se examinan los principales cambios ocurridos en el proceso de

producción de las telenovelas en el período de estudio, a partir de la división en las tres fases que abarca la producción (pre-producción, producción per se y post-producción), finalmente en el Capítulo VI se esbozan algunas conclusiones de la investigación y se dejan abiertas algunas cuestiones y desafíos para futuras líneas de trabajo.

## ***Capítulo I Propuesta de investigación***

La investigación se propone describir y analizar los procesos de organización del trabajo en la industria televisiva en abierto de Argentina, particularmente en la producción de telenovelas. De este modo, la pregunta que atraviesa la Tesis está centrada en establecer cuáles fueron los factores que determinaron los cambios en los procesos de trabajo vinculados a la producción de ficción, específicamente del género telenovelas en Argentina, durante el período comprendido entre los años 1989-2001. La etapa se inicia con la asunción anticipada de Carlos Saúl Menem a su primera presidencia (1989-1995) que puso en marcha una serie de medidas de corte neoliberal. Este primer momento se destacó por la sanción de la Ley de Reforma del Estado 23.696, mediante la cual se llevó adelante el proceso de privatizaciones, que permitió que gran parte de los activos del Estado fueran transferidos al sector privado. Además de la privatización de los servicios públicos (gas, luz, teléfono y agua) se licitaron varios medios de comunicación que hasta ese momento habían sido propiedad del Estado, entre ellos los canales de televisión 11 y 13. Es por esto, que se marca como punto de partida el año 1989, se representa así el pasaje de la gestión de los canales en manos del Estado al sector privado.

El estudio culmina con el estallido de la crisis económico-política y social en 2001, que puso fin al gobierno de Fernando De La Rúa (1999-2001). Este año se caracterizó por el desgaste de un modelo que había sido aplicado sin interrupciones por más de una década y que constituyó una nueva relación entre capital y trabajo, un nuevo modo de acumulación de capital y una manera particular de intervención del Estado, a través de un sistema de re-regulación de los mercados que favoreció el desarrollo de las corporaciones y habilitó el dinamismo de los mismos, en detrimento del bienestar social y el interés común.

### **1. Premisas de investigación**

La Tesis propone como premisa de investigación que la incorporación de nuevas tecnologías en la esfera productiva, sobre todo a partir de las últimas tres décadas del siglo XX, se combinó de una manera singular con los ciclos económicos de la historia reciente del país para producir cambios significativos en las modalidades de organizar el

trabajo en la realización televisiva en general y particularmente en las telenovelas. Se plantea que la introducción de tecnología afectó las fases de producción y circulación de estos contenidos culturales, provocó cambios en las modalidades de organizar el trabajo y promovió nuevos modos de cualificación y profesionalización, en tanto que en la esfera de la circulación las telenovelas dejaron de ser productos locales y regionales para explorar los mercados transnacionales, entre otras cuestiones mediante la adopción de los estándares internacionales de producción que habilitaron la comercialización de estos bienes.

El análisis no propone un determinismo tecnológico. Es por ello que se parte de pensar que los procesos de trabajo no quedaron sujetos exclusivamente a cuestiones tecnológicas, es decir, a la existencia de determinadas condiciones materiales y técnicas que permiten una forma peculiar de reorganización del trabajo, sino que confluyeron otros factores políticos, económicos y sociales, en los cuales la interacción de los distintos actores que conforman el eslabón productivo resultó crucial.

### **1.1 Objetivos generales**

El objetivo central de la Tesis es describir y analizar los procesos de organización del trabajo de las telenovelas argentinas en el período 1989-2001. Para ello será preciso definir una serie de variables, propias de los estudios de economía política y que refieren a aspectos estructurales de los procesos de organización del trabajo en las industrias culturales: el escenario económico nacional (inyección o retracción de capital invertido en el sector); las cuestiones técnicas (introducción de nuevas tecnologías que modificaron los tiempos productivos en pos del abaratamiento de los costos de producción o de la mejora en la calidad de los productos); la estructura de producción (ficción a cargo de los canales de televisión y/o tercerización de la producción de ficción en productoras -relación existente entre los canales y las productoras) y el mercado de las ficciones (crecimiento de la industria de las telenovelas, desde su proyección local/nacional hasta su transnacionalización).

Al enmarcarse la propuesta de investigación dentro de la economía política de la comunicación (EPC), la elección de las variables permitirá analizar el objeto de estudio desde una dimensión múltiple y a través de su interrelación se podrá dar cuenta de los

cambios ocurridos en los procesos de trabajo de las telenovelas en Argentina para el sistema de televisión abierta en el período 1989-2001.

Se considera, pues, que para una acabada comprensión del objeto de estudio desde la EPC será preciso conocer y comprender: el escenario económico nacional, es decir, el contexto económico-político para evaluar cómo impacta en el mercado de las telenovelas en particular; la introducción de nuevas tecnologías que permitirá entender los cambios en los modos de organizar el trabajo así como los estándares de calidad exigidos para competir en el mercado internacional; la estructura de producción, esto es, la realización de ficciones a cargo de los canales o de productoras que ayudará a analizar quién o quiénes están detrás de la producción de ficciones en el país, cómo se decide aquello que se va a producir y cómo se modificó este escenario en el período estudiado; finalmente el mercado de las ficciones permitirá observar qué tipo de telenovelas se producen y cuál es su proyección local, regional o global.

En este plano es clave mencionar que retomar el estudio de las telenovelas a partir de la manera en la cual se “fabrican” o producen estos bienes culturales y observar cuáles fueron los cambios operados en los procesos de trabajo en el período de estudio habilita a pensar en la serie de variables antes enunciados. En cambio si se analizaran las telenovelas como género y sus características centrales o se tuvieran en cuenta los textos haciendo hincapié en los contenidos de una mirada semiótica o bien si se observaran las lógicas culturales de consumo y recepción de esos productos culturales se deberían escoger otras variables y ejes que permitan acompañar ese recorrido.

## **1.2 Objetivos específicos**

En este marco se proponen como objetivos específicos:

- Reconstruir el mercado de las telenovelas nacionales durante el período estudiado.
- Analizar los cambios ocurridos en los procesos productivos de los programas de ficción, específicamente telenovelas en Argentina, durante el período 1989-2001.

- Realizar una interpretación contextual de los cambios registrados en el escenario económico nacional en relación a su impacto en la industria televisiva argentina.
- Identificar la relación existente entre los canales de televisión y las productoras de contenidos audiovisuales en relación a la producción de ficción (telenovelas).
- Identificar y evaluar los factores que confluyeron para la modificación en los procesos de trabajo del sector mencionado, a partir de la introducción de nuevas tecnologías.
- Identificar y analizar los cambios ocurridos en el ámbito de trabajo y las condiciones laborales de los actores involucrados en el sector de la producción audiovisual de telenovelas.

### **1.3 Justificación de Investigación: del tema y el recorte temporal**

#### **1.3.1 Sobre el tema**

Al abordar el estudio de los procesos de organización del trabajo, una de las primeras cuestiones que surgen es evaluar por qué los procesos de producción y el trabajo no fueron suficientemente estudiados en las industrias culturales en general y menos aún en la industria televisiva<sup>5</sup>.

Históricamente la economía política de la comunicación (EPC), perspectiva desde la cual se encuadra el presente estudio, se centró en el nivel institucional, donde la corporación, el Estado y sus relaciones constituían las unidades primarias de análisis. Para Mosco (2009) el reto que la literatura organizacional plantea a la economía política

---

<sup>5</sup> Mosco (2009) releva una serie de autores que estudiaron la mercantilización del trabajo Braverman (1974) abordó la transformación del proceso del trabajo en el capitalismo y las tareas de concepción y ejecución del trabajo. Otros autores (Ansberry, 1993; Berberoglu, 1993; Ehrbar, 1993; Zachary y Ortega, 1993) analizan cómo la incorporación de tecnología en los medios de comunicación impactó en la mercantilización del proceso de trabajo. Tuchman (1978), Gans (1979) y Fishman (1980) demuestran que la planificación organizacional y el preprocesamiento sirven para empaquetar y unir las noticias en base a una rutina. Además se encuentran aquellos autores que estudiaron los procesos de trabajo y la incorporación de las tecnologías en las redacciones (Hardt, 1990; Zimbalist, 1979; Russial, 1989).

es el de desarrollar una posición que examine la mercantilización del trabajo dentro del proceso de producción de los contenidos de los medios de comunicación.

El estudio de los procesos de trabajo resulta de interés en el conjunto de las industrias culturales, Mosco (2009, 2011) propone investigar el trabajo dentro de la corriente de la EPC y expresa que generalmente desde la perspectiva de la comunicación se investigaron los contenido de los medios y las audiencias mas no a los trabajadores de los medios de comunicación, destaca así la emergencia de una perspectiva centrada en el trabajo si bien resalta la importancia de comprender cómo el poder corporativo, las nuevas tecnologías y los gobiernos están cambiando los procesos de trabajo, estima importante evaluar qué están haciendo los trabajadores al respecto. El autor señala por un lado, una tendencia hacia la convergencia de los trabajadores que se reúnen en un único sindicato que representa los intereses de distintos sectores dentro de las industrias culturales<sup>6</sup> y por otro lado, marca el surgimiento de asociaciones que emergen de los movimientos sociales, que abarcan tanto a los empleados del *software*, y su lucha frente a la externalización de tareas vinculadas con la alta tecnología como a los escritores *freelance* en Estados Unidos, dadas las condiciones laborales precarias y la escasa remuneración por las actividades desarrolladas. En este sentido, destaca que al observar las maneras de autoorganización de los trabajadores se pueden identificar problemas que no son abordados al investigar el modo en el cual el capital explota a los trabajadores.

Se considera que existe un vacío importante de investigación empírica en la dinámica organizativa y laboral de la producción cultural, principalmente en lo que sucede en las organizaciones relacionadas con las industrias culturales (Hesmondhalgh, 2002 en Gómez García y Sánchez Ruiz, 2006).

Según Rodrigo Gómez García y Enrique Sánchez Ruiz (2006) faltan estudios que permitan entender y descifrar las dinámicas sociológicas que determinan el tipo de productos (textos-mensajes) que producen los profesionales culturales, es decir, profundizar en la relación entre el estudio de los textos y la producción cultural.

---

<sup>6</sup> Constituyen ejemplos de esto *Communication Workers of America* (EEUU) y *Communication Energy and Paperworkers Union* (Canadá), el objetivo de estos sindicatos integrados es contar con los recursos suficientes para hacer frente a las empresas transnacionales.

Mosco (2009) propone abordar la mercantilización del trabajo dentro del proceso de producción de los medios de comunicación y qué sucede a partir de la introducción de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, sus modos de ocupación y la naturaleza cambiante del trabajo. En sus propios términos “fuera de la investigación político-económica, normalmente se presta escasa atención a aquellos que trabajan en las industrias de los medios de comunicación y de las telecomunicaciones, la representación de los trabajadores en los medios de comunicación, la cobertura de los temas laborales” (Mosco, 2006: 145).

David Hesmondhalgh y Sara Baker (2011) al delimitar los objetivos de su investigación marcan los exiguos estudios sobre los trabajadores dentro de las industrias culturales, específicamente en lo respectivo al trabajo creativo, tanto dentro del campo de la comunicación -los estudios culturales y la economía política de la comunicación- como desde los abordajes realizados por otras disciplinas -la sociología del trabajo y los estudios de *management*, los negocios y las organizaciones-. En relación a estos últimos, los autores sostienen que solamente en recientes investigaciones se retomaron las cuestiones vinculadas al trabajo creativo.

Por otro lado, David Hesmondhalgh y Sara Baker (2011) se preguntan en su investigación en qué medida es posible desempeñar un trabajo satisfactorio en las industrias culturales y qué tipos de experiencias y ocupaciones ofrecen a los trabajadores. Los autores exploran el problema a partir de un estudio que desarrollaron en tres industrias culturales que representan lógicas distintas de producción cultural: la televisión (lógica de flujo), las revistas (lógica de la prensa gráfica) y la música (lógica editorial) e implican diversos factores de organización, de condiciones de trabajo y característica de los mercados y de las audiencias. En esta dirección resulta interesante observar las condiciones laborales que las industrias culturales dan a sus trabajadores, en relación a la estabilidad y continuidad del trabajo, pero también en qué medida realizan un trabajo de tipo redundante y/o aleatorio, y hasta qué punto la producción de los bienes culturales se asemeja a la producción de cualquier producto industrial.

Al respecto Mosco (2009) señala que las industrias culturales contaban con fuertes tradiciones profesionales y artesanales que continúan, incluso cuando se transforma el

proceso de trabajo, generalmente “se hace hincapié en las dimensiones creativas individuales de la producción en los medios de comunicación que diferencian este sector de muchos otros que comparten las características de la producción industrial (...) pero el énfasis en la creatividad individual solo oscurece un proceso complejo de producción, que, aunque desigualmente, ha llegado a parecerse más al proceso de trabajo en la economía en general” (Mosco, 2009: 233). En tanto, Tremblay (2011) expone que las condiciones laborales que se les imponen a los trabajadores en diversas áreas de la economía se parecen cada vez más a aquellos que caracterizan a los sectores de la cultura y la comunicación y que el autor enumera: creatividad, calidad del producto, flexibilidad, versatilidad, imaginación, novedad y también precariedad del empleo.

En relación a la ficción, desde la creación de la primera narrativa radiofónica ya calificable como radionovela (*Painted Dreams*, 1930) hasta nuestros días, el *soap* ha sido investigado. Según Tomás López Pumarejo (1987) el análisis se polarizó por un lado, en estudios de *marketing*, y por otro lado en especulaciones de tipo sociológico-empirista que procuraban detectar el protagonismo del *soap*. Para el autor, el *boom* de las investigaciones propiciado por el apogeo de las radionovelas en los años cuarenta, se abandonó durante veinticinco años y resurgieron hacia 1972 para ocuparse de las telenovelas.

La importancia del presente trabajo reside en que hasta el momento las investigaciones realizadas sobre las telenovelas se basaron en los efectos ideológicos, en la posibilidad de transmitir determinados valores, hábitos y costumbres, en las identificaciones que producen, en las lógicas comerciales de su producción y de su distribución así como en los procesos de consumo y en la relación que mantienen con las audiencias. Mariano Oropeza (2005) expresa que la investigación de la telenovela se centró en su estudio como género en un acercamiento contenidista y que pocos trabajos resaltaron los aspectos vinculados a su comercialización y a su producción, aunque recientemente se incorporaron una serie de miradas que permitieron entender de manera significativa los datos económicos de la industria y que resultaron cruciales para interpretar correctamente muchos de los rasgos estéticos y formales que atañen al género.

### 1.3.2 Sobre el recorte temporal

El recorte temporal y espacial toma como punto de partida la privatización de los canales de televisión 11 y 13 en 1989 y como cierre el estallido de la crisis económico-política y social en diciembre de 2001, a partir de la cual se diseñaron nuevas estrategias en el sector televisivo, esta etapa puede denominarse la larga década neoliberal (Marino, 2007). El año 1989 coincidió con la asunción a la presidencia de Carlos Menem, durante sus mandatos<sup>7</sup> se aplicaron medidas de corte neoliberal (privatización, re-regulación de los mercados, centralización del capital y concentración de la propiedad) y se modificó el modo de gestión del Estado. El Estado intervino con un signo distinto al que lo había hecho hasta ese momento, las iniciativas favorecieron al sector privado y a los mercados, mientras que los beneficios que otrora recayeron sobre los ciudadanos (entre ellos la seguridad social y laboral) fueron reducidos o directamente desaparecieron de las consideraciones estatales.

En este marco se privatizaron junto a otros activos sociales los medios de comunicación y se procedió a modificar artículos centrales de la Ley 22.285 de Radiodifusión vigente en ese momento, que impedían la propiedad cruzada de medios. Esto permitió, entre otras cuestiones, que los propietarios de medios gráficos accedieran a las licencias de radiodifusión.

Se marca como corte de la presente investigación el año 2001 en el cual se desató una de las crisis políticas, económicas, sociales e institucionales más acentuadas que tuvo que atravesar Argentina, con elevados índices de desempleo, fisuras en la relación entre la sociedad y las instituciones, la falta de liquidez bancaria y la imposibilidad de afrontar las obligaciones de la deuda en el exterior. En este sentido, los medios de comunicación también vieron afectados sus ingresos y consecuentemente sus programaciones, su capacidad para producir disminuyó y tuvieron que elaborar estrategias para recuperarse de los “daños colaterales” de un modelo que habían ayudado a construir.

---

<sup>7</sup> Carlos Menem fue presidente argentino durante dos períodos consecutivos 1989-1995 y 1995-1999. Accedió a su segundo mandato tras la Reforma Constitucional de 1994 que entre otras cuestiones habilitó la reelección presidencial y acortó a cuatro años la gestión de los primeros mandatarios.

#### **1.4 Estrategia metodológica**

Desde la perspectiva de la economía política de la comunicación se pretende describir y analizar los procesos de organización del trabajo de las telenovelas argentinas, dentro del sistema de televisión abierta en el período 1989-2001. Metodológicamente, la investigación procederá al estudio de las fases de producción (pre-producción, producción *per se* y post-producción de las telenovelas) en un examen de carácter exploratorio en el que se procederá a triangular la realización de entrevistas con actores claves de la industria televisiva argentina (directivos de canales, productores de ficción, guionistas, artistas, empleados específicos del sector, entre otros); el relevamiento documental y de archivo tanto referido a los ciclos económicos de las industrias culturales argentinas en el lapso considerado, como a empresas productoras de telenovelas en particular, y el análisis de la estructura de la producción de ficción televisiva en la Argentina y de sus procesos y actores.

Para el análisis será preciso identificar a los actores involucrados en la organización productiva, establecer cuáles son sus actividades principales, cómo fueron variando a lo largo de los años estudiados y cuáles fueron las adaptaciones y/o reacciones de los trabajadores frente a las modificaciones operadas.

Sin embargo para abordar la esfera productiva será necesario identificar qué sucedió en el mercado televisivo durante esos años, los fenómenos de concentración (geográfica y económica), la creciente convergencia y la internacionalización servirán para describir el funcionamiento del sector.

Asimismo como destaca Martha Roldán (2010, 2011) resulta complejo abordar la producción de contenidos en televisión porque en general es difícil acceder, por un período prolongado de tiempo, a las grabaciones (televisivas, cinematográficas o de publicidad) propiamente dichas. No obstante, para respaldar empíricamente el estudio se realizó una fase de trabajo de campo que incluyó entrevistas a actores claves de la organización de los procesos de trabajo en las telenovelas, así como visitas a estudios y observación de grabación de telenovelas.

## ***Capítulo II El estudio de las telenovelas en América Latina***

La historia de la telenovela se encuentra entrelazada por el desarrollo de la televisión. El estudio de las telenovelas ha sido abordado desde diversas perspectivas, que es preciso repasar a fin de considerar las distintas investigaciones que se realizaron sobre el género.

En principio es preciso hacer un brevísimo anclaje en el proceso evolutivo de la televisión, en este sentido Sergio Caparelli, en *La periodización en los estudios de televisión* (2000) analiza las perspectivas planteadas por distintos investigadores al referirse al desarrollo de este medio, a nivel internacional o al interior de los mercados nacionales. En este marco Caparelli evalúa la pertinencia de las periodizaciones sobre las cuales trabajan los autores por él seleccionados: Eli Noam, Alejandro Piscitelli, Jean-Michel Salaun, Armand Mattelart, Nicholas Garnham, Nora Mazziotti y Sérgio Mattos. Se destacan aquí las posturas de Eli Noam (1995) que diferencia entre: la televisión privilegiada (los inicios de la televisión con unos pocos canales), la televisión fragmentada (a partir de la aparición de nuevos sistemas de transmisión el cable y el satélite) y la futura cibertelevisión (con el desarrollo de una televisión más descentralizada y personalizada). En tanto que, Alejandro Piscitelli (1995) propone hablar de paleo-televisión (televisión destinada a las audiencias de masas), neo-televisión (fase de la televisión por abono) y post-televisión; y finalmente la visión de Nicholas Garnham (1991) quien plantea el desarrollo de la televisión fordista (el Estado garantiza una estructura para la radiodifusión), una fase de transición o reestructuración (caracterizada por la desregulación de los mercados) y la televisión post-fordista (estructura de la radiodifusión y de la recepción inestable, en la cual no se aprovechan plenamente las ventajas tecnológicas de la televisión de alta definición).

En relación a las telenovelas, en el ámbito nacional se destacan los aportes realizados por Mirta Varela en *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969* (2005) donde analiza el desarrollo del sistema televisivo argentino desde sus orígenes hasta la llegada del hombre a la Luna en 1969. Si bien no se detiene, específicamente en el estudio de la telenovelas, su énfasis está puesto en el modo en el cual se apropió y adaptó el nuevo medio, qué lugar ocupó el aparato televisivo en la

estructura de la vida cotidiana, a la vez que repasa la apuesta televisiva durante sus primeros veinte años.

Asimismo, se encuentran las investigaciones llevadas adelante por Pablo Sirven en *Quién te ha visto y quién TV: historia informal de la televisión argentina* (1988), por Carlos Ulanovsky, Silvia Itkin y Pablo Sirven en *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina* (1999) y por Ulanovsky y Sirven en *¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta)* (2009) en las cuales recomponen el sistema televisivo argentino desde sus comienzos hasta la actualidad, con una descripción pormenorizada de las producciones que ocuparon la programación de las emisoras, complementado por la descripción del marco histórico que confluía y habilitó la implementación de un mercado televisivo determinado. Estos trabajos se enriquecen con una serie de entrevistas a actores claves del sector que permiten recomponer algunas de las anécdotas acerca del devenir del medio. Por su parte Jorge Nielsen recupera en los diversos tomos de *La magia de la televisión argentina*, la historia de la programación en el país en cada uno de los canales y los principales géneros. Además resulta interesante porque realiza un repaso por algunas de las principales figuras del medio, pero no se centra específicamente en los actores, sino que dedica un espacio a productores, directores, guionistas y gerentes de canales.

Rincón (2006) asegura que la televisión sirve para hacer industria, contar historias y entretener. En nuestro país surgió y se desarrolló siguiendo un modelo principalmente comercial caracterizado por el fin de lucro y la lógica del entretenimiento. La entretención acepta la concurrencia de una diversidad de géneros -*talk shows*, programas de interés general, *reality shows*, series y las telenovelas que serán objeto de la presente Tesis.

Las investigaciones específicas sobre las telenovelas en Argentina fueron las realizadas por Nora Mazziotti en su libro *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina* (1996) se propone analizar las telenovelas desde la esfera de la producción cómo se fabrican, se venden y circulan las mismas, justifica su elección a partir de la inexistencia de trabajos que abarquen la producción de ficción seriada, si bien destaca la existencia de estudios vinculados a la textualidad, los contenidos de los

programas y las audiencias. La autora para caracterizarlas divide la producción de telenovelas en cuatro etapas:

- Inicial: se concentra en la primera década de funcionamiento de la televisión con la existencia en general de una única emisora.
- Artesanal: recorre las décadas del '60 y '70, con el desarrollo del *videotape* se solucionan los problemas del vivo y directo, “las telenovelas producidas en distintos países latinoamericanos comparten una serie de rasgos que en esta etapa inicial y artesanal son más marcados que en las posteriores. Se manifiestan en las relaciones con géneros y textos provenientes de otros medios como el cine o la radio, en las características genéricas, en la circulación y la utilización de tecnología” (Mazzioti, 1996: 30). En general se vendían los libretos para realizar versiones o traducciones, en el caso de que la lengua del comprador fuera diferente al original. También circulaban autores, directores y técnicos para trabajar en otros países o para capacitarse<sup>8</sup>.
- Industrial: incluye las décadas del '70 y del '80 con productos más afianzados y estandarizados. La telenovela se convierte en el principal género exportable de Latinoamérica sobre todo de producciones provenientes de Brasil, México y Venezuela.
- Transnacional: propia de la década del '90 se caracterizó por la búsqueda de un mercado internacional, así las telenovelas neutralizan sus rasgos para poder comercializar los enlatados. Debe incorporarse dentro de los estándares internacionales: extensión entre 180 a 200 capítulos, calidad de la imagen y del sonido y temáticas universales.

Sin embargo, no se detiene específicamente en los procesos de organización del trabajo, más bien hace un recorrido de las producciones que tuvieron lugar en la pantalla televisiva argentina (aumento o disminución de la producción según las fases señaladas), giros o adaptaciones en los guiones a partir de la exportación de los enlatados y posteriormente de los formatos. Además, hace alusión a los mercados de

---

<sup>8</sup> Mazziotti (1996) destaca que la producción de las telenovelas tuvo su eclosión en Argentina entre mediados de la década del '60 y la primera mitad de la década del '70, el ascenso de los militares al gobierno tras el golpe militar, retrotrajo la producción televisiva y afectó particularmente a este género. La autora considera que se produjo un proceso de des-industrialización o de desactivación de la producción, las producciones en esos años se caracterizaron por estar destinadas al mercado local y por su precaria calidad.

telenovelas en México, Venezuela y Brasil, destacando algunos de los ejes propios de los procesos de trabajo en los períodos descritos.

En el resto de sus trabajos Nora Mazziotti (1993, 1994, 2006, 2008) recupera los orígenes de la telenovela y los principales títulos que consagraron a las ficciones en Argentina. Por otra parte, repasa las principales características y estilos del género según cada uno de los países de la región (México, Brasil, Colombia y Venezuela). De igual manera, se preocupa por desarrollar las cuestiones ligadas a la exportación de enlatados y formatos tanto en la región latinoamericana como fuera de ella, teniendo en cuenta entre otras cuestiones el desarrollo de los sistemas televisivos en Europa, a partir de la apertura y desregulación de sus respectivos mercados. Finalmente sus estudios se detienen en las coproducciones de telenovelas realizadas entre productoras argentinas y extranjeras a comienzos de la década del '90, que conservan un estilo clásico y melodramático, a los fines de ajustarse simultáneamente a varios mercados.

María Victoria Bourdieu en *Pasión heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina* (2009) se centra en los cambios ocurridos en los últimos 25 años de la telenovela y los reflejos identitarios que recogen estos productos. El trabajo busca a partir de las constantes del género identificar cómo esas marcas de realización tienen que ver con las formas de pensar que el público espera encontrar en las telenovelas, con esto intenta explicar los modos y las metáforas con que nuestro país se explicó el pasado y se propuso el presente social en diferentes momentos históricos.

Por su parte, Hugo Di Guglielmo en *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro* (2002) y *La telenovela y el programador ¿un amor imposible?* (2005) recorre los modos en los cuáles se programan las telenovelas, los horarios de emisión de acuerdo al público al cual apuntan, cómo se escoge aquello que se va a producir y cómo se intenta constatar con las audiencias si un producto funcionará antes de salir al aire o durante su emisión.

Por otro lado, Mariano Oropeza en *Después de la transnacionalización. La industria latinoamericana de las telenovelas y el caso argentino* (2005) aborda el estudio de la telenovelas para plantear la importancia del género en argentina y en la región

Latinoamericana en general, destaca que en el período 1952-2004 se produjeron alrededor 420 telenovelas en Argentina, cuyos impactos económicos pueden medirse por fuera del mercado nacional a partir de la exportación de los enlatados finales primero y posteriormente de los formatos para su adaptación. Además Oropeza define una nueva fase en la producción de telenovelas que denomina *glocalización*, en la cual las empresas continúan expandiendo sus mercados, intentan juntar tanto el mercado nacional como el global con el fin de lograr un reposicionamiento y la supervivencia de los productos.

Desde otra perspectiva Lucrecia Escudero Chauvel en *El secreto como motor narrativo* (1997) analiza el desarrollo de la telenovela como género, cuáles son sus rasgos centrales y plantea una definición sobre la misma. Desde una perspectiva semiótica entiende que se trata de un producto que se inserta en la lógica de la programación y establece un especial contrato de lectura con los televidentes.

Oscar Steimberg en *Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela* (1997), analiza las rupturas estilísticas de las telenovelas argentinas y reconoce tres etapas. Un primer momento en el cual se destacan los elementos melodramáticos y las temáticas de los folletines. Una segunda etapa, puede ubicarse desde mediados de la década del '70, se denomina moderna y se caracteriza por el verosímil social, abarca conflictos y cambios sociales de la época. Según él la telenovela comienza a autorreferirse excediendo el ámbito de la ficción, al aparecer como un hecho social, susceptible de ser comentado. Finalmente la tercera fase se inicia en la década del '90, en las tramas se observa que los géneros se entremezclan y que se multiplican los relatos con historias que se suceden paralelamente.

Además se destacan los trabajos llevados adelante por distintos investigadores Latinoamericanos. Tomás López Pumarejo en *Aproximación a la telenovela* (1987) aborda la génesis de las telenovelas, su relación con las *soap opera*, las características que definen al género, entre lo impredecible y la repetición. También establece las diferencias entre una obra abierta y una cerrada, y entre la telenovela clásica y la transnacionalizada.

Jesús Martín-Barbero en *La Telenovela en Colombia. Televisión, melodrama y vida cotidiana* (1987) expresa que la mayoría de los estudios acerca de la televisión se hicieron desde la perspectiva jurídica, la estructura económica y los efectos ideológicos. En su trabajo se propone trabajar un producto concreto de la industria televisiva, de éxito popular como es la telenovela, para observar como se articulan las lógicas comerciales de su producción con las lógicas culturales de su consumo, recuerda que este tipo de ficciones constituyen la forma de producción local con mayor éxito comercial tanto en los países de la región como en otros mercados. Martín-Barbero entiende que la telenovela dejó de ser mero entretenimiento y se convirtió en un producto económicamente importante por la inversión publicitaria y los resortes industriales que moviliza. Resulta políticamente significativa porque más personas y sectores la ven como un espacio de intervención y culturalmente ofrece un campo para la introducción de hábitos y valores. Su estudio deriva de la conjunción de tres factores: la industria televisiva (la estructura y dinámica de la producción), los grupos culturales (usos sociales y modos de ver) y los productos culturales (composición textual de la telenovela).

Por otra parte, Jesús Martín-Barbero junto a Silvia Muñoz en *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia* (1992) estudian las mediaciones en las cuales se materializan las lógicas económicas e industriales de las telenovelas en su articulación con las demandas y los modos de ver de los diferentes grupos sociales. De este modo, se preguntan por las condiciones de recepción de esas ficciones, específicamente en Colombia. Así intentan descifrar desde donde miran las telenovelas los distintos sujetos (jóvenes, mujeres, campesinos, habitantes de la ciudad), para ello su estrategia consiste en el tránsito que va desde “ver con la gente” (por ejemplo un capítulo de una telenovela) a que estas personas puedan contar la experiencia de lo que “han visto”.

En igual dirección, Jesús Martín-Barbero y Germán Rey en *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (1999) entienden que la telenovela representa el desarrollo de la industria audiovisual latinoamericana, tanto en sus aspectos tecnológicos como en su capacidad para contar historias, conectar las sensibilidades y captar las dimensiones de la vida cotidiana. En el libro recuperan el desarrollo de las

telenovelas en Colombia y rescatan la capacidad de estas para combinar la experimentación dramática y la creatividad estética.

Lorenzo Vilches en *La fuerza de los sentimientos* (1997) destaca el desarrollo de las *soap opera* norteamericanas y las telenovelas latinoamericanas. Sostiene la existencia de investigaciones originadas por un lado, desde las teorías tradicionales de la *Communication Research*, aunque advierte los rechazos que provocan estos abordajes por sus limitaciones sociológicas y psicológicas y por otro lado, desde la semiótica que estudió a las series televisivas a través de la teoría textual. Finalmente menciona a los teóricos de la recepción para quienes “la *soap opera* o la telenovela desarrolla una serie de convenciones y los espectadores desarrollan una serie de expectativas de interpretación, pero además refleja y comunica una forma de visión social” (Vilches, 1997: 54).

En un estudio previo *La televisión. Los efectos del bien y del mal* (1993), Vilches señala que hasta los años ´70 los seriales y *soap* eran invisibles para los teóricos e investigadores de la comunicación, al tiempo que millones de mujeres recibían cada tarde sus capítulos tal como habían acompañado el despliegue del mismo género en la radio. No obstante, hacia la década del ´80 esta tendencia comenzó a revertirse, se publicaron listas con títulos de libros y estudios sobre las series, entre los primeros trabajos se destacan los análisis de contenido cuantitativo.

Otro proyecto encabezado por Betty Martínez Ojeda, Clarena Muñoz Dagua y María Cristina Asqueta Corbellini (2006) en *Érase una vez...Análisis crítico de la telenovela* prioriza el análisis lingüístico y discursivo de las telenovelas. Para las obras latinoamericanas destacan que estas funcionan como folletín o novela rosa que se comprometen con la difusión de los rasgos regionales o nacionales. Al asumir una identidad o forma de ser pretenden rescatar los paisajes y los sistemas de producción que caracterizan la economía de esos pueblos. Sin embargo, las investigadoras sostienen que estas series generan un tipo de discurso y de estereotipos que inciden significativamente en las formas de pensamiento y comportamiento social, reforzando así determinados paradigmas o fortaleciendo algunas ideas u opiniones en detrimento de otras.

Andrés Kalikoske en *La telenovela como munición de los conglomerados latinoamericanos* (2009) y Andrés Kalikoske y Valério Cruz Brittos *Historia, modelos y economía de las telenovelas en los mercados globales* (2010) se basan en el estudio de las telenovelas en América Latina, teniendo en cuenta los principales países productores y la expansión de sus mercados sobre todo a partir de la década del '70, con la crisis energética que golpeó a las economías mundiales y que implicó que los mayores conglomerados de comunicación de América Latina debieran diversificar sus inversiones. A su vez, exponen que cada país tiene un patrón estético de producción, empero existen determinados estándares internacionales que deben cumplirse para favorecer la comercialización de estos bienes.

En igual sentido, Daniel Mato en su texto *Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género* (1999), analiza cómo la transnacionalización y comercialización de las telenovelas inciden en algunos aspectos formales de estos productos. Según él, generalmente, las investigaciones no toman en cuenta las características industriales, de producción y de comercialización de estos bienes. Por ello, intenta exponer una serie de datos económicos referidos a los costos de producción, los precios de venta y los volúmenes totales de exportación especialmente en Venezuela y se pregunta si la globalización de estos productos repercute estéticamente en el género.

A la vez, Mato argumenta en contra de aquellos que afirman que la globalización del género supone una pérdida de los anclajes locales. En contra de la idea de homogeneización expone que las entrevistas llevadas adelante para su investigación, revelaron que las telenovelas en primer lugar son pensadas y producidas para los mercados locales, en su éxito influyen factores tales como la originalidad, la calidad y el libro o la historia bien contada.

En tanto que, Mercedes Medina y Leticia Barrón en *La telenovela en el mundo* analizan la transnacionalización y globalización del género en latinoamericana desde una perspectiva económica, se centran en la producción y distribución de los principales exportadores y la aparición de nuevos productores en otras partes del mundo, como Estados Unidos y Europa. Silvio Waisbord (2002) aborda la industria televisiva Latinoamérica para explicar su desarrollo en las décadas del '80 y '90, entre otras

cuestiones evalúa como la globalización afecta y debilita las producciones locales. En relación a las telenovelas sostiene que las producciones con tintes más localistas son más difíciles de exportar por las temáticas de tipo costumbristas.

Isabel Ferin Cunha en el artículo *Alrededor de un género televisivo de ficción: novelas, telenovelas y culebrón* (2011) emprende el recorrido de las *soap opera* en América Latina, desde la radionovela hasta que se tornó conocida y fue adaptada en los diversos países, adquiriendo una identidad propia a través de la telenovela.

Renato Ortiz, Silvia Borelli y José Mario Ramos en *Telenovela, Historia y Producción* (1989) retoman la telenovela como producto, de ahí que se preocupan por observar cómo se “fabrican” estas ficciones, entre la creatividad y la rutina, dado que consideran que al menos en el caso de la televisión brasilera constituyen el producto más rentable. Los autores sostienen que en general las críticas a las industrias culturales provienen por su aspecto exterior y del impacto en el público consumidor, pero en pocas ocasiones se releva el funcionamiento de las industrias culturales y el problema del trabajo cultural. Por ello, plantean entender “el fenómeno de las telenovelas a partir de su significado económico. La naturaleza de la televisión comercial, basada en la exhibición de una programación continua, con elevado número de horas, y el problema de la rentabilidad de la producción que se presenta” (Ortiz *et al.*, 1989: 111).

Finalmente en el libro coordinado por Guillermo Orozco, *Historias de la Televisión en América Latina* (2002) diversos autores latinoamericanos reconstruyen la historia de la televisión en sus países, en la cual no pueden dejar de mencionar a las telenovelas como parte constitutiva del desarrollo de los respectivos sistemas televisivos<sup>9</sup>.

Jaime Barroso García en el libro *Realización de los géneros televisivos* (1996) expresa que “el modelo de trabajo o producción de la telenovela o culebrón en las televisiones latinoamericanas -que con diferentes peculiaridades siguen en general el que desarrolla la televisión brasilera O’ Globo desde 1965- se fundamenta en el interés para este tipo de formato de recoger la opinión de la audiencia sobre los temas y sobre los personajes; y a la vez, ser suficientemente flexibles como para acomodarse a las innumerables incidencias que ocurrirán con la contratación de los actores a lo largo de la producción,

---

<sup>9</sup> En la investigación participan: Nora Mazziotti (Argentina), Sérgio Capparelli y Suzy Dos Santos (Brasil), Germán Rey (Colombia), Valerio Fuenzalida (Chile), Guillermo Orozco (México) y Marcelino Bisbal (México).

que por esencia será muy larga, de cientos de capítulos” (Barroso García, 1996: 294). Además, Barroso García expresa que las características que conformarán el formato son de naturaleza económica: breve duración de los episodios, muchos capítulos (historia sin clausura), ambiente contemporáneo (asuntos de actualidad), producción rápida y barata al menos en sus inicios hasta que se consolida como una verdadera industria de las pasiones.

Por su parte, Martha Roldán en *Trabajo “Creativo” y Producción de Contenidos Televisivos en el marco del Capitalismo Informacional Contemporáneo. Reflexiones sobre el caso argentino en los 2000s* (2010) realiza un estudio en el que intenta observar la relación entre la organización del trabajo y del aprendizaje “creativo/artístico” y las formas productivas en las que se insertan en el contexto de evolución del capitalismo informacional argentino y mundial. Uno de sus objetivos se central en el pasaje de la producción de contenidos televisivos realizados por los propios canales (*in-house*) a la producción de contenidos en colaboración mediante “redes de proyectos” iniciada en los ‘90.

Ramón Zallo, en *Economía de la comunicación y la cultura* (1988) sostiene que los programas televisivos combinan un proceso productivo *standard* por géneros, temáticas o contenidos específicos, aunque la programación resulta diversa para captar la atención de las audiencias. De este modo existe una homogenización internacional de los medios de producción, lo que estimula la equiparación de las condiciones de valorización y de producción a escala internacional.

Este repaso deja en claro que no existe una única manera de abordar el objeto de estudio sino que por el contrario se han ensayado diversas propuestas e incluso distintas perspectivas y conclusiones en los ejes de análisis. En síntesis se puede decir que los trabajos se basan en algunos de los siguientes aspectos de las telenovelas: la producción, la distribución, el consumo o recepción y el análisis de los textos (o contenidos específicos) en relación a los contextos en los cuales se insertan y tienen lugar.

### **3. La Economía Política de la Comunicación: un campo comunicacional**

Para encuadrar el análisis de los procesos de organización del trabajo de las telenovelas en Argentina se parte desde la perspectiva de la economía política de la comunicación (EPC). En términos generales se puede definir a la EPC como el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación (Mosco, 2006). Alain Herscovici, Guillermo Mastrini y César Bolaño (1999) ensayan acerca de la relación entre la economía, la comunicación y la cultura, estos autores sostienen que el capitalismo derivó en un proceso de mercantilización creciente de todas las actividades sociales y remarcan que en el sector de los medios de comunicación el impacto de la industrialización de los procesos productivos mantuvo ciertas especificidades.

Del mismo modo, resulta de interés la propuesta de Vincent Mosco (2006, 2009) que se plantea reformular y repensar la EPC. Por un lado, define una serie de elementos para abordar el estudio: la mercantilización -transformar cosas valoradas por su valor de uso en valores de cambio, se detiene en la mercantilización de los contenidos, las audiencias y el trabajo-, la espacialización -capacidad de trascender el espacio geográfico a través de los medios masivos de comunicación- y la estructuración -se vincula a las relaciones sociales, entre ellas la clase, el género o la raza que inciden en el acceso a los medios de comunicación-. Por otro lado, intenta establecer los puntos de contacto con los estudios culturales y las políticas públicas que según él se encuentran en los extremos de la EPC.

En cuanto a la historia de la EPC como disciplina se puede abordar desde sus principales enfoques: la escuela norteamericana, las academias británicas y francesas y más recientemente la perspectiva latinoamericana. Sus orígenes pueden situarse como respuesta a las teorías funcionalistas que se encontraban en boga en el campo comunicacional en la década del '50.

La escuela norteamericana se centró en el estudio de las relaciones entre el poder económico, el político y el mediático (Smythe, Schiller y Sweezy). Posteriormente abordó la relación entre el gobierno y el poder de las empresas; el Estado que debía mediar en la relación entre los intereses empresariales y el interés público, generalmente tendió a favorecer a los primeros en detrimento de los segundos, de este modo relega su función de árbitro imparcial en pos de promover el desarrollo del capital por sobre un beneficio social más amplio. Además, esta corriente incluyó como temas centrales la concentración y la transnacionalización de la propiedad de los medios de comunicación y el papel de las organizaciones sociales y laborales, así como su incidencia en las políticas regulatorias.

Las academias británica y francesa se preocuparon por la relación entre la producción material y simbólica de los bienes culturales. Mientras los primeros definieron a los medios de comunicación como organizaciones industriales, por lo tanto, entidades económicas que producen y distribuyen mercancías (Murdock, Golding, Garnham). Los segundos abordaron los procesos de valorización de los distintos tipos de trabajo que se vinculan con las diversas formas de producción en los medios de comunicación y las particularidades del trabajo creativo<sup>10</sup> que conllevan los bienes culturales (Miège, Flichy), esta corriente ha sido retomada por los españoles Ramón Zallo, Enrique Bustamante y Juan Carlos Miguel de Bustos.

Finalmente, se puede señalar desde Latinoamérica<sup>11</sup>, los estudios que surgen como respuesta a la tesis desarrollista, es decir, la teoría de la dependencia que cuestionó el proceso de sustitución de importaciones implementado en los países de la región, al observar que no se disminuyeron las brechas entre las clases, no se promovió el desarrollo social ni la superación de la miseria, por el contrario existió una resistencia

---

<sup>10</sup> Hesmondhalgh y Baker (2011) utilizan el término trabajo creativo para referir a los trabajos/empleos dentro de las industrias culturales, centrados en actividades de producción simbólica. Si bien estos trabajos existen en otros sectores industriales, solamente en las industrias culturales constituyen el objetivo primario del negocio para la obtención de beneficios.

<sup>11</sup> En Latinoamérica se destacan las investigaciones de: Diego Portales (1981), Javier Esteinou (1990) se centró en un análisis de carácter hegemónico e ideológico de los aparatos de comunicación, Rafael Roncagliolo estudió el papel de las empresas transnacionales en las industrias culturales en América Latina (1999), Fernando Reyes Mata (1986) propuso una comunicación alternativa como proceso detonante para el cambio social y Enrique Sánchez Ruiz (1992 y 2001) investigó la dinámica de las industrias audiovisuales en México y su relación con la globalización. A finales de los años '90, César Bolaño, Luis Albornoz, Martín Becerra, Guillermo Mastrini y Rodrigo Gómez estudian los impactos del capitalismo global en las industrias culturales y de la información, la concentración económica de los grandes grupos multimedia, las especificidades de las distintas industrias audiovisuales, la evaluación y revisión histórica de las políticas de comunicación y cultura latinoamericanas (Gómez García, R. y Sánchez Ruiz, E.; 2006).

cultural a la modernización. La teoría de la dependencia<sup>12</sup> supuso que el atraso de las sociedades latinoamericanas se debió a la contribución que los países subdesarrollados hicieron a la riqueza de los países centrales, a partir de una división internacional del trabajo que promovió las desigualdades sociales y que tuvo como elemento articulador del proceso a las empresas transnacionales presentes en ambos universos (desarrollado/subdesarrollado), con una función no sólo económica sino también cultural e ideológica que permitió reforzar las inequidades existentes. Estos estudios empezaron a observar cómo está compuesta la estructura de propiedad de estos medios de comunicación, esto implicó una situación problemática porque se limitaron a observar quiénes eran los dueños de los medios sin vincularlos a los contenidos que circulaban por esos canales. Mastrini y Bolaño (2002) retoman la crítica de Ingrid Sarti a la teoría de la dependencia al señalar que no se pueden estudiar los procesos de dominación ideológica escindidos de la producción capitalista, es decir que, no se puede negar la naturaleza capitalista de los bienes culturales. En este sentido tanto los estudios culturales como la EPC brindarán alternativas teóricas a la teoría de la dependencia. En esta dirección, los autores marcan el esfuerzo de las investigaciones en EPC, principalmente a partir de la década del '90, por recuperar el análisis de la producción de las industrias culturales en forma articulada con la teoría del valor-trabajo, intentando superar el determinismo economicista que el campo disciplinar presentó a comienzos de la década del '70. De este modo, se deberán revitalizar las discusiones en torno a la propiedad de los medios, la definición de políticas democráticas de comunicación y la distribución de información y comunicación, sin descuidar las condiciones de acceso y participación a los sistemas de comunicación.

Enrique Sánchez Ruiz y Rodrigo Gómez García (2006) sostienen que la EPC presenta dos grandes áreas de estudio. Una ligada a definir la naturaleza económica de las industrias culturales y su relación con la estructura social más amplia. Y otra, que se desarrolla en los años '70 observa cómo la estructura de propiedad, los modos de financiamiento y las políticas públicas de comunicación inciden en los contenidos y el comportamiento de los medios. Por ello, la ECP basa su estudio en cuatro procesos: el

---

<sup>12</sup> Hebert Schiller, Luis Ramiro Beltrán, Antonio Pasqualli, Armand Mattelart, Elizabeth Fox, Ariel Dorfman, entre otros, influidos por la teoría de la dependencia económica, impulsan las llamadas teorías de la dependencia cultural o del imperialismo cultural (Mastrini y Bolaño, 2002).

desarrollo de las industrias culturales, su composición corporativa, la mercantilización de los bienes y la intervención del Estado y los gobiernos en la producción cultural.

Por su parte, Becerra y Mastrini (2006b) explican que los estudios en EPC presentan una amplitud temática que abarca desde la estructura de las industrias culturales hasta las transformaciones en el sistema productivo y las políticas de medios, con un creciente interés en los desarrollos tecnológicos. Estos autores señalan que si la década del '70 se caracterizó por un acercamiento instrumental a la economía de las industrias culturales a partir del análisis de la estructura de propiedad y su impacto en la construcción simbólico-ideológica de los mensajes televisivos, la década del '90 sumó la comprensión de las dinámicas económicas involucradas en la producción cultural y en el siglo XXI la convergencia tecnológica permite evaluar las nuevas formas de producción, distribución y consumo derivadas del impacto de los nuevos soportes y dispositivos digitales.

Por otro lado, Mosco (2006) se propone evitar el esencialismo en la EPC. Para ello, arguye que es preciso descentrar los medios de comunicación, observarlos como sistemas integrales a los procesos económicos, políticos, sociales y culturales en la sociedad, incluir los componentes del capitalismo (acumulación de capital y trabajo asalariado) situar a los medios de comunicación dentro del marco de la producción y reproducción establecidos por estos componentes.

En un texto fundacional sobre la EPC, Nicholas Garnham (1977) enuncia los objetivos y las tareas del campo disciplinar, al definir el estudio de los medios de comunicación como entidades económicas, relacionados con las dimensiones políticas e ideológicas. Se podría decir, pues, que es preciso comprender las lógicas económicas de las industrias culturales sin escindirlas del poder político y de los efectos ideológicos que contienen. Garnham explica que como entidades económicas los medios de comunicación cumplen una función económica directa al crear plusvalor mediante la producción e intercambio de mercancías culturales y una función económica indirecta por medio de la publicidad dentro de otros sectores de la producción de mercancías. Así, Garnham observa la existencia de un excedente en la producción cultural y explica que el modo en el cual dicho excedente se apropia y distribuye varía históricamente, en parte se encuentra determinado por las luchas político-ideológicas propias de cada

momento. Finalmente, el autor identifica dos momentos de la producción cultural. El primero en el cual las producciones culturales eran consideradas actividades superestructurales, los capitalistas utilizaban parte de los excedentes generados en las producciones materiales para financiar la cultura. Mientras que, en una segunda instancia la superestructura se industrializa, de este modo, la producción cultural se sumerge dentro del desarrollo capitalista.

Por otra parte, Graham Murdock y Peter Golding (1981) hacen hincapié en el problema de la estratificación en relación a los medios masivos de comunicación, parten de pensar cómo se naturaliza la existencia de una sociedad con distintas clases sociales y cómo se acepta ese lugar estratificado, derivado de las desigualdades en la distribución de la renta. Consideran que aquellos que ostentan el control de los medios de producción concentran la producción y distribución de ideas, dado que, sus opiniones, ideas y visiones reciben constante publicidad, por lo tanto se encuentran sobrerrepresentadas y llegan a dominar a los grupos subordinados. Este dominio ideológico contribuye a mantener las desigualdades de clase y debe comprenderse teniendo en cuenta el contexto económico, que estructura la producción y los productos. En este sentido analizan: la propiedad de los medios de comunicación (cada vez más concentrada en manos de grandes corporaciones), el control de las empresas (manejo de las empresas por parte de los propietarios y por una élite de gerentes profesionales) y la producción de contenidos (las fuerzas del mercado excluye aquello que no tiene éxito comercial, este proceso no es azaroso porque tienden a desaparecer aquellas voces que carecen de poderío económico).

Por último, Edward Hermnan y Robert McChesney (1999) plantean el desarrollo de los medios globales durante las últimas décadas del siglo XX, que permitieron por un lado, la transmisión de la ideología capitalista y por otro lado, se vieron favorecidos a partir de la década del '80 por los procesos de desregulación, privatización y comercialización propio de la aplicación de las políticas neoliberales, que entre otras cuestiones potenciaron la búsqueda de economías de escala y acentuaron las asimetrías respecto al sentido en el cual circula la información y la comunicación. Además, destacan la transformación de la prensa, de los medios de comunicación y de las telecomunicaciones, que pasaron de ser empresas familiares a corporaciones nacionales, para convertirse finalmente en empresas transnacionales. Vincent Mosco (2011)

refuerza esta idea al explicar que anteriormente las corporaciones empresariales (incluidas las industrias de comunicación), tenían su sede en un país. Actualmente, están integradas a las distintas sociedades, y en ocasiones, resulta complejo establecer su identidad nacional.

### **3.1 Las Industrias Culturales y su desarrollo**

En el presente estudio será preciso enmarcar el análisis de la telenovela dentro de las denominadas industrias culturales y particularmente dentro de la industria televisiva. En este sentido, se destaca que distintos teóricos de la comunicación han ensayado diversas definiciones a fin de describirlas.

Los primeros que acuñaron el término Industria Cultural fueron Theodor Adorno y Max Horkheimer (1947), al referirse entre otras cuestiones a la introducción de técnicas de reproducción masiva en las creaciones artísticas, a la vez que daban cuenta tempranamente de la estandarización, homogenización y serialización de los bienes culturales destinados al público masivo, destacando que ambos procesos establecían determinadas fórmulas y patrones que permitían a las audiencias captar y anticiparse al desarrollo de los contenidos culturales. En los medios de comunicación resultaba imposible la expresión espontánea del público, todo era absorbido y dirigido por los supuestos especialistas. Estos autores afirmaban que la industria cultural desdibuja las fronteras entre la realidad, la ilusión y la ficción; al ocupar el tiempo libre de los trabajadores les impedía pensar sobre la realidad en la que vivían. Además sostenían que la industria cultural produce y dirige las necesidades de los consumidores, al tiempo que los disciplina, todo esto en un contexto de dispersión y diversión, en el cual el contacto con los bienes de la cultura no comportaba esfuerzo alguno y debía incentivar la evasión del pensamiento.

No obstante, Gaëtan Tremblay (2011) señala que Adorno y Horkheimer advirtieron sobre la industrialización de la cultura, pero no abordaron específicamente el proceso de producción y las particularidades de los productos culturales. De modo concurrente, Zallo (1988) menciona que el concepto de industria cultural aflora en una fase en la cual las funciones superestructurales de la reproducción simbólica, ideológica y del sistema

del poder, son asumidas parcialmente desde el funcionamiento mismo del sistema económico, absorbiendo las reglas de desarrollo del sistema capitalista.

Posteriormente, diversos investigadores las han conceptualizado de modos diversos: Industrias del Conocimiento (Machlup, 1966), Industrias de la Conciencia (Enzensberger, 1970), Industrias Culturales, más recientemente desde la perspectiva europea Industrias Creativas o desde la visión norteamericana Industrias del Entretenimiento. Estas diferencias conceptuales indican el creciente lugar que ocupan en las sociedades contemporáneas; no se trata de observar sólo qué tipo de bienes y servicios involucran sino que implica también, un modo de concebir las relaciones entre comunicación, cultura y sociedad, los modos a través de los cuales nos presentamos, representamos y establecemos vínculos con los otros.

Sin embargo, el término industrias culturales se generalizó durante las décadas del '70 y '80 desligado de la concepción negativa de los teóricos frankfurtianos. El plural indica la existencia de diversos sectores en lugar de un proceso de producción único. Tremblay (2011) retoma los estudios de Armel Huet y Patrice Flichy. Huet explica que el campo de la comunicación y la cultura está inmerso dentro de la economía capitalista y la necesidad de identificar las peculiaridades de los procesos de mercantilización e industrialización de estos sectores. Mientras que Flichy se detiene en las estructuras industriales y la posición de los distintos actores, distinguiendo entre la producción de productos (prensa, cine, disco) y la producción de flujos (radio y televisión).

Una definición sobre las industrias culturales fue la difundida por la UNESCO (1982) “los bienes servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden, según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económica, en vez de perseguir una actividad de tipo cultural”. En este sentido es preciso destacar que los bienes culturales no son solamente mercancías económicas, si bien tienen un valor de cambio y uno de uso (como todo bien), este último cumple un rol central, o sea, que no puede reducirse a una mera cuestión economicista.

Por ello, resulta pertinente retomar dos conceptualizaciones sobre industrias culturales delineadas por Ramón Zallo (1988) y Gaëtan Tremblay (1990). Para Zallo se trata pues de un conjunto de industrias –entre ellas, cinematográficas, discográficas, editorial

(libros y periódicos) y las audiovisuales (radio y televisión)- encargadas de producir y distribuir mercancías con contenidos simbólicos, destinadas a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social. En tanto que Tremblay las define como un conjunto en constante evolución de las actividades de producción y distribución, dentro de una producción industrial más o menos compleja, en la cual el trabajo se organiza en torno al modelo capitalista de doble separación entre el productor y su producto, entre las tareas de creación y de ejecución.

En resumen, ambos autores reconocen un proceso de producción industrial de la comunicación y la cultura, alrededor de un capital que se valoriza, operando la mecanización y la división del trabajo. Mientras que Zallo observa la importancia del trabajo creativo y la impronta social y política de las mercancías simbólicas. Puesto que, cumplen un rol significativo en la constitución de identidades políticas y culturales (Becerra y Mastrini, 2006a), independientemente de los costos de producción y el valor de intercambio que ostentan en el mercado. Tremblay se detiene en la separación entre la creación (concepción) de los productos culturales, principalmente, en manos del capital o quien actúa en su representación y la ejecución como simple materialización de lo plasmado en la creación, derivando esto en una disminución del control de los trabajadores y artistas sobre el producto de su actividad.

Zallo (1988) por su parte diferencia las industrias culturales en: edición discontinua (incluye las industrias cinematográficas, fonográficas y editoriales), la edición continua (industria prensa gráfica) y emisión o difusión continúa (industria de la radio y la televisión). Cada una de estas ramas se diferencia por su grado de industrialización capitalista, por el ciclo productivo que adopta (continuo o discontinuo), por el tipo sumisión del trabajo al capital, y el modo en que éste lleva adelante los procesos de valorización y realización de las mercancías. Patrice Flichy (1982) diferencia dos tipos de productos. Por un lado las mercancías culturales, incluye a aquellos productos que se venden en un mercado (el cine, los libros, los discos), están ligadas a la personalidad de los trabajadores culturales que los conciben y tienen capacidad de permanencia en el mercado. Por otro lado la cultura del aluvión, las mercancías culturales de este tipo se caracterizan por la continuidad y la amplitud de su difusión, por ello sus productos se deben renovar diariamente (televisión, radio), esto supone una obsolescencia mayor que las mercancías culturales. Asimismo, la cultura del aluvión se centra en una

multiplicidad de productos insertos en un flujo (programación) y por esto con una menor aleatoriedad de la demanda (menor riesgo comercial), financiada indirectamente por la publicidad, cumpliendo un efecto catálogo, de forma que, unos programas se apoyan, conformando un subvención cruzada permanente (Bustamante, 1999).

Estas dos lógicas denominadas editorial y de flujo, se diferencian por una serie de características, que pueden aplicarse si no se toman en cuenta los procesos de digitalización que afectan a la producción, distribución y consumo de los bienes y/o servicios culturales (Lacroix, Tremblay, 1997):

| <b>Características</b> | <b>Lógica Editorial</b>                                    | <b>Lógica de Flujo</b>                                     |
|------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Durabilidad            | Permanencia en el tiempo                                   | Efímero, mayor obsolescencia                               |
| Reproductibilidad      | Copias individuales en soporte físico                      | Difusión instantánea y en red a partir del único prototipo |
| Continuidad            | Contenido discontinuo, ciclos de producción independiente. | Emisión continua, idea de programación.                    |
| Tecnología             | Disponibilidad del producto por su reproducción            | Disponibilidad del producto por su difusión                |
| Financiamiento         | Directa por el pago del consumidor                         | Indirecta por publicidad                                   |

Las industrias culturales a diferencia de otros sectores de la economía se caracterizan por producir mercancías, tal como señala Pasquali (1991), que tienen un doble valor: económico y simbólico. Por un lado están inmersas en los procesos de producción y valorización inherentes a la industria, aunque presentan rasgos que le son propios y por otro lado tienen la peculiaridad de colaborar en la transmisión de valores, formas de comportamiento y costumbres o hábitos sociales e identificaciones colectivas.

Hay muchos productos que tienen una dimensión cultural pero esto no implica que formen parte del universo de las Industrias Culturales, según Octavio Getino (2008) las mercancías netamente simbólicas se distinguen de otras que circulan en el mercado porque su función esencial es satisfacer una demanda cultural. Se sabe que los bienes culturales son bienes de experiencia, esto implica que, el usuario (público, televidente, radioescucha) no conoce a priori el producto -debe probarlo para constatar si le gusta o

no- en las industrias culturales esto es bastante claro, no existen dos productos idénticos entre sí.

En el próximo apartado se analizarán las características específicas de los bienes producidos por las industrias culturales.

### **3.2 Bienes culturales, productos complejos**

Los bienes culturales comparten una serie de características con el resto de las industrias. Básicamente están dirigidos al mercado, organizados en torno a un capital que se valoriza y cumplen con el ciclo de producción, distribución y consumo.

Los productos culturales reciben distintos nombres, Ángel Arrese (2004) enumera y explica cada uno de estos. Se puede decir entonces que son bienes de información susceptibles de ser digitalizados<sup>13</sup>; bienes de experiencia porque pueden valorarse completamente una vez consumidos, y esto los diferencia de los bienes de búsqueda. Además adquieren las características de los bienes públicos, en tanto que, no son rivales en el consumo (no compiten por su uso) y tampoco excluyentes (es imposible excluir del consumo a determinadas personas); son bienes duales o múltiples porque están dirigidos a dos mercados distintos: los anunciantes y las audiencias; finalmente son bienes de talento dependen de la creatividad y las capacidades de las personas para hacer atractivos y exitosos los contenidos.

Por su parte, Becerra y Mastrini (2006a) describen una serie de características inherentes a las producciones culturales, la cualidad esencial reside en su inmaterialidad, pues se trata de una mercancía con contenido simbólico (un artículo periodístico, un programa de televisión o una película) transportado por algún soporte, esto implica la satisfacción de una necesidad individual y subjetiva.

Los bienes simbólicos son concebidos por el trabajo creativo, en este sentido la novedad y la originalidad constituyen factores claves. En el caso de los productos culturales no es preciso repetir el consumo (a excepción de la música), esto exige una renovación constante y permanente de los contenidos, que conllevan una obsolescencia

---

<sup>13</sup> El proceso de digitalización supone la transformación de todo dato, imagen, sonido o texto en un código binario de 0 y 1, susceptible de ser transferido por distintas vías y soportes materiales.

incorporada. Presentan la ventaja de la inmaterialidad, esto implica que los bienes no se destruyan en el acto de consumo. Asimismo son productos con altos costos fijos y bajos costos variables, es decir que, producir el prototipo o master original es costoso pero su reproducción en serie es relativamente barata. En otras palabras, su costo marginal es extremadamente bajo y en algunos casos tendiente a cero o casi nulo. Esto favorece el desarrollo de economías de escala, dado que, cuantas más copias se realizan del prototipo, se posibilita el descenso del costo de producción promedio de cada unidad. Además, son productos que se dirigen a mercados imprevisibles y cuyo consumo es completamente elástico, ya sea por el ingreso o por el tiempo disponible para consumirlos. Por ello presentan una alta aleatoriedad de la demanda, puesto que, es imposible anticipar el éxito que tendrá un producto hasta que no es probado en el mercado. Flichy (1982) advierte que si la producción cultural se parece tanto a una apuesta es porque cada producto por definición es único, no obstante, las industrias culturales diseñan una serie de estrategias para reducir los riesgos: recurren al *star system* (contratan a autores, periodistas o actores que tienen cierto reconocimiento), promueven programas o formatos que ya han tenido éxito, se basan en las series o sagas, controlan la distribución y utilizan la publicidad para fomentar sus producciones.

Finalmente, la forma de remuneración del trabajo en las industrias culturales no supone la misma generalización que en el conjunto de las mismas. Si bien el salario mensual se extendió a gran parte de las labores técnicas, de fabricación y de gestión, las particularidades del trabajo creativo implica la implementación de otro tipo de remuneraciones como el pago por derecho de autor o los *cachés* (Tremblay, 2011). En esta dirección, el trabajo creativo es complejo de normativizar, es decir que, no se puede establecer cantidad de unidades promedio por tiempo de trabajo.

En contraposición con otros productos industriales, cada bien cultural tiene “un valor de uso específico ligado a la personalidad del o los trabajadores culturales que la han concebido. El papel del fabricante estriba en transformar un valor de uso único y aleatorio en uno de cambio múltiple y efectivo (...)” (Flichy, 1982: 38). El trabajo creativo resulta crucial, en tanto que, de él deriva el valor simbólico único e invaluable que conllevan los bienes culturales, aunque potencialmente medible entorno a su valor económico, una vez que los productos ingresan en el mercado.

### **3. 3 La Industria Televisiva y sus particularidades**

La televisión constituye una de las principales vías para entretener e informar. La emisión continúa y el rol hegemónico que adquirió en nuestras sociedades frente a otros medios de comunicación, llevó a comprender su funcionamiento, los contenidos que circulan por la pantalla, las representaciones e identificaciones que estos producen y la relación que el medio mantiene con las audiencias. La televisión es una gran máquina narrativa con la que cuenta la sociedad para el uso del tiempo libre, es el lugar donde la mayoría de los ciudadanos se informan y construyen su relato sobre la realidad (Rincón, 2006). Es por ello que, el estudio de la televisión supone, al menos pensar en dos componentes de análisis: uno simbólico y otro económico. Para el investigador, Dominique Wolton (1992) la televisión es un espectáculo destinado a un público inmenso, anónimo, heterogéneo, unido a una programación que ofrece una cantidad de imágenes y de distintos géneros de modo continuo. En palabras de Jesús Martín-Barbero y Sonia Muñoz (1992) los productos televisivos no responden únicamente al sistema de producción industrial sino también a las demandas que proceden del entramado cultural y los modos de ver.

En relación al aspecto simbólico se puede señalar que la televisión constituye un elemento de cohesión social, que transmite valores, modos de comportamiento y prácticas sociales, así contribuye a la circulación de determinados sentidos, convirtiéndose en un elemento de conversación social. De este modo, la televisión no transporta únicamente programas y contenidos, sino que es una forma de cultura social, al crear con las audiencias una relación comunicativa de complicidad (Vilches, 1993).

Según Wolton (1992) la televisión ostenta dos dimensiones inseparables. Una dimensión técnica -se refiere a la producción y a las imágenes que hacen explícitos diversos géneros- y una dimensión social -está ligada a su condición de medio de comunicación de masas y a las condiciones de recepción sociales y culturales específicas-. Para él, en la conjunción de ambos factores reside la fuente de su éxito.

Al decir de Lorenzo Vilches (1993) los valores sociales y culturales, conjuntamente con los aspectos políticos y económicos, conforman las dimensiones más destacadas generadas por la televisión, la cual se transforma es una institución de comunicación

con solidez organizativa, reglas propias de producción, distribución y desarrollo profesional.

En cuanto a su aspecto económico, según Bustamante (1999) hasta los años ´80 la televisión aparecía como un gigante social y un enano económico, al menos en comparación con los sectores industriales clásicos de la economía.

Zallo (1988) y Bustamante (1999) coinciden que dentro de las distintas ramas que componen las industrias culturales la televisión al igual que la radio son vistas como flujo continuo. Dentro de estos la programación o empaquetados de programas distribuidos en una secuencia temporal constituyen un eje central para formar y fidelizar a las audiencias (Richeri, 1994). Los autores resaltan que la discontinuidad en la producción es reparada por la continuidad en la exhibición, basada en múltiples productos que se insertan dentro de la programación. A la vez, esto implica “menor aleatoriedad de la demanda (menor riesgo comercial), financiamiento indirecto por la publicidad y mayor obsolescencia comercial” (Bustamante, 1999: 25).

En igual sentido, Raymond Williams (2011) explica que la radiodifusión se caracteriza por la secuencia o flujo. Para el autor, la televisión no ofrece un programa de unidades separadas, sino un flujo planificado. En otras palabras, cada programa o producto está reunido en una secuencia más amplia (programación), que constituye el flujo real. De este modo, frente a la intensificación de la competencia, los programadores de los canales diseñan estrategias para retener a sus audiencias (“captarlos”) durante toda la secuencia. Williams sostiene que el flujo ofrecido puede relacionarse con la experiencia de mirar televisión y la resistencia que en general se presenta al momento de apagar el televisor.

Desde otra óptica, Omar Rincón (2006) también percibe a la televisión como un flujo indefinido de relatos. El eje es “la programación como factor que otorga una identidad, un flujo, un ritmo, un tono y un estilo de interpelación propios en relación con las audiencias” (Rincón, 2006: 174).

Pierre Bourdieu (1997) advierte que en el caso de la televisión no hay que limitar los acontecimientos que en ella se suceden a los propietarios del medio, a los anunciantes

que pagan la publicidad o al Estado que otorga subvenciones porque se desconocería una parte sustancial de su funcionamiento, así como la contribución que realiza para mantener el orden simbólico.

El producto televisivo, si bien comparte las características de los bienes culturales. A la vez, presenta una serie de rasgos propios. En principio representa una industria de segundo grado, en tanto se nutre de las producciones de otras industrias (cine, disco, *videoclip*). Se trata de un servicio inmaterial, perecedero, unidireccional y emitido en continuidad, con una incierta realización mercantil que afecta a los programas individualmente. Su principal vía de financiamiento es la publicidad (las tarifas publicitarias se establecen en función de franjas horarias o audiencias estimadas para los programas). Además, constituye una mercancía compleja: por sus contenidos, porque reúne a diversas industrias y por las relaciones entre programación y publicidad.

Finalmente, los productos televisivos y sus formatos son susceptibles de ser comercializados a nivel internacional (Zallo, 1988). Bustamante (1999) destaca las características de las mercancías televisivas como bienes públicos, cuyo consumo no destruye el producto, con altos costos fijos de producción del original y costos marginales casi nulos para trasladar el producto a un consumidor más. En otras palabras, a diferencia de otros sectores económicos, en el caso de los servicios televisivos, el coste total y medio no aumenta al incrementarse el número de televidentes (Richeri, 1994).

Asimismo la producción televisiva se diferencia de la lógica industrial, a pesar de la semejanza que existe en la forma de organizar el trabajo. Se podría hablar de producción serial en televisión, aunque no se trate estrictamente de un producto en serie, como por ejemplo, la fabricación de un auto o una heladera. Esto obedece al principio por el cual cada programa debe tener una cuota de originalidad, es imposible concebir dos productos idénticos entre sí. Si bien es cierto que algunos elementos se repiten, esto sucede para dar una sensación de continuidad (por ejemplo en una telenovela, se encontraran las mismas escenografías o los mismos personajes); de este modo es preciso unir cierta novedad con la repetición. Así, el productor debe equiparar lo nuevo con lo viejo, con la peculiaridad que en la televisión el elemento viejo es más costoso que la novedad, al menos si se piensa en el personal artístico-creativo, los actores,

presentadores o autores, dado que, su identificación con el *star system* eleva los costos de sus servicios (Richeri, 1994). La repetición satisface las expectativas y modos de disfrutar la vida cotidiana de las audiencias y productores (Rincón, 2006) reduciendo la incertidumbre sobre lo desconocido.

Por otra parte, es preciso aclarar que tradicionalmente, se registraron dos modos de estructurar el sistema de radiodifusión. Por un lado, el modelo norteamericano comercial y financiado por publicidad; se basó en la administración del sector privado de las licencias previamente otorgadas por el Estado, su objetivo consistió en maximizar los beneficios y las audiencias. Por otro lado, el modelo europeo, actualmente en crisis, se orientó al servicio público<sup>14</sup> y se financió por el canon o la licencia. En tanto, la programación y planificación de las emisoras estaban gestionadas públicamente y tenían la misión de educar, informar y entretener. Por su parte América Latina desarrolló un sistema mixto con una televisión estatal con influencia gubernamental y emisoras con contenidos comerciales (Mastrini, 2009).

A partir de la década del '80 el giro neoliberal afectó también al sector audiovisual. Para Bustamante (1999) el proceso de desregulación impactó de diversa manera en Estados Unidos donde se permitió el desarrollo de la tercera generación del audiovisual (televisión de pago) y en Europa donde se promovió la segunda generación audiovisual (la televisión de masas) al desmantelarse los monopolios públicos y el impulso del sector privado (competitivo y comercial). A la vez, se removieron las reglamentaciones que habían estructurado a este sector, en referencia a la concentración de la propiedad y los contenidos. La televisión vivencia un proceso de re-regulación, o de trans-regulación, “de transición de una regulación estatal a una empresarial, de una lógica político cultural a una lógica económica, aunque la política permanezca omnipresente, camuflada bajo el manto de la competencia y del mercado” (Bustamante, 1999: 48).

Finalmente, es preciso destacar el vínculo social que genera la televisión. Para Wolton (1992) esta dimensión supone que cada espectador individual se asocia al resto de los televidentes anónimos, que la miran simultáneamente, y genera con estos un lazo

---

<sup>14</sup> Implica el pago de un monto anual de dinero por parte de los poseedores de aparatos receptores para sostener el sistema público. Por mucho tiempo posibilitó que los servicios públicos se mantuvieran ajenos a la influencia de la publicidad como fuente de financiamiento (Mastrini, 2009).

invisible sostenido en el carácter lúdico y libre del medio. Además advierte que la televisión ofrece una representación de la sociedad y una instancia de reflexión sobre sí misma. Por eso también se adecua a una sociedad individualista de masas, que valoriza tanto la libertad individual como la búsqueda de una cohesión social.

### **3. 4 Las telenovelas como producto de las industrias culturales**

Las telenovelas constituyen uno de los principales géneros en América Latina. Además forman parte de las industrias culturales al compartir varios de los rasgos que atañen a la producción, distribución y consumo de los bienes culturales.

En esta dirección, Mirta Varela (2005) afirma que tanto las comedias familiares como las telenovelas son géneros centrales dentro de la programación, dado que, conformaron matrices exitosas presentes en la radio que se implementaron luego en la televisión. Para Nora Mazziotti (1996) el género de las telenovelas está atravesado por tres dimensiones: su producción industrial, su textualidad y las expectativas de las audiencias. Rincón (2006) señala que las telenovelas, son parte de la máquina narrativa televisiva, de este modo socializan relatos, visibilizan sujetos e intervienen simbólicamente en la sociedad.

Según Lorenzo Vilches (1993) los géneros televisivos son comprendidos por las audiencias a partir de sus experiencias precedentes. Así, los géneros constituyen estructuras repetitivas dentro del sistema audiovisual, existiendo una suerte de acuerdo entre “el realizador -para usar unas formas de comunicación establecidas- y el espectador -para usar un sistema propio de expectativas-” (Rincón, 2006: 183). Los géneros organizan los hábitos de consumo de los medios y poseen una estructura que los identifica, con dos rasgos esenciales: la estabilidad formal y las transformaciones que reorganizan las expectativas de los televidentes (Escudero Chauvel, 1997). En resumen, los géneros producidos en serie están atravesados por el formato -el sistema productivo- y los modos de ver -las matrices culturales y los usos- (Martín-Barbero y Sonia Muñoz, 1992). Según Valerio Fuenzalida (2005) la telenovela constituye un macrogénero a partir de la diversificación de destinatarios en los cuales se segmentó, la complejización de las historias y la modificación en los horarios de emisión.

Tomás López Pumarejo (1987) explica que el término telenovela supone la versión iberoamericana de las *soap opera*<sup>15</sup> estadounidenses, utilizado tanto para las radionovelas como para las telenovelas. La palabra en inglés designa de modo peyorativo a un género marcado por su peculiar forma de financiamiento, ligado a la publicidad principalmente destinada a las mujeres (amas de casa) con el objetivo de vender jabón y productos derivados. La *soap* o serial televisivo constituye uno de los géneros que mejor refleja la dependencia que la televisión tuvo en relación a la radio, tanto en los temas como en las formas discursivas. La *soap opera* consiste en un serial de emisión diaria, de lunes a viernes (*day-time*), de media hora de duración, aunque en el caso de las telenovelas han alcanzado los 55 minutos, en este tiempo se desarrolla un conflicto localista, con un extenso número de personajes y una gran cantidad de tramas simultáneas (Barroso García, 1996).

La telenovela empezó copiando o importando libretos, al igual que su predecesora la radionovela, que adquiría el material de Cuba o Argentina. Al principio, el estilo y el formato estuvieron ligados a la radio –prevalecía el diálogo– luego la industrialización y profesionalización de los equipos humanos derivó en la explotación de las capacidades expresivas propias del audiovisual (Martín-Barbero y Rey, 1999).

Por su parte, Andrés Kalikoske y Valerio Cruz Brittos (2010) analizan el surgimiento de las telenovelas a partir de los libretos de las radionovelas<sup>16</sup> cubanas, inspiradas en las *soap opera*, existentes desde la década del '30 en las radios norteamericanas. Aunque destacan que las primeras manifestaciones de lo que sería la ficción televisiva aparecen en el romance-folletín, la narrativa literaria que se popularizó en los diarios franceses en el siglo XIX y en el *railway literature* inglés (literatura para el ferrocarril) que registraba cuentos de fácil lectura para entretener a los pasajeros de los trenes.

En esta dirección para Jesús Martín-Barbero (1992) los principales rasgos del folletín implican el pasaje del melo-teatro a la novela por entregas, ligado al desarrollo económico y tecnológico de la prensa, conjuntamente con la aparición de una masa

---

<sup>15</sup> La palabra *soap* significa jabón o detergente y *opera* remite a lo melodramático del romántico género musical (López Pumarejo, 1987).

<sup>16</sup> Los antecedentes de la radionovela se encuentran en la novela por entregas del siglo XIX y lo que en Estados Unidos se denominó novela doméstica que consolidó un mercado de narrativas, que posteriormente será adaptado y reutilizado por la telenovela (López Pumarejo, 1987).

crítica de lectores. Para el autor, el folletín adquiere características del periodismo (modo de producción industrial, circuitos comerciales de distribución y relación asalariada con los autores) y de la literatura (nuevos públicos lectores y mecanismos narrativos). Estas novelas por entregas se basaron en: episodios, la estructura abierta que colabora a evaluar el impacto que la trama tiene sobre los lectores, y la serie que se sustenta en el *suspense*, que permite que cada capítulo constituya una unidad en sí misma pero que al mismo tiempo despierte la curiosidad y la necesidad de leer la próxima entrega.

Coincidentemente, Barroso García (1996) marca la génesis de las telenovelas en los folletines por entregas decimonónicos y más cercanamente en las radionovelas que desde 1930 gozaron de popularidad y éxito. Éstas contribuyeron a formar actores, realizadores, técnicos de efectos, que con el desarrollo de la televisión cumplirían con ese trabajo. En resumen, la telenovela heredó la estructura literaria del folletín del siglo XIX, las *soap opera* norteamericana y las radionovelas latinoamericanas. Susana Arroyo Redondo (2006) agrega que el despliegue de la telenovela latinoamericana está relacionado directamente con la emigración de locutores de radionovela cubanos a mitad del siglo XX, los cuales se especializaron en la escritura de guiones de melodramas televisivos y crearon escuelas en todo el continente. Al mismo tiempo, remarca su doble naturaleza: popular y literaria. Finalmente es preciso señalar que en América Latina Martín-Barbero (1992) identifica dos mediadores en el tránsito del folletín a la radio: el circo criollo en Argentina y la lectura colectiva de las fábricas de tabaco en Cuba.

Umberto Eco (1995) analiza las formas narrativas decimonónicas para comprender las relaciones con las estructuras narrativas de masas, las condiciones de mercado y la actitud ideológica<sup>17</sup>. Resulta interesante porque el autor identifica en el folletín la existencia de lo que él denomina la estructura del consuelo, es decir, la reiteración de lo esperado, en el aspecto ideológico se basa en la reforma que cambia algunas cosas para que todo permanezca igual, los personajes no cambian los que eran buenos en el principio seguirán así hasta el final, y lo mismo ocurre con los malos. El público se

---

<sup>17</sup> Eco (1995) en el libro “El Superhombre de masas” estudia el folletín francés Los misterios de París (Emilio Sue) para observar la relación entre la industria cultural, la ideología del consuelo y la técnica narrativa de la novela de consumo.

consuela al confirmar lo que ya sabe. Este concepto puede aplicarse a la estructura narrativa de las telenovelas donde prevalece lo que Rincón (2006) denomina conformidad emocional.

Diversos investigadores esbozaron definiciones sobre las telenovelas, estas varían de acuerdo al país latinoamericano en donde son concebidas y pueden diferenciarse por su estructura estética y narrativa, así como por sus aspectos económicos. Se destaca que es uno de los productos culturales de mayor trascendencia en la región latinoamericana, por las identificaciones que genera y por su potencial exportador. Es por ello, que se aportarán una serie de conceptualizaciones para elaborar posteriormente una definición operativa para la presente Tesis.

Rincón (2005, 2006) entiende que el género que atraviesa la telenovela es el melodrama<sup>18</sup>, donde el destino decide por uno, a la vez es un producto cultural de identidad y reconocimiento de las masas. El autor diferencia entre las telenovelas tradicionales donde los personajes arquetípicos son gobernados por el destino y cuyo origen se encuentra en la tragedia griega (México y Venezuela), y las telenovelas de experimento que apelan a lo melodramático, pero se centran en el universo de lo cotidiano, la geografía propia y las miradas realistas (Colombia, Argentina y Brasil). En palabras de Lucrecia Escudero Chauvel (1997) la telenovela es un producto de la cultura de masas, que se inscribe en un entramado discursivo y se liga directamente con el radioteatro y el melodrama. La autora que aborda el trabajo desde una perspectiva semiótica entiende que la telenovela es un fenómeno discursivo mediático, con un dispositivo particular de enunciación dentro de la ficción narrativa del sistema televisivo.

María Victoria Bourdieu (2009) destaca los aspectos simbólicos de la telenovela entiende que ésta recurre a las identidades colectivas, a las pasiones, los sueños y las emociones. Para ello, debe representar algo que el público pueda identificar o reconocer como propio, entonces, intenta recuperar los rasgos identitarios de las audiencias en un lugar y momento determinados, con el objetivo de generar empatía y garantizar al

---

<sup>18</sup> El melodrama se vincula con el teatro pero también con los espectáculos de feria y los temas de la literatura oral (Martín-Barbero, 1992). La génesis melodramática de la telenovela es señalada por la mayoría de los autores: Martín-Barbero (1987), Martín-Barbero y Muñoz (1992), Mazziotti (1996, 2005, 2006), López Pumarejo (1987).

menos un éxito relativo. Mazziotti (2006) asocia estas características con el melodrama cuya función es despertar las emociones (risa, compasión, temor, llanto) de los espectadores. Igualmente, destaca la presencia de un modelo bipolar en torno al bien y al mal; en el cual se narra una historia de amor, que debe ser imposible y atravesar obstáculos, más fuertes que los lazos de sangre o la pertenencia social. En esta dirección, el final feliz, el triunfo del Bien, el castigo de los malos y la justicia componen el desenlace de las historias. Todo esto constituye para la autora un factor fundamental en la educación de los sentimientos. También, Vilches (1997) remarca la capacidad del género para lograr que el espectador establezca una relación personal con el relato, a partir de las historias cotidianas que son juzgadas desde un punto de vista moral y por la función social que cumplen al posibilitar diálogos sobre diversas temáticas. Por su parte, Escudero Chauvel (1997) destaca la intriga, lo oculto y lo secreto como motor de la ficción, que actúan a su vez como elementos de corte diario o semanal de los episodios con el objeto de fidelizar al espectador. En síntesis el *lei motiv* de la trama se encuentra en el pasaje de una situación de desconocimiento al reconocimiento (Martín-Barbero, 1992).

Barroso García (1996) define los culebrones<sup>19</sup> como seriales basados en el melodrama cuyos principales rasgos se expresan en la exageración de los sentimientos y las pasiones, la presentación maniquea de los personajes, la utilización del suspenso como recurso que se potencia por la estructura narrativa ramificada a partir de una situación central que se extiende y abarca a todos los personajes, las temáticas ligadas a los conflictos de la vida cotidiana y el carácter abierto de los episodios. Mazziotti (2006) expresa que existe una variedad de subclases o formatos de telenovelas, entre las que se destacan las novelas: rosa, clásica, épica, de época o histórica, juvenil, de comedia, *thriller*, para adultos, de ruptura y los culebrones. Cada uno de estos construye sus propios repertorios y convenciones.

---

<sup>19</sup> No existen diferencia entre las *soap operas* y los culebrones, excepto el origen anglosajón de las primeras y el origen latinoamericano de las segundas denominadas telenovelas porque culebrón recubre un término despectivo vinculado a las radionovelas o seriales radiofónicos (Barroso García, 1996). Mientras que para Vilches (1997) existen diferencias notables entre las telenovelas (número cerrado de capítulos entre 60 y 250) y las series norteamericanas (pueden pasar los 600 episodios). Además, señalada los elevados costos de producción de los segundos respecto a los primeros y la diversidad de contenidos y la significación social que le atribuyen los espectadores.

Para Vilches (1993) las telenovelas se estructuran en torno a capítulos sin un comienzo, ni un final, las historias solo pueden ser comprendidas en su conjunto y cada capítulo agrega información precisa a ese conjunto. Las telenovelas pueden distinguirse entre abiertas o cerradas. Las abiertas permiten una serie de combinaciones narrativas, los personajes no están definidos completamente y mutan dentro de la historia, los desenlaces de un acontecimiento dramático sirven para iniciar otros. En estas obras es imposible identificar las marcas autorales o el estilo. A la vez, los personajes están estereotipados (mediante gestos y vestuario), se sostienen múltiples argumentos en función de las necesidades de la producción o de la audiencia y los capítulos finalizan con una situación dramática inconclusa que se resolverá en la próxima entrega. En las cerradas, los personajes y desenlaces están predeterminados. Su éxito se basa en la inmutabilidad de los personajes para favorecer la identificación del público, la redundancia permite la predicción y mejora la comprensión.

López Pumarejo (1987) distingue entre telenovela clásica y telenovela transnacionalizada. Se detiene en la explicación de las primeras que se caracterizan por una narración abierta, en la cual lo que se cuenta es más importante que los propios personajes y que se caracteriza por la reiteración de los nudos centrales. Por ello, los televidentes experimentan con frecuencia la sensación que al perderse uno o varios capítulos, podrán igualmente comprender la historia. Éste es uno de los principales ejes en los cuales se basa el género. Tradicionalmente, estuvieron auspiciadas por las compañías que las producían y los horarios de emisión se concentraban en la mañana y/o la tarde. Además, advierte que en general los géneros televisivos suponen adaptaciones del cine clásico, en particular la telenovela conlleva su representación más austera y esto por varios motivos, entre los que se destacan: sus costos de producción, su estilo narrativo donde predomina la conversación y el conflicto doméstico, y las resoluciones que giran alrededor de lo impredecible (la seducción mediante el suspenso y aquello que se deja a medio contar) y la repetición (provocar asombro a partir de lo que ya se conoce).

Por otra parte, se puede retomar el estudio de Mazziotti (2006) que identifica y define distintos modelos de telenovelas en Latinoamérica, de acuerdo a sus estilos y temáticas predominantes, a saber:

- El mexicano (Televisa) adopta el modelo tradicional ligado al melodrama clásico, que se vincula con el cine y la radio de la década del '40 y '50. Las temáticas que abordan remiten a sociedades con mandatos morales históricos que difieren con la época en la cual se inserta la ficción.
- El brasileiro (TV Globo) presenta un estilo moderno, ágil y colorido, con elencos corales. Se mantiene el melodrama y es más laxo en lo moral. Se referencia en el teatro naturalista y realista de la década del '60 en Brasil. En ese país la telenovela establece agenda y ocupa un rol social central.
- El colombiano contiene rasgos tradicionales a la vez que explora otros estilos. También mantiene el melodrama pero los combina con elementos que recuperan los estereotipos desde el humor, la ironía y la ridiculización.

Al referirse a los casos de Argentina y Venezuela marca algunas discontinuidades. Si bien en Argentina las telenovelas se producen ininterrumpidamente desde 1950, se han visto afectadas por las crisis político-económicas, las dictaduras militares y los cambios de propiedad. Tradicionalmente se centraron en personajes porteños, inmigrantes europeos o migrantes internos, ambientes típicos y lenguaje coloquial, aunque las exigencias del mercado internacional han ido redireccionando algunos de estos ejes. En Venezuela, la industria televisiva se desarrolló de la mano de RCTV (Radio Caracas TV) y Venevisión. Las novelas venezolanas iniciaron la venta continental y la apertura de los mercados europeos en los '90 con un estilo de novela rosa, heroínas sufridas y débiles.

De modo complementario, a los casos analizados se puede sumar el de Perú en el cual los contenidos se centran en personajes netamente peruanos y locales. Se recurre a lo verosímil, la agilidad de los eventos y el humor. Las producciones son de bajísimo presupuesto y con escasas posibilidades de venta (Adrianzén Herrán, 2005).

Mazziotti (2002, 2006) explica que en muchos países la emisión diaria de ficción seriada se denomina telenovela. No obstante advierte sobre la ausencia de criterios uniformes para designar los programas en la grilla de programación y señala la aparición, al menos en Argentina, de un nuevo término: las tiras, para designar la producción de un capítulo de programa de emisión diaria. Este concepto que surge de la propia Industria Televisiva se transforma en una palabra comodín porque refiere a una

instancia industrial de producción y de frecuencia de emisión que se equipara a la serie, pero que puede abarcar tanto a una tele-comedia como a una tele-novela. Para Di Gugliemo (2005) esto es un fenómeno del mercado argentino que puede denominarse “comedia en tira”, donde existen historias de amor, enemigos/amigos aunque el eje de debate no está anclado en el drama.

En el caso particular de las telenovelas argentinas Mazziotti (1993) considera que constituyen un verdadero género intertextual que se nutrió del melodrama, del folletín y del radioteatro. En Argentina a diferencia de otros países de la región se habla de radioteatro en lugar de radionovela por la fuerte impronta del teatro (1890-1930) que a su vez alimentó al cine, a la radio y a otros formatos televisivos. En esa etapa el teatro se basó en el sainete, la comedia costumbrista y el drama social (personajes, ambiente y lenguaje coloquial), existen pues determinadas prácticas propias de la cultura argentina como la canción (tango, bolero) y el baile que influenciaron en el desarrollo del género. En el país hasta 1970, convivieron el radioteatro y el teleteatro entre ambos medios circularon autores, títulos, libretos, actores y técnicos.

En cuanto a su contenido textual la telenovela argentina es definida como un relato televisivo seriado basado en los conflictos de una pareja heterosexual que vive un amor pasional. En la misma se desarrollan historias en las que priman las desgracias y abusos en las coincidencias poco creíbles que terminan con un final feliz (Aprea y Mendoza Martínez, 1996 en Bourdieu, 2009). Esta explicación acerca de las telenovelas aceptada hasta mediados de la década del '90, resulta incompleta si se analizan las ficciones, sus contenidos y textos, al calor de los contextos en los que son producidos. Como se expresó anteriormente, este tipo de entretenimiento debe generar empatía y adhesión en los televidentes, para ello debe recurrir a marcas identitarias de la sociedad o las sociedades en las cuales se insertan. Entonces, se puede decir que en el caso de las telenovelas las temáticas no están determinadas de una vez y para siempre, sino que mutan al ritmo de los cambios sociales, del lenguaje y de la circulación de sentidos y de los códigos establecidos en una sociedad, en un lugar y tiempo determinado.

Finalmente, Mazziotti (2006) sostiene la existencia de un modelo globalizado, de telenovelas transnacionales o globales. Para Rincón (2005) estas telenovelas se basan en la neutralidad, es decir, que borran las marcas locales y abordan temáticas universales

con resoluciones tradicionales y conservadoras. Entre las neutralidades se destacan: la creativa e industrial -recurren a fórmulas ya probadas y el melodrama-, de acento -hablar lento y vocalizar en un tono mexicano-cubano-, de territorios -las historias transcurren en las ciudades o el campo pero no hay referencias geográficas de esos sitios-, cultural -no hay marcas identitarias locales-. En tanto que, Jesús Martín-Barbero y Sonia Muñoz (1992) entienden que la telenovela se presenta como un espacio de encuentro de: lo cotidiano (lo nacional, costumbrista, los personajes propios) y lo transnacional (modelos y formatos televisivos que trascienden las fronteras nacionales).

Por último, si se piensa en la telenovela como producto cultural, ésta se encuentra inmersa dentro de la lógica de producción de la señal o la productora que la realiza estableciendo un contrato de lectura particular con el público.

En este sentido, el estudio de la telenovela como bien cultural, surge de la confluencia de las expectativas por lo nuevo, lo que no fue explorado, sumado a las promesas de lo ya conocido. Es por ello, que la serialidad actúa como un rasgo característico de los productos de la cultura de masas que oscila entre la repetición como marca de reconocimiento y la innovación como presentación de un producto renovado.

Por lo antes expuesto, existe un alto grado de incertidumbre al seleccionar los bienes que serán lanzados al mercado (Ortiz et. al, 1991). Para reducir esto se puede recurrir a la imagen: del canal productor-emisor, del autor y de los actores de la telenovela. Estos elementos combinados o de modo autónomo predisponen a las audiencias a preferir determinados productos antes que otros (Fuenzalida, 2005).

Barroso García (1996) expresa que las características que conformarán el formato son de naturaleza económica: breve duración de los episodios, muchos capítulos (historia sin clausura), ambiente contemporáneo (asuntos de actualidad), producción rápida y barata al menos en sus inicios hasta que se consolida como una verdadera industria de las pasiones.

Hasta aquí se han recogido diversas definiciones acerca de las telenovelas, sus orígenes y las diferencias que presentan en cada uno de los países de la región latinoamericana. Antes de proceder con la conceptualización, es preciso aclarar que la misma puede

mutar históricamente respondiendo a diversos factores, políticos, económicos, sociales y tecnológicos, que impactan en la producción, distribución y consumo de estas mercancías. Es por ello que el marco temporal y espacial en el que se inserta la definición coincide con el abordado en la Tesis, es decir, el período 1989-2001. Como se expresó el concepto telenovela es dinámico y varía teniendo en cuenta las sociedades en las cuales se inserta, supone tener en cuenta los gustos y necesidades de las audiencias en un lugar y tiempo determinado.

De esta manera, a los efectos de la presente Tesis, se dirá que las telenovelas constituyen un producto o bien cultural, que forma parte del complejo de las industrias culturales, específicamente de la televisión. Por lo tanto, éstas se insertan dentro del flujo serial que caracteriza a este medio y conviven con el resto de los géneros televisivos, dentro de la programación que estipula cada una de las señales emisoras.

Además, se debe reconocer su rol simbólico y económico. El aspecto simbólico convierte a las telenovelas en un vehículo de cohesión social, que recurre a las identidades colectivas y que debe generar empatía con los televidentes a los fines de lograr el consumo del producto por una cantidad determinada de tiempo. A la vez, como se expresó la fórmula recurrente de las telenovelas en cuanto a su temática se basó, tradicionalmente, en el género melodramático. Para el período estudiado, se puede decir que esta influencia permanece pero de modo aminorado, es decir, incluye por lo general una historia de amor, la postura maniquea de los personajes, pero no se centra exclusivamente en el drama, al menos en el caso Argentino. Esto habilita la búsqueda de una amplitud en las audiencias. Por un lado, al no centrar las narraciones en una serie de personajes principales y promover la apertura hacia una variedad de historias que complementan y complejizan la trama central, y por otro lado, al recurrir al humor, la comedia, el suspenso o el costumbrismo, al momento de generar los relatos. En el caso Argentino, aparece la denominación tiras, que resta al anclaje genérico propio de la telenovela, y supone la emisión diaria de un capítulo de ficción, que no recurre exclusivamente a la estructura dramática.

En relación a la perspectiva económica, tanto los canales como las productoras que se encargan de la producción de ficciones, tienen como principal objetivo la obtención de ganancias y la valorización del capital. En este sentido, se ponen en funcionamiento una

serie de factores para reducir la aleatoriedad de la demanda de estos bienes. En principio supone la elección de aquello que se va a producir. Además, se aprovechan características intrínsecas o constitutivas de las telenovelas como su carácter de obra abierta, esto otorga cierta flexibilidad al momento de escribir los libretos al constatar con el público, el éxito o fracaso de determinado personaje o línea argumental<sup>20</sup>.

Por otra parte la reiteración de los nudos centrales de la historia, permite captar nuevos televidentes y fidelizar a los ya existentes, como se explicó es común experimentar la sensación de dejar de ver algunos capítulos y comprender la trama. Asimismo, se destaca la combinación de fórmulas exitosas y probadas con lo original y lo novedoso. Esto provoca en las audiencias cierta tranquilidad al saber lo que sucederá, pero a la vez es necesaria la existencia de algún elemento innovador que haga atractiva la trama. De modo complementario, suele recurrir a ciertas figuras reconocidas (*star system*) del ámbito local (actores, autores, directores) que también contribuyen a reducir la aleatoriedad de la demanda.

Finalmente, las telenovelas y su emisión diaria, constituyen productos relativamente baratos, la producción de una determinada cantidad de capítulos (entre 120 y 150) supone la reducción de los costos promedios por unidad producida, es decir, por capítulo. Al mismo tiempo que satisfacen la programación diaria de una emisora, y potencialmente se transforman en productos exportables.

Estas características combinadas suponen la realización comercial del producto y la valorización del capital, al intentar reducir al máximo los riesgos de las producciones antes de que ingresen efectivamente en el mercado.

### **3. 5 Concentración, convergencia e internacionalización: su influencia en la producción de ficción**

Si bien el eje de análisis está centrado en los procesos de organización del trabajo de las telenovelas no se puede soslayar la importancia que revisten las características estructurales de la industria televisiva, puesto que, los procesos de concentración de

---

<sup>20</sup> Este aspecto se analizará en capítulos posteriores, pero obedece directamente al modo en el cual se organiza el proceso de trabajo dentro de las telenovelas.

propiedad de los medios, sumado a la creciente convergencia -tecnológica, regulatoria y en el consumo- y la internacionalización del conjunto de las industrias culturales, impacta de lleno en la producción, distribución y consumo de los bienes culturales e implica pensar qué tipos de productos se lanzan al mercado y cómo producirlos para la búsqueda de economías de escala que permitan garantizar determinados niveles de rentabilidad y alcanzar mercados globales para trascender las barreras locales y regionales.

Martín Becerra, Pablo Hernández y Glenn Postolski (2003) expresan que las industrias culturales en Argentina presentaron durante gran parte del siglo XX un funcionamiento divergente de las distintas ramas y sectores que componen este complejo industrial. Sin embargo, esta estabilidad empezó a resquebrajarse con mayor intensidad en los inicios del siglo XXI cuando se evidenciaron movimientos convergentes, de concentración de la propiedad y centralización de capitales entre alguna de ellas.

En relación a la concentración se observa que supone un proceso que excede a los medios de comunicación, al incluir a las telecomunicaciones y al resto de las industrias culturales –cine, prensa, discográficas- y las redes digitales –Internet- (Becerra y Mastrini, 2009). A los fines del presente escrito se utilizará la conceptualización de Miguel de Bustos (1993) quien define “la concentración como un proceso, o el resultado de un proceso que, en un determinado conjunto, tiende a aumentar las dimensiones relativas o absolutas de las unidades presentes en él” (Becerra y Mastrini, 2006a: 53). En otras palabras, un número reducido de actores aumenta el control sobre los medios de producción de una sociedad determinada, promoviendo la consolidación de mercados oligopólicos o monopolísticos y altas barreras de entrada para la producción en este caso de bienes culturales (Becerra y Mastrini, 2009).

Se pueden distinguir diversos niveles de concentración: horizontal o expansión monomedia cuando la empresa se esparce para producir una serie de productos finales dentro de la misma rama; integración vertical se da cuando una compañía se extiende para participar en las distintas fases de la cadena productiva; crecimiento diagonal, lateral o conglomerados, cuando las empresas intentan diversificarse por fuera de la rama originaria para contrarrestar los riesgos de inversión (Miguel de Bustos, 1993; Becerra y Mastrini, 2006, 2009). Asimismo, las distintas empresas pueden manifestar

dos modos de crecimiento: el interno cuando lanzan nuevos productos al mercado para ampliarlos y el externo cuando se compran empresas en funcionamiento, lo cual supone un incremento de los ingresos automáticamente.

Además, de las señaladas existen otras maneras de comprender la concentración, a saber: geográfica, económica, sociopolítica y cultural, en este trabajo se pondrá énfasis en la concentración geográfica, es decir, como la producción se establece en los principales centros urbanos y cuáles son sus efectos en el sistema productivo, y la económica, esto es, quiénes capitalizan la producción de telenovelas y si esto afecta los procesos de trabajo<sup>21</sup>.

Resulta importante señalar que la concentración excede los límites de las propias empresas de medios, “vincula negocios del espectáculo (estrellas exclusivas), del deporte (adquisición de derechos de televisación), de la economía en general (inclusión de entidades financieras y bancaria) y de la política (políticos devenidos en magnates de medios, o socios de grupos mediáticos) con áreas informativas, lo que produce repercusiones que alteran la pretendida “autonomía” de los medios” (Becerra y Mastrini, 2009: 35).

Por otra parte, la concentración afecta las condiciones de trabajo, muchos de los medios se fusionan disminuyendo los costos laborales y promoviendo la precarización de las tareas, por ejemplo, un mismo trabajador puede realizar diversas tareas para las distintas empresas que controlan estas corporaciones concentradas (Becerra y Mastrini, 2009).

En tanto que la convergencia supone un proceso por el cual las industrias culturales que históricamente funcionaron de modo independiente unas de otras, comienzan a manifestar un desarrollo conjunto a partir de la aparición de nuevas tecnologías y soportes materiales que inciden directamente en las formas de producción cultural. Implica la confluencia de las telecomunicaciones, el audiovisual y la informática con las consecuentes luchas para acaparar estos mercados en los cuales se centralizan altos niveles de rentabilidad. La convergencia resulta polémica, la tensión se genera en

---

<sup>21</sup> En el trabajo no se retomará la concentración de la propiedad a partir de sus aspectos sociopolíticos y culturales, al respecto Becerra y Mastrini (2006) señalan que existen pocas investigaciones al respecto porque resulta complejo “aislar el rol jugado por el modelo de la propiedad para determinar el contenido ofrecido al público y para evaluar los efectos producidos por los mensajes de los medios” (Becerra y Mastrini, 2006: 46).

observar si ésta incrementará la diversidad de información, la libertad de expresión y la elección individual o bien si propiciará fragmentación social, desarrollo de sistemas oligopólicos y el establecimiento de renovadas barreras de entrada (Garnham, 1999). Otra definición complementaria supone pensar en las capacidades que tiene la red y las distintas plataformas para transportar servicios o señales que ostentan características similares (Dromi, 2008).

Para Dantas (2010) la convergencia tecnológica consiste en un proceso económico, político y cultural que está promoviendo un nuevo régimen de información y comunicación, en cuanto, modelo de negocios, reglas legales y prácticas sociales. La convergencia actúa en distintos niveles tecnológico, económico o reglamentario, incluso los consumos coinciden en un mismo soporte o dispositivo, el ejemplo más claro lo constituyen los teléfonos inteligentes (*smartphones*). Esto provoca modificaciones en la producción, distribución y consumo de los bienes culturales, se da así un pasaje de un modelo divergente a uno convergente, cuyo impacto se aceleró tanto por los procesos de digitalización como por el incremento en la utilización de Internet.

La convergencia produce dos impactos distintos en los mercados. El primero está ligado a cada uno de los mercados (radiodifusión, telecomunicaciones e Internet), los procesos de digitalización que atraviesan hasta alcanzar un sistema en el cual tanto las telefónicas, las operadas de cable y las empresas que brindan servicios de banda ancha compitan en las mejores condiciones en un sistema de redes multiservicios y contenidos multimedia, esto sucede en los países latinoamericanos. El segundo se deriva del anterior, en este cada uno de los servicios y redes de transmisión están sometidos a un marco regulatorio, separándose la regulación de la transmisión de la de contenidos, en este punto se encuentran Estados Unidos, Japón y la Unión Europea (Dromi, 2008).

Henry Jenkins (2006) utiliza el término convergencia mediática para dar cuenta de un flujo de contenidos que circulan por múltiples plataformas, en las cuales participan diversas industrias. Remarca un tipo de comportamiento más activo de las audiencias o los usuarios que buscan el tipo de experiencias deseadas y destaca que este fenómeno representa un cambio cultural, al incentivar al consumidor a establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos. Igualmente, Igarza (2008) expone que la cultura de la convergencia excede la circulación de información por los medios, así el

entretenimiento y la fruición son trans-mediáticos, esto implica que el consumo de un bien cultural –una película, un libro o telenovela- necesita ser complementado por foros de debate, videojuegos y *blogs*.

Por último, acerca de la internacionalización Marino (2007) expresa que las estrategias de las empresas comunicacionales están basadas en extender su influencia más allá de los mercados nacionales, con el fin de estar presentes en distintos mercados, generar economías de escala y aprovechar el *know-how*. Miguel de Bustos (1993) plantea que la estrategia internacional es la reproducción de la concentración empresarial a nivel internacional.

En esta dirección Becerra y Mastrini (2006) expresan que en la última década del siglo XX las políticas principalmente tuvieron un corte neoliberal referenciadas con el Consenso de Washington<sup>22</sup>. En general se promovió la apertura de los mercados, la liberalización de los flujos financieros y la privatización de los activos estatales, es decir, el pasaje del capital social al capital privado. Fue en la década del '90 cuando se privatizaron las empresas de telecomunicaciones y los medios de comunicación, procesos que se hicieron extensivos al resto de las industrias culturales, con participación de capitales nacionales primero y luego de grupos inversores extranjeros, que en ocasiones a pesar de estar impedidos reglamentariamente para ser propietarios de medios de comunicación, accedieron a acciones de estas compañías. Todo esto en un marco de deterioro y debilitamiento de las economías latinoamericanas (Argentina, Brasil, Ecuador, México y Uruguay).

En el estudio se intentará observar el modo en el cual se incrementó la presencia de capitales transnacionales en la producción de ficción (telenovelas) y como incidió en los hábitos laborales.

En síntesis se pondrán en consideración los procesos de concentración, convergencia e internacionalización que si bien impactaron en el conjunto de las industrias culturales en

---

<sup>22</sup> Consiste en una serie de “recetas económicas” impulsadas por los principales organismos financieros (FMI, Banco Mundial) para ser aplicadas en los países latinoamericanos con el fin de impulsar su crecimiento mediante la liberalización de sus economías, la privatización de los activos del Estado, la reducción del gasto público, reformas impositivas, control del tipo de cambio y protección al sector privado, entre otras.

Argentina, el interés particular estará en observar si estos fenómenos afectaron la producción de las telenovelas.

### **3. 6 Los procesos de organización del trabajo la producción de ficción**

Se pueden identificar tres modos de organización del trabajo con sus respectivas formas de acumulación y de regulación: acumulación intensiva sin consumo de masas (taylorismo), acumulación intensiva con consumo de masas (fordismo) y un régimen emergente de acumulación flexible (Harvey, 1996) o en términos de Dantas (2010) capitalismo informacional y/o cognitivo (Moulier Boutang, 2004; Rullani, 2004; Pasquinelli, 2008). En este sentido, las fronteras de inversión y acumulación comienzan a migrar desde las denominadas pesadas (metal-mecánicas, químicas) para las industrias *soft*, entre ellas las destinadas a la producción industrial de bienes culturales, entretenimiento e información (Dantas, 2010). No obstante, Zallo (1988) asegura que los modos de trabajo de las industrias culturales no se guían por la evolución histórica de las formas de organización del trabajo en el resto de las industrias. Por ello, propone partir del nivel de integración del trabajo cultural a la industria, establecer cómo se organiza predominantemente el proceso de trabajo -autonomía, cooperación, especialización, mecánico, taylorista, fordista, automático- y observar como las industrias culturales asimilan los principios históricos del capital en la organización del trabajo y la tecnología empleada.

A partir de los dos primeros modos de organización del trabajo mencionados los trabajadores establecen una relación de tensión con el sistema de máquinas. Esto supone nuevas formas de organización de la fuerza de trabajo y de las relaciones sociales de producción. La separación del trabajo intelectual y manual se materializa en las máquinas mismas y opera una doble división del trabajo horizontal -parcelación de las tareas- y vertical -separación de la concepción y la ejecución- (Zallo, 1988). De este modo, se escinde la relación entre el trabajo intelectual (de concepción) y el trabajo manual (de ejecución). El primero, en general, queda en manos del capital o de aquel/aquellos que actúan en su representación, mientras que el segundo es realizado por los trabajadores, que ya no controlan el proceso de producción total, sino solamente la parcela de tarea que les ha sido asignada.

El fordismo establece una relación entre el modo de acumulación y las normas de consumo antes desligados. Desde la organización del trabajo implica procesos de: parcelización de las actividades, mecanización -sustitución del trabajo por el capital- y circulación mediante el flujo de las piezas -línea de montaje- (Zallo, 1988: 66). Zallo (1988) define neotaylorismo a la dependencia de la producción al tiempo-máquina, permite planificar las fases del proceso productivo y el control de la fuerza de trabajo. Esto implica la reducción de empleos, descualificación laboral y la existencia de un pequeño número de trabajadores más cualificados. De la misma manera, Mosco (2006) señala una serie de cambios en la economía política global, que incluyen las transformaciones en la tecnología de la producción, la organización industrial y los mercados globales. El capitalismo atraviesa un proceso de transición hacia un sistema de producción que se sustenta en la fabricación de diversos productos, destinados a segmentos de mercado específicos, y producidos con una máquina inteligente, fuerza laboral adaptable y formada.

Azpillaga, Miguel de Bustos y Zallo (1998) expresan que los cambios en las industrias culturales exigen analizar las transformaciones en sus formas de organización del trabajo y valorización en relación con el mercado. Los autores señalan que en la década del '80, la introducción masiva de la informática en las empresas informativas cambió los modelos de organización del trabajo tradicionales: el taylorismo y el fordismo. En su análisis indican la aparición de nuevos oficios, la reducción de los costos mediante la simplificación de las fases de trabajo, la flexibilización de las plantillas y la descualificación de algunos oficios desplazados por la informática, coincidiendo esto con el retroceso de los movimientos reivindicativos, concluyen que el empleo se precarizó. Finalmente, expresan que se modificaron las condiciones laborales produciendo de este modo un pasaje del oficio propio de la década del '60, a los puestos de trabajo con funciones y competencias claramente definidas en las décadas del '70 y del '80, a la flexibilización en los '90 con nuevos trabajos de especialización funcional en labores muy concretas con polivalencia transversal. En este sentido, Zallo (1988) afirma que la utilización de tecnología modifica los procesos de trabajo y su organización, los modos de valorización del capital, la estructura de costos y de la extracción del plusvalor. En este escenario, aparece el *multiskilling* (o múltiples habilidades) para desempeñar múltiples actividades (*multitasking*) antes distribuidas entre varios empleados (García Aviles, 2006; Saltzis y Dickinson, 2008).

Por otra parte, es preciso señalar que a diferencia de otras actividades industriales, en las cuales la inversión en maquinarias favorece a la productividad del trabajo. En las industrias culturales la productividad no crece o lo hace paulatinamente, esto se conoce como Síndrome de Baumol. Este tipo de inversiones si bien son necesarias, por ejemplo, para actualizar el equipamiento tecnológico, no redundan en un incremento de la productividad, debido a que existe una porción sustancial del trabajo que no es sustituible o mecanizable. De este modo, en estas industrias la retribución (salarios y precios) aumenta sin que aumente la productividad (Richeri, 1994).

Martha Roldán (2010) propone un análisis a partir de una triple relación entre el trabajo signado creativo, la lógica de la organización productiva y del trabajo y los desafíos que se presentan respecto a la información y el conocimiento en el capitalismo informacional contemporáneo. La autora retoma a partir de Edwards (1979) el principio de coordinación para explicar la división de trabajo dentro de la producción capitalista. La coordinación está dirigida desde arriba hacia abajo, en la cual los de arriba (capitalistas y gerentes) deben controlar a los de abajo (trabajadores). Es por ello, que resulta atinado hablar de control, en tanto que, se busca obtener el comportamiento deseado por parte de los trabajadores con el fin de alcanzar los objetivos de valorización establecidos previamente, “el ejercicio del control es en sí mismo problemático, porque a diferencia de otras mercancías utilizadas en la producción, la fuerza de trabajo está siempre incorporada a los seres humanos que tienen sus propios intereses y necesidades y que retienen su poder para resistir a ser tratados como mercancía” (Roldán, 2010: 76).

A su vez, el estudio de la organización productiva puede abordarse desde un nivel *mezzo* o micro. El nivel *mezzo* industrial o la organización productiva alude a la producción de contenidos en las industrias culturales, en el caso de la televisión consiste en observar si se lleva adelante *in-house*, esto es, en los propios canales o en colaboración mediante redes de proyectos<sup>23</sup>, las relaciones que se establecen por ejemplo, entre una productora y un canal de televisión y que afectan tanto los aspectos

---

<sup>23</sup> Véase el estudio realizado por Arnold Windeler y Jorg Sydow (2001) en el cual analizan la televisión alemana a los efectos de observar las transformaciones ocurridas desde la producción de contenidos *in house* a las formas colaborativas en redes de proyectos. Los autores describen una serie de factores que afectaron a la industria televisiva y a la producción de contenidos. Entre ellas se destacan: el creciente carácter global de esa industria, el impacto de la digitalización mediante la adopción de tecnologías digitales para la producción/distribución y la privatización de las emisoras que en muchos de los países europeos consolidó un sistema dual en el cual conviven las emisoras privadas y públicas, estas últimas de gran tradición en Europa.

económicos y culturales de los bienes como su producción y distribución. En cambio, el nivel micro social se vincula con el análisis de las fases de producción propiamente dichas y los tipos de trabajos involucrados dentro de las industrias culturales en general o de alguna de ellas en particular, así como el entendimiento de los códigos laborales y de trabajo que operan en la fabricación de estos contenidos (Roldán, 2010, 2011).

Por el recorte temporal del presente estudio, el modo de organización del trabajo corresponde al neotaylorismo, régimen de acumulación flexible o capitalismo informacional. De todos modos, será preciso tener en cuenta las especificidades de las industrias culturales al abordar los procesos de trabajo para evaluar si existen formas mixtas de organizar el trabajo. Asimismo se retomaran tanto los niveles micro y *mezzo* de la producción de contenidos de ficción.

En relación a la organización del trabajo televisivo, Ramón Zallo (1988) sostiene que la industria televisiva contiene rasgos de la fábrica taylorista: la planificación empresarial de la producción en *continuum* (la programación) y de cada producto y la existencia de áreas específicas que colaboran tanto en la planificación de la producción como en la búsqueda de audiencias. Además remarca el creciente proceso de asalarización del trabajo técnico como del creativo.

Zallo (1988) señala dos tipos de organización del trabajo. Por un lado, la formación de equipos de trabajo donde se integran los trabajos creativos (guión, dirección y realización), técnicos-creativos (cámaras, decorados) y técnicos. Por otro lado, menciona el modelo en el cual prevalecen la planificación y gestión por sobre la creación, guiado por los criterios de la audiencia y en el cual el papel del director se desdibuja. Según el autor este modelo se termina de implementar en la década del '70 con la producción en serie, minutajes precisos, personajes repetidos y pautas secuenciales, marca así el pasaje de la lógica del autor a la del emisor.

Otro de los criterios de organización es la grilla de programación, uno de sus objetivos es fidelizar al público (consumidor). Actúan promoviendo una fuerte división y especialización del trabajo, la integración del trabajo creativo dentro de la organización y la aplicación de distintas formas de asalarización (Bustamante, 1999).

En el desarrollo histórico de las industrias culturales, según Zallo (1988) se observa una disminución del grado de autonomía y el peso del trabajo creativo. Este tipo de conocimiento se incorpora a las máquinas, aunque con determinados límites propios de la producción simbólica. No obstante, en algunas de estas industrias el trabajo manual e intelectual permanece separado, en otras como en el audiovisual existe un trabajo colectivo; “en todos los casos predomina el trabajo intelectual, aunque más como un trabajo de definición del producto que como un trabajo de control del proceso de producción” (Zallo, 1988: 69).

Al respecto, Herscovici, Mastrini y Bolaño (1999) explican que la escuela francesa de la EPC aborda las categorías de trabajo concreto y trabajo abstracto para exponer que existen modos parciales y específicos de inserción del trabajo intelectual, artístico o creativo<sup>24</sup> en el proceso de producción.

Según Marx las mercancías tienen en común que son producto del trabajo abstracto. En tanto que, el valor de una mercancía está dado por la cantidad de horas de trabajo socialmente necesarias para producirlas. La teoría del valor se plantea en cualquier economía de intercambio cuya regulación remite al tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de mercancías como parámetro comparativo de tiempos de trabajo concreto (Zallo, 1988: 55). Sin embargo, el trabajo creativo no conlleva trabajo abstracto, sino concreto. Se caracteriza por su compleja normativización, es decir, que resulta dificultoso estipular la cantidad de tiempo promedio por unidad producida, a modo de ejemplo, cuánto tiempo le lleva a un autor escribir un libro, a un guionista un capítulo de una telenovela o a un músico la letra de una canción. Se puede establecer de antemano la cantidad de páginas que tendrá un libro, o el guión de una ficción, incluso el tiempo que deberá durar una canción. Sin embargo, resulta imposible conocer *a priori* y con exactitud el tiempo que llevará producir cada uno de estos bienes, como si se pueden calcular las horas que llevará ensamblar un auto, una heladera o una silla.

La valorización aleatoria de estos productos estaría ligada al trabajo concreto incorporado, sin que pueda definirse su precio a partir del trabajo abstracto incorporado.

---

<sup>24</sup> Según Zallo (1988) el trabajo creativo contenido en la producción cultural supone una producción simbólica que remite a los códigos culturales históricos y presentes de una sociedad determinada, contribuyendo a su reproducción ideológica y social. A la vez que, conlleva cierta autonomía y genera prototipos que otorgan un carácter único a cada mercancía cultural.

En tanto que la valorización del trabajo artístico estaría vinculada al capital simbólico que ostenta cada artista en el ámbito cultural. Por su parte, Zallo (1988) y Bolaño (1993) consideran que la aleatoriedad no reside en la producción del valor sino en su realización<sup>25</sup>.

Del mismo modo, Dantas (2011) explica la diferencia entre la fabricación de sillas y de productos culturales. Mientras que las sillas son producto del trabajo combinado, colectivo y social de un grupo de diversos trabajadores que poseen las cualificaciones necesarias para la creación y reproducción de algún modelo de este mueble; los bienes culturales, por ejemplo, la escritura de un guión de ficción es resultado del trabajo solitario de los escritores o guionistas, a lo sumo de un equipo autoral. En general, la ley y las costumbres dan al autor la propiedad intelectual de su obra y tienen derecho a alienarla o no. Así la obra puede ser vendida, pero su precio no estará vinculado al valor de cambio del trabajo abstracto, porque lo que el autor vende es el resultado de su trabajo concreto, afirma Dantas (2011) que se trata de trabajo artístico, cuyo valor de uso reside en la originalidad de la obra y su cualidad inigualable. Específicamente el tiempo de trabajo sígnico no es mensurable ni cambiante, es independiente del tiempo que le lleva a uno u otro autor escribir un libro. Por lo tanto, contiene tiempo de trabajo vivo y el precio del libro conlleva valor, que resulta del trabajo, pero no contiene valor de cambio, producto del trabajo abstracto. Además, agrega que una película o una telenovela, suponen la existencia de un equipo de trabajo –actores, técnicos, directores, etc.- que desempeñará una tarea de producción material sígnica.

Por otra parte, se rescata que Marx marca dos fases de sumisión del trabajo al capital, una de sumisión o subsunción formal del trabajo al capital -vínculo del trabajo asalariado con el capital se establece en el plano contractual- y otra de subsunción real -prevalece en la gran industria, el trabajo asalariado se somete además a la función de dirección, vigilancia y mediación del capital, en la organización del trabajo- (Palomino, 2000). En esta etapa el trabajador pierde la autonomía y el control que poseía sobre el proceso de producción, cuya estructura y ritmos recaen en las máquinas (Bolaño, 2005). César Bolaño (2005) retoma a Marx para exponer que la Primera Revolución Industrial, remite al pasaje de la subsunción formal a la subsunción real del trabajo al capital.

---

<sup>25</sup> Para Marx los mercancías tienen valor de uso –para qué sirve determinado bien o servicio- y valor de cambio que se manifiesta cuando las mercancías entran en relación entre sí.

Mientras que la Segunda Revolución Industrial responde a la producción de máquinas, hasta ese momento estaba organizado de forma artesanal o manufacturera. Finalmente, procede con la misma línea de razonamiento y advierte que con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC'S) y de la telemática, se diluyen las diferencias entre el trabajo manual y el trabajo intelectual.

Bolaño al abordar la problemática de la subsunción del trabajo creativo al capital remarca que esta resulta limitada dentro de las industrias culturales. La asalarización opera como tendencia en aquellas actividades susceptibles de normalización técnica y productiva. En las industrias culturales los salarios se aplican a actividades con escasa aleatoriedad o con una productividad controlable o susceptible de planificación (Zallo, 1988). Asimismo, Zallo destaca que la unicidad de los productos culturales se ve afectada por la creciente asalarización, la asignación de tareas cotidianas y el cumplimiento de horarios de trabajo que disminuyen los espacios para la creatividad. Igualmente, la edición continua (prensa gráfica) y la emisión continua (radio y televisión) favorece la estandarización del proceso del trabajo para garantizar la realización en tiempo y forma del producto.

Por su parte, Dantas (2011) entiende que en las industrias culturales existen dos tiempos: el del trabajo vivo concreto –el escritor, los actores interpretando y grabando las escenas- cuyo resultado será un modelo pasible de ser replicado y el de la réplica industrial que puede ser altamente controlado. Así diferencia entre trabajo aleatorio y redundante. El primero involucra la búsqueda de información que la redundancia del código<sup>26</sup> no ofrece de modo inmediato, supone pruebas de ensayo y error, hasta alcanzar el resultado deseado, por lo tanto, la duración de estas tareas será incierta. El segundo, hace referencia a llevar adelante una actividad que supone la existencia de un modelo preestablecido y cuyo resultado puede anticiparse, las tareas están altamente rutinizadas, entonces, los tiempos pueden ser medidos, la incertidumbre puede existir a partir de algún error o falla inesperada.

---

<sup>26</sup> La noción de código, en tanto, número limitado de señales con sus reglas de combinación, permiten al emisor/receptor entrar en una relación de comunicación. Los códigos no existen en abstracto sino dentro de las relaciones sociales concretas (Dantas, 2010).

Además, será preciso retomar la distinción entre código de trabajo, que define las divisiones del trabajo, las economías del tiempo en la organización productiva adoptada e implica ciertas aptitudes “saber hacer” -la creatividad requerida para la valorización y acumulación del capital- y código laboral, involucra las actitudes del “saber ser”, remite a los mecanismos de coordinación/cooperación y/o control utilizados por las empresas y las resistencias que ejercen los trabajadores (Roldán, 2010)<sup>27</sup>. A su vez, el código de trabajo se asocia con el control interno, es decir, aquellos que están insertos en la propia dinámica del proceso productivo, se marcan las divisiones del trabajo y las economías del tiempo respectivas. Mientras que el código laboral se vincula al control externo, este se ejerce por fuera del proceso productivo, a través de distintos niveles de supervisión acordes al grado de especialización de la empresa (Roldán, 2011).

En esta dirección, los empleos ofrecidos en las industrias culturales y creativas, así como en los sectores vinculados a las tecnologías de la información están basados en altos niveles de inseguridad, precarización y largas jornadas laborales. Una de las claves básicas de esto se centra en la “auto-explotación”, dado que los trabajadores se “enamoran” tanto de sus puestos de trabajo que se empujan ellos mismos hacia los límites de su resistencia física y emocional (Hesmondhalgh y Baker, 2011).

Tal como señalan Federico Fernández Díez y José Martínez Abadía (1994) la producción de un programa audiovisual requiere de una compleja planificación para que en cada una de las etapas del proceso productivo (pre producción, producción *per se* y post-producción) se obtengan los máximos rendimientos. Para ello, en los medios de comunicación se recurre a elementos similares que en el resto de las ramas industriales: capital, medios y trabajo. De este modo, las empresas productoras realizan su obra audiovisual mediante la utilización del trabajo y los medios técnicos, a través de la inversión de capital.

En síntesis, el estudio de los procesos de organización del trabajo, implica relevar la organización interna de los procesos de trabajo de la industria televisiva, en la presente Tesis específicamente la industria de las telenovelas. Según la división de actividades

---

<sup>27</sup> Se entiende por *saber hacer* al conjunto de habilidades, destrezas y aptitudes -sean estas manuales, técnicas o intelectuales- y el *saber ser* -relacionado con el comportamiento correcto, en el nivel de compromiso con la empresa, disposición a cooperar con las metas de la empresa, el nivel de interacción con el resto- (Roldán, 2000).

y/o tareas que permiten la fabricación, construcción o producción de contenidos en condiciones óptimas, maximizando los tiempos de trabajo y los recursos disponibles, a los fines de lograr los mejores resultados dentro del presupuesto acordado para el producto audiovisual y garantizando la obtención de beneficios. Para ello, se entiende que en la producción de las ficciones confluyen tres fases de trabajo: la pre-producción, la producción *per se* y la post-producción, estas dos últimas etapas coinciden en el tiempo, al menos en el caso de las telenovelas de emisión diaria. Además, implica comprender qué tipos de trabajos -creativo, técnico-creativo y técnico- se ven afectados en cada una de las fases y los modos en los cuales los convenios colectivos de trabajo (su cumplimiento o no) afectan a la producción general. Supone identificar a los actores involucrados, las tecnologías utilizadas, la regulación estipulada en el sector y las actividades propias del campo.

#### ***Capítulo IV Sistema televisivo argentino: de las privatizaciones de los medios de comunicación (1989) al estallido de la crisis 2001***

La televisión argentina se encuentra atravesada por intereses de todo tipo: comerciales, gremiales, culturales y políticos. Entre las entidades representativas del sector se destacan: ATA (Asociación de Teleradiodifusores de Argentina), el SAT (Sindicato Argentino de Televisión), la CAPIT (Cámara Argentina de Productores Independientes de Televisión), SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores), la Asociación Argentina de Actores y Argentores (Sociedad General de Autores de la Argentina) (Valor y Símbolo, 2010).

En este apartado se hará un recorrido por el desarrollo del sistema televisivo en Argentina desde los comienzos de la televisión en el país en 1951 hasta 2001. El eje central estará en el período comprendido entre 1989-2001 que es el escogido para analizar los procesos de producción de telenovelas en Argentina. En este sentido, será preciso observar qué sucedió en la historia política y económica del país para comprender cómo impactó en la estructura de los medios de comunicación. Por otra parte, se abordará la cuestión de la producción de las ficciones a cargo de los canales de televisión o de las productoras independientes que empezaron a surgir a fines de la década del '80, quién produce qué, para quién y qué riesgos se corren.

##### **4.1 Historia de la televisión Argentina: desarrollo y marco regulatorio (1950-1988)**

En Argentina la televisión se inauguró el 17 de octubre de 1951<sup>28</sup>, mediante la transmisión del acto conmemorativo del Día de la Lealtad Peronista, la inversión inicial la realizó el Estado, la antena transmisora se instaló en el Ministerio de Obras Públicas<sup>29</sup> y la emisión estuvo a cargo de Canal 7 dependiente de LR3 Radio Belgrano.

Mirta Varela (2005) señala que la llegada de la televisión fue vivida como una especie de trauma nacional porque la primera emisión se realizó tardíamente con respecto a varios países del mundo y del continente<sup>30</sup>. Este hecho se reflejó como signo de atraso

---

<sup>28</sup> La televisión se implementó durante el primer Gobierno de Juan Domingo Perón (1946-1952).

<sup>29</sup> Jaime Yankelevich (director de Radio Belgrano) viajó a Estados Unidos para comprar los equipos Standard Electric que dotarían al canal de televisión, además adquirió algunos equipos receptores.

<sup>30</sup> Argentina fue el octavo país en contar con el sistema televisivo, teniendo en cuenta este hecho el retraso tecnológico resulta dudoso (Varela, 2005).

tecnológico marcando una diferencia con la pionera inclusión de la radio en la década del '20.

Sin embargo, la televisión le disputó el rol hegemónico que hasta ese momento había tenido la radio y los primeros años del medio estuvieron influidos por la estética radiofónica. Este medio de comunicación surgió cuando “los índices de producción y consumo de la industria de la cultura se encontraban en una curva descendente” (Varela, 2005: 14). La autora explica que la sociedad argentina demoró casi veinte años en adoptar la televisión, en su estudio analizó el período que se inició con la primera transmisión televisiva (de un acontecimiento político-nacional) y que concluyó con dos sucesos: uno de carácter nacional, el Cordobazo<sup>31</sup> y otro de impacto internacional la llegada del hombre a la Luna en 1969 (en lo que puede considerarse una de las primeras transmisiones globales con recepción masiva y simultánea).

Los primeros años de la televisión estuvieron signados, entonces, por una precariedad en las condiciones de producción, por la exploración técnica y estética que el nuevo medio requería, fue un período de formación de profesionales (directores, guionistas, técnicos, actores), en la cual se contó solamente con un canal de transmisión: Canal 7 administrado por el Estado Nacional y cuya programación quedó limitada a determinadas franjas horarias, en general entre las 17 y las 22 horas.

Las emisiones eran en vivo excepto el material filmado y el telecine, esto implicaba la realización de ensayos por la mañana de lo que se emitiría a la tarde para reducir al máximo los márgenes de error. Un par de años más tarde apareció el magnetoscopio Ampex de cabezas giratorias que permitió la grabación de programas (Getino, 2008). En la primera década, existía una escasa cantidad de aparatos televisivos, en 1953 la cifra rondaba en 36.800, una década después el número se incrementaría exponencialmente superando el 1.100.000 de equipos receptores (Varela, 2005). Aunque no existen cifras acabadas al respecto, se estima que había un receptor de televisión por cada 65.000 habitantes, mientras que se calcula un aparato de radio por cada 6.000 habitantes (Arribá, 2005).

---

<sup>31</sup> Movimiento de protesta social que estalló en mayo del 1969 en Córdoba encabezado por estudiantes universitarios y obreros –principalmente de las fábricas automotrices- derivado de las políticas económicas y sociales del gobierno de dictatorial de Juan Carlos Onganía (1966-1970) (Romero, 2001).

En 1953 se sancionó la primera Ley de Radiodifusión 14.241 bajo un gobierno constitucional. La normativa declaró al servicio de radiodifusión como de interés público y dejó en manos del Poder Ejecutivo la autorización a particulares para su prestación mediante licencias. En 1954 se licitaron las tres cadenas que fueron otorgadas a personas afines al peronismo, mediante Decreto 17.959<sup>32</sup>.

En cuanto a la programación Leonardo Mindez (2001) explica que cuando Jaime Yankelevich armó la grilla convocó a las estrellas de Radio Belgrano y posteriormente a otros artistas de la radio, el teatro y el cine. Existían dos propuestas entre llevar adelante una televisión cultural o una popular. Sin embargo, “la televisión anómica y desordenada, crecía día a día. El Estado no sólo no tenía ningún proyecto para ella, sino que se desentendía de cualquier responsabilidad sobre la estación que le pertenecía y dejaba todo a cargo de los empresarios” (Mindez, 2001: 51). La programación comenzaba entre las 16 y las 17, los tiempos impuestos por la emisión en vivo y en directo (en ese momento no existía el *videotape*) implicaba montar las escenografías entre un programa y otro, esto suponía alrededor de 45 minutos. En estos tiempos muertos se ponían al aire cortos cinematográficos, “casi todos los programas tenían una duración de 30 minutos, a modo de la estructura norteamericana, que incluía dos cortes publicitarios a los que se sumaban una apertura y un cierre. En las tandas que se hacían entre programa y programa había tres avisos. No existía una regulación específica al respecto y por lo tanto los cortes varían de 3 a 5 minutos aproximadamente” (Varela, 2005: 72).

En 1955, el golpe militar autodenominado Revolución Libertadora pondría fin al gobierno peronista, al asumir el General Eduardo Lonardi dejó sin efecto las adjudicaciones de 1954. También se prohibió la difusión de cualquier imagen o símbolo que hiciera referencia al peronismo y se desterró del medio a aquellas figuras identificadas con Perón.

---

<sup>32</sup> Red A Radio Mitre adjudicada a la Empresa Editorial Haynes/Vicente Aloé, Red B Radio Belgrano y Canal 7 se otorgaron a Asociación de Promotores de Telerradiodifusión S.A. (A.P.T.)/Jorge Antonio y Red C Radio Splendid se entregó a la empresa La Razón S.A. (comprada por Miguel Miranda y transferida a Perón y Vicente Carlos Aloé). Arribá aclara que la literatura existente expresa que la Red A se otorgó a Radio El Mundo, que era la principal emisora del país, no obstante los decretos de licitación adjudicación nunca la mencionan y tampoco existe vínculo financiero y económico entre las empresas.

En 1957, se sancionó la Ley de Radiodifusión 15.460 que implementó un sistema de explotación individual de las emisoras en lugar de las cadenas (Mastrini, 2005). Posteriormente, se llamó a concurso y en 1958 días antes de dejar el gobierno el general Pedro Eugenio Aramburu adjudicó las licencias a: Compañía de Televisión (CADETE), Difusora Contemporánea SA (DICON) y Río de la Plata TV que pusieron en funcionamiento los canales privados 9, 11 y 13 respectivamente. Se conformó, entonces, un sistema televisivo privado, competitivo y de explotación comercial. La instauración de los canales privados se pensó como una reinauguración de la televisión en el país que permitió la modernización mediática, a la vez que reabrió el debate por los aspectos técnicos, en este período uno de los ejes centrales fue la utilización del *videotape* (Varela, 2005).

Varela (2005) se detiene en el pasaje de la televisión de los cincuenta a los sesenta. Por un lado, señala que la implementación del sistema televisivo por parte del Estado sin la intervención de capitales nacionales privados, no permitió la consolidación del medio que solamente se constituirá con la llegada de las cadenas norteamericanas y con ellas de la televisión comercial. Por otro lado, este proceso marcó el paso de una programación discontinúa a una continuidad de imágenes en televisión.

En este sentido, el efectivo despegue de la televisión se produjo tras la creación de productoras de contenidos que se asociaron con las principales cadenas norteamericanas: NBC asociada con Telecenter/Canal 9, ABC relacionada con Telerama/Canal 11 y CBS-Time Life vinculada con Proartel/Canal 13. La inversión requerida para poner en funcionamiento los canales superaba la disponibilidad financiera de la burguesía nacional y como la normativa en materia de radiodifusión impedía la participación de capitales extranjeros en las emisoras se recurrió al artificio de las productoras.

A mediados de la década del '60 las productoras del país del norte empezaron, paulatinamente, a abandonar el mercado local. Octavio Getino (2008) señala que una vez que las cadenas estadounidenses instalaron su modelo de administración, planeamiento, financiamiento y programación traspasaron los capitales accionarios de las productoras a los propietarios de los canales. Previamente se habían garantizado la compra de contenidos a sus respectivas empresas. Así, Alejandro Romay asociado al

empresario de medios gráficos Julio Korn, en 1965 adquirió las acciones de CADETE, licenciataria de LS83 Canal 9. En 1970 el grupo a cargo de Héctor Ricardo García compró DICON SA y plasmó su estilo en Canal 11 en ese momento denominado Teleonce. Finalmente en 1971 Goar Mestre se asoció con los hermanos Vigil, dueños de la Editorial Atlántida para hacerse cargo de Proartel. Según Eduardo Anguita (2002) “en su primera década de vida, la televisión privada siguió un modelo, basado en los aportes de publicidad y el endeudamiento. La industria funcionó acumulando pasivos. Mientras las productoras norteamericanas les daban películas y series dobladas por locutores mexicanos, los canales locales producían mucho y caro” (Anguita, 2002: 53).

En esta etapa, los tres canales construyeron su identidad e imagen: Canal 9 (en continuidad con los hábitos culturales nacionales y los tradicionales espectáculos porteños, para reforzar esto tenía como emblema un gauchito con un poncho), Canal 13 (mostró una ruptura comercial y artística) y Canal 11 (entrecruzó sus objetivos comerciales y sus aspiraciones ideológicas, se conoció como el canal de los curas y de la familia por su vinculación con la Compañía de Jesús). En tanto, Canal 7 dejó de ser sinónimo de televisión para pasar a competir con el resto de los canales, la experimentación inicial no obstante no redundó en beneficios para la emisora que desde entonces se mantendría bajo la esfera gubernamental. La pantalla televisiva amplió sus horarios de transmisión, “se estabilizó una grilla donde se asocia un horario a un programa o a un género específico y se consolida la organización en base a géneros” (Varela, 2005: 133).

En 1965 la industria televisiva en Argentina empleó a 10.000 artistas y alrededor de 2000 empleados técnicos. Los cuatro canales recaudaron 2100 millones de pesos, de los cuales el 10% fueron transferidos al Estado en concepto de pago de impuestos. En tanto que la cantidad de aparatos receptores alcanzó el millón y medio en todo el país (Ulanovsky, Sirvén e Itkin, 1999). Mazziotti (2002) considera que el período 1964-1974 fue el más fructífero de la televisión argentina, dado que, se contó con la presencia de Alejandro Romay (Canal 9) y Goar Mestre (Canal 13), ambos mantuvieron estilos diferentes, aunque omnipresentes, con capacidad de decisión, a fuerza de apuestas e intuición promovieron el desarrollo de la televisión y la competencia entre los canales.

En 1973 las adjudicaciones otorgadas para operar en la radiodifusión se vencieron y el presidente de la Cámara de Diputados en ejercicio del Poder Ejecutivo, Raúl Lastiri declaró caducas las licencias y la intervención de los canales (Morone y De Charras, 2005)<sup>33</sup>. Luego se otorgó una brevísima prórroga a los licenciatarios que serían extendidas algunos meses más cuando Juan Domingo Perón asumió su tercer mandato en octubre de 1973<sup>34</sup>. El tema de los canales de televisión se convirtió en un eje central que involucró al Estado, a los sindicatos del sector y a los licenciatarios. Tras la muerte de Perón, la Presidenta Isabel Martínez de Perón decretó “la intervención sobre los canales de televisión, sus bienes inmuebles y (...) las plantas productoras de programas” (Morone y De Charras, 2005: 147). De este modo, durante el lapso de tiempo comprendido entre 1974-1989 los canales permanecieron en manos estatales.

El Golpe de Estado de 1976 modificó nuevamente el escenario de la radiodifusión. Anguita (2002) señala que hasta ese momento los golpes empezaban en la Plaza de Mayo y la Casa Rosada, pero en marzo de 1976 comenzó por las fábricas, las radios y los canales de televisión. Incluso antes de detener a Isabel Martínez de Perón, primero se fueron a controlar las comisiones obreras internas más combativas de las fábricas y a tomar el control de las transmisiones. Específicamente entre 1976-1983 las tres fuerzas militares se repartieron las señales de televisión: Canal 9 y Canal 7 (luego denominado ATC) para el Ejército, Canal 11 quedó para la Fuerza Aérea y Canal 13 fue para la Armada, en tanto que la Secretaría de Información Pública (SIP) y la Secretaría de Comunicaciones (SECOM) se encargaron de controlar los contenidos (Postolski y Marino, 2005). Asimismo aumentaron las campañas publicitarias que defendían la política económica, justificaban los operativos militares y atacaban a los movimientos políticos (Mazziotti, 2002).

En este período se realizaron negociaciones estratégicas patrimoniales y económicas en los medios de comunicación que culminaron con: las indemnizaciones a los ex licenciatarios (Ricardo García y Mestre que acordaron un pago, mientras que Romay

---

<sup>33</sup> A principio de los '70, en el país había 35 estaciones de origen y 38 repetidoras. Proartel tenía Canal 13, controlaba 12 canales afiliados en el interior (10 privados y 2 estatales). El cubano Goar Mestre conservaba gran parte de las acciones y un porcentaje de las mismas estaba en manos de la familia Vigil. Telerama actuaba por medio de Canal 11, contaba con 6 canales privados del interior. La empresa estaba en manos de Héctor Ricardo García empresario de los medios. Telecenter operaba con Canal 9 y dos canales privados, estaba en manos de Alejandro Romay y contaba con la participación de Julio Korn, industrial y dueño de editoriales de revistas.

<sup>34</sup> Juan Domingo Perón falleció en julio de 1974 antes de culminar su mandato. Asumió la presidencia su esposa Isabel Martínez de Perón que ocupaba la vicepresidencia.

continuó con la disputa); la elección de la norma alemana PAL-N para la transmisión de las señales en color y el lanzamiento de Canal 7 que pasó a denominarse Argentina Televisora a Color (ATC), a pesar de los esfuerzos realizados por los distintos gobiernos democráticos para renombrar a la emisora, la identificación social de ésta continúa sujeta a la sigla que impusiera el gobierno de facto (Postolski y Marino, 2005; Mastrini 2010). Además se promovió el Plan Nacional de Radiodifusión (PLANARA), el mismo delimitó las frecuencias disponibles para llamar a los correspondientes concursos, al tiempo que estableció tres etapas para privatizar y desarrollar el sistema de radiodifusión

Un acontecimiento central, durante el gobierno de Jorge Rafael Videla fue la sanción del Decreto-Ley de Radiodifusión 22.285<sup>35</sup>, que se caracterizó por ser discriminatorio, autoritario y centralista (Loreti, 1995). La normativa expresaba “los intereses del Estado (control ideológico) y los empresarios (fines de lucro)” (Postolski y Marino, 2005: 175).

En este momento, se produjo una transformación en la configuración de la programación, “por un lado, hay un proceso de desindustrialización o de desactivación de la producción –los títulos se hacen en menor cantidad y con menor inversión-. Por el otro, dado que las horas de programación no disminuyen, las emisoras las cubren con la compra de enlatados, y a partir de estos años, también con enlatados latinoamericanos” (Mazziotti, 1996: 77).

La restauración democrática en diciembre de 1983 implicó cierta esperanza en materia de políticas de comunicación. El radicalismo tenía planes para los medios de comunicación cuyos ejes eran: la creación de tres sistemas para la explotación de la radiodifusión (reservado al Estado, a la gestión privada y al ente autónomo de derecho público no gubernamental), la creación de una comisión bicameral para la radio y la televisión y la integración de programas de educación a distancia para el sistema de radiodifusión. Sin embargo, una vez a cargo de la presidencia Raúl Alfonsín (1983-1989) intervino el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER)<sup>36</sup> y suspendió mediante

---

<sup>35</sup> El Decreto-Ley 22.285 rigió hasta octubre de 2009 cuando se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. No obstante, durante los casi 30 años de vigencia, el cuerpo normativo sufrió varias modificaciones especialmente vinculadas al carácter de los licenciatarios y el número de licencias en manos de un mismo propietario. Permitiendo la conformación de un sistema televisivo concentrado y transnacional.

<sup>36</sup> El COMFER, entre otras funciones, era el organismo encargado de controlar y supervisar los servicios de radiodifusión, en sus aspectos culturales, artísticos, legales, comerciales y administrativos y participar en los

el decreto 1151/84 la aplicación del PLANARA y la convocatoria a sustanciación de todo concurso público, hasta que se sancionara una nueva ley de radiodifusión. Como efecto no deseado esto provocó que ningún ciudadano argentino pudiera acceder a las frecuencias del espectro radioeléctrico, de este modo se clausuraron las opciones para ejercer el derecho a comunicar (Eliades, 2003). Se destaca además que Canal 9 fue la única emisora devuelta a su antiguo dueño, Alejandro Romay, en 1984. Romay armó una programación en base a informativos dotados de realismo y telenovelas románticas, esta fórmula le permitió ser líder de audiencia. Con el resto de los canales se aplicó la lógica de nicho implementada por los militares o más bien una política de comité (Anguita, 2002)<sup>37</sup>.

En esta etapa existieron propuestas para modificar la Ley de Radiodifusión. Una con rasgos privatistas, comerciales y centralistas. Y otra que promovía una mayor participación del Estado y de las organizaciones intermedias, así como la descentralización de la autoridad de aplicación. Sin embargo, la precipitada salida de Alfonsín del gobierno dejó sin efecto cualquier posibilidad de sancionar una nueva normativa.

En 1985 la producción nacional en la televisión fue menor que en otras etapas alcanzó al 55% de la programación, el resto se cubrió con productos extranjeros. Además, la producción se concentró en Capital Federal y el Gran Buenos Aires, solamente un 7% se realizó en el resto del país (Ford, 1987 en Mazziotti, 2002).

En resumen, la televisión radical se llenó de programas de debates con escenografías mínimas y periodistas afines al nuevo gobierno (Ulanovsky, Sirvén e Itkin, 1999), lejos de refundar la televisión argentina las administraciones radicales en los canales no supieron o no pudieron darle pelea a Alejandro Romay instalado en Canal 9, por el contrario agravaron el déficit financiero y técnico que ya tenían los canales. Según Sirvén (1988) el período comprendido entre 1983-1988 puede considerarse como uno

---

concursos públicos para el otorgamiento de licencias. Según la Ley 22.285 el directorio del COMFER debía estar integrado por representantes del Ejército, de la Armada y de la Fuerza Aérea, la Secretaría de Información Pública, la Secretaría de Estado de Comunicaciones y las asociaciones de licenciarios de radio y televisión.

<sup>37</sup> Canal 13 quedó en manos de allegados a Enrique Nosiglia, el 11 a cargo de la gente de Leopoldo Moreau y el 7 fue para Miguel Ángel Merellano, tras la muerte de éste quedó bajo la influencia de personas cercanas a Federico Storani.

de los menos creativos en materia de programación, la pantalla se tornó inestable, se cambiaba un ciclo por otro permanentemente y se reciclaban viejos contenidos exitosos.

## **4.2 La situación política y económica en Argentina 1989-2001**

Para comprender el desarrollo de la televisión que abarca el período de estudio de la presente Tesis será preciso entender el desarrollo político-económico de Argentina. Esto permitirá observar el marco en el cual se insertaron los medios de comunicación y las normativas que se implementaron para modificar el curso del sistema de radiodifusión en el país.

Eduardo Basualdo y Daniel Azpiazu (2002) analizan el proceso de privatización iniciado en 1989 en Argentina y señalan que las transformaciones se enmarcaron dentro de una serie de reformas estructurales de sesgo neo-conservador. Entre las medidas principales se destacan: la transferencia de las firmas estatales y la privatización de áreas que tradicionalmente estuvieron en manos del Estado, la desregulación de los mercados, la apertura de la economía a las corrientes internacionales de bienes y capitales, que permitió un aluvión de productos importados. Esto provocó que las empresas privadas tuvieran que reducir sus costos, frente a la sobrevaluación del peso y los salarios (que medidos en dólares resultaban elevados). Muchas de ellas racionalizaron su producción, mientras que otras directamente tuvieron que cerrar sus puertas (Romero, 2001). Este escenario se completó con un proceso de precarización (flexibilización) de las condiciones laborales. Estas medidas en conjunto impactaron en la economía argentina y en su devenir posterior.

Para Basualdo y Azpiazu (2002) existió una línea de continuidad política y económica, que comenzó en marzo de 1976 con la última Dictadura Militar y culminó con la caída del gobierno de la Alianza en diciembre de 2001. Esa continuidad se basó en el fortalecimiento de los bloques dominantes, la profundización del modelo de acumulación basado en la des-industrialización, la valorización y centralización del capital, la concentración de la producción y del ingreso, la desocupación y la precarización de las condiciones laborales, sumado a la exclusión de gran parte de los trabajadores del sistema productivo.

Durante el Gobierno Militar se vivenció un proceso de reestructuración económico-social que implicó la transferencia de ingresos del trabajo al capital, y dentro de éste de las pequeñas y medianas empresas a las de mayor tamaño. Se interrumpió la industrialización y se estipuló un nuevo patrón de acumulación basado en la valorización financiera. También se procedió a disciplinar a los sectores populares y a la desestructuración del mercado de trabajo, así se rompió el empate hegemónico entre capital y trabajo que se había mantenido hasta ese momento. A partir de allí, los trabajadores empezaron a perder capacidad de negociación y en muchos de los casos las cúpulas sindicales fueron cooptadas por el capital, representando el interés de la patronal en lugar de interceder por sus propios afiliados.

De este modo, la derrota del campo popular y la reconfiguración de la clase dominante impulsaron cambios en el comportamiento económico y social, pero impactaron sobre todo en el rol del sector público y posibilitaron las transformaciones que se dieron en la década del '90.

Por otra parte, en el período comprendido entre 1976-1983 surgieron un número reducido de grupos económicos, empresas extranjeras y bancos acreedores, que empezaron a concentrar una porción creciente del ingreso nacional.

Desde 1982 se inició en América Latina lo que se conoció como la crisis de la deuda externa, en la cual primó la escasez de financiamiento externo para los países de la región. Se consolidó el modelo de acumulación basado en la valorización financiera que se sostuvo con un fuerte endeudamiento externo y con la subordinación a los entes financieros globales. Desde esta perspectiva, los destinos económicos fueron guiados por los grupos económicos locales y conglomerados extranjeros situados en el país y por la banca acreedora. Para sustentar este diseño económico-social se recurrió a la sobreexplotación de los trabajadores y a la subordinación del Estado, así el proceso de acumulación dejó de centrarse en el consumo de los sectores populares dentro del ámbito nacional, generando una creciente desigualdad en la distribución de los ingresos y la exclusión permanente del sector de los trabajadores del mercado laboral y de consumo (Basualdo, 2001).

De todos modos, con el retorno del sistema constitucional de gobierno en 1983 comenzaron a evidenciarse las contradicciones existentes entre los diversos sectores beneficiados con el régimen económico instalado hacia 1976. Por un lado, los grupos económicos locales y los conglomerados extranjeros radicados en el país y por otro lado, los acreedores externos.

En 1988 se interrumpieron los pagos al exterior, así los intereses del capital concentrado interno se antepusieron a los acreedores externos, esto culminó con el estallido hiperinflacionario en 1989. Esta crisis giró en torno a la apropiación del excedente entre los conglomerados nacionales y extranjeros que operaban en el país y los acreedores externos. En general, las explicaciones se basaron en el agotamiento del Estado de Bienestar, aunque no es posible afirmar que existió este tipo de Estado en Argentina, no al menos con las características que tuvo en los países desarrollados.

De este modo, el Estado y el sector público se convirtieron en los chivos expiatorios de la crisis, y las soluciones implementadas se vincularon a reformular las condiciones de funcionamiento de un Estado “deficitario”, en tanto que, como se venía haciendo desde 1976 se siguieron fortaleciendo los intereses del mercado y del sector privado.

Si bien durante el gobierno radical se intentó llevar adelante el proceso privatizador, el mismo fue obstruido por los legisladores justicialistas. No obstante, el 9 de julio 1989 asumió el gobierno anticipadamente Carlos Menem<sup>38</sup>. De la mano del flamante presidente representante del partido justicialista se puso en marcha el programa por el cual las principales empresas del Estado pasaron a formar parte del sector privado. Apenas asumió el gobierno el Congreso aprobó dos leyes: la de Emergencia Económica por la cual se suspendió todo tipo de subsidio, privilegio y regímenes de promoción y se autorizó el despido de empleados estatales y la de Reforma del Estado promovió la privatización de una cantidad de empresas estatales y delegó en el poder ejecutivo el modo específico para realizarlas. Además, Menem logró adueñarse del poder del Estado, a estas dos leyes se sumaron: la ampliación de la Corte Suprema de Justicia que falló a favor del gobierno en la mayoría de las ocasiones, la remoción de todos los miembros del Tribunal de Cuentas y del Fiscal General, la reducción del rango

---

<sup>38</sup>

Carlos Saúl Menem había sido electo para presidente el 14 de mayo de 1989 con el 47% de los votos.

institucional de la Sindicatura General de Empresa Públicas, el nombramiento por decreto del Procurador General, la recurrencia sistemática a los Decretos de Necesidad y Urgencia y los vetos parciales o totales a varias leyes (Romero, 2001), así las garantías republicanas quedaron archivadas.

En 1991, asumió el ministerio de economía Domingo Cavallo, que posibilitó la sanción de la Ley de Convertibilidad, la misma estableció la paridad cambiaria fija entre la moneda nacional (peso argentino) y la moneda estadounidense (el dólar), se impidió que el Poder Ejecutivo emitiera moneda por encima de las reservas, con el objetivo de garantizar esa paridad. De este modo, se agudizó la liberalización de los mercados, la remoción de barreras arancelarias y paraarancelarias y la consolidación de estructuras oligopólicas (Basualdo, 2001).

El proceso privatizador se realizó en un tiempo record comprendido entre 1990-1994, entre las compañías de las cuales se desprendió el Estado se destacaron: una porción de la empresa petrolífera estatal, los ferrocarriles, las compañías estatales encargadas del transporte y distribución de gas natural y de la energía eléctrica, la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, Aerolíneas Argentinas, los astilleros y las firmas siderúrgicas y petroquímicas de propiedad estatal, los canales de radio y televisión, entre otros. Romero (2001) sostiene que se aseguró a las nuevas empresas el aumento de las tarifas, escasas regulaciones y situaciones monopólicas por varios años.

En ese período ingresaron al país una cantidad considerable de dólares, el Estado saldó su déficit, las empresas se re-equiparon y de modo indirecto se incrementó el consumo general. Continuaron las privatizaciones pero a diferencia de la primera oleada se incluyeron cláusulas de garantías de competencia, mecanismos de control, venta de acciones a particulares e incluso se previó la participación de los sindicatos en algunas de las nuevas empresas (Romero, 2001).

Las privatizaciones favorecieron a los acreedores externos, dado que se restableció el pago de los servicios de la deuda externa y a los grupos económicos locales y los conglomerados extranjeros radicados en el país, puesto que implicó la apertura de nuevos mercados y áreas de actividad con un reducido riesgo empresarial.

En este sentido, se verifica una alianza entre los consorcios adjudicatarios de las empresas estatales, que incluyó a los grupos económicos locales, los bancos locales y/o extranjeros y las empresas transnacionales. Como resultado de las privatizaciones apareció una forma peculiar de propiedad en el país, la asociación de capitales entre las empresas extranjeras y los grupos locales, que promovió una comunidad de negocios entre ambos sectores, que lograron capacidad de incidencia en la política y en el rumbo económico de la Argentina. Esto por ejemplo se reflejó en la escasa difusión sobre la propiedad del capital de las firmas transferidas (Basualdo y Azpiazu, 2002).

Las diversas modalidades de privatización promovieron la elaboración de estrategias por parte de los conglomerados locales para centralizar el capital. Así se pueden identificar tres lógicas:

- Adquisición de acciones o de empresas controladas por el Estado, por parte de grupos locales que ya operaban en el mismo sector industrial o de servicios (estrategia de concentración).
- Los conglomerados empresarios que adquirieron empresas para obtener una integración vertical u horizontal de sus actividades (estrategia de integración),
- Los grupos económicos que establecieron una estrategia de diversificación en relación a su actividad principal (estrategia de conglomeración).

En relación a la concentración Basualdo y Azpiazu (2002) plantean tres niveles: a nivel de las empresas privatizadas (grado de concentración de la propiedad en manos de un número reducido de personas), a nivel del proceso en sí (en la mayoría de los consorcios adjudicatarios se encontraba algún conglomerado empresarial con actividad en el país) y a nivel de la estructura de los mercados (el traspaso de los monopolios públicos al sector privado no modificó la dinámica de funcionamiento de los mercados involucrados).

Con respecto a las condiciones laborales, las tendencias hacia la desocupación y la subocupación que se iniciaron en 1976 se agudizaron en 1993 cuando se superó el 10%. No obstante, en 1995 se alcanzaron cifras inéditas porque la desocupación superó el 15%, porcentaje que en el 2001 trepó a más del 20%; “la desocupación y subocupación no sólo devienen el factor predominante en la concentración del ingreso sino que operan como el clásico ejército industrial de reserva, haciendo posible la reversión de conquistas laborales, precarizando las condiciones de trabajo, deprimiendo el nivel

salarial y expandiendo la marginalidad social” (Basualdo, 2001: 77). De esto modo, se disciplinó y desmovilizó a la clase trabajadora, esta vez no ejerciendo la violencia física directa como en la etapa dictatorial sino mediante el temor o la amenaza de perder el empleo.

Tras los dos mandatos presidenciales de Carlos Menem (1989-1995 y 1995-1999), este se alejó del gobierno sin el “salariazó” y la “revolución productiva” que había prometido en su campaña electoral de 1989, su paso por el poder estuvo signado por el pragmatismo, las relaciones de favoritismo con los principales grupos empresariales nacionales y extranjeros, y el contacto directo con Estados Unidos. Se trató de un gobierno criticado y sindicado por numerosos hechos de corrupción ante la justicia y el periodismo.

En el cargo lo sucedió Fernando De La Rúa, ya desde la campaña electoral trató de brindar una imagen opuesta a la de su antecesor, frente a la figura “dicharachera” y extremadamente mediática de Carlos Menem y con varios escándalos extragubernamentales en su haber, De la Rúa se presentó como un hombre centrado y honesto. De este modo, se impuso en la elecciones de 1999 con el 48,5% de los votos. Sin embargo, lejos de revertir la situación representó una continuidad en virtud de las políticas neoliberales, así se acentuó la concentración del ingreso y la recesión económica. A partir de la crisis económica sostenida desde 1998 se proponían dos alternativas: sostener la convertibilidad o devaluar de la moneda para reactivar a los sectores industriales). Los sucesivos cambios en el Ministerio de Economía (Machinea, López Murphy, Cavallo) y la renuncia al cargo del vicepresidente de Carlos Álvarez, entre otras cuestiones, tras la denuncia de corrupción debido al pago de sobornos a senadores por la sanción de la Ley 25.250 de Reforma Laboral, que trascendió con el nombre de “Ley Banelco” por el modo en el cual los legisladores habrían recibido el dinero, se convirtieron en indicadores del desgaste de la gestión del gobierno.

El gobierno aliancista promovió un ajuste económico que provocó una deflación general de precios, esto actuó como una devaluación del tipo de cambio y la reactivación de las exportaciones (Basualdo, 2001). Además, redujo los salarios del sector público, no obstante no logró reducir el déficit fiscal y continuó con el endeudamiento externo.

El 2001 representó el estallido de la crisis política, económico y social que se empezó a gestar varias décadas atrás, y que fue resultado de una serie de medidas que incluyeron, entre otras: ajustes a los salarios y la precarización laboral, reducción del déficit fiscal, reformas impositivas, apertura comercial y re-regulación de los mercados que habilitaron una masiva importación de productos en detrimento de la industria nacional.

El deterioro general de la condiciones de vida de diversos sectores sociales sumado a una serie de medidas económicas que incluyeron la incautación de los depósitos personales, se conjugaron con una acción política del peronismo promoviendo las manifestaciones populares de las jornadas del 19 y 20 de diciembre de 2001, bajo el lema “Que se vayan todos, que no quede ni un solo” se precipitó la renuncia de Fernando De La Rúa al cargo presidencial. En síntesis se conjugó una crisis del patrón de acumulación, con una crisis de gobierno –mediante el relevo de los funcionarios de mayor rango- y una crisis de régimen –en el cual los distintos sectores intentan modificar los criterios de representación- (Basualdo, 2001).

Este período comprendido entre 1989-2001, según Santiago Marino (2007) puede denominarse como la “larga década neoliberal” que se caracterizó por la re-regulación de los mercados, la concentración de la propiedad y extranjerización, un nuevo modo de intervención del Estado guiado por las urgencias de los mercados y un cambio en la acumulación del capital.

Los cambios descriptos afectaron al conjunto de las industrias incluidas las empresas relacionadas con la radiodifusión. Se pueden destacar dos etapas: la primera de privatización de los medios de comunicación (1989-1995), que se caracterizó por la presencia de agentes nacionales y la segunda de extranjerización de la propiedad de los medios de comunicación (1995-2001), en manos de empresas de telecomunicaciones y transnacionales de la comunicación (Albornoz y Hernández, 2005).

Así la concentración, la centralización y la extranjerización afectaron la propiedad de los medios de comunicación en Argentina. Estos estuvieron sujetos a una serie de regulaciones específicas en el sector que habilitaron todo tipo de fusiones y movimientos empresariales, las estrategias de integración vertical, horizontal y conglomeral se constituyeron en la moneda corriente de esa etapa, en la que una vez

más quedó demostrada la connivencia de los intereses empresariales (nacionales y extranjeros) con el Estado. Los organismos de contralor poco hicieron por conocer en manos de quienes quedaban las compañías o en que condiciones se realizaban las transferencias de acciones.

A continuación se explica el desarrollo de la radiodifusión en el período 1989-2001, que se enmarca dentro del escenario político-económico antes expuesto.

#### **4.2.1 Privatizar era la cuestión: la televisión argentina 1989-2001**

Como se explicó, en 1989 asumió la presidencia anticipadamente a la fecha prevista Carlos Saúl Menem. Una de las primeras medidas del gobierno fue la sanción de la Ley de Reforma de Estado 23.696 (conocida como Ley Dromi), mediante la cual los principales activos del Estado (capital social) fueron transferidos al sector privado (capital privado). Generalmente, el imaginario social recuerda la privatización de los servicios públicos (gas, luz, teléfono y agua). No obstante, la normativa impactó directamente en los medios de comunicación, específicamente el Art. 65 estableció que las emisoras de radiodifusión quedaban sujetas a la privatización y modificó el Art. 45 de la Ley 22.285 permitiendo que las empresas periodísticas accedieran a licencias en el sector audiovisual, hecho que inició el proceso de concentración mediática en el país.

En septiembre de 1989, mediante Decreto N° 830 se llamó a licitación de los Canales 11 y 13. A fines de diciembre de ese año, a través de otro Decreto el 1540 se otorgaron las licencias de LS84 Canal 11 a Televisión Federal S.A (Telefé) y LS85 Canal 13 a Arte Radiotelevisivo Argentino SA (Artear) comenzaba junto con los medios de comunicación la ola privatizadora (Baranchuk, 2005)<sup>39</sup>. Mientras se desarrolló este proceso los canales fueron coadministrados entre el Estado (a través de los interventores asignados) y los trabajadores de las señales, posibilitando la emisión de la programación y el cumplimiento en el pago de los salarios.

---

<sup>39</sup> ARTEAR SA: en ese momento el grupo estaba compuesto por Ernestina Herrera de Noble (directora de Clarín), Héctor Horacio Magnetto (AGEA SA e INVARAR SA), Alberto Gollán (Canal 3 y LT2 de Rosario); José Bonaldi y Arón Braver (Canal 12 de Córdoba), Jorge Enrique Estornell (Canal 8 de San Juan y Cana 8 de Mendoza); Eduardo García Hamilton (ex director del diario La Gaceta de Tucumán, y ex presidente de DyN); Luis Alberto Pérez (director del diario El Territorio de Posadas); Ricardo Sáenz Valiente (director y propietario del diario La Calle, Concepción del Uruguay, Entre Ríos) y TELEVISORA FEDERAL: estaba formada por Editorial Atlántida, Francisco y Santiago Soldatti, Luis Zanón, Avelino Porto y una sociedad de 10 canales del interior liderada por Alejandro Massot (Baranchuk, 2005: 222).

Rossi (2005) explica que las modificaciones aplicadas al plexo normativo crearon un mapa hipercomercial con altos niveles de concentración, con movimientos de capitales en el sector que hasta la primera mitad de la década del '90 implicaron: la conformación de dos grupos multimedios (Telefé y Grupo Clarín), el entrecruzamiento entre distintas ramas de las industrias culturales y la expansión de la televisión por cable -hacia 1994 había en el país 4 millones abonados (Marino, 2007)-. No obstante, la acelerada expansión del sistema de pago (al menos hasta 1995) el *rating* en conjunto de los canales 9, 11 y 13 superaba a la suma del *rating* de las señales de cable distribuidas en la Capital Federal (Rossi, 1995).

La programación comenzó a jugar un papel central en la televisión argentina, de algún modo acertar con el/los programa/s correctos y los horarios de emisión adecuada, garantizaba audiencia y publicidad. De esta manera, en la primera mitad de la década del '90, el proceso de privatización de los canales se reflejó en la programación, “las gerencias de programación de las principales emisoras (...) incorporaron nuevas formas de selección de material a emitir, no ya dependiendo del olfato del gerente, sino de pre-tests con grupos cualitativos. Los programas poco exitosos comenzaban a ser bajados del aire” (Rossi, 2005: 249). Se consolidó de este modo un sistema televisivo competitivo, comercial y con una nueva lógica de concebir el negocio. Además se monopolizó la transmisión de los partidos de fútbol a partir del contrato en abril de 1991 entre la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) y la sociedad anónima Televisión Satelital Codificada (TSC)<sup>40</sup>, de este modo se concentró la televisación de los partidos de fútbol argentino en manos de una empresa privada que emitía los partidos por televisión por cable y además tenía un servicio *premium* para los clásicos de la fecha, aquellos que accedían a esta opción debían pagar además del abono tradicional, un adicional por recibir estos partidos. En agosto de 2009, tras 18 años de monopolio regido por un sistema económico basado en el *pay per view* (pagar por ver), la AFA rescindió el contrato con TSC, el presidente de la AFA Julio Grondona alegó que la compañía había sub-informado ganancias. Este hecho se produjo en simultáneo con el debate de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y de la tensa relación entre el gobierno y los medios de comunicación, principalmente con el Grupo Clarín.

---

<sup>40</sup> Empresa conformada por TyC -los dueños de la empresa son la holandesa DLG Offshore Partners III (16,7%), el estadounidense Frederick Arnold Viarra (26,56%), el local Nofal Sports Holdings SA (23,53%) y DirecTV LatinAmerica (32,2%) y Trisa (Tele Red Imagen), en ambas tiene capital accionario el Grupo Clarín.

Posteriormente, el gobierno se asoció con la AFA y lanzó el programa *Fútbol para todos*, así el gobierno aporta 600 millones de pesos anuales para detentar los derechos televisivos del fútbol argentino y garantizar el acceso mediante televisión abierta a un espectáculo de interés público.

Si se prosigue con esta etapa, se posibilitó mediante el Decreto 1771 (septiembre de 1991) la emisión de publicidad dentro de los programas aunque esto en rigor ya sucedida. Por otra parte, la Ley 24.124 (agosto de 1992) aprobó el Tratado celebrado entre la República Argentina y los Estados Unidos de América sobre la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, que se suscribió en Washington (noviembre de 1991)<sup>41</sup>, mediante el mismo se permitió que personas físicas y/o jurídicas estadounidenses realizaran inversiones en iguales términos que los actores nacionales.

Complementariamente, la Reforma Constitucional de 1994 estableció que los tratados internacionales tenían jerarquía superior a las leyes nacionales (Art. 75 inc. 22). De este modo, la prescripción planteada en el Art. 45 de la Ley 22.285 mediante la cual se impedía la propiedad de la radiodifusión en manos extranjeras quedaba sin efecto al menos para el capital proveniente de Estados Unidos. Con estos fundamentos, el COMFER, mediante Resolución 350/95 facilitó los requisitos y condiciones para que las personas físicas o jurídicas de origen estadounidense pudieran acceder a las licencias y a la explotación de servicios de radiodifusión (Eliades, 2003).

La renovación del mandato presidencial de Carlos Saúl Menem (1995-1999) en relación a los medios de comunicación significó el incremento de los niveles de concentración, pero al capital nacional se le sumó la participación de empresas extranjeras que empezaron a invertir en el sector, a partir de la relajación de la normativa vigente referida a los Tratados de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones. Esto

---

<sup>41</sup> Anguita (2002) explica que uno de los motivos para la firma del Tratado con Estados Unidos se basó en los derechos de transmisión de los partidos de la Selección Argentina de Fútbol por los canales abierto de aire del Mundial USA 1994. En ese entonces TyC Sports había comprado los derechos para transmitir por cable (y solamente por esta vía) los partidos. Menem a punto de enfrentar el proceso de re-elección no podía dejar que los argentinos tuvieran acceso a los partidos por medio del pago que suponía la televisión por cable. En síntesis, mientras mirábamos el mundial cedíamos la propiedad de los medios de comunicación al capital extranjero.

favoreció la conformación de dos grandes conglomerados mediáticos, el Grupo Clarín y la sociedad Citicorp Equity Investmente (CEI)<sup>42</sup>-Telefónica.

Para Luis Albornoz y Pablo Hernández (2005) la constitución de CEI-Telefónica supuso la transformación más destacada del sistema televisivo, dado que permitió una serie de adquisiciones que finalizaron con la compra en el período 1997-1998 de los canales 9 y 11 (Telefé), sumadas las emisoras provinciales vinculados a ambos canales. Además controlaba el 35,8% de Cablevisión, el 20% de Torneos y Competencias, radio La Red y Continental, y participaba en la Editorial Atlántida. Por otro lado, Goldman y Sachs Group compró el 18% del paquete accionario del Grupo Clarín<sup>43</sup>.

En cuanto a la regulación se destaca el Decreto 1005/99 que autorizó el ingreso de capitales extranjeros para los casos en los cuales el país había firmado Tratados de Reciprocidad, se promovió la concentración así se amplió el número de licencias por operador de 4 a 24, se autorizó el funcionamiento permanente de cadenas de transmisión, se permitió agrupar la pauta publicitaria por bloques horarios, lo cual facilitó el manejo del *prime time* y se facilitó la transferencia de licencias entre los licenciarios, hasta ese momento el COMFER se encargaba de evaluar las condiciones de aquellas personas físicas o jurídicas que aspiraban a ser radiodifusores, entonces se dificultó el seguimiento de los licenciarios con los servicios.

Otra de las medidas del período fue la adopción de la norma para la televisión digital. Se escogió el sistema norteamericano a través de la Resolución 2357/98 de la Secretaría de Comunicaciones (SeCom), sin previas pruebas técnicas se apostó por la alta definición. Así Argentina se convirtió en el cuarto país en adoptar la norma norteamericana ATSC detrás de Canadá, Taiwán y Corea del Sur y el primero en Latinoamérica. En parte esa elección se basó en la presión ejercida por los telerradiodifusores privados, pero generó tensiones con los socios del MERCOSUR por el carácter inconsulto de la decisión (Albornoz, Hernández y Postolski, 2000). En ese

---

<sup>42</sup> El Citibank fue una de las empresas que integró el *pool* de accionistas que conformó Telefónica de Argentina cuando se privatizó Entel. En 1992 buscó socios para fortalecer su participación en el escenario argentino y fundó CEI (Citicorp Equity Investments) (Anguita, 2002).

<sup>43</sup> Ambos grupos contaron con el apoyo explícito del gobierno, por ejemplo, sancionó los Decretos 85 y 86 por los cuales llamaba a licitación a dos canales de televisión abierta en Rosario y Córdoba. Los empresarios provinciales cedieron frente a la presión y decidieron vender sus canales, dado que, la estructura publicitaria de estos mercados haría insostenible a esas señales.

entonces, el gobierno otorgó permisos a las emisoras para realizar pruebas de TDT pero nunca llegaron a efectivizarse completamente<sup>44</sup>.

Como se explicó el gobierno de Alianza UCR-FREPASO a cargo de Fernando De la Rúa supuso una continuidad con las políticas neoliberales que se venían aplicando desde finales de la década del '80, contribuyó a agravar la crisis económica y el deterioro de las instituciones. En relación a las políticas de comunicación se pueden mencionar como principales medidas el veto a la Ley 25.208 de Radio Televisión Argentina (RTA)<sup>45</sup> y la creación mediante el Decreto 94/01 del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP), para administrar conjuntamente: Canal 7, Radio Nacional, Télam y el SOR.

El COMFER continuó intervenido, aunque durante la gestión de Gustavo López generó algunas acciones que quedaron a mitad de camino entre la investigación sobre las licencias otorgadas en las presidencias de Menem, y las propuestas para cambiar la regulación y ampliar el ejercicio del derecho a la comunicación a sectores sociales que estaban proscriptos, por ley, para acceder a la titularidad de licencias audiovisuales. Se intentó ordenar el espectro radioeléctrico y un nuevo proyecto de ley de radiodifusión fracasó, por las divisiones al interior del gobierno (Marino, 2007).

En síntesis, la recesión de la economía argentina a partir de 1998, que concluyó en el estallido de la crisis de 2001 y la posterior devaluación de la moneda en 2002, también tuvo sus consecuencias en los canales de televisión. Los canales privatizados durante la época menemista, Canal 11 y Canal 13 tuvieron que rever sus estrategias de programación frente a la merma de la inversión publicitaria, captar la atención de las audiencias se convirtió en el principal objetivo, a la vez se empezaron a diseñar proyectos para la exportación de formatos y enlatados como una nueva fuente de negocios que permitiera sostener las producciones, “con respecto a los horarios, ambas

---

<sup>44</sup> En mayo de 2000, el gobierno de Fernando De la Rúa dejó sin efecto la medida y en abril de 2006 el entonces primer mandatario, Néstor Kirchner, inició un proceso de revisión formal. Finalmente, el 28 de agosto de 2009, tras la finalización de la Cumbre de Unasur (Unión de Naciones Suramericanas) cuya sede fue la ciudad de San Carlos de Bariloche (Argentina), la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció la adopción de la variante brasileña del estándar técnico japonés ISDB-Tb para la Televisión Digital Terrestre (TDT).

<sup>45</sup> RTA planteaba la creación de una sociedad estatal no gubernamental, que sería controlada por el Congreso, a cargo de la administración de ATC, Radio Nacional, el SOR y la RAE. Tenía una misión educativa y cultural y se financiaría con dinero proveniente del presupuesto nacional, el 30% de lo que recaudaba el COMFER y un fondo de renovación tecnológica formado por un porcentaje de lo que el Estado recaudará por la adjudicación de las licencias.

cadena recurrieron a la serialización entre las 21 y las 23 y a un significativo aumento de la cantidad de programas realizados en coproducción o por productoras independientes (...) En una época de crisis aquello que funcionaba en un canal rápidamente era replicado en la pantalla de su competidor o bien se negociaba con las productoras independientes para traer aquellos programas exitosos a la competencia” (Ferrari Boniver y Funes, 2009: s/p).

Para María Victoria Bourdieu (2010) “los estilos de los canales vendrán de la mano de los *managers* de contenidos (...) los jóvenes ejecutivos que empiezan a manejar la industria de la televisión abierta a pedido de las corporaciones que lo poseen, tienen los nuevos criterios de la globalización y la eficiencia, la maximización de los beneficios a como dé lugar, aunque con la firme convicción de que para eso tiene que irremediablemente gustarle al público” (Bourdieu, 2010: 64). A lo largo de su existencia los canales de televisión abierta en Argentina se convirtieron de estructuras personalistas con importantes cabezas que los manejaban (Romay, Mestre, García) a desprendimientos de fondos de inversión que tenían sus intereses diversificados en diversos sectores económicos y no solamente en los medios de comunicación (Ulanovsky y Sirvén, 2009).

#### **4. 3 Los canales de televisión y las productoras “independientes”: ¿relaciones peligrosas?**

A partir de mediados de la década del '90, la programación de los canales fue producida o coproducida por empresarios independientes. Estos paulatinamente, ocuparon lugares centrales en la programación, asumieron los costos de producción que antes corrían por cuenta de los canales y accedieron a la torta publicitaria. Las emisoras se beneficiaron con la descentralización productiva, menos gastos en personal fijo y mayor calidad técnica y artística (Getino, 2008).

En esta dirección resulta interesante retomar el estudio realizado por Arnold Windeler y Jorg Sydow (2001) en el cual analizan la televisión alemana a los efectos de observar las transformaciones ocurridas desde la producción de contenidos *in house* a las formas colaborativas en redes de proyectos. Así, describen una serie de factores que afectaron a la industria televisiva y a la producción de contenidos. Entre ellos se destacan: el

creciente carácter global de esa industria, por el cual muchos grupos de medios actúan como empresas multinacionales y controlan no solo la distribución sino también la producción de contenidos a escala global. Por otro lado, el impacto de la digitalización mediante la adopción de tecnologías digitales para la producción y distribución. Finalmente, la privatización de las emisoras en muchos de los países europeos que consolidó un sistema dual en el cual conviven las emisoras privadas y públicas de gran tradición en Europa. Estos parámetros pueden aplicarse para abordar el caso argentino, dado que existen pues empresas multinacionales que participan directamente en la producción y distribución de contenidos simbólicos, o bien establecen alianzas comerciales con las principales productoras del país. Del mismo modo los procesos de digitalización también repercutieron en los modos de organizar la producción de los bienes culturales y el proceso de privatización afectó el devenir del sistema televisivo argentino, aunque de un modo completamente distinto al caso alemán, como se observó en el apartado anterior.

En Argentina se pueden identificar dos momentos en relación al desarrollo de las productoras independientes: a) 1990-1994 en el cual se verifica la existencia de productoras independientes argentinas que realizan coproducciones con el exterior, es decir que, al tiempo que abastecían el mercado local nutrían las pantallas internacionales y empezaron a reposicionar a la telenovela argentina en el ámbito internacional. En general, se trataron de superproducciones de época con un gran despliegue de vestuario y ambientación. Al mismo tiempo, los canales produjeron ficciones para cubrir su propia programación con programas destinados al ámbito nacional<sup>46</sup> y; b) 1995-2001 en esta etapa se desarrollaron una serie de productoras independientes que empezaron a abastecer la programación de los canales, aunque los programas no se limitaron a las ficciones, sino que incluyeron entretenimiento y periodísticos informativos. De este modo, se constató un pasaje de la producción *in house* a las formas colaborativas en redes de proyectos (Windeler y Sydow, 2001).

No obstante, este fenómeno empezó a crecer tímidamente a comienzos de la década del '90 con el desarrollo de algunas producciones de ficción a cargo, de Omar Romay que

---

<sup>46</sup> Sólo por citar algunos ejemplos: *Amigos son los amigos* (1990-1993, Canal 11), *Grande Pá* (1991-1994, Canal 11), *Clave de Sol* (1990-1991), *Son de Diez* (1992-1995), *La Banda del Golden Rocket* (1991), *Montaña Rusa* (1994).

fundó Promisa<sup>47</sup> (una productora de cine y televisión) e instauró la compañía Ronda Estudios. Por otra parte, Raúl Lecouna renombró a los antiguos estudios cinematográficos Argentina Sono Film con el nombre Sonotex y también comenzó a producir ficciones<sup>48</sup>.

Mazziotti (1994) señala que muchas de las coproducciones se realizaron con Silvio Berlusconi *Communication* en el período comprendido entre 1990-1994. Esto permitió la recuperación de viejos estudios cinematográficos de las décadas del '40 y '50 como Sonotex, Pampa, Mapol y Baires. Al mismo tiempo propició trabajo a guionistas, actores y técnicos.

El grupo Berlusconi junto con Omar Romay grabaron en los estudios Mapol, *Cosecharás Tu Siembra* (1992, Canal 9) y *Más Allá del Horizonte* (1994, Canal 9). Esta última fue una producción de época, con un importante despliegue de producción que implicó, por ejemplo, elaborar los capítulos con veinte días de anticipación a su grabación (Nielsen, 2009).

Con Crustel SA el grupo Berlusconi concretó la realización de: *Manuela* (1991, Canal 13), *Soy Gina* (1992, Canal 13) y *Micaela* (1994, Canal 13). *Manuela* tuvo un costo de 7 millones de dólares, se grabó en Italia y España, y utilizó los estudios Sonotex en Argentina. Se utilizaron alrededor de 120 decorados y se trató de una telenovela con altos costos de producción porque hubo que reconstruir mobiliario y vestuario de época y *Soy Gina* supuso la continuación de *La extraña dama*, Lucy Gallardo (autora de la telenovela) vendió los derechos a Crustel SA, dejó afuera del negocio a Omar Romay. La telenovela contó con 80 capítulos, el costo promedio por capítulo rondó los 40.000 dólares y se vendió a 70 países (Nielsen, 2009).

Además, Silvio Berlusconi *Communication* produjo para la red Tele 5 de España junto a Raúl Lecouna *Primer Amor* (1993, Canal 9). Y asociado, únicamente, con Raúl

---

<sup>47</sup> La empresa realizó entre otros programas: *La extraña dama* (1989-1990), *Cosecharás tu siembra* (1990), *Más allá del horizonte* (1994).

<sup>48</sup> *Amo y Señor* (1984), *El infiel* (1985), *Amándote* (1988), *Amándote II* (1990), *Rebelde* (1990), *Celeste* (1991), *Antonella* (1992/1993), *Celeste siempre Celeste* (1993/1994). En asociación con Telefe realizó: *Perla Negra* (1994/1995), *Zingara* (1996), *Mía, solo Mía* (1997), *Muñeca Brava* (1998/1999), entre otras.

Lecouna llevó adelante los proyectos: *Celeste* (1991, Canal 13), *Antonella* (1992/1993, Canal 13) y *Celeste siempre Celeste* (1993/1994, Canal 11). La primera de estas telenovelas, *Celeste* fue una superproducción con un costo total de 2.500.000 dólares. La misma se grabó durante 10 meses en los estudios Sonotex, participaron 45 personas entre técnicos y actores (14 intérpretes fijos y 8 rotativos) en jornadas que se extendían por 9 horas diarias, 15 decorados fijos, un 30% de escenas en exteriores y 172 capítulos (Nielsen, 2009).

Por otra parte, es preciso mencionar la instalación entre 1993/1994 de la filial argentina de la cadena mexicana Televisa que produjo *Apasionada* (1993, Canal 13), *El amor tiene cara de mujer* (1993, Canal 13), *Esos que dicen amarse* (1993, Canal 9), *El día que me quieras* (Canal 13, 1994). También, la productora argentina Reytel (propiedad de los hermanos Alberto y Eduardo Reyna) grabó junto con Antena 3 de España *El oro y el barro* (1992, Canal 9).

Estas telenovelas tuvieron entre 80 y 150 capítulos, rondaron los 35.000 y los 50.000 dólares por capítulo. En este lapso, Argentina produjo telenovelas a la medida de los inversores, aportando mano de obra barata, los costos de producción eran menores de los que se pagarían en un país europeo, el conocimiento del género, el oficio, la creatividad de los técnicos argentinos permitió grabar un capítulo en 8 horas de trabajo, cosa imposible en Europa, donde los tiempos de ensayo y de grabación eran más extensos (Mazziotti, 1994).

Getino (2008) destaca que a mediados de la década del '90 algunos productores independientes muchos de ellos provenientes del cine montaron diversas empresas y ubicaron sus productos en los canales cabecera de Buenos Aires. Se puede establecer que esta etapa abarcó desde 1995 hasta 2001, dado que, a partir de la crisis desatada ese año tanto las emisoras como las productoras tuvieron que rediseñar sus estrategias para reubicarse en el nuevo escenario económico y político, que afectó a sus negocios.

Antes de proseguir se identificarán las principales productoras surgidas durante esta etapa, sin embargo el énfasis principal estará puesto en aquellas que se dedicaron a la realización de ficciones.

En Argentina, varias de las productoras denominadas independientes se reúnen en la Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión (CAPIT) que se constituyó en 1999. Las empresas que producían programas de televisión para los canales de televisión, se juntaron para tener un lugar en común con el objeto de enfrentar de modo coordinado los problemas de esta actividad. Según la propia CAPIT, los afiliados producen más de la mitad de la programación que emiten los canales argentinos y la abrumadora mayoría de las horas del *prime time* nacional<sup>49</sup>.

Las productoras independientes traspasaron con sus productos las fronteras nacionales y se convirtieron en exportadoras de contenidos para diversas partes del mundo, ya sea mediante la venta de formatos, enlatados o de productos realizados en el país para el mercado externo. Se estima que otorgan trabajo a más de 3.000 personas (entre técnicos, actores y personal administrativo).

Las principales productoras de ficción que nacieron en la etapa 1995-2001 fueron:

**Pol-ka:** de Adrián Suar y Fernando Blanco, hizo su ingreso en la televisión con Poliladrón en pocos años pasó de contar con una hora de programación en Canal 13 a multiplicar su alcance a 10 horas semanales, con seis estudios propios y numerosas locaciones alquiladas para cada oportunidad, siete unidades completas de producción y más de 350 personas empleados. La productora Pol-Ka de Adrián Suar constituyó una de las empresas éxito de esos años. Sus programas se ubicaron en Canal 13. Luego el Grupo Clarín compró el 30% de la productora y Suar quedó a cargo de la Gerencia de programación de la emisora. Algunos de sus productos más destacados: *Gasoleros*, *Campeones*, *Son amores*, *Amas de Casa Desesperadas*, *Locas de Amor*, *Socias*, *Valientes*, *099 Central*, *Padre Coraje*, *Por el nombre de Dios*, *22 el Loco*, *Sin Código*, *Mujeres Asesinas*, *Vulnerables*, entre otras. Además de los proyectos propios, la compañía brinda servicios de producción a terceros y realiza coproducciones con las mayores empresas internacionales de la industria audiovisual<sup>50</sup>.

**LC Acción Producciones S.A.:** Desde el año 1980 LCA Producciones desarrolló telenovelas para las principales señales de la región bajo la referencia de Enrique Estevanez. Se especializó en la producción de programas de ficción para televisión.

---

<sup>49</sup> Fuente: <http://www.capit.org.ar/es/capit.html>.

<sup>50</sup> Fuente: <http://www.pol-ka.com.ar/>.

Entre sus productos más conocidos se encuentran *PH*, *Infieles*, *Los Felipe* y las telenovelas: *Amor en custodia*, *La ley del amor* y *Herencia de amor*. La empresa funciona en Estudios Pampa, que cuenta con: un edificio de tres plantas, con dos estudios de 1200 m<sup>2</sup> acondicionados y móviles para exteriores, taller de carpintería, depósito de decorados, área de *post-producción*, oficinas, camarines, y salas de vestuario, maquillaje y peinado. LC Acción alquila los estudios a productoras independientes, de publicidad y cinematografía, ofreciendo equipamiento y personal técnico altamente capacitado<sup>51</sup>.

**Ideas del Sur:** se creó en 1996 por Marcelo Tinelli, la empresa se desarrolló abarcando distintos géneros: entretenimiento, ficción diaria y unitaria, documentales, *realities shows* y deportes. Se pueden mencionar: *Los Roldán*, *Disputas*, *Okupas*, *Tumberos*, *Buenos Vecinos*, *Todo por Dos Pesos*, *Patito Feo*, *Costumbres Argentinas* y *Showmatch*, el programa insignia de la productora.

**RGB Entertainment:** fue creada en el año 2000 por Gustavo Yankelevich y Víctor González, realiza íntegramente producciones televisivas, cinematográficas, discográficas, teatrales y *shows* musicales, tanto para la Argentina como para el exterior. Con sedes en Buenos Aires y San Pablo, la empresa comercializó programas como: *Popstars*, *Kachorra*, *Provócame*, *Casi Ángeles*, *High School Musical*, *Princesas*, *Chiquititas* y *Floricienta*.

**BBTV S.A.:** es una productora independiente se conformó en el año 2000, por los hermanos Alejandro y Sebastián Borensztein. La actividad la iniciaron en los años '80, como autores y productores de los ciclos de Tato Borensztein. Produjeron entre otros ciclos: *El garante*, *La Argentina de Tato*, *La Cajita Social Show*, *Malandras*, *Piel Naranja*, y *Chau Domingo*.

Uno de los productos más destacados de BBTV fue *Tiempo Final*, un unitario sin continuidad que se emitió por Telefe entre 2000-20002 y cuyo formato se exportó a diversos países del mundo, donde se realizaron exitosas versiones locales. En los últimos años, produjo televisión principalmente para señales internacionales: Antena 3, Sony, Fox y TN Chile.

---

<sup>51</sup>

Fuente: <http://lcaproducciones.com.ar>.

**Central Park Productions:** es una productora integral de contenidos para el mercado local e internacional, con tres estudios propios y un completo equipo de realización. Se fundó en el año 2000 y su presidenta Celina Amadeo, contaba con experiencia en el campo de las telenovelas. Entre sus trabajos se destaca la producción y realización de *Amanda O* (la primera ficción pensada para Internet, celulares y televisión), y de la multipremiada serie diaria *Lalola*, que fue vendida a más de 70 países y ganadora del Martín Fierro de Oro. Además de las producciones propias, la productora brinda servicios integrales de realización y producción de productos.

Por otra parte, se destacaron otras cuatro empresas productoras, cuyos programas ligados al entretenimiento, a los *realities shows* o al periodístico informativo ocuparon horarios centrales en los principales canales de televisión abierta.

**Cuatro Cabezas:** se formó en 1993, con Mario Pergolini y Diego Guebel se expandió a nivel nacional e internacional. Produjo *Caiga quién caiga*, *La Liga*, *E24*, *Zapping*, *Algo habrán hecho*. Además, realizó cortos publicitarios e incluso contenidos originales para cadenas como HBO, MTV, History Channel, Discovery, Fox, TNT. En 2007 fue vendida al grupo holandés Eyeworks. Posee filiales también en Chile, Brasil, España, Italia y Portugal.

**Promofilm:** la fundó Horacio Levin en 1990. Se especializó en el entretenimiento a nivel nacional e internacional. Produjo versiones originales y adaptaciones de: *Expedición Robinson*, *El conquistador del fin del mundo*, *Fort Boyard*, *Sorpresa y media*, *Agrandaditos*, *Quién quiere ser millonario* y *Grandiosas*. A partir de 1995 integró diversos *Holdings* españoles (Globomedia, Grupo Árbol) y desde 2006 Imagina Media Audiovisual (fusión de Mediapro y Grupo Árbol). Cuenta con oficinas en Argentina, España y Estados Unidos. La productora tiene como principales clientes a las más importantes cadenas internacionales (El Gourmet, Cosmopolitan, Discovery Home and Health).

**Endemol Argentina S.A.:** surgió en 1997 con el nombre Producciones y Publicidad, pero en 2001 tras asociarse con *Endemol Entertainment* cambió su denominación. Originalmente se centró en programas de: entretenimientos, magazines y *realities*, la

productora se expandió hacia géneros ficcionales, documentales, magazines periodísticos y programas infantiles. La empresa vendió sus propios formatos a distintos países de Latinoamérica y Europa. *Gran Hermano*, *Operación Triunfo*, *Pulsaciones*, *Cámara Testigo*, *Policías en Acción*, *Call TV*, *El Último Pasajero* y *Trato Hecho* son sólo algunas de sus realizaciones más conocidas.

**GP Producciones S.A.:** es una de las primeras productoras independientes de televisión de la Argentina. Surgió en 1994 con Gastón Portal, entre sus programas se encuentran *PNP*, *El ojo cítrico*, *Fuera de foco*, *Ran 15*, *El resumen de los medios* y *Un mundo perfecto* en televisión abierta, además produjo programas para el cable. En el 2009, BBC Worldwide adquirió un porcentaje de la productora. Esta nueva relación, convirtió a GP Media en el socio de producción exclusivo para el sector de habla hispana de América Latina y a BBC Worldwide en el distribuidor exclusivo de los formatos originados por GP.

Ahora bien, si hasta ese momento los canales de televisión fueron los escenarios indiscutidos de la creación de contenidos, “cedieron” ese espacio a las productoras independientes. Sin embargo, este “ceder” no debe entenderse en términos simplistas sino que encuentra su explicación en cuestiones de rentabilidad financiera, frente a las condiciones de trabajo impulsadas en el país, caracterizadas en la década del ´90 por la flexibilización laboral y por la desidia de los sindicatos. Los canales se aventuraron a tercerizar sus producciones para reducir los riesgos implicados en la producción de los programas (periodísticos o de ficción), incluidas las cargas sociales que implicaba tener personal contratado bajo relación de dependencia, de este modo se ahorran muchos de estos costos. En otras palabras, “los canales han quedado limitados a ser una marca, un sello conocido y unas paredes porque de ellos ha desaparecido una de sus funciones esenciales: la de producir. Las factorías están en otros lados, los contenidos provienen de otras empresas, igualmente privadas y que retienen casi completamente la actividad” (Ulanovsky y Sirvén, 2009: 32). Para Heber Martínez<sup>52</sup> hasta los ´90 había mucha producción propia y de baja calidad, hasta que se privatizaron los canales, ahí comenzó la competencia fuerte y se empezó a producir. En los ´90 otra de las características fue

---

<sup>52</sup> Heber Martínez (2011), Gerente de Relaciones Institucionales en Telefó Entrevista realizada para la presente Tesis el 12/07/2011).

el surgimiento de las productoras independientes, tal es así que Canal 13 terminó comprando una parte de Pol-Ka y una de Ideas del Sur.

Claudio Martínez (2010) indica que esto supuso que los canales se convirtieran en transmisores y programadores de ciclos producidos y realizados lejos de sus estudios. Se crearon empresas capaces de ofrecer productos innovadores, de calidad y a un costo relativamente bajo. No obstante, estas productoras empezaron a crecer, de ser empresas artesanales conformaron pequeñas industrias, algunas fueron compradas en su totalidad o en parte por los canales y otras se asociaron con capitales extranjeros para seguir operando y poder extender sus productos por fuera del ámbito nacional (Claudio Martínez, 2010, en Valor y Símbolo).

Por su parte, Horacio Levin, fundador de Promofilm, remarca las ventajas que ofrecen estas productoras, según él una empresa privada lleva adelante dos o tres proyectos a los cuales les puede prestar cierta atención, mientras que un canal debe programar 12 horas diarias mínimamente por siete días a la semana y sostiene que cuando un canal quiere producir todo, termina por convertirse en una megaempresa con miles de empleados y balances en rojo, concluye que la tercerización baja el nivel de riesgo empresario de los canales y tiende a mejorar la calidad de la programación (Horacio Levín en Ulanovsky, Sirvén e Itkin, 1999: 630).

Según Edgardo Borda<sup>53</sup> la tercerización no afectó a la producción de la ficción. Hay canales como el 13 en los cuales los estudios no son muy grandes, por lo cual, hacer ficción ahí suponía tener anulado un estudio. En esta dirección cualquiera de las productoras independientes contratadas puede tener disponible un espacio de 1200 m<sup>2</sup>, para hacer una telenovela con mayor cantidad de escenografías. Además, afirma Borda “al comprar un producto, si estás disconforme con ese contenido, se puede corregir pero no te genera directamente un problema económico. No te afecta tu presupuesto, en cambio si la producción es del canal es este el que tiene que absorber el costo”.

---

<sup>53</sup> Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal 13. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/12/2011.

En tanto que Ulanovsky y Sirven (2009) remarcan la existencia de diversas modalidades de trabajo entre una productora y un canal de televisión: a) el canal le cede un horario determinado a una productora privada a cambio de un pago fijo, es rentable para la productora si logra recaudar por publicidad más de lo que le cuesta el espacio; b) la productora y el canal comparten los gastos y la recaudación publicitaria; c) el canal paga la producción en su totalidad, paga un porcentaje a la productora y se queda con el total de la recaudación publicitaria. Asimismo, las productoras independientes producen a solicitud de los canales o por su propia cuenta programas para la venta local o internacional. Algunas cuentan con sus propios equipos y estudios, mientras que otras los alquilan de acuerdo a la producción que deban realizar.

Windeler y Sydow (2001) consideran que en el caso alemán la irrupción de nuevas emisoras promovió un modelo que se basó en comprar los contenidos por fuera de la compañía, no porque estas no tuvieran las capacidades para producir sino porque consideraban que era más costoso y suponía menos innovación, en un entorno que se presentaba más volátil, entonces, contratar producción constituyó una alternativa viable para que muchas productoras independientes pudieran emerger.

En esta dirección, para el caso argentino se destaca que desde 1995, Canal 13 dejó a cargo de Pol-ka la producción de todas sus ficciones (tiras diarias o unitarios), desde esa época hasta la actualidad la productora logró insertar al menos dos tiras en horario *prime time* y algún unitario semanal. En cambio, Telefé adoptó una estrategia distinta, desde sus inicios tuvo una productora de contenidos propia, Produfé cuya denominación cambió a Telefé Contenidos, responsable de los principales éxitos del canal en materia de ficción. Si bien Telefé tuvo menor cantidad de ficciones al aire que su competidor, éstas fueron exitosas, ya sea por su calidad artística, la producción y la puesta en escena. En cuanto a las comedias del canal, algunas de ellas fueron realizadas por la productora Ideas del Sur. Telefé se relacionó con Ideas del sur, Endemol Argentina, Cris Morena Group, Nanuk Producciones, Cuatro Cabezas y BBTv, y se diferenció de Canal 13, porque no hubo una productora independiente con la cual se pueda asociar la imagen del canal, como pasó con Pol-Ka y Canal 13 o Promofilm y Canal 13 (Ferrari Boniver y Funes, 2009). No obstante, en el período estudiado Canal 11 mantuvo estrechos lazos con el productor Raúl Lecouna con el cual impulsaron varios proyectos, a partir de la

segunda mitad de la década del '90, entre las telenovelas más destacadas se encontraban: *Perla Negra* (1994/1995), *Zíngara* (1996), *Mía, solo Mía* (1997) y *Muñeca Brava* (1998/1999).

En esta línea, el productor, Claudio Meilan<sup>54</sup> afirma que “hay proyectos que quedan en manos de una productora que entrega el producto final, el enlatado para salir al aire. En Canal 13, Pol-ka se convirtió de proveedor a formar parte de la estructura de la emisora, asegura que en general las ficciones se proveían del exterior. Mientras que Telefe mantuvo una estructura importante como productora y a nivel internacional en venta de productos y contenidos es sólido”.

Según Ulanovsky y Sirvén (2009) a fines del siglo XX las productoras independientes incrementaron notablemente su influencia sobre la programación de la televisión abierta, igualmente sostienen que a la par aparecieron formatos de ciclos hechos en el exterior.

Los dueños de las productoras (Pol-ka, Cuatro Cabezas, Ideas del Sur) lograron que éstas tuvieron su sello propio a través de la construcción de la marca que muchas veces superaron/superan a los propios canales de televisión, incluso porcentajes de acciones de estas productoras terminaron siendo absorbidas por los propios canales.

Otro de los ejes que resulta insoslayable se relaciona con las condiciones laborales que ofrecen las producciones en los canales y las productoras independientes. Como alertan Windeler y Sydow (2001) las empresas enfrentan altos costos y presión para producir con calidad, las productoras televisivas emplean con carácter permanente a sus productores ejecutivos. En cambio, los guionistas, directores y camarógrafos se emplean de acuerdo a los proyectos. En los canales de televisión, en general, todo el personal reviste la categoría de permanente o estable, excepto los actores y los autores/guionistas. En el caso argentino, Marcelo Camaño<sup>55</sup> explica que el escenario televisivo comenzó a modificarse a mediados de los '90 tras el ingreso de las productoras independientes porque el origen de eso fue que los canales redujeran su plantel de empleados. Anahí

---

<sup>54</sup> Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis, 10/08/2011.

<sup>55</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré*, *El Deseo*, *El Capo*, *Montecristo*, *Vidas Robadas* y *Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

Martella sostiene que antiguamente realizar un piloto suponía la posibilidad de trabajar. Los pilotos dependían exclusivamente de los canales, nadie invertía recursos propios para dejar ese material en las productoras y esperar que decidan trabajar con ese material, la tercerización de las productoras es un fenómeno de los '90, en la década del '80 te contrataban los canales.

Es preciso distinguir entre el canal y la productora, dado que, el personal fijo/estable en las distintas áreas se modifica.

| <b>CANAL</b>                                                                                  | <b>PRODUCTORA</b>                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PERSONAL</b>                                                                               |                                                                                       |
| Artístico, contenidos y producción                                                            | Artístico, contenidos y producción                                                    |
| Técnica y operaciones                                                                         | Externo por proyecto                                                                  |
| Comercial                                                                                     | Externo                                                                               |
| Recursos Humanos y legales                                                                    | Recursos Humanos (Fijo)<br>Legales (Externo)                                          |
| Autores/guionistas (externos)                                                                 | Autor (permanente)                                                                    |
| Directores                                                                                    | En general externos por proyectos varía del grado de especialización de la productora |
| Productores                                                                                   | Fijos                                                                                 |
| Escenógrafo/ambientador                                                                       | Externos                                                                              |
| Director de Arte                                                                              | Externo                                                                               |
| Directores de fotografía                                                                      | Externo                                                                               |
| Vestuario, maquillaje y peinado                                                               | Externo                                                                               |
| Asistente de dirección                                                                        | Externo                                                                               |
| Musicalizadores                                                                               | Externo                                                                               |
| Editores                                                                                      | Externo                                                                               |
| Schedule                                                                                      | Externo                                                                               |
| RRHH y Legales (Personal/Intendencia/Contratación de proveedores, de actores y de locaciones) | RRHH y Legales (Personal/Intendencia)                                                 |
| Comercial. Productores para grandes cuentas y productores para PNT/Canjes.                    | Comercial. Canjes/Relación comercial con el canal.                                    |

En síntesis, en el período 1995-2001 las productoras parecían promover qué era un buen programa, cómo surgía un proyecto y cuáles eran los estándares laborales adecuados. Obviamente que debieron actuar con el consenso de los canales, dado que, las emisoras tenían que asegurarles el “aire” para la emisión de sus productos o bien aportar capital para estimular la producción de los programas.

## **Capítulo V Las telenovelas en Argentina**

En este apartado se hará un breve recorrido de la historia de las ficciones en el país para lo cual se identificarán sub-períodos de análisis y se analizarán los procesos de producción de las telenovelas. Para ello se identificarán por un lado, las fases involucradas en el proceso de producción y por otro lado, se dará cuenta de los trabajadores afectados a la producción de este tipo de ficción y las tareas que realizan.

De este modo el capítulo se centrará en: las fases de producción (pre-producción/producción *per-se* y post-producción), en el mismo se abordarán las técnicas utilizadas (introducción de nuevas tecnologías que abaratan los costos de producción, mejoran la calidad de productos y reconvierten las condiciones de trabajo).

Para llevar adelante el estudio se establecerá una matriz que contendrá, en un primer acercamiento, algunas de las variables de análisis de la realización televisiva presentados por Barroso García (1996) aplicadas a la producción de las telenovelas: frecuencia de programación (semanal, diaria), duración total (cantidad de capítulos estándar), duración del programa y de las escenas (consideración de los cortes publicitarios y la introducción de Publicidad no tradicional), lugar de producción (instalaciones del estudio o en el exterior), planificación de gastos (costos promedios de las producciones). Además se tendrán en cuenta otros elementos fundamentales a los fines del presente proyecto: duración de la jornada laboral según el lugar que ocupen los trabajadores dentro de la cadena de valor. Complementariamente, se trabajarán variables aportadas por Martín-Barbero (1987) al referirse a la estructura y dinámica de la producción: la serialidad (los hábitos de trabajo que se imponen, como exigencias de la calidad y la rentabilidad sobre el tiempo de la producción), capacidad de riesgo para la innovación y grado de diversificación (especialización profesional de una empresa, teniendo en cuenta los altos costes de producción de los productos televisivos), estrategias de comercialización agregado a la estructura del formato (incluye el corte narrativo para la publicidad, el lugar que ocupa en la programación, los ingredientes diferenciales entre lo que se produce para el mercado interno y aquello que apunta a ser exportado).

## 5. 1 Historia de las telenovelas en Argentina

Las telenovelas no siempre tuvieron los mismos rasgos que hoy en día. Su serialidad derivó de una conjunción de intereses: el de los televidentes y el de los productores. En sus comienzos el género se centró en historias breves -uno o dos meses en el aire- que no se emitían en forma diaria, y cuyos capítulos duraban entre quince minutos y media hora (Mazziotti, 1995). A diferencia de otros países como Brasil, México o Venezuela que incorporaron tecnología a medida que procedían a la apertura de los mercados internacionales, en Argentina se diferencian diversas etapas que fluctúan entre una producción constante y un ritmo más espaciado, que en ocasiones se tornó discontinuo y desparejo (Mazziotti, 1996).

Se pueden distinguir tres grandes períodos en el desarrollo de las telenovelas que de algún modo se encuentran ligados al devenir que tuvo la televisión argentina: a) el primero experimental y artesanal abarcó de 1951-1969 b) el segundo 1970-1988 industrial y c) el tercero 1989-2001 incipiente transnacionalización de las telenovelas argentinas.

### 5.1.1 Entre lo experimental y lo artesanal: de teleteatros a telenovelas

El primer período abarca desde el surgimiento de la televisión hasta su consolidación con el desarrollo de la televisión privada. Si se piensa en el sistema televisivo, entre 1951-1959 se dio un momento de experimentación, para todos los géneros (entretenimiento, noticias, ficciones, etc.). Las producciones eran artesanales, todo estaba por hacerse, se contaba con las experiencias previas de quienes habían trabajado, en la radio, el cine o el teatro y además existía solamente Canal 7. Ya en la década del '60 irrumpió la televisión privada y se sumaron los nuevos canales, que promovieron la competencia y la búsqueda de audiencias<sup>56</sup>. Edgardo Borda<sup>57</sup> coincide en que a partir de ese momento la televisión se volvió competitiva porque con Canal 7 había una programación que intentaba abarcar todos los géneros. Al surgir tres canales más, salieron a competir. De este modo Proartel mantuvo una programación popular en

---

<sup>56</sup> Para más información leer capítulo IV: *Historia de la televisión Argentina: desarrollo y marco regulatorio (1950-1988)*.

<sup>57</sup> Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal 13. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/12/2011.

frangas horarias paralelas, Teleonce tomó más periodismo y humor, Canal 9 mezcló una línea cinematográfica, trajo a actores que eran protagonistas en el cine (Luis Medina Castro, Elina Colomer, Ángel Magaña) que pasaron a protagonizar en televisión. No obstante se respetaban muchos los horarios, eran estrictos, por ejemplo, se sabía que el lunes a las 21 horas estaba Biondi.

No obstante, Mazziotti (1996) identificó un período en la producción de las telenovelas que se extendió desde los inicios de la televisión en 1951 hasta la Dictadura Militar de 1976. En el mismo se registró un ritmo constante en la producción de títulos (diarios o semanales), escasa calidad técnica y ausencia de abultadas inversiones. Los productos abastecieron la programación local y en algunas oportunidades la Latinoamericana.

El teleteatro en la televisión Argentina comenzó con Celia Alcántara que escribía radioteatros desde 1948, y que entre 1952-1953 proporcionó el material para *Teleteatro para el romance*, luego vinieron *El teleteatro de la sonrisa* (Eifel Celesa) y *El teleteatro del suspenso* (Miguel de Calasanz). En síntesis fue común la adaptación de guiones de escritores que provenían de la radio como: Abel Santa Cruz, Alberto Migré, Celia Alcántara, Eifel Celesa y Delia González Márquez, entre otros. En general los libretos de un capítulo cuya duración era de una hora, tenían entre 25 y 30 páginas y la escritura era individual (Mazziotti, 1996).

En este período la utilización de los espacios en ficción se caracterizaron por escenas en interiores -casas, livings, cocinas- incluso el espacio exterior se armó en los pisos de grabación -paradas de colectivo, bancos de plaza, veredas, bares- (Varela, 2005).

La autora Celia Alcántara reconoció que fue presionada para trabajar en televisión, para realizar teleteatros y recordó que sus primeros guiones los escribió siguiendo los lineamientos del cine, en la columna izquierda (la acción y las imágenes) y en la derecha (los diálogos), además los planos se parecían mucho a los de esta industria (Ulanovsky, Sirvén e Itkin, 1999).

En 1953, Fernanda Mistral y Juan José Míguez protagonizaron el teleteatro *El hombre de aquella noche*. La actriz se acordó de la precariedad e improvisación de las producciones, era habitual que los actores transportaran desde sus propias casas

utensilios para complementar la escenografía. Otro de los programas fue *La Telefamilia* del escritor Miguel de Calasanz que reflejó los problemas cotidianos de una familia (Ulanovsky *et al.*, 1999). En esta primera década de la televisión prevalecieron los teleteatros entre los que se destacaron: *Cómo te quiero Ana*, *Matrimonio Feliz se necesita*, *Los hijos del corazón*, *Teleteatro de sobremesa* y uno de los más recordados *Teleteatro para la hora del té* con Fernando Heredia y María Aurelia Bisutti estuvo casi tres temporadas en el aire.

Como se señaló la década del '60 implicó la consolidación del sistema televisivo con la aparición de los canales privados que vinieron a disputarle el lugar a la única emisora que había funcionado hasta entonces, Canal 7. La programación se volvió competitiva y comercial, y surgieron las primeras medidoras del *rating* IPSA y el Instituto de Verificación de Audiencia (IVA) en cuyo financiamiento colaboraron los canales de televisión, agencias y anunciantes. Ambas empresas utilizaban métodos distintos para llevar adelante las mediciones y presentaban diferencias en los resultados.

La incorporación de los canales privados y las productoras estadounidenses modificó el esquema televisivo. Las emisoras se disputaron el mercado televisivo y convocaron para ello a conductores, locutores y autores procedentes de distintos medios, incluyendo a aquellos que estaban consolidados en el *star system* local.

Esto impactó en la producción de ficción, así los autores que habían logrado un reconocimiento en la radio o en la primera etapa experimental y artesanal de la televisión, “reforzaron con sus teleteatros y luego con sus telenovelas, una veta de gran atractivo comercial, dado el interés que despertaba entre el público” (Getino, 2008: 227).

Hacia 1961, las producciones de ficción se volvieron más sofisticadas, mejoraron las escenografías y los vestuarios. Un hecho llamativo consistió en que la Asociación Argentina de Actores suscribió un convenio con los canales para definir las características del trabajo de los actores. Los contratos podían ser a bolo<sup>58</sup> o por *cachet*,

---

<sup>58</sup> Modo de contratación de los actores que realizarán una participación en uno o varios capítulos de una ficción televisiva pero que no formarán parte del *staff* permanente del programa. Recibiendo una remuneración de acuerdo a la cantidad de capítulos en los cuales participan y el número de veces que han sido citados.

de acuerdo a la participación en la obra, y se establecían diferencias en la retribución de acuerdo a si se trataba de una participación en vivo o grabada.

En 1962 Alberto Migré escribió uno de los éxitos de esa época *Silvia Muere Mañana*, protagonizada por Atilio Mairnelli y Nelly Menden. Más cerca del humor y la comedia se inscribieron las obras de Abel Santa Cruz y Horacio Meyriale. En ese entonces se produjeron novelas de media hora y con duración en el aire de un mes (Ulanovsky *et al.*, 1999)<sup>59</sup>. Se destacó el ciclo *La familia Falcón* diseñada por la agencia de publicidad Walter Thompson para lanzar en Argentina el modelo de taxis Ford Falcón.

Hacia 1964 apareció el *videotape* o cinta abierta, que permitió registrar y conservar los programas, junto con la edición se abrió la posibilidad de comercializar internacionalmente los productos audiovisuales, particularmente las telenovelas. Luego Sony y JVC introdujeron el *videocasete* ( $\frac{3}{4}$ " y  $\frac{1}{2}$ " ) esto provocó cambios en los sistemas de producción y consumo del medio. Sin embargo no existía el empalme electrónico, se empalmaba la cinta del *videotape* y se pegaba, se tardaba mucho tiempo en grabar, en ocasiones más de un día (Ulanovsky *et al.*, 1999). Asimismo, Mazziotti (1996) señaló que la incorporación del *videotape* no modificó el proceso de grabación como si sucedió en México o Venezuela, los guiones se entregaban con poco tiempo y se filmaba manteniendo la cronología estipulada en el libro, el ritmo era un capítulo por día.

Ese mismo año, comprar un capítulo de una serie de Estados Unidos costaba entre 250 y 1000 dólares, lo cual equivalía a emitir un teleteatro. Además, fue el año en el cual Alberto Migré se integró definitivamente a la televisión con *Mi comedia familiar* y marcó el retorno de Celia Alcántara que luego de su paso por América Latina trabajó para diversas emisoras. Se destacó *El amor tiene cara de mujer* escrito por Nené Cascallar con protagonistas femeninas de distintas épocas (Delfy de Ortega, Bárbara Mujica, Claudia Lapacó, Iris Láinez y Angélica López Gamio), la obra transcurría en un Salón de Belleza, se emitió de lunes a viernes en horario vespertino y se mantuvo en el aire desde 1964-1971.

---

<sup>59</sup> Ese año se emitieron varios éxitos: *Los otros* (con Cipe Lincovsky y Lydia Lamaison), *Tu nombre es María Sombra* (con Eduardo Rudy y Teresa Blasco) y *No hace falta quererte* (con Fernando Siro y Eva Dongé) en Canal 13. En Canal 9 se pusieron al aire *Enfermera de turno* (con Hilda Bernard y Floren Delbene) y *La Calesita* (con Hugo del Carril, Fanny Navarro y María Aurelia Bisutti). Canal 11 estrenó *Imagen de Río* (con Fernando Mistral e Ignacio Quirós) y en Canal 7 se vio *La casa de los Medina* (con Oscar Ferrigno, Norma Aleandro y Emilio Alfaro).

En 1965, la pantalla ofreció *La Nena* con Osvaldo Miranda y Marilina Ross, la historia giraba en torno a un padre y su alborotada hija. Y otros títulos recordados fueron *Cuatro Hombres para Eva* y *Cuatro Mujeres para Adán* escritas ambas por Nené Cascallar. Las mismas exploraban las charlas entre amigos y amigas con distintas profesiones, estructuras familiares y conflictos. El período que va desde 1966-1970, durante el Gobierno Militar de Juan Carlos Onganía se caracterizó por férreos controles tanto a los programas de televisión como a las publicidades que circulaban por los canales, incluso se implementó un Código de Ética, que de algún modo prescribía qué tipos de contenidos y valores podían emitirse.

En relación a las telenovelas en 1967 se estrenó *Simplemente María*, escrita por Celia Alcántara y protagonizada por Irma Roy y Alberto Algirbay retrató la vida de una campesina, cuyo ascenso social se dio a partir de su trabajo con una máquina de coser *Singer*, lo cual disparó las ventas de este producto y saturó los cupos de las escuelas de moda (Valor y Símbolo, 2010). Se realizaron más de 600 capítulos, de media hora cada uno y estuvo en el aire entre 1967 y 1969. En los inicios de la década del '70, el éxito de *Simplemente María* en América Latina evidenció un nuevo camino para las ficciones, la presencia de autores con experiencia como Migré, Santa Cruz, Alcántara o Cascallar presuponían un escenario inmejorable para la expansión de las telenovelas argentinas hacia las pantallas latinoamericanas. También resaltó el programa *Cosa Juzgada* (1969-1971 emitido por Canal 11) se trató de un ciclo realizado por David Stivel, los guiones estaban basados en casos policiales cerrados y juzgados, y los elencos eran rotativos.

No obstante, existían condicionamientos tecnológicos internacionales para la exportación de los programas televisivos. En tanto que, la mayoría de los países latinoamericanos operaban con 60 ciclos y 525 líneas, Argentina lo hacía con 50 ciclos y 625 líneas como el sistema europeo. Por ello, era preciso que todos los programas pasaran por el convertidor de ciclajes para ser vendidos a otros mercados. En el país existía un solo aparato propiedad de la cinematográfica *Argentina Sono Film* que estaba en manos de Panamericana Televisión, cuyo dueño era un empresario peruano Delgado Parker con negocios audiovisuales en distintos países de la región, incluidos Canal 2 de

La Plata y Proartel. En 1973, Perón declaró de interés público el equipo ciclador y facilitó la exportación de los programas (Getino, 2008).

Desde mediados de la década del '60 y principios de los '70 se consideró la época de mayor producción televisiva, “los relatos toman contacto con la contemporaneidad narrada. Con la inclusión de personajes que trabajan en la calle –canillitas, colectiveros o taxistas- se afirma una zona costumbrista en la textualidad de la novela. La lengua utilizada en estas tiras abandona el alambicamiento de los textos cercanos al discurso radial y se aproxima al habla coloquial. Incorpora de manera natural las tonadas provinciales y el lunfardo. En cuanto a los ambientes, sobresalen el barrio y las casas con patios y cocinas” (Mazziotti, 1996: 64).

Por otra parte, Mazziotti (1996) señaló la escasa información sobre el rol de los distintos técnicos que participaban en la producción de los programas y destacó la dificultad para reconstruir cuáles eran las tareas que desarrollaban directores, productores, sonidistas, editores o responsables de puesta en escena.

### **5.1.2 La telenovela: un producto industrial**

La etapa industrial se desarrolló entre 1970-1988. Por un lado, concluyó el período experimental del medio televisivo y por otro lado, se observó que a partir del '70 la telenovela se convirtió en uno de los géneros exportables sobre todo en países como Brasil, México y Venezuela, aunque Argentina quedó relegada de la producción de ficción con la llegada de los militares al poder en 1976 (Mazziotti, 1996). En gran parte de esta etapa los canales de televisión permanecieron en manos del Estado, primero se hicieron cargo las fuerzas militares y con el retorno de la democracia los diferentes sectores internos del gobierno de la UCR presidido por Raúl Alfonsín. Independientemente de las distintas administraciones se puede hablar de la telenovela como producto industrial debido a que adquirió identidad propia (en Argentina y en el resto de Latinoamérica) y porque se superó la época de experimentación, existía entonces un *know how* para la realización de las ficciones y una serie de capacidades instaladas. En esta línea, Edgardo Borda<sup>60</sup> sostiene que “cuando los canales estuvieron en manos del Estado también hubo competencia, porque cada uno quería sacar agua

---

<sup>60</sup> Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal 13. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/12/2011.

para su molino”. Además asegura que en la época de la Dictadura Militar existía un área llamada Asesoría Literaria que “leía todos los productos que se hacían en televisión y recomendaba cambiar algunas escenas, fueron épocas complicadas”.

Sin embargo algunas revistas especializadas empezaron a marcar la decadencia de los teleteatros y su escasa incidencia, se los consideraba un género menor. Igualmente, las telenovelas resistieron, en 1972 Alberto Migré escribió *Rolando Rivas Taxista* (con Claudio García Satur, Soledad Silveyra, María Elena Salgrera, Carlos Artigas, Antuco Telesca, Beba Bidart, Elsa Piuselli, Leonor Benedetto, Guillermo Rico, Martha González, Dorys del Valle, Lalo Hartich y Mabel Landó) que marcó un antes y un después en la televisión argentina por distintas razones. Supuso un despliegue de producción, dado que, se constituyó en la primera ficción en contar con escenas en exteriores. Además, abordó temáticas vinculadas a los guerrilleros y según el propio Migré recuperó la telenovela argentina, el barrio, los olores, las comidas, los patios y la familia (Ulanovsky *et al.*, 1999). Para Mazziotti (1996) logró cruzar la ficción con la realidad, a pesar de que se basó en la historia de un taxista porteño enamorado de una estudiante de secundaria de alto nivel social. La ficción se emitió semanalmente, a las 22 y alcanzó los 40 puntos de *rating*.

Otro de los hitos de esta etapa lo constituyó *Papá Corazón* de Abel Santa Cruz que se emitió por Canal 13, con la participación de Andrea del Boca y Norberto Suárez, la obra contaba la historia de una niña que había perdido a su madre y vivía con su padre. La telenovela fue un suceso en América Latina.

En 1975, se exhibió otro de los programas que serán recordados por las audiencias *Piel Naranja* (con Arnaldo André, Marilia Ross y Raúl Rossi) de Alberto Migré. A pesar de estas ficciones, las tardes fueron ocupadas con *magazines* y programas de espectáculo, con noticias de último momento y secciones de divulgación, sólo algunos melodramas lograron ocupar la programación de esos años.

Con la Dictadura Militar de 1976 varios autores se vieron imposibilitados de seguir escribiendo, entre ellos, Carlos Somigliana, Ricardo Halac, Osvaldo Dragún y Andrés Lizarraga, algo parecido sucedió con varios artistas (actores y cantantes) (Getino, 2008). Igualmente, la pantalla argentina se pobló de series y cine proveniente de Estados

Unidos con los cuales buscó generar *rating*. Entre ellas se destacaron: *La Mujer Maravilla*, *La Mujer Biónica*, *Starsky y Hutch*, *Tarzán*, *Lassie*, *El planeta de los simios*, *Hechizada*, *Patrulla del desierto*, *El Santo*, *La Tribu Brady*, *El show de los Muppets*. En tanto que los productores, directores y guionistas argentinos, principales promotores de los proyectos no pudieron desarrollar productos acorde a sus intereses, sino mediados por los “valores” impuestos por el gobierno de facto, al menos en los primeros años del régimen. En esta dirección Alberto Migré recuerda que durante esos años no trabajaron, ni los autores, ni los actores. Se programaron enlatados de todo tipo pero no se producía en el país, “no quiero magnificar el problema, aunque fue indignante la saturación de telenovelas extranjeras” (Alberto Migré, en Mazziotti, 1993: 43). Ulanovsky, Sirvén e Itkin (1999) indican que el interés de las audiencias decayó y que el encendido de julio de 1976 era un 6% menor comparado con los últimos tres años.

Justo en 1976 la televisión cumplió 25 años, para muchos había un exceso de entretenimientos y teleteatros, en relación a este género era denostado por no presentar diferencias sustanciales entre *El Teleteatro a la hora del té* (1958) y *Rolando Rivas, taxista* (1972) excepto por los distintos niveles de producción, pero las temáticas, las fórmulas o las frases utilizadas apenas variaban. Esto tiene que ver más bien con una característica propia del género que con la innovación o la originalidad propia de cada uno de estos productos.

En 1980 se realizaron las primeras transmisiones a color en el país (desde 1978 se adoptó el sistema a color para transmitir el Mundial de Fútbol al exterior) esto supuso un cambio en las producciones en general, y en la ficciones particularmente, dado que, cualquier imperfección en los decorados, así como en la combinación del vestuario o del maquillaje, hasta la tintura del pelo podían notarse, entonces fue preciso tener en cuenta estos factores al momento de diseñar los programas.

Ese año, se estrenó *El Rafa* (con Carlos Calvo, Alberto de Mendoza y Alicia Bruzzo) de Abel Santa Cruz, se grabó en color e implicó que todo el gasto en equipamiento se recortara de la producción, menos horas de grabación, un reducido elenco y una exigua cantidad de escenarios.

Ulanovsky, Sirvén e Itkin (1999) marcan el regreso de la telenovela, aunque el COMFER recomendó a las emisoras no emitir más de tres por día. La televisión ofreció, *Rosa de Lejos* (con Leonor Benedetto, Juan Carlos Dual y Pablo Alarcón) una reedición del clásico de Celia Alcántara *Simplemente María* fue dirigido por María Herminia Avellaneda y emitido por Canal 7 al mediodía. Por el mismo Canal pero a las 19 Andrea del Boca protagonizó *Señorita Andrea* de Alma Bressán y, Alberto Migré propuso *Fabián 2-Mariana 0* (con María Leal y Arnaldo André). Otros títulos fueron *Hola Pelusa* rememoró *Me llaman Gorrión* de Abel Santa Cruz. El mismo autor escribió *Llena de amor* (con Mariana Karr, Marcelo Marcote y Cuny Vera). Mientras tanto Canal 9 puso al aire *Vivir con todo* (con Ricardo Darín, Pablo Codevilla, Germán Kraus, Adrián Ghío, Alicia Zanca y Susú Pecoraro) y *El coraje de querer* (con Silvina Rada y Jorge Mayorano) de Roberto Valenti y Alfredo Lima. En general todos estos títulos se emitían una vez por semana.

En relación a las telenovelas se pasó de escribir por inspiración a escribir por encargo. Se dispuso que cada canal exhibiera dos ficciones diarias y permitió una tercera en los casos que existían ventas al exterior. La Secretaría de Información Pública (SIP) elaboró un informe para regular la emisión de ficciones. Canal 7 dedicó tres horas por día para los teleteatros sobre 15 de emisión (20% de la programación), Canal 9 ofreció dos horas y 40 minutos sobre 14 de emisión (17% de la programación), Canal 11 brindó dos horas y 20 minutos sobre 14 en el aire (14% de la programación). Finalmente Canal 13 programó una hora sobre 17 de transmisión (6% de la programación). Además, la SIP se explayó en contra de las temáticas por no representar los valores y la moral familiar, los contenidos sobre: aborto, adulterio, triángulos amorosos, conflictos entre los buenos y los malos no eran los adecuados (Ulanovsky *et al.*, 1999).

En 1982 continuaron las prohibiciones, las telenovelas *El derecho de nacer*, *Viviana* (mexicanas) y *La búsqueda* (argentina) no pudieron ser emitidas en el horario de protección al menor, la censura se ejerció tanto para las producciones nacionales como para las importadas. En palabras de Mazziotti “los operativos de censura tuvieron un objetivo estratégico: se lo puede considerar un acta de defunción de la industria de ficción televisiva. La supuesta preocupación por la moral de la población y los contenidos de las historias no eran más que un pretexto, que disfrazaba otras intenciones no explicitadas. La política económica de las juntas militares fue de destrucción de la

producción nacional” (Mazziotti, 1996: 87). Mazziotti (2002) detalla las razones fundamentales para desactivar la industria de telenovelas argentinas: a) costos elevados de producción en relación a la compra de enlatados, b) los productos tenían identidad propia y funcionaban como un lazo social, de allí la importancia de deconstruir ese vínculo y c) las telenovelas concentraban altos niveles de audiencia, lo cual era sospechoso para los militares. Así, las administraciones militares de los canales eran deficitarias, para ahorrar costos debían reemplazar los programas nacionales por enlatados, para ello era necesario dismantlar la industria televisiva y junto con ella al género que la apuntalaba: la telenovela.

El retorno de la democracia en 1983 supuso una restauración de las temáticas y los contenidos. Canal 7 puso al aire *Situación Límite* con libreto de Nelly Fernández Tiscornia, la dirección de Alejandro Doria y la producción de Jacinto Pérez Heredia. Sorprendió por los pocos elementos escenográficos y por centrarse en los primeros planos y el trabajo actoral. En Canal 9 *Nosotros y los miedos* (con Ulises Dumont, Víctor Laplace, Alfonso de Grazia) que ya tenía una temporada en la televisión, arriesgó aún más desde los libretos y también surgió por Canal 13 *Compromiso* de Juan Carlos Cernadas Lamadrid y Ricardo Halac, bajo la producción de Susana Rudni y la dirección de Rodolfo Hoppe, con actores como Rodolfo Ranni, Ana María Picchio, Miguel Ángel Solá y Ricardo Darín.

Algunas telenovelas que resaltaron fueron: *Los cien días de Ana* con Andrea del Boca y Silvestre y *Amor Gitano* con Luisa Kuliok y Arnaldo André, que luego protagonizarían unos de los mayores sucesos de la televisión argentina *Amo y Señor* (1984). No obstante, el público se dejó conquistar por la mexicana Verónica Castro que trabajó en *Cara a cara* y también por la venezolana Grecia Colmenares acompañada por Jorge Martínez actuó en *María de Nadie*, luego de descollar en la producción extranjera *Topacio* en la cual se destacó, y con la cual alcanzó altos niveles de *rating*.

En 1989, la televisión atravesó una de sus peores crisis entre el déficit financiero de las emisoras estatales y los problemas energéticos que llevaron a reducir las emisiones a cuatro horas diarias, lo que provocó una migración de la publicidad hacia los medios gráficos y radiales (Ulanovsky *et al.*, 1999).

### 5. 1.3 La incipiente transnacionalización de las telenovelas argentinas

La fase de incipiente transnacionalización se extendió entre 1989-2001, es decir, el período comprendido entre la privatización de los canales de televisión 11 y 13 y el estallido de la crisis económica, política, social e institucional en Argentina que impactó fuertemente sobre la industria audiovisual. Se modificaron las condiciones de producción y la puesta en circulación de las telenovelas, tímidamente empezaron a surgir las coproducciones cofinanciadas con otros países y se exportaron varias telenovelas.

Por su parte, la privatización de los canales 11 y 13 en 1989 imprimió un nuevo rumbo a la programación y a los contenidos de la televisión Argentina. Se incrementó la producción local de telecomedias y novelas, que desplazaron a los enlatados mexicanos y venezolanos. Además aumentó la producción independiente que empezó a competir con la producción centralizada en los canales (Ulanovsky *et al.*, 1999). Los autores marcan que se emitían 55 horas de telenovelas semanales, aunque no indican el número total de horas emitidas para estimar la importancia de estos productos en la pantalla.

En relación a las telenovelas se recordará *La Extraña Dama* (1989-1990), producida por Omar Romay, con dirección de Diana Álvarez y guión de Lucy Gallardo, Daniel Delbene, Norberto Vieyra y Marcia Cerretani. Los protagonistas eran Luisa Kuliok y Jorge Martínez, acompañados de un multitudinario elenco: María Rosa Gallo, Lautaro Murúa, Virginia Lago, Alfredo Zemma, Dora Baret e Hilda Bernard, Gabriel Corrado, Gustavo Garzón, Ivo Cutzarida y Andrea Barbieri. La misma superó los 46 puntos de *rating*. La siguieron otras novelas *Manuela*, *Celeste*, *Cosecharás tu siembra* y *Soy Gina*, eran novelas coproducidas que tenían ciertos rasgos en común: altos costos de producción, financiadas prácticamente con capitales extranjeros, grandes elencos y figuras reconocidas (del ámbito internacional, latinoamericanos o local). En tanto que, los técnicos, los actores de reparto y los guionistas eran argentinos, la iluminación y las cámaras se asemejaban al cine. En la escritura de libretos, se recurrió al equipo de guionistas y a la rotación de actores. Además, estas telenovelas dejaron de lado la continuidad, el costumbrismo y el lenguaje propio de las producciones argentinas, y se anclaron más en lo melodramático (Mazziotti, 1995).

En resumen, entre 1990-1994 Argentina vivió un alza en la producción de telenovelas transnacionales, en las que productores independientes, asociados con canales de televisión y/o con productores extranjeros, coprodujeron 19 títulos<sup>61</sup>. Las empresas argentinas aportaron los técnicos, los elencos y los libretos, mientras que las empresas extranjeras aportaron, básicamente, la inversión económica. Esta etapa finalizó con el Efecto Tequila<sup>62</sup> en 1994 (Mazziotti, 1996). Entre 1991-1995, 11 productos<sup>63</sup> contaron con aportes financieros de grupos vinculados con el empresario de medios italiano Silvio Berlusconi, la inversión de cada título rondó entre los 3 a 8 millones de dólares. Por otra parte, en 1993 como estrategia de expansión en la región latinoamericana se instaló la mexicana Televisa con la denominación Televisa Argentina, solamente grabaría cuatro telenovelas entre 1993-1994, con escasa repercusión y abandonaría las oficinas en Argentina frente a la ya mencionada crisis mexicana<sup>64</sup>. No obstante, en ese período la empresa invirtió en la contratación de personal local (equipo técnico, guionistas y actores).

Resulta importante destacar que en *Telefé* con Gustavo Yankelevich como director de programación y con las nuevas autoridades se llevó adelante un proceso de reformas edilicias y técnicas, para poder producir en las instalaciones del canal. Por otro lado, Hugo Di Guglielmo (2002) desde su rol de director de Programación de Canal 13, presenció la transformación que la emisora experimentó a partir de la privatización. En Canal 13, según él, sobraba personal al tiempo que faltaba eficiencia en la administración de la señal. Asimismo el equipamiento no era el adecuado para operar y se repetían los hábitos, sin innovación y sin capacidad de riesgo. Entonces se re-equipó al canal y se renovaron los equipos tradicionales, la industria televisiva incorporó estándares y hábitos internacionales. Finalmente, Alberto Migré sostiene que “en algunos casos, la privatización movilizó a apuntar más alto. Hubo reequipamientos,

---

<sup>61</sup> El costo de capítulo de estas telenovelas coproducidas rondó los 35.000 a 50.000 dólares, con un número de capítulos entre 80 y 150. La comercialización se repartió entre las productoras argentinas que hicieron su negocio en el mercado Latinoamericano y Estados Unidos, en tanto que la compañía de Berlusconi se reservó el resto del mundo (Mazziotti, 1994).

<sup>62</sup> México devaluó su moneda provocando un retiro masivo de los fondos internacionales de la Argentina. Se precipitó el déficit fiscal y la recesión, la desocupación alcanzó el 18% (Romero, 2001).

<sup>63</sup> Produce tres títulos con la productora Crustel, tres novelas de época con Omar Romay y cinco con Sonotex de las cuales en tres participó *Telefé*.

<sup>64</sup> Desde la década del '90 Televisa desarrolló una estrategia de expansión regional adquirió emisoras en Perú, Chile y Bolivia. En Argentina, después de intensas negociaciones en 1993, se instaló en los antiguos estudios cinematográficos Pampa. Realizó acuerdos con Canal 9 y 13 para la exhibición de las telenovelas producidas en el país: *Apasionada* (Canal 13, 1993), *El amor tiene cara de mujer* (Canal 13, 1993), *Esos que dicen amarse* (Canal 9, 1993) y *El día que me quieras* (Canal 13, 1994).

renovaciones positivas de cámaras, sonido, escenografía. Coproducciones con otros países que obligaron a levantar la puntería y producciones privadas en ex estudios cinematográficos que encararon el trabajo minuciosamente” (Alberto Migré, en Mazziotti, 1993: 33).

De todos modos la telenovela revivió junto con *La extraña Dama*, aparecieron *Rebelde* (con Ricardo Darín y Grecia Colmenares) producida por Raúl Lecouna y *Una voz en el teléfono* (con Raúl Taibo y Carolina Papaleo), donde Alberto Migré readaptó un viejo radioteatro *0597 da ocupado* para la televisión<sup>65</sup>.

En mayo de 1990, Telefé estrenó *Amigos son los amigos* (con Carlos Calvo y Pablo Rago) que se sostuvo cuatro temporadas al aire, los guiones estuvieron en manos de Ricardo Rodríguez y Gustavo Barrios y la dirección quedó a cargo de Carlos Olivieri. Según el guionista Gustavo Barrios, el programa inició con 20 a 25 escenas y pasó a tener 40, lo cual le imprimió agilidad, sumado a la iluminación brillante y los decorados poco reales, propios de estilo que Yankelevich le había inventado a la emisora (Barrios en Ulanovsky *et al.*, 1999).

Si 1990 fue el año de *Amigos son los amigos*, en 1991 otra vez Telefé brindará uno de los éxitos de audiencia histórica de la televisión en el país ¡*Grande, pa!* con Arturo Puig, María Leal, Nancy Anka, Julieta Fazzari, Gabriela Allegre, Alberto Fernández de Rosa y Stella Maris Closas, libretos de Gustavo Barrios y Ricardo Rodríguez hasta 1993 porque luego quedarían en manos de Patricia Maldonado y bajo la dirección de Víctor Stella. Se centró en la historia de un padre viudo con sus tres hijas, una empleada doméstica (María Leal) cómplice de las andanzas de las “chancles” (así llamaba a las jóvenes), completaban el *staff* permanente el amigo del padre (Fernández de Rosa) y la cuñada de Puig en la ficción (Closas). Se emitía una vez por semana, los miércoles a las 21, alcanzó cifras de *rating* de 60 puntos y en total se realizaron 174 capítulos, entre 1991-1994.

Ese año por Canal 9, Alejandro Romay apostó a *Cosecharás tu siembra* tras el éxito de *La extraña dama* su hijo Omar Romay produjo esta nueva ficción con Luisa Kuliok,

---

<sup>65</sup> Este guión se convirtió en 1963 en la primera telenovela diaria que se emitió en la televisión brasilera con el nombre 2-5499 *Ocupado*.

Osvaldo Laport, Virginia Lagos y Lautaro Murúa. En la dirección se sucederían Martha Reguera y Juan David Elicetche, con exteriores de Fernando Spinner y aportes de Fernando Siro.

En tanto que en Canal 13 se consolidaron: Andrea del Boca con *Celeste* (con Andrea Del Boca, Gustavo Bermúdez, Dora Baret, Arturo Maly), de Enrique Torres y José Nicolás y dirigida por Nicolás del Boca. Además, se sumaron *Manuela* (con Grecia Colmenares, Jorge Martínez, María Rosa Gallo, Gabriel Corrado, Marita Ballesteros, Silvia Kutika) escrita por Elena Antonietto, Jorge Hayes y Norberto Vieyra, con la dirección de Carlos Escalada y dirección de exteriores de Tato Pflieger, ambas telenovelas se emitían de lunes a viernes a las 19 y a las 15 respectivamente.

También, por esa época irrumpió en la pantalla *La Banda del Golden Rocket* (con Diego Torres, Fabián Vena, Adrián Suar, Hugo Arana, Marisa Mondino, Gloria Carrá, Araceli González, Nelly Beltrán) de Jorge Maestro y Sergio Vainman, dirigida por Fernando Espinosa y con emisión semanal los martes a las 21. La historia se basó en tres primos (Torres, Vena y Suar) que recibían como herencia de su abuelo un auto Oldsmobile amarillo.

En 1992, uno de los programas de ficción más destacados fue *Zona de riesgo* (con Rodolfo Ranni, Ana María Picchio, Gerardo Romano, Carolina Papaleo, entre otros), escrito por Jorge Maestro y Sergio Vainman y dirigido por Carlos Berterreix, escandalizó al público por las temáticas que abordó: drogas, relaciones homosexuales, corrupción política y la competencia por alcanzar el poder en una empresa, fueron algunos de los ejes entorno a los cuales giraron los relatos. Para contrarrestar a *Zona de riesgo*, Alejandro Romay programó *El precio del poder* (con Rodolfo Bebán, Stella Maris Lanzani, Juan Darthés, Adriana Salonia, Raúl Rizzo) de Hugo Moser. Tanto Romay como Moser eran de la vieja escuela de la televisión y recurrían a grandes elencos. La obra tuvo referencias puntuales y concretas a la realidad y escenas eróticas (Ulanovsky *et al.*, 1999).

En cuanto a las telenovelas concretamente se emitieron: *Princesa* (con Maricarmen Regueiro, Gabriel Corrado, Viviana Saccone, Hilda Abrahams) de Mariela Romero, *El oro y el barro* (con Miguel Ángel Solá, Maru Valdivieso, Darío Grandinetti, Alicia

Aller, Aldo Barbero, Luis Luque, Perla Santalla y Carola Reyna) de Marcia Cerretani y Enrique Sdrech (hijo), dirección de Diana Álvarez y dirección de exteriores de Clara Zappettini. En tanto que Flavia Palmiero encabezó *Flavia, corazón de tiza* de Hugo Moser, Leonardo Bechini, Gilberto Rey y Oscar Tabernise, dirigido por Mario Marengo, representó una apuesta de Canal 9 para el público infanto-juvenil frente al debilitamiento de los programas televisivos dedicados a esta franja etaria que fue corrida de la grilla de programación de los canales, desplazando a las audiencias hacia la televisión de pago que contaban con más de una señal para ese tipo de televidentes.

En Canal 13 se emitió *Son de Diez*, que estuvo cuatro temporadas en el aire desde 1992 hasta 1995 (con Caludio García Satur, Silvia Montanari, Florencia Peña, Federico Olivera, Daniela Redín, Emilio Vidal) de Daniel Di Conza y Miguel Ángel Diani, con dirección de Eduardo Mazzitelli, se centró en la historia de una familia con problemas poco convencionales. En sus sucesivas temporadas viró de la telecomedia a la comedia dramática, en la cual los conflictos rozaron temas vinculados con la drogadicción y el HIV.

En tanto que, *Soy Gina* (con Luisa Kuiliok, Jorge Martínez, María Rosa Gallo, Ana María Campoy, Lita Soriano, Gustavo Garzón) de Marcia Cerretani y Enrique Sdrech (hijo), y dirección de Martín Clutet, se presentó como la continuación de *La extraña dama*. No obstante, la ausencia de su productor Omar Romay conllevó a más de un problema. Ulanovsky, Sirvén e Itkin (1999) destacan que la atención se concentró en las telenovelas venezolanas del mediodía *Cristal* o *Las dos dianas* protagonizadas por Carlos Mata y Lupita Ferrer.

En el año 1993 sobresalieron en la programación: *Desde Adentro* (con Juan Leyrado, Cecilia Roth, Miguel Angel Solá, Mario Pasik, Soledad Silveyra, Fernán Mirás, Juan Palomino) de María José Campoamor y Eduardo Milewicz, con dirección de este último; *Dónde estás amor de mi vida que no te puedo encontrar* (con Víctor Laplace, Mónica Galán y elenco rotativo) en la cual dos conductores de radio recibían llamados telefónicos de noctámbulos con conflictos. Los guiones estuvieron a cargo de: Cecilia Absatz, Lito Espinoza, Nidia Madanes, Laura Ramos, Adriana Turchetti, y la dirección fue de Juan José Jusid; *Gerente de Familia* (con Arnaldo André y Andrea Bonelli) de Jorge Maestro y Sergio Vainman, dirigido por Eduardo Mazzitelli, en la cual André era

contratado por Bonelli para ser su mayor domo; *Antonella* (con Andrea del Boca, Gustavo Bermúdez, Luis Luque, Hilda Bernard) de Enrique Torres y dirección de Nicolás del Boca fue uno de los sucesos del año junto a *El amor tiene cara de mujer* (con Pepe Novoa, Marita Ballesteros, Arturo Bonín, Víctor Laplace, Laura Flores, Marisel Antonione) el libro original era de Nené Cascallar, y la versión quedó en manos de Marily Pugno y Adriana Lorenzón, bajo la dirección de Martín Mariani, todas estas ficciones salieron por Canal 13.

Por su parte, Canal 11 continuó con algunos de sus tanques y puso al aire: *Mi Cuñado* (con Ricardo Darín, Luis Brandoni, Cecilia Dopazo, Patricia Viggiano) de Ricardo Talesnik y Ricardo Rodríguez, dirigido por Carlos Berterreix y *Celeste, siempre Celeste* (con Andrea Del Boca, Gustavo Bermúdez, Dora Baret, Lydia Lamaison, Henry Zakka, Ivo Cutzarida), también de Enrique Torres y dirigida por Nicolás Del Boca.

Mientras tanto, en Canal 9 *María Sol* constituyó un *remake* de *Me llaman Gorrión* (1972) y *Hola Pelusa* (1980) sobre el original de Abel Santa Cruz, esta vez con Flavia Palmiero y Juan Carlos Dual, la adaptación fue de Jorge Bellizi y la dirección estuvo a cargo de Hugo Moser. Por otra parte, en el mismo canal *Esos que dicen amarse* con Carolina Papaleo y Raúl Taibo intentó prolongar el éxito de *Una voz en el teléfono* pero no logró repetirlo.

En materia de telenovelas en 1994 la producción más importante fue *Más allá del Horizonte* (con Grecia Colmenares, Osvaldo Laport, Luisa Kuliok, Gerardo Romano, Patricia Palmer, Antonio Grimau) de Guillermo Glanc, Juan Carlos Marín y María Victoria Menis, con dirección de Martín Clutet, Jorge Montero y Tato Pfleger, dirección de exteriores de María Victoria Menis y producción de Omar Romay. Se convirtió en la primera telenovela en ocupar el horario *prime time* en Canal 9 a las 21. Con un costo de diez millones de dólares, fue una novela de época que transcurrió en el siglo XIX (Ulanovsky *et al.*, 1999).

Por otro lado, Gustavo Bermúdez protagonizó junto a Aracelli González Nano por Canal 13, de Enrique Torres y dirigida por Rodolfo Hoppela, la historia se centró en un adiestrador de orcas que se enamoraba de una bella pero muda mujer. Al mismo tiempo Andrea del Boca junto a Gabriel Corrado realizaron *Perla Negra* por Telefé, de Enrique

Torres y dirección de Nicolás del Boca. Andrea del Boca se convirtió en una colegiala internada que desconocía sus orígenes. En Canal 13 se distinguieron *Montaña Rusa*, *Nueve Lunas* y *Los Machos*.

En 1995 la televisión argentina sufrió los embates del Efecto Tequila y según la Asociación Argentina de Actores la curva ascendente que se había vivenciado desde la privatización, empezó a declinar, “el fin de algunos ciclos y el abrupto levantamiento de otros dibujan un escenario áspero para el medio de comunicación más popular inventando hasta el momento. La rebaja indiscriminada de sueldos estelares entre el 15 y el 20% marca el final de una época en la televisión y el comienzo de otra mucho más austera e inestable” (Ulanovsky, *et al.* 1999: 592). De todos modos, ese año representó uno de los quiebres de mayor repercusión en la producción con la irrupción de *Poliladrón* (con Adrián Suar, Laura Novoa, Carlos Carella, Marisa Mondino) de Leonardo Bechini y Oscar Tabernise, y dirección de Fernando Spiner. Provocó una renovación estética con claroscuros y textura de filme, además de la dinámica de las imágenes y la utilización de efectos especiales. Distinta suerte corrió el *Sheik* con la participación de Gustavo Bermúdez y Aracelli González con elevados costos de producción, dado que, los exteriores se grabaron en San Juan.

A mediados de los ´90, el éxito de las telenovelas locales disminuyó a pesar de la participación de capitales y artistas provenientes de otros países latinoamericanos, los programadores cada vez tenían menos tiempo para acompañar el crecimiento de las producciones y aquello que no tenía éxito era levantado del aire. Lograron sostenerse con éxito las telenovelas mexicanas protagonizadas por Thalía que presentó *Marimar*, *María la del Barrio* y *María Mercedes*.

Para Ulanovsky, Sirvén e Itkin (1999) las telenovelas mutaron y se diversificaron los temas. Canal 9 apostó al melodrama con *Dulce Ana* (con Alicia Bruzzo y Patricia Palmer), *Por siempre mujercitas* (con Viviana Saccone, Virginia Lagos, Paola Krum, Magalí Moro, Valeria Britos), estuvo en el aire dos años y su trama rotará de lo romántico a lo policial y *La Hermana Mayor* (con Juan Leyrado y Soledad Silveyra) se inclinó hacia la telecomedia<sup>66</sup>. Para Bourdieu (2009) se inició un período en el cual la

---

<sup>66</sup> “Adriana Bruno y Graciela Baduel contabilizaron en una nota de Clarín que de 209 escenas de *Por Siempre Mujercitas*, solo 13 son de amor y que ese porcentaje está en *Alén, luz de Luna* de 204 escenas solo 20 son

telenovela incluyó humor y elementos de telecomedia que se sumaron a su *leit motiv* sustancial: el amor. Al mismo tiempo se consolidaron las productoras independientes que propondrían telenovelas en el mercado local y/o internacional, “no casualmente, fue la época en la que la tercerización copó la manera de producir, no sólo en la industria cultural, si no en todo tipo de producciones y de servicios” (Bourdieu, 2009: 66).

En 1996, la telenovela tampoco logró recomponerse. Entre los programas que alcanzaron cierta notoriedad se pueden mencionar: *Verdad/Consecuencia* que narró la historia de un grupo de jóvenes amigos y sus amores (con Fabián Vena, Emilia Mazer, Antonio Birabent, Andrea Pietra, Valentina Bassi, Damián De Santo) de Gustavo Belati y Mario Segade, con dirección de Daniel Barone. *Alén, luz de Luna* (con Gustavo Bermúdez, Héctor Alteiro, Silvia Montanari, Silvana Di Lorenzo, Marta González) producción que se realizó en San Martín de los Andes con escenas al aire libre que permitieron apreciar el paisaje. Ambas ficciones fueron emitidas por Canal 13, mientras que Canal 9 propuso *Los ángeles no lloran* (con Susana Campos y Patricia Palmer).

En 1997 empezaron a afianzarse aún más las productoras independientes con Pol-ka de Adrián Suar a la cabeza que propuso *Carola Casini* (con Araceli González, Juan Palomino, Pappo, Marta González) y *Rodolfo Rojas DT* (con Carlos Calvo, Pepe Soriano, China Zorilla, Patricia Sosa, Nancy Dupláa). En la primera, Araceli González interpretó a una piloto automovilística y en la segunda, Carlos Calvo representó a un director técnico de fútbol. Por su parte, Omar Romay probó con la telecomedia de la mano de Soledad Silveyra y Claudio García Satur que juntos protagonizaron *Socios*. Canal 11 promovió *Naranja y media* (con Guillermo Francella, Millie Stegman y Verónica Vieyra) escrita y dirigida por Rodolfo Ledo, se centró en la historia de un hombre casado que se cruzó con otra mujer en su vida, luego de varios enredos y mentiras, él se quedará con ambas.

Canal 9 lanzó *Ricos y famosos* (con Natalia Oreiro, Diego Ramos, Antonio Grimau, Oscar Ferreira, Carina Zampini) de Daniel Delbene, Oscar Ibarra y Adriana Lorenzón, fue dirigida por Hugo Alejandro Moser. El relato se basó en los personajes de Oreiro y Ramos dos jóvenes enamorados, cuyas familias se encontraban enfrentadas y tuvieron

---

románticas. El género busca otras emociones (conflictos familiares, episodios policiales, personajes corruptos)” (Ulanovsky, Sirvén e Itkin, 1999: 599).

que vencer varios escollos para estar juntos, como novedad apareció el papel interpretado por Zampini que había hecho de malvada en *Por Siempre Mujercitas* y su personaje fue traslado a *Ricos y famosos*, a pesar de la inexistencia de relación entre ambas ficciones.

Ulanovsky, Sirvén e Itkin (1999) indicaron que el año 1998 supuso una merma en la publicidad, disminución de los salarios y tensiones gremiales. Los programas exitosos se podían contar con los dedos de la mano. Adrián Suar leyó el humor social del momento y envió al aire *Gasoleros* (con Juan Leyrado, Mercedes Morán, Silvia Montanari, Dady Brieva, Pablo Rago, Cecilia Milone, María Fiorentino, Manuel Callau, Nicolás Cabré, Matías Santoianni, Alejandro Fiore). Leyrado interpretó a Héctor Panigassi un mecánico y Morán encarnó a Roxana Presutti una taxista, la historia central giró en torno a estos personajes de barrio que intentaban concretar su amor. Bourdieu (2009) ensayó acerca del éxito de *Gasoleros*, al sostener que las historias habían reflejado en los últimos años niveles elevados de irrealidad y en algún punto el público había perdido el elemento de identificación. Por ejemplo, las telenovelas de Enrique Torres que fueron aceptadas por el público vernáculo como extranjero, empezaban a agotarse, los televidentes locales necesitaban reconocer lugares, tiempos y cultura.

Desde Telefé se apostó por *Verano del '98* (Fernán Mirás, Nancy Dupláa, Marcelo Kloosterboer, Agustina Cherri, Alejo Ortiz, Agustina Lecouna, Jazmín Stuart, Juan Ponce de León, Nahuel Mutti, Tomás Fonzi, Diego Ramos), Cris Morena apuntó a una tira juvenil y se mantuvo tres años en el aire aunque el elenco rotó de una a otra temporada y *Muñeca Brava* (con Natalia Oreiro, Facundo Arana, Arturo Maly, Lydia Lamaison, Fernanda Mistral, Victoria Onetto, Segunda Cernadas) de Enrique Torres y dirección de Hernán Abrahamsohn. En la cual Oreiro interpretó a Mili o la Cholito, una chica huérfana que vivió en un orfanato sin conocer sus orígenes. Luego ingresó a trabajar de mucama en la mansión de Arana, ambos se enamoraron y ella encontró a su familia que justamente vivía en esa casa lujosa. Se trató de una telenovela clásica que incluyó elementos de humor.

En 1999, Canal 13 se afirmó con dos proyectos de Suar que alcanzaron considerables niveles de audiencia. Estas fueron dos tiras diarias emitidas en horarios consecutivos:

*Gasoleros y Campeones*. La primera en su segunda temporada y la otra inauguró el horario de las 22 para las telenovelas diarias, contó con la participación de Juan Carlos Calabró, Soledad Silveyra, Osvaldo Laport, Germán Kraus, María Valenzuela, Betiana Blum y Osvaldo Santoro, entre otros. Retrató la vida de boxeadores, además los personajes trabajaban en distintas profesiones (recolectores de basura, empleados de frigoríficos, docentes), una vez más Pol-ka recurrió al barrio, a la ciudad y a los personajes porteños.

En este año las ficciones sufrieron recortes presupuestarios, exceptuando las que lograron captar el interés de las audiencias: *Gasoleros*, *Campeones* (Canal 13), *Muñeca Brava*, *Verano del '98*, *Cabecita* y *Buenos Vecinos* (Canal 11) sumados los unitarios de Pol-ka *Vulnerables* y *Por el nombre de Dios*. Los actores salieron a defender sus fuentes de trabajo, bajo la consigna “Somos actores, queremos actuar”, el número de tiras se redujo notablemente de 59 que se produjeron en 1993 cuando se registró el pico más alto, las cifras descendieron a 32 para 1999. En palabras de Ulanovsky y Sirvén (2009) “la televisión parece, por fin, haber encontrado la fórmula para producir a muy bajo costo, con contenidos vacuos, pasatistas y bastante cínicos, porque en muchos casos se hacen como supuestos homenajes a los artistas convocados” (Ulanovsky y Sirvén, 2009: 28).

En el año 2000 la audiencia no acompañó a las tiras de Pol-ka ni *Primicias*, ni *Calientes* lograron consolidarse en la pantalla. No obstante, algunas ficciones lograron reunir cierta audiencia: *Por ese palpitir* (América), *Los médicos de hoy* (Canal 13) y *Los buscas de siempre* ambas producidas por Enrique Estevanez y *Luna Salvaje* (Canal 11). Además Telefé acertó por un lado, con la compra de *Yo soy Betty, la fea* una telenovela colombiana que contó la historia de una chica extremadamente inteligente pero descuidada en su aspecto exterior que trabajaba en *Ecomoda*, una empresa de moda. Y por otro lado con *Tiempo final* un unitario de suspenso producido por Sebastián Borensztein que se mantuvo más de dos temporadas en el aire y contó con un elenco rotativo por el cual pasaron más de 300 primeros actores. Sucede que en estos años comenzó el reinado de los *reality shows*, sobresalió *Expedición Robinson* (Canal 13) al que un año más tarde se le sumaron *Gran Hermano* (Canal 11) y *El Bar* (Canal 2).

El 2001 fue un año regido por la crisis, las políticas económicas aplicadas no lograron revertir la recesión reinante desde 1998, por el contrario terminaron por hundir al país en uno de sus peores momentos económicos, políticos e institucionales lo cual se reflejó en la programación televisiva. Mazziotti (2002) explica que en el 2001 la dimensión de la crisis se observó en la ausencia de publicidad, entre bloque y bloque de los programas, se veían los avances de otros productos del canal o publicidades muy económicas.

En cuanto a los demás programas, se destacó Marcelo Tinelli (al igual que en temporadas anteriores) que al frente de *Videomatch* promovió *Gran Cuñado*, consistió en una parodia de *Gran Hermano* pero en la casa habitaban algunos de los principales referentes políticos del momento, entre ellos, el propio presidente Fernando De la Rúa. Juan Pablo Baylac subsecretario de Comunicaciones sostuvo que se estaba atravesando por la “tinellización de la política” (Ulanovsky y Sirvén, 2009: 95).

Mientras tanto Adrián Suar se hizo cargo de la Gerencia de Programación de Canal 13<sup>67</sup>, desde allí envió al aire *El sodero de mi vida* (con Andrea del Boca y Dady Brieva) con libreto de Jorge Maestro y Ernesto Korovsky, superó los 30 puntos de *rating*. Al mismo tiempo se asentaron programas como *22, el loco* protagonizado por el propio Suar, acompañado por Nancy Dupláa y Leticia Bredice. En relación a los productos de Pol-ka, Mazziotti (2002, 2006) consideró que se tratan de tiras porque borran las características propias del género y permiten dar cuenta de los deslizamientos y de las transformaciones que se operan en el interior de los textos.

En Telefé Villaruel campeó el temporal con: *Poné a Francella*, la telenovela del mediodía fue *Yago, pasión morena* (con Facundo Arana y Gianella Neyra), la tira juvenil *Enamorarte* (con Celeste Cid y Emanuel Ortega) fue producida por Telefé Contenidos y la empresa Dinamic de Palito Ortega que estaba dirigida por su hijo Sebastián, y *Provócame* (con Chayanne, Araceli González y Romina Yan), también se trató de una coproducción entre Telefé Contenidos y RGB, la productora de Gustavo Yankelevich.

---

<sup>67</sup> Ya en 1999 Claudio Villaruel había reemplazado a Gustavo Yankelevich en la gerencia de programación, imprimiendo un nuevo rumbo a la televisión argentina, son más jóvenes, más mediáticos e inconscientes (Ulanovsky y Sirvén, 2009).

En resumen, el desarrollo de la telenovela argentina pasó por distintos estadios, que estuvieron ligados con el despliegue del propio sistema televisivo y también con el devenir político y económico del país, luego de una primera fase experimental y artesanal (1951-1969) en la cual se nutrió de actores, técnicos y locutores provenientes de otros medios (radio, cine y teatro), se consolidó como una verdadera industria de las pasiones (1970-1988) aunque si bien adquirió las características de producción industrial y más profesional, sufrió los embates de los militares primero y de los radicales después, que en cierta medida detuvieron o aletargaron el despliegue del género, finalmente la etapa que se inauguró con la privatización de los canales y que culminó con el estallido de la crisis de 2001, supuso una nueva oportunidad para las telenovelas. En los primeros años de la década del '90 prevalecieron las superproducciones coproducidas entre el capital local y el externo. Mientras que en la segunda mitad se destacaron las productoras independientes de empresarios nacionales, muchos de ellos ligados al medio televisivo (Suar, Tinelli, Pergolini) que en ocasiones se asociaron con los principales canales de televisión para realizar los programas, por eso se puede hablar de una incipiente transnacionalización y la definitiva industrialización e innovación de los estándares de producción.

## **5.2 Análisis de la programación de ficción en Argentina (1989-2001)**

En este punto se analizará el desarrollo de la programación de ficción en Argentina durante el período comprendido entre 1989-2001 para observar en qué medida aumentó o disminuyó la producción de programas de este tipo en la etapa estudiada. En principio se retomará la definición sobre programación presentada por Fernández Díez y Martínez Abadía (1994) que la entienden como el conjunto de programas audiovisuales que conforman la emisión diaria de un canal de televisión, “estas piezas son individuales, sin relación las unas con las otras, pero la programación es un *continuum* narrativo. Por ello, existen pausas e inserciones como *spots* publicitarios, avances de programación y películas, presentadores que introducen programas, todo ello para dar continuidad a la programación (...) Hay una fuerte relación entre la programación y el ámbito de la producción, pues de su determinación con la máxima exactitud y antelación dependerá la puesta en marcha de los mecanismos para su realización efectiva” (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1994:36). De igual manera, Williams (2011) sostiene que la

radiodifusión se caracteriza por la secuencia o flujo. Así no ofrece un programa de unidades separadas sino un flujo planificado que ligado al incremento de la competencia, impulsa a los programadores o directores de programación de los canales a diseñar estrategias para retener a las audiencias durante toda la secuencia o flujo.

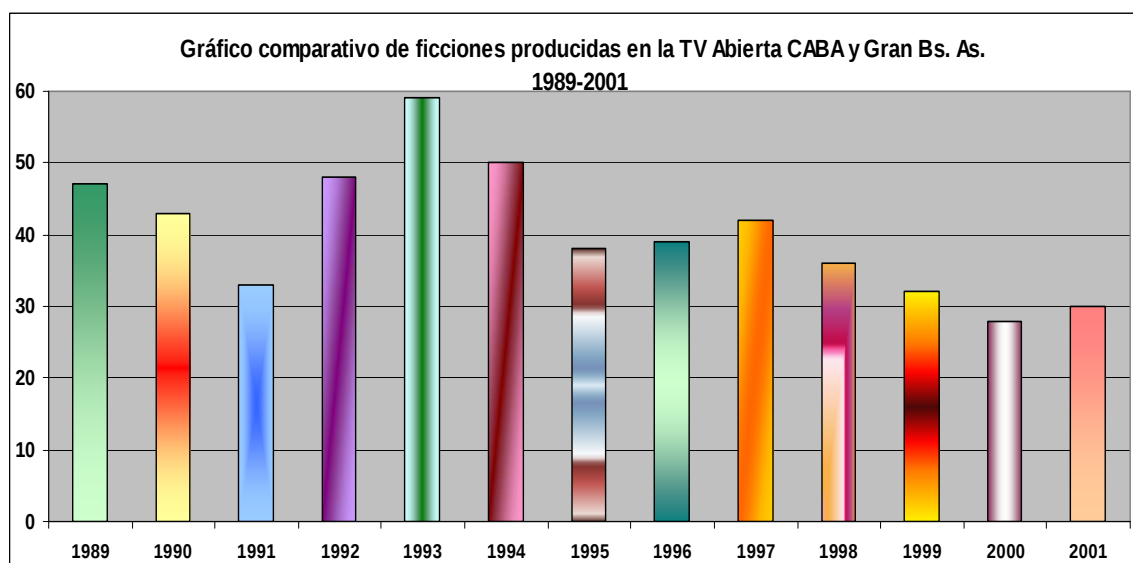
Al respecto si la programación de una emisora ocupa un lugar central por sobre el rendimiento individual de cada producto, Hugo Di Gugliemo<sup>68</sup> sostiene que al elegir una ficción o cualquier tipo de programa, deben tenerse en cuenta el horario de emisión, el público que se quiere captar y, por supuesto, los costos que se pueden afrontar. Es muy importante que la idea elegida, el *casting*, la calidad de producción y la estética estén en relación con el estilo general del canal. Hay una gran interacción entre cada programa y el total de la programación. Son parte de una misma familia y deben apoyarse y potenciarse entre sí.

Al centrarse en las telenovelas Hugo Di Gugliemo (2005) considera que hay algunos factores de éstas que colaboran en la programación: la capacidad para definir el *prime-time*, la flexibilidad temática (comedia, intriga, temas de actualidad, suspenso), la amplitud de públicos, constituye una marca de identidad para el canal y ahorra tiempos de promoción porque concentra la publicidad de un solo producto.

Ahora bien es lícito preguntarse que sucedió con la producción de ficciones en el período 1989-2001 tras la privatización de los canales 11 y 13 y en el año del estallido de la crisis política, económica y social en Argentina.

---

<sup>68</sup> Hugo Di Gugliemo (2011) ex Gerente de Programación de Canal 13 1990-2001. Entrevista realizada por correo electrónico/12/12/2011.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Nielsen, Jorge “*La magia de la televisión argentina*” (Vol.5, 6 y 7) y relevamiento de archivo.

El gráfico muestra la cantidad de ficciones totales producidas para el período 1989-2001 por los canales de televisión abierta de Capital Federal y el Gran Buenos Aires (Canal 2, 7, 9, 11 y 13) se puede observar que luego de las privatizaciones en 1989, la producción de ficciones descendió entre 1990 y 1991, y recién comenzó a incrementarse paulatinamente en 1992 alcanzando su pico máximo en 1993 con 59 producciones. En este sentido es preciso recordar dos cuestiones que incentivaron la producción en ese período: la existencia de productoras independientes nacionales que realizaron coproducciones con el exterior (ver capítulo 4.3) y la instalación de una filial en Argentina del Grupo Televisa de México que permanecería en el país hasta 1994 (ver capítulo 5.1.3). Hacia 1995 se evidencia una retracción en la producción de ficciones registrándose una caída del 24% en relación al año anterior. A partir de ese momento comenzaron a surgir productoras independientes que propondrían distintos tipos de programas (ficciones, entretenimiento y periodísticos informativos) para abastecer las pantallas locales. En 1997 se registró un crecimiento en el número de ficciones realizadas para empezar una curva descendente en la etapa comprendida entre 1998-2001.

En 2001, el COMFER llevó adelante estudios de programación. En relación a la ficción estimó que esta retuvo el 11% de la producción, mientras que el 22% fue dedicado al entretenimiento en general, el resto de la programación fue ocupado por diversos

géneros (Getino, 2008). A continuación se intentarán dar algunas claves para pensar qué sucedió en la programación de ficción televisiva.

En el análisis de la primera mitad de la década del '90, Víctor Agú<sup>69</sup> plantea que en la década del '80 hubo mucha ficción, las telenovelas iban a todo horario, estaba la alta comedia y la novela. Uno de los grandes problemas fue la hiperinflación económica (1989) que impactó en la televisión y provocó una disminución de las ficciones. Para Marcelo Camaño<sup>70</sup> el Estado tenía una noción de programación que los privados a partir de los '90 comenzaron a destruir, en su propias palabras “Ellos no estaban buscando destruirlo pero en el afán de ir por el negocio 100%, por la especulación, el robo a la empresa de enfrente de las figuras, los autores, los directores o los proyectos en sí, se empezó a armar una televisión que si rememoras los '90 te acordás de dos o tres productos concretos de Telefé: *Grande Pá* (cuyo antecedente fue *Crecer con Papá*), *Amigos son los amigos*, *Mi cuñado* (que tiene raíces en lo '70) son dos o tres puntos muy fuertes de una televisión muy pasteurizada”.

Para la actriz Anahí Martella<sup>71</sup> a principios de los '80 hubo una apertura muy grande en la televisión por el retorno de la democracia. Los libretos empezaron a cambiar, de ser algo muy sostenido por los protagonistas donde la historia de amor era importante, de pronto empezaron a tener más relevancia aspectos vinculados con lo social. “Los '90 fueron como una marcha atrás, lo *light* de la televisión de los '90 fue muy contrapuesto a lo comprometido de la televisión de los '80 que fue las más brillante, desde los mecanismos de producción, desde lo rendidor, desde los elencos, desde las propuestas estéticas. La televisión de los '80 siguió en manos del Estado, se podía gastar pero cuando eso se privatizó, cuando se impuso la lógica de ganar plata nada servía, fue un quiebre muy importante, en los '90 el trabajo disminuyó”. Martella, entiende que, la televisión es como los negocios de cinco años, durante ese lapso temporal se establece una moda (como los *pools* o los *paddles*) después de mediados de los '90 las modas fueron más largas, por ejemplo, en el caso de los *reality*, empezó con el *talk show*,

---

<sup>69</sup> Víctor Agú (2011), autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidas*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En Co Autoría con Migré: *Son Cosas de Novela*, *Nosotros pecadores*, *El Hombre equivocado*, *Un marido para Diana Gálvez*, *El Rafa*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

<sup>70</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré*, *El Deseo*, *El Capo*, *Montecristo*, *Vidas Robadas y Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

<sup>71</sup> Anahí Martella (2011), Actriz de televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 07/09/2011.

después los programas *Gran Hermano*, luego el *Bailando por Soñar*, la transformación se dio en sí misma en el marco de este formato que es el *reality*, en tanto, la ficción fue cediendo su lugar a estos programas. Víctor Agú<sup>72</sup> coincide que durante los '90 hubo mucho *reality show* que empezó con los *talk show*, fue una etapa de mucha frivolidad en la televisión argentina en abierto que se agudizó con la crisis del 2001.

Mazziotti (2002) señaló que entre 1995-2002 se produjo una atomización de la televisión que consistió por un lado, en la aparición de programas baratos que denominó tele-verdad que se centraron en los conflictos de la gente común y por otra parte, la conformación de una parrilla de programación uniforme de lunes a viernes, el aumento de programas de frecuencia diaria, no solo de ficciones sino del resto de programas de entretenimiento y los noticieros.

En relación a las ficciones Marcelo Camaño asegura que un cambio central se produjo en los horarios de emisión y sostiene que hacia 1993 Alejandro Romay programó *Más allá del horizonte*, a las 21 hs., ocupó ese segmento horario, de lunes a viernes con esa telenovela. En ese horario previamente había cinco programas diferentes con cinco equipos de trabajo distintos, ahí ya se achicó gran parte del mercado. Según Camaño esta estrategia fue adoptada posteriormente por Canal 13, primero con *Gasoleros* a las 21 hs. (1998) e inmediatamente después con *Campeones* a las 22 hs. Sin embargo Camaño continúa con una mirada crítica y sostiene que “con estos productos se cerró el mercado, y es algo que nadie se hace cargo y no lo quieren contar. Pero con el diario del lunes como estamos hoy, la verdad no sé si hay que celebrar ese cambio de paradigma. Es cierto que hubo un cambio estético importante, más naturalista (del patio, el mate, la madre selva, la recuperación de lo popular). Puedo disentir mucho si es popular o no, pero recuperar esa comedia de barrio significaba dejar de lado muchos productos que estaban por salir, y donde uno sospecha que detrás de eso hay un negocio y que es para algunos”.

Así, la tendencia de programar telenovelas en el *prime time* se inauguró con *Más allá del horizonte* en 1994, por Canal 9 en el horario central de las 21 horas, hacia 1999

---

<sup>72</sup> Víctor Agú (2011), autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidos*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En Co Autoría con Migré: *Son Cosas de Novela*, *Nosotros pecadores*, *El Hombre equivocado*, *Un marido para Diana Gálvez*, *El Rafa*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

Canal 13 iniciaría el doble *prime time* con *Gasoleros* y *Campeones* emitidas a las 21 y a las 22 horas respectivamente.

Para Hugo Di Gugliemo<sup>73</sup> esto obedeció a diversos factores. Por un lado, cambios en los hábitos, debido a que, en el resto de Latinoamérica ya se programaban novelas en el *prime time* desde hacía muchos años. Mientras que en Argentina sólo se hacía por la tarde. Al ingresar a la noche, se buscó captar un público de hombres, además de la clásica audiencia de mujeres. Aparte del romance, aparecieron la aventura, casos policiales y temáticas más jugadas en cuanto a casos sociales, sexo, etc. Por otro lado, se vincula con tendencias de programación que tienen que ver con los gustos del público, con riesgos que se asumen al programar; y también con temas económicos, puesto que sale menos dinero programar una tira diaria, que generar cinco unitarios diferentes por semana.

Otro de los cambios en el período estudiado respecto a la programación de ficción es el pasaje de una programación vertical a una horizontal en el horario *prime time*, es decir, de emitir todos los días en el mismo horario un programa distinto a emitir todos los días en el mismo horario la misma ficción. En este sentido, Di Gugliemo (2002) señala que en general la programación de la mañana y de la tarde (de 12 a 20 hs.) mantuvo una lógica horizontal para emitir sus programas, dado que apuntaban a un público muy particular (mujeres, niños, jubilados).

Marcelo Camaño<sup>74</sup> sostiene que es más caro programar en vertical, pero también está la diversidad de productos, “en ese momento, en el incipiente Telefé, estaban las comedias familiares y Yankelevich se tenía que bancar literalmente el ciclo de Doria, *Atraverse* porque era para los premios. Si recorres notas, él te lo dice, no era sencillo desmontar una escenografía por semana y volver a montar otra con un Doria que era puntilloso, con elencos que no se formaron más, donde había ocho personajes interpretados por actores de primera línea, donde por supuesto no iban por la plata habitual pero tampoco la pasaban mal cobrando. Eso no hacía 40 puntos de *rating* como *Grande Pá*, pero era el ciclo que anclaba la mirada del unitario serio”.

---

<sup>73</sup> Hugo Di Gugliemo (2011) ex Gerente de Programación de Canal 13 1990-2001. Entrevista realizada por correo electrónico/12/12/2011.

<sup>74</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré*, *El Deseo*, *El Capo*, *Montecristo*, *Vidas Robadas* y *Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

De esta manera, hacia 1994 esta lógica vertical de programación comenzó a quebrarse a partir del cambio introducido por Alejandro Romay al enviar una telenovela de lunes a viernes en horario central y con éxito de audiencia, así estimuló una nueva visión para la televisión argentina. Para Di Guglielmo<sup>75</sup> el pasaje no fue total, hubo tramos especialmente la noche (luego de las 22 o 23 horas) y en los fines de semana, donde se mantuvo la programación vertical. Los cambios se produjeron en los comienzos del *prime time* (a las 21 horas primero, luego también a las 22 horas) donde se pasó de programar unitarios a programas tiras”.

Ferrari Boniver y Funes (2009) señalan que en la lógica horizontal de programación semanal, la franja de las 23 mantuvo el tipo mosaico. Según ellos el sostenimiento de franja horaria en la grilla es resultado del nivel socioeconómico del público que sigue los programas que se emiten en ese horario. Aunque se registren niveles inferiores de *rating* que en otras franjas del *prime time*, el alto nivel socioeconómico de sus televidentes le permite al canal segmentar y brindarle a sus anunciantes una llegada más directa al *target* deseado, sectores “nichos” con un gran poder adquisitivo.

Otro punto a considerar es la inversión publicitaria en la televisión abierta en Argentina, en el cuadro presentado se observa que a partir de 1997 se registró un descenso en la inversión publicitaria para la televisión abierta que sólo se incrementó hacia 1999, hecho que coincidió con las elecciones presidenciales lo cual pudo haber aumentado la inversión en el sector. Luego de ese año se detecta un descenso en la inversión publicitaria en el sector televisivo de modo coincidente con la sostenida crisis económica que afectó al país a partir de 1998 y que derivó en la crisis económica, social y política que terminó por estallar en diciembre de 2001, con el derrumbe del sistema financiero y la crisis de legitimidad política e institucional en el país. No obstante, sus impactos más fuertes repercutieron en el año 2002 cuando la inversión publicitaria alcanzó las cifras más bajas 658.999 (en miles de pesos), es decir, con una merma del 31% en relación al año anterior.

---

<sup>75</sup> Hugo Di Guglielmo (2011) ex Gerente de Programación de Canal 13 1990-2001. Entrevista realizada por correo electrónico/12/12/2011.

| <b>Inversión Publicitaria en TV ABIERTA (en miles de pesos)</b>                                                              | <b>1995</b>      | <b>1996</b>      | <b>1997</b>      | <b>1998</b>      | <b>1999</b>      | <b>2000</b>      | <b>2001</b>    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|
| Capital                                                                                                                      | 861.956          | 875.808          | 952.964          | 952.545          | 1.014.404        | 853.274          | 739.730        |
| Interior Nacional y Local                                                                                                    | 233.444          | 213.901          | 247.562          | 221.518          | 252.780          | 235.718          | 216.266        |
| <b>TOTALES</b>                                                                                                               | <b>1.095.400</b> | <b>1.089.710</b> | <b>1.200.526</b> | <b>1.174.063</b> | <b>1.267.184</b> | <b>1.088.992</b> | <b>955.996</b> |
| <b>Fuente:</b> AAAP (Asociación Argentina de Agencias de Publicidad)/SinCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina) |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                |

En relación a la evolución histórica de los programas de ficción por canal 1989-2001 se puede señalar que Canal 7 a partir de 1989 inició una fase de declive en la producción de ficción, cuyo punto más álgido se encontró en los años 1997-1998 donde no emitió ficciones en el canal. Esto debe leerse al calor de la relación que históricamente la emisora estatal mantuvo con los gobiernos de turno, Mercedes Corso<sup>76</sup> indica que en la década del '90 no se producía nada en Canal 7, por eso en 1998 abandonó el canal tras vivenciar una fase de desmantelamiento. Una breve historia de la emisora en esa época muestra que en 1990 fue nombrado interventor René Jolivet, éste sostuvo una programación ligada al *show* y al entretenimiento, firmó contratos elevados con Gerardo Sofovich, Mirtha Legrand y Mauro Viale, durante su gestión alcanzó uno de los niveles más bajos de *rating* y de ingresos por publicidad. En 1991 Jolivet fue reemplazado por Sofovich que con el eslogan “Ahora también competimos” se hizo cargo de la entonces ATC (Argentina Televisora Color), no obstante continuaron los magros resultados en el *rating*, las irregularidades en la gestión y en el manejo de los fondos. Sofovich dejó su puesto en 1995, así asumió Germán Kammerath por unos pocos meses y luego se hizo cargo Horacio Frega, durante su gestión que duró hasta 1997 se registraron uno de los peores resultados del canal estatal, los pocos programas de calidad que quedaban se marcharon y se incrementaron las deudas, como quedó demostrado en ese año el número de ficciones emitidas ascendió a cero. Hacia agosto de 1997 se hizo cargo del canal Horacio de Lorenzi que prosiguió con la tendencia iniciada a principios de los '90.

En 1999 con el cambio de gobierno y la llegada de la Alianza al poder, la emisora intentó recuperarse tras funcionar unos meses con una programación de emergencia en

<sup>76</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

el 2000 lanzó “Canal 7 Argentina”, la señal intentó mostrar una programación con vocación pluralista, federalista y con propuestas de programación alternativa a la de las señales comerciales (Mindez, 2001). Sin embargo, el bajo presupuesto impidió desarrollar programación propia y debió recurrir a las productoras que abastecían al resto de los canales, de hecho las ficciones de esos años fueron *Todo por \$2* y *Okupas* (ambas producidas por la productora Ideas del Sur).

En el caso de Canal 9 se puede observar que hasta 1997 la emisora estuvo en manos de Alejandro Romay, en ese año la señal pasaría a formar parte del controvertido grupo CEI-Telefónica que en 1998 también se haría cargo de Canal 11 (Telefé) y de los canales de provincia asociados a este. Canal 9 que bajo la conducción de Romay se había consagrado como uno de los líderes en la producción de ficciones inició a partir de 1998 un proceso descendente en la generación de este tipo de programas que disminuyó un 50% entre 1998-2001, asimismo la mala administración de la emisora repercutió en la programación general y en un descenso en los niveles de audiencia.

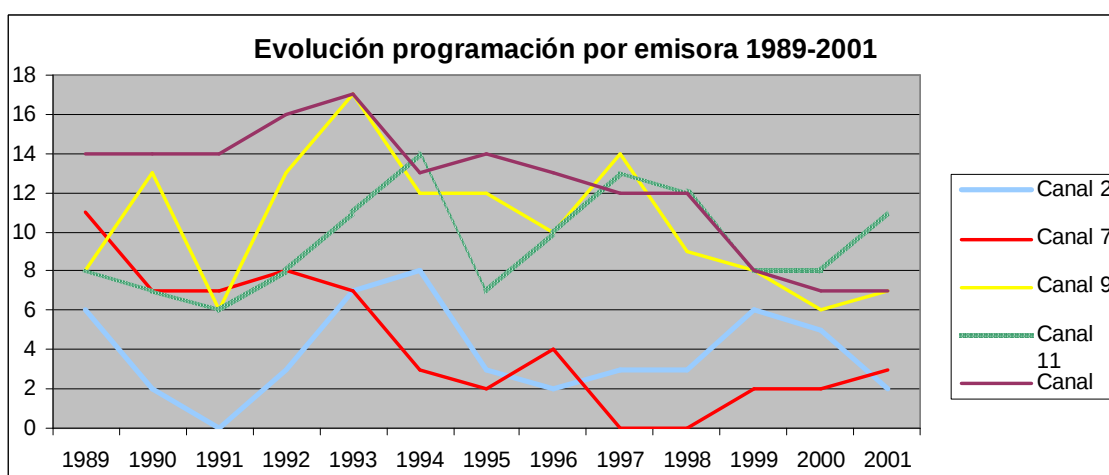
Los privatizados Canal 11 y Canal 13, de la mano de sus respectivos gerentes de programación Gustavo Yankelevich y Hugo Di Guglielmo apostaron a la emisión de ficciones, tiras o unitarios. Sin embargo hacia 1998 en ambas emisoras se verifica un descenso en la producción de este tipo de programas, la metatelevisión, los *talk show* y los *reality show* empezaron a poblar las pantallas de la televisión local, los *reality show* se ubicarán en los horarios centrales de la televisión relevando de estos espacios no sólo a las ficciones sino también a los informativos<sup>77</sup>. La existencia de estos programas satélites ocuparon un lugar central en la programación y permitieron la proyección de otros productos que reproducían o debatían acerca de los hechos ocurridos en estos programas que lograron nuclear la atención de las audiencias, además se trataba de programas cuyos costos de producción son menores que aquellos que acarrearán las producciones ficcionales (ver capítulo 5.1.3 sobre las ficciones producidas entre 1989-2001).

---

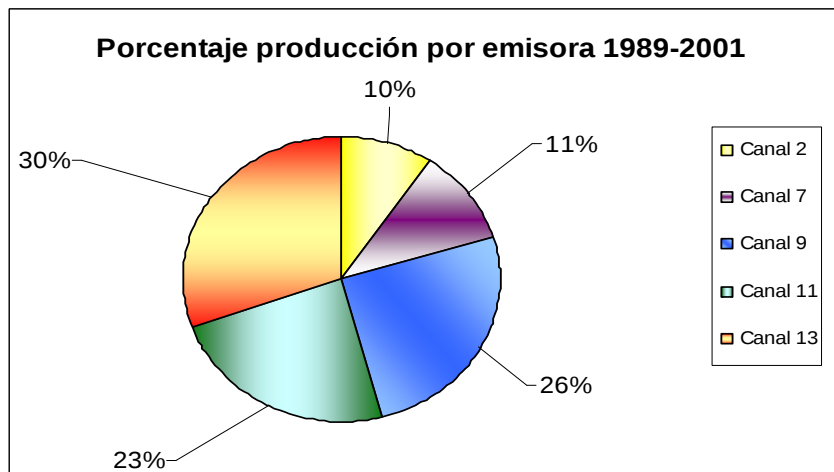
<sup>77</sup> Durante el año 2001, Telefé no contó en su programación semanal de lunes a viernes con el noticiero de las 19 o 20 hs., en su lugar se proyectó la telenovela colombiana *Betty, la fea* y una de las ediciones diarias de la edición Argentina de *Gran Hermano*.

| Evolución histórica programas de ficción por canal 1989-2001 |           |           |            |            |            |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Año                                                          | Canal 2   | Canal 7   | Canal 9    | Canal 11   | Canal 13   |
| 1989                                                         | 6         | 11        | 8          | 8          | 14         |
| 1990                                                         | 2         | 7         | 13         | 7          | 14         |
| 1991                                                         | 0         | 7         | 6          | 6          | 14         |
| 1992                                                         | 3         | 8         | 13         | 8          | 16         |
| 1993                                                         | 7         | 7         | 17         | 11         | 17         |
| 1994                                                         | 8         | 3         | 12         | 14         | 13         |
| 1995                                                         | 3         | 2         | 12         | 7          | 14         |
| 1996                                                         | 2         | 4         | 10         | 10         | 13         |
| 1997                                                         | 3         | -         | 14         | 13         | 12         |
| 1998                                                         | 3         | -         | 9          | 12         | 12         |
| 1999                                                         | 6         | 2         | 8          | 8          | 8          |
| 2000                                                         | 5         | 2         | 6          | 8          | 7          |
| 2001                                                         | 2         | 3         | 7          | 11         | 7          |
| <b>Total</b>                                                 | <b>50</b> | <b>56</b> | <b>135</b> | <b>123</b> | <b>161</b> |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Nielsen, Jorge “La magia de la televisión argentina” (Vol.5, 6 y 7) y relevamiento de archivo.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Nielsen, Jorge “La magia de la televisión argentina” (Vol.5, 6 y 7) y relevamiento de archivo.

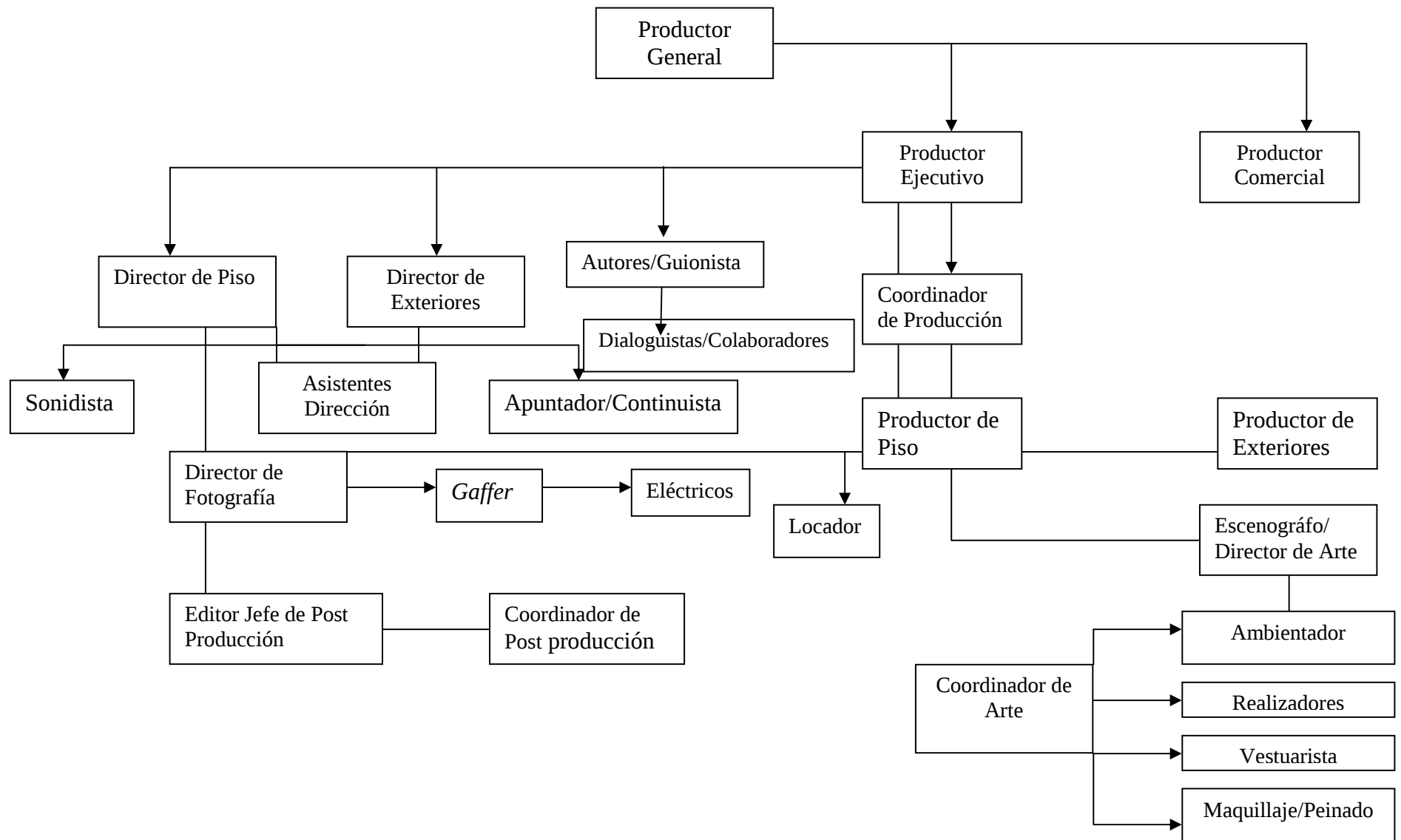


Fuente: Elaboración propia en base a datos de Nielsen, Jorge “*La magia de la televisión argentina*” (Vol.5, 6 y 7) y relevamiento de archivo.

Si se considera la etapa 1989-2001 se identifica que del total de producciones de ficción emitidas en ese período por los Canales 2, 7, 9, 11 y 13 la cifra asciende a 525. De ese total el 30% fue emitido por Canal 13, seguido por un 26% de Canal 9 y recién aparece en tercer lugar con un 23% Canal 11, finalmente quedan relegadas con un 11 y un 10% los canales 7 y 2 respectivamente. En este sentido cabe destacar que Canal 2 nunca apostó directamente a programar ficciones, su programación se basó en el entretenimiento, *magazines*, *talk show*, periodísticos informativos y noticieros, en general las ficciones del canal fueron producidas por productoras independientes que negociaban luego con la emisora los costos de cada capítulo.

### **5.3 Equipos de producción: los principales actores involucrados en el proceso de producción.**

En el siguiente cuadro se presentan a los principales actores involucrados en la producción de ficciones y el lugar que ocupan en la cadena de producción, luego se describe, brevemente, las tareas desempeñadas por cada uno de ellos.



**Productor general (PG):** es el dueño del producto y él que habilita los fondos para producir. Esta función es la que desempeña el canal de televisión o la productora que inicia el proceso de producción.

**Productor ejecutivo (PE):** es el responsable de la producción. Antes la figura del PE estaba asociada a la persona que se encargaba de controlar los gastos. Claudio Meilan<sup>78</sup> entiende que el rol del productor es saber canalizar los distintos talentos y recursos para que quede un buen proyecto, “hay mucho de intuitivo en el trabajo, implica unificar a las distintas áreas, capitalizar las buenas ideas que surgen, tener fluidez creativa. Lo más importante es trabajar todos juntos en un equipo, en una causa común, escuchar a los otros porque todo es mejorable. La televisión es muy creativa, el éxito no es sólo del guión, del productor, del elenco. Es preciso que cada uno se sienta dueño de la parte que está creando, cuando hay una buena sinergia de equipo hay una retroalimentación permanente creativa, porque todo el mundo aporta para bien, el trabajo del productor más allá de manejar el presupuesto, el *casting*, consiste en el día a día colaborar para crear ese clima, en el que cada uno pueda aportar lo mejor de él”.

Marisa Ippolito<sup>79</sup> explica que el PE participa en el armado del equipo (director, director de fotografía, escenógrafo o director de arte, sonidista, editores, maquillaje y vestuario, entre otros), además colabora en la selección del talento artístico. El PE se encarga del diseño de producción general, de diagramar el plan financiero (cuáles son los ingresos y recursos disponibles), ordenar la entrega de los libros, organizar las grabaciones (cuándo cierran los capítulos y cuándo llegan a la post-producción). Ippolito considera que el presupuesto es fundamental, ahí “pre-supones” lo que se va a gastar y también es preciso ver cómo funciona el equipo, adelantarse, para organizar, para preveer, para coordinar, frente a un problema hay que tener dos soluciones, “desde ahí la producción es un lugar de mucha omnipotencia, todo lo ve, todo lo debe solucionar. A veces es un área poco reconocida”. No implica solamente administrar la caja, es un departamento creativo y también administrativo.

---

<sup>78</sup> Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 10/08/2011.

<sup>79</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

En esta área, a veces de acuerdo a la envergadura de la producción existen *manager* de producción que se encargan de: confeccionar y seguir el presupuesto, el manejo del *cash flow* (dinero disponible en efectivo que se necesita semanal o mensualmente según el proyecto), contratación de autores, contratación de locaciones, entre otras cuestiones.

**Productor comercial (PC):** establece la duración de los programas según la tanda, y la cantidad de avisos comerciales y promociones de acuerdo al programa.

**Coordinador de Producción (CP):** según Marisa Ippolito cumple una tarea similar al Asistente de Dirección en cine. Sus funciones consisten en armar los planes de grabación, el desglose de los libros, la convocatoria de actores, el trabajo con los bolos o participaciones especiales o esporádicas de los artistas en algunos capítulos. Es una actividad compleja y de suma responsabilidad porque debe trabajar con los libros, realizar los desgloses de piso y de exteriores, coordinar los horarios y los cruces de los actores en las unidades de producción y adelantarle al resto de los departamentos lo que va a suceder. Además puede desempeñar tareas netamente administrativas, por ejemplo, la liquidación de los sueldos para la Asociación Argentina de Actores (AAA).

**Productor de piso/exteriores:** responsable de todas las áreas que participan en la producción piso/exteriores. Coordina la logística y controla que se cumplan los tiempos establecidos para cumplir con los planes de grabación, o bien realiza las correcciones necesarias para asegurar el proceso de grabación.

**Escenógrafo/Director de Arte (DA):** diseña y supervisa la realización de las escenografías generales. Tiene la visión general de la imagen estética del programa más allá de la escenografía, títulos, logos, peinados, vestuarios. Debe preparar el estudio técnicamente y armar el decorado (casas, oficinas, bares), pensar en los tapones del estudio y diagramar la escenografía en función de las luces (por ejemplo para que las cañas no hagan sombra). En este sentido es preciso que trabaje de modo coordinado con el director para proyectar adecuadamente la puesta en escena.

**Coordinador de Arte:** realiza los desgloses y planes de arte; y coordina a ambientadores y realizadores.

**Ambientador:** dirige y controla la creación de decorados, su ambientación, los vestuarios y los efectos especiales, elige la utilería, tapicería, mobiliario.

**Realizadores:** realizan las escenografías previamente diseñadas.

**Vestuaristas:** llevan adelante los desgloses y planes de vestuario. Se encargan de controlar el vestuario que se utiliza cada día, además de mantener la limpieza de la indumentaria. Mercedes Corso<sup>80</sup> explica que antes había modistas que realizaban la ropa, luego se empezó a utilizar el canje o se tercerizó el trabajo, depende del tipo de producción (actual o de época).

**Maquillaje/Peinado:** se encargan de mantener y coordinar el maquillaje y el peinado de cada uno de los personajes a lo largo de la ficción. Asimismo se encarga de conseguir los insumos necesarios para desempeñar sus tareas.

**Director de piso/exteriores:** hasta principios de la década del '90 estaba el director integral, que cumplía la doble función de dirigir a los actores y realizar la puesta en escena, esta figura se fue diluyendo, según Edgardo Borda<sup>81</sup> había mayor dependencia de la parte actuarial, evaluar el tono de un actor, dónde poner mayor intención, hoy en día en general los directores plantean las escenas y la puesta de cámaras. En general hay dos directores uno de piso y otro de exteriores, porque también existen dos unidades de producción, aunque el que marca la ficción por lo general es el director de piso, dado que, el porcentaje de escenas en el piso supera a las llevadas adelante en exteriores o locaciones.

**Asistentes de dirección:** en una producción de piso hay generalmente dos asistentes de piso (uno que está en el set y otro que está con los actores). Los asistentes deben controlar los tiempos de cada una de las áreas mientras se arma la puesta en escena, además se fija los movimientos que pueden hacer los actores dentro del set. Cecilia

---

<sup>80</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

<sup>81</sup> Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/12/2011.

Scarabello<sup>82</sup> destaca que hay que chequear que esté todo lo que se necesita para la escena, por ejemplo si están tomando vino que esté el vino, si hay un arma que estén los de efectos especiales, ver si falta algún accesorio de vestuario que por continuidad debe tener algún actor, fijarse si alguno precisa retoque de maquillaje, entre otras cosas, Después se graba la escena y se vuelve a empezar con el armado de la otra.

**Apuntador/Continuista:** en muchas producciones la misma persona se encarga de ambas cuestiones. El apuntador “pasa letra” con los actores antes de las escenas (revisa el libreto) y controla que cada uno exprese correctamente el texto en las escenas. El continuista sigue la línea de continuidad de cada uno de los personajes (vestuario, accesorios, peinados) y de las escenas (objetos).

**Director de fotografía (DF):** es un término del cine, cuando empezaron a unirse los equipos de cine y de televisión se comenzó a utilizar director de fotografía en lugar de iluminador; la luz cumple un rol central en cualquier ficción porque supone generar o reemplazar la luz natural, por ejemplo, la luz del sol). Diagrama la puesta de luces general y de cada escena en particular. Existen las denominadas *backlight*, es decir, unas estructuras de metal que adentro tiene tubos muy grandes de luz más fríos o más cálidos que permiten manejar la luz, por ejemplo, si se observa que en la escenografía hay una ventana y al ojo del espectador se ven edificios a través de esa ventana, para simular eso edificios se colocan gigantografías con aquello que se quiera mostrar un paisaje, un edificio o cualquier otra cosa. Del DF depende el *gaffer*, éste es el jefe de los eléctricos (se encargan de armar la puesta de luces) su función es plantear a los eléctricos de qué modo se ubicarán las luces, tiene a su cargo la instalación, montaje y conexión de las fuentes luminosas que confieren la atmósfera del programa.

**Locador:** Está el Jefe de locación y el locador (arregla las locaciones en las cuales se va a grabar, también hay que tener en cuenta el *catering*).

**Camarógrafo:** en general se encuentran clasificados de acuerdo a categorías que dan cuenta del grado de su profesionalidad o especificidad. Puede apreciarse el

---

<sup>82</sup> Cecilia Scarabello (2011), Asistente de Producción. Entrevista realizada para la presente Tesis el 27/05/2011.

escalonamiento en que se divide la profesión, el primer cámara es el operador más completo, capaz de tomar imágenes mediante cualquier medio mecánico (grúas, *travelling*). Los asistentes de cámara están a cargo de trasladar las cámaras al *set* y su funcionamiento técnico.

**Editor Jefe de Post Producción:** es fundamental, en general hay dos uno que se encarga de los efectos/clips y otro del resto del programa.

**Coordinador de Post-producción:** es el nexo entre los editores, el director y la producción, coordina aquello que se va a grabar cuando se requiere, por ejemplo, lograr determinado efecto para que se pueda editar correctamente.

**Sonidista:** debe estudiar el guión técnico, para situar los micrófonos de características concretas de captación en los lugares adecuados, sin que sean recogidos por las cámaras.

**Guionistas/Autores:** diagraman la historia que se va a narrar y los perfiles de los personajes, diseña las escaletas y dialogan las escenas -dialoguistas- (ver punto 5.4.2).

**Actores:** actúan o interpretan un papel dentro de la ficción. Anahí Matella<sup>83</sup> sostiene que antes los elencos eran más numerosos, las jerarquías estaban marcadas por los protagonistas. Tenía un estilo que provenía de las castas del teatro, los protagonistas, los cómicos, los padres, los abuelos, los hijos, la amiga, el villano, estaba todo señalado. Posteriormente los elencos se volvieron corales, los protagónicos muchas veces están ligados a cuestiones de *rating* y se modificaron las características de los personajes, las edades están todas corridas, las mujeres más grandes en lugar de hacer de abuelas hacen de madres de chicas de 25. El trabajo del actor es noble, función delicada, específica, está actuando muy fuertemente e inmediatamente sobre el inconsciente colectivo, como modelo para muchas cosas, de identificación y comunión.

---

<sup>83</sup> Anahí Matella (2011), Actriz de televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 07/09/2011.

#### 5.4 De los procesos de producción de las telenovelas

En relación a la producción de telenovelas se pueden destacar tres fases: la pre-producción, la producción *per se* y la post producción. De modo breve, en la fase de pre-producción el productor ejecutivo, el director y el autor deciden el modo en el cuál será narrada la historia, qué lugares se utilizarán y quiénes conformarán el equipo artístico y técnico, esta etapa es de suma importancia para la futura ficción, dado que se procede a diseñar y presupuestar la producción. En tanto que, en la fase de producción *per se* se lleva adelante el proceso de grabación de cada uno de los capítulos. Una telenovela, por lo general, se escribe mientras está en el aire, lo cual permite tener una respuesta del público y reorientar las tramas en caso de ser necesario. Finalmente, la post-producción es el momento del montaje final de cada uno de los episodios, resulta crucial porque además de editar y ordenar las imágenes, se procede a la incorporación de los sonidos y se equipara la calidad visual y sonora del producto.

Asimismo, el estudio de la organización productiva puede abordarse desde un nivel *mezzo* o micro social, ambos son complementarios entre sí. El nivel *mezzo* industrial o la organización productiva está relacionado con la producción de contenidos en las industrias culturales y supone evaluar si las producciones se llevan adelante *in-house*, es decir, en los propios canales o si se realizan mediante la colaboración entre una productora y un canal de televisión. En tanto que, el nivel micro social implica el análisis de las fases de producción propiamente dichas y los tipos de trabajos involucrados, incluye comprender los códigos laborales y de trabajo que operan en la producción de estos contenidos (Roldán, 2010, 2011). A su vez este último, permitiría establecer si se realiza trabajo de tipo redundante o aleatorio según el lugar que ocupe el trabajador en la cadena de producción.

Por lo expuesto, en este apartado se partirá de un abordaje micro social, se reconocerán las fases de producción, se explicará el lugar que ocupan los trabajadores dentro de la cadena productiva de las telenovelas y cuáles son los principales cambios que se produjeron en el período estudiado.

López Pumarejo (1987) señala que las telenovelas o los *soap* se convirtieron en producción industrial en serie y se las llegó a comparar con la fábrica de jabón, en la cual permanentemente se producían pastillas de jabón idénticas entre sí. En parte la semejanza a la que alude es real, en tanto que, la telenovela se encuentra inmersa en la dinámica industrial, en la cual la concepción y la ejecución del trabajo se encuentran escindidas, “el adecuado ejercicio de cada función consisten en dominar una operación especializada, no en conocer la totalidad del proceso. De la misma manera, el *soap*, producido sin tiempo que perder resulta de un proceso altamente especializado donde todo el personal, actores incluso, es tan prescindible como cualquier trabajador en una fábrica” (López Pumarejo, 1987: 82). Agrega el autor que la telenovela permite llenar la grilla de programación, de un modo barato, entre otras cuestiones, porque su control de calidad reside en el carácter prescindible y anónimo del equipo de producción.

Como se mencionó en las industrias culturales se debe distinguir entre trabajo creativo y trabajo técnico y/o manual. El primero constituye uno de los rasgos distintivos de las producciones culturales el término trabajo creativo refiere a aquella actividad que se realiza dentro de las industrias culturales, y que se centra principalmente en la producción simbólica. Si bien estos trabajos existen en otros sectores industriales, solamente en este tipo de producciones constituyen el objetivo primario del negocio para la obtención de beneficios (Hesmondhalgh y Baker, 2011). Zallo (1988) agrega que este tipo de trabajo remite a los códigos culturales históricos y presentes en una sociedad determinada, contribuyendo a su reproducción ideológica y social. Al mismo tiempo conservan cierta autonomía y generan prototipos que otorgan un carácter único a cada mercancía cultural. En este sentido, se recuerda que los bienes culturales cubren principalmente una necesidad cultural (Getino, 2008), así la novedad y la originalidad como las identificaciones sociales constituyen factores claves en estos tipos de productos.

En este punto es preciso retomar la distinción entre código de trabajo, que define las divisiones del trabajo, las economías del tiempo en la organización productiva adoptada e implica ciertas aptitudes “saber hacer” -la creatividad requerida para la valorización y acumulación del capital- y el código laboral, involucra las actitudes del “saber ser”, remite a los mecanismos de coordinación/cooperación y/o control utilizados por las

empresas y las resistencias que ejercen los trabajadores (Roldán, 2010)<sup>84</sup>. A su vez, el código de trabajo se asocia con el control interno, es decir, aquellos que están insertos en la propia dinámica del proceso productivo, se marcan las divisiones del trabajo y las economías del tiempo respectivas. Mientras que el código laboral se vincula al control externo, este se ejerce por fuera del proceso productivo, a través de distintos niveles de supervisión acordes al grado de especialización de la empresa (Roldán, 2011). En este estudio se presentará a modo de contextualización el código de trabajo que opera en la producción de ficciones y se abordará en concreto el código laboral a partir de una serie de entrevistas realizadas a distintos actores del sector.

En el caso de la producción de contenidos de ficción para la televisión abierta el código de trabajo se puede considerar a partir de la división del trabajo y de la organización productiva, que si bien existe no está ligada al “tiempo máquina” como en otras industrias. Entonces se debe tener en cuenta: el personal afectado a la producción, las fases de producción y la división de tareas dentro del mismo, así como el tiempo destinado a cada una de ellas. En este sentido es importante aclarar al igual que remarca Roldán (2010, 2011) que en el caso de la industria televisiva no se puede aplicar completamente la idea de código de trabajo, al menos en lo que respecta a los mecanismos de control técnico o de las máquinas que claramente están presentes, por ejemplo, en la industria automotriz. Por ello, simplemente se pueden adaptar algunos elementos que contribuyen al análisis de este tipo de código dentro de la producción televisiva.

En la producción de las telenovelas se puede considerar el proceso de producción general que supone la realización de la totalidad de capítulos que tendrá la ficción o bien la producción de cada uno de los capítulos. Si se tiene en cuenta la programación y la emisión de las telenovelas diarias todas las áreas deben producir un capítulo por día.

Anteriormente, se detallaron las fases en la cuales puede abordarse el estudio de las telenovelas en Argentina. La primera etapa experimental y artesanal (1951-1969) y la segunda etapa (1970-1988) se encuentran por fuera del período de análisis, no obstante

---

<sup>84</sup> Se entiende por saber hacer al conjunto de habilidades, destrezas y aptitudes -sean estas manuales, técnicas o intelectuales- y el saber ser -relacionado con el comportamiento correcto, en el nivel de compromiso con la empresa, disposición a cooperar con sus metas y el nivel de interacción con el resto- (Roldán, 2000).

se considerarán a grandes rasgos que cambios se produjeron en los procesos de producción con el objeto de observar cómo impactó en la etapa 1989-2001, que a los efectos de la presente tesis se denominó de incipiente transnacionalización de las telenovelas argentinas.

En principio se vivenció el pasaje de una televisión artesanal y experimental a una industrial. Paulatinamente, la figura del autor o guionista único de la obra empezó a ceder lugar a los equipos de guionistas aunque este fenómeno se acentuó a partir de la década del '90. Hay que tener en cuenta que muchos de los primeros guionistas que tuvo el medio televisivo provenían de la radio; la televisión se centró en la imagen, en tanto que la radio se relacionó con los sonidos y la imaginación. Dentro de la primera etapa una de las rupturas más importantes se ligó con la producción en vivo y en directo que dejó paso al *videotape*, tecnología que permitió grabar aquello que se iba a emitir, esto de algún modo revolucionó al sistema televisivo en general e incidió en la producción de los teleteatros en particular.

Durante los primeros años de uso del *videotape*, las grabaciones todavía eran hechas en la secuencia que irían al aire. La edición era mecánica, lo que exigía un trabajo prologando y minucioso, lo cual hacía más complejo el ritmo de la producción. La complejidad de la tarea requería de la colaboración entre el editor y el director. Las nuevas técnicas conllevaron una mayor división del trabajo. Posteriormente, los cortes fueron establecidos en el *switchéo*, el editor tuvo que montar las escenas de acuerdo al guión, su función era hilar coherentemente los segmentos, la excepción la constituían algunas escenas externas tomadas con una sola cámara. Para realizar esta tarea se requiere/requirió de un conocimiento específico y cualificado (Ortiz, *et al.*, 1991). En esta línea, Dominique Wolton sostiene que “al principio el peso de la técnica fue tan importante que durante mucho tiempo la cultura de la televisión fue una cultura de la técnica en el seno de la cual los profesionales del contenido tuvieron que hacer un esfuerzo para imponer una reflexión sobre las imágenes y enviarlas era ya en sí mismo un prodigio tal que por un tiempo todos se contentaron con eso ...” (Wolton, 1992: 86).

En relación a las telenovelas, hasta ese momento primó el vivo, cuando llegó el *videotape*, se continuó grabando como si fuera vivo, dado que, el programa se realizaba en el horario previsto sin parar la grabación excepto que existiera un error grave que no

se pudiera corregir. Según, Edgardo Borda<sup>85</sup> tomar esa decisión era responsabilidad del director y del productor, puesto que, implicaba demorar la grabación y esto afectaba económicamente a la producción, ya que se debían pagar horas extras.

Igualmente, en esta fase los teleteatros o telenovelas se realizaban íntegramente en estudios, se utilizaban pocos decorados y eran centrales los diálogos, generalmente los libretos de un capítulo de una hora, tenían entre 25 y 30 páginas. Los guiones se entregaban con poco tiempo de anticipación y se filmaba manteniendo la cronología estipulada en el libro, el ritmo era un capítulo por día. En la primera década de la televisión, los teleteatros duraban 15 minutos, posteriormente se extendieron a media hora para finalmente adoptar el formato de una hora. En relación a la cantidad de capítulos a partir del '70, podían variar entre 180 a 220 alrededor de trece semanas, con el tiempo esa cantidad se redujo.

Para Edgardo Borda los cambios se produjeron primeramente por factores tecnológicos, antiguamente las telenovelas se realizaban con dos cámaras, un *boom*<sup>86</sup>, dos cañas<sup>87</sup> y siete personas. Los elencos se controlaban de acuerdo al presupuesto de los programas, eran entre ocho y diez personajes, algunos fijos y otros a bolo, al menos eso sucedía en Proartel. En cuanto a la cantidad de horas de grabación, por una cuestión sindical impuesta desde la Asociación Argentina de Actores, para hacer un programa de 30 minutos, se disponía de un tiempo limitado que variaba de cuatro horas y media si se trataba de una telenovela a cinco horas y media si era un unitario.

Al existir menos recursos técnicos, no se podían mover tanto de decorados y tampoco planificar escenas en exteriores, había solamente tres escenografías y los horarios se respetaban, en ese tiempo los teleteatros se ensayaban. Las escenografías eran más livianas porque eran teatrales, hechas con telas y la iluminación era más *soft* (con el tiempo se fue utilizando la iluminación tipo cinematográfica), a modo de ejemplo, si aparecía de fondo una ventana que daba a un supuesto parque pintado, esa imagen del

---

<sup>85</sup> Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal 13. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/12/2011.

<sup>86</sup> Instrumento para grabar audio, se trata de un micrófono unidireccional, para captar el sonido de un sólo sentido.

<sup>87</sup> Caño cuya extensión se puede graduar que contiene un micrófono (el *boom*) en la punta que al momento de la grabación se ubica encima de la cabeza de los actores.

parque tenía que estar fuera de foco, para que no se perciba a la visión que se trataba de una tela pintada.

Para Borda a partir de la década del '60 con el advenimiento de la edición empezó a modificarse todo, los autores comenzaron a escribir sus libretos con cambios de ropa, de época y de tiempos en el mismo texto; esto demoraba las grabaciones aunque incrementaba la calidad de los productos. En cuanto a los contenidos de las telenovelas fueron en un comienzo el rico y el pobre, el galán maduro al que le gustaba la sirvienta, había mucho amor. Otro rasgo del período fue la utilización de un solo equipo de producción, que se encargaba del piso y de los exteriores, aunque la cantidad de exteriores era reducida, en una tira diaria podían ser dos escenas, relata Víctor Agú<sup>88</sup>.

Evidentemente del '60 al '70 se produjo otro cambio con el surgimiento de la televisión privada, se incrementó la competencia y se acercaron muchos autores que querían experimentar qué era la televisión. Así, ésta se nutrió de autores que habían realizado radioteatros como Nené Cascallar, Alberto Migré, Elsa Martínez que luego se volcaron a la televisión. En un primer momento no tenían el manejo de la imagen, ellos desarrollaban una situación que luego había que recrear.

Uno de los ejes a tener en cuenta es que tanto la televisión como las telenovelas se alimentaron de la radio y del teatro, y en menor medida del cine a pesar de compartir con éste el lenguaje audiovisual. Para Edgardo Borda<sup>89</sup> esto tiene su explicación en la génesis de la televisión cuando se filmaban alrededor de 40 películas por año. Mientras que el cine era un medio consolidado la televisión recién se estaba gestando y tenía menor importancia y relevancia tanto para los artistas como para el público. En este primer momento fue importantísimo el rol que jugaron los locutores con mayor presencia en cámara, incluso eran más reconocidos por las audiencias que los propios actores. El personal de radio Belgrano<sup>90</sup> fue llevado a la televisión y también con actores provenientes del teatro se hicieron los ciclos de *Teatro Universal* o de *Teatro*

---

<sup>88</sup> Víctor Agú (2011), Autor de telenovelas, tales como: Con pecados concebidas, Tres minas fieles, Inconquistable Corazón. En Co Autoría con Migré: Son Cosas de Novela, Nosotros pecadores, El Hombre equivocado, Un marido para Diana Gálvez, El Rafa. Entrevista realizada para le presente Tesis el 18/10/2011.

<sup>89</sup> Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal 13. Entrevista realizada para la presente tesis el 28/12/2011.

<sup>90</sup> En sus inicios en 1951 Canal 7 dependió de LR3 Radio Belgrano, de ahí los vínculos con esa señal radiofónica.

*Argentino*. Estos artistas tuvieron que acostumbrarse a trabajar en televisión a pararse delante de las cámaras, porque ellos estaban acostumbrados a la cuarta pared que en el teatro es el público, en espacios más abiertos, en cambio en los teleteatros era preciso cerrar los cuadros. En igual sentido, Barroso García (1996) destaca que la televisión sufrió una fuerte limitación tecnológica (en sus primeros años) por la imposibilidad de captar imágenes y sonidos, esto implicó su transmisión en forma sincrónica y la simultaneidad en la recepción por parte de los espectadores; “esta situación la acercaba más a la radiofonía frente a una industria cinematográfica que había superado su etapa de madurez discursiva” (Barroso García, 1996:113).

De modo complementario, Clara Zappettini<sup>91</sup> relata lo complejo que resultaba editar los programas y los horarios en los cuales se hacía: los viernes de trasnoche de 12 a 6 de la mañana o los sábados de 8 a 20 y a hasta culminar. Además el personal rotaba, luego se logró estipular 12 horas para el personal fijo y finalmente los sindicatos autorizaron a estos trabajadores a realizar sus tareas hasta finalizar la edición. Del mismo modo, por la tecnología disponible todo era más lento, un congelado era manual, absolutamente artesanal, las producciones se hacían sin computadoras y todo salía.

Por otra parte, Marisa Ippolito<sup>92</sup> explica que “no había nada, para la producción se usaban los cospeles telefónicos había que ir a los bares que tenían teléfonos públicos, no existían los teléfonos móviles y mucho menos las redes sociales”, esto dificultaba la organización de la producción y suponía un mayor grado de coordinación entre la producción, los técnicos y los artistas.

Mercedes Corso<sup>93</sup> señala que en este pasaje de lo artesanal a lo profesional se encareció la producción. Tradicionalmente en televisión se intentó conseguir aquello que se requería para la grabación sin tener que pagar, esto es una diferencia con la publicidad o el cine que manejaron históricamente otros presupuestos, aunque actualmente también para los programas televisivos se consideran determinados gastos, por ejemplo, el

---

<sup>91</sup> Clara Zappettini (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 14/10/2011.

<sup>92</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>93</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

alquiler de las locaciones, esto antes no pasaba las personas prestaban los frentes de sus casas y esperaban que aparezca en los créditos del programa un agradecimiento a ellos. Según, Corso el ideal es disminuir los costos al máximo, porque lo que se ahorra en determinados rubros, habilita desplazar ese dinero para pagar un *cachet* más alto, negociar con actores de renombre o utilizar cámaras de mejor calidad.

En síntesis, la primera generación de trabajadores procederá de la radio y el teatro, luego se podrá hablar del personal formado con y para la televisión, profesionales que contribuyeron al desarrollo del sistema, sin escuelas o lugares específicos para aprender el oficio, simplemente experimentando y ensayando.

#### **5.4.1 ¿Salimos al aire?: la pre-producción**

Tal como se adelantó la telenovela fue concebida para producir programación a un costo relativamente bajo, en general casi todo ocurre en espacios que son concebidos en el piso y prácticamente excluyen las tomas en exteriores. Las razones económicas implicadas en la grabación de la mayor cantidad de escenas en el piso o interior también tiene una relación con el género, el reino de la conversación doméstica suele ubicarse en el interior (López Pumarejo, 1987). Para Martínez Ojeda *et al.* (2006) la telenovela al estar dentro del medio televisivo puede medir su audiencia y estipular la duración de sus historias. De tal forma, que muchas de ellas estipuladas para durar 15 capítulos pueden fácilmente alcanzar los 150 o 250 capítulos, o más en el extenso culebrón.

Una de las primeras cuestiones que se plantea una emisora televisiva consiste en decidir entre producir o comprar programación. Esto es resultado de la combinación de tres dimensiones: la cadena televisiva debe tener en cuenta los costos de la producción, debe considerar los ingresos que lograrían obtener esos programas para poder establecer la rentabilidad del proyecto y también considerar la audiencia a alcanzar y la imagen de marca que esos programas logren despertar que deben ir en línea con la identidad del canal (Ferrari Boniver y Funes, 2009: s/p).

En el proceso de producción y en la fase de producción concretamente se establece aquello que Fernando Kalikoske (2009) retomando a Bolaño (2000) define como la

construcción del patrón técnico-estético<sup>94</sup>, esto es, “una configuración de técnicas, de formas estéticas, de estrategias, de determinaciones estructurales que definen las normas de producción cultural históricamente determinadas de una empresa o de un productor cultural concreto para quien dicho patrón es fuente de barrera de entrada” (Kalikoske, 2009: 90). Y se podría agregar que este patrón técnico-estético permite diferenciar los productos de distintas productoras o canales de televisión, y también posibilita la identificación de las producciones de los diversos países. Valério Cruz Brittos (2003) explica las barreras de entrada para ingresar en el mercado televisivo, una de ellas es la barrera estético-productiva, a partir del patrón técnico-estético que funciona con la identidad. Para ello la audiencia debe reconocer que el producto tiene una calidad superior para posicionar a esa empresa como líder, esto implica definir cómo la empresa se reconoce, se hace reconocer y es reconocida, en relación con la presencia de un público que sigue a la organización y su patrón.

Esta etapa incluye la construcción de escenarios (en el piso o estudio) como la selección de los exteriores, el diseño de iluminación, los efectos especiales. Además implica la elección del vestuario, de los objetos de las escenas, la definición del maquillaje, peinados y obviamente la selección del talento artístico y del resto del equipo técnico. En otras palabras, “en la producción intervienen elementos muy diferentes: creativos, relacionados con la originalidad de los guiones y las soluciones de realización adoptadas; de dirección y gestión, centrados en la organización y programación de las necesidades que plantea la obra; aspectos de seguimiento y control, para asegurar un perfecto cumplimiento del plan de trabajo o para introducir las rectificaciones oportunas; económicos, ligados al mantenimiento de unos costes de producción que no sobrepasen Las posibilidades de la entidad promotora...” (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1994: 15).

En relación a la fase de pre-producción los productores entrevistados<sup>95</sup> coinciden que es central para el destino del producto audiovisual, dado que es aquí cuando se diseñan las estrategias de producción acordes al producto que se va a ofrecer e implica optimizar los

---

<sup>94</sup> Cruz Brittos (2003) señala que el término técnico-estético es retomado de Dominique Leroy (1980) que usa los conceptos de estructura y sistema técnico-estético en otro contexto y a partir de una perspectiva teórica distinta. Según Cruz Brittos el poder económico es fundamental aunque no condicionante de un patrón técnico-estético, es importante contar con amplios recursos para conservar los primeros puestos en la televisión abierta y de pago.

<sup>95</sup> Susana Rudni, Claudio Meilan, Mercedes Corso y Marisa Ippolito.

recursos para alcanzar los mejores resultados según el presupuesto estipulado. El presupuesto depende de la cantidad de capítulos que tendrá la telenovela (número que para la época estudiada varía entre 120 y 150 capítulos<sup>96</sup>), los recursos humanos (técnicos y artistas) y los recursos materiales. De este modo aparece como la base fundamental para que un proyecto sea rentable y exitoso, no obstante Marisa Ippolito<sup>97</sup> señala que el área de producción no tiene solamente una función administrativa, la producción es un departamento creativo, donde hay que conocer las tareas que desempeñan las otras áreas, cuando hay dudas es una obligación investigar o preguntar.

Durante esta etapa se establecen los cimientos del proyecto, dura aproximadamente tres meses principalmente por la elaboración de la escenografía (se calculan de dos a tres meses para su armado). En relación a la etapa de pre-producción en Argentina, Jorge Maestro<sup>98</sup> asegura que “en el ámbito local, hay mucha cintura para resolver, para cambiar, para ganar audiencia cuando ésta está decayendo. No obstante falta planificación, hay países donde la etapa de desarrollo de un contenido tiene tanta importancia como la realización de ese contenido. Acá no porque implica empezar a pagarle a los autores seis meses antes de que salga la tira al aire”.

Aunque todo proyecto se inicia con una idea, cómo se elige aquello que se va a producir, el contenido y la temática de la telenovela puede decidirse por distintos factores: las figuras que encabezaran la ficción, la franja horaria en la cuál se emitirá el programa, el público al cual se apunta, la línea de telenovelas que viene presentando la emisora.

Víctor Tevah<sup>99</sup>, explica que el proceso de producción no tiene una línea establecida anualmente y el nacimiento de las ideas tienen distintas procedencias: vivencias personales, libros, noticias del diario.

La elección de aquello que se va a producir proviene de diferentes causas:

---

<sup>96</sup> Esta cantidad de capítulos que varía entre 120 y 150 se deriva de una de las preguntas realizadas a los diversos entrevistados que consistió en consultar acerca de la cantidad promedio de capítulos que tenían las telenovelas en el período estudiado.

<sup>97</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>98</sup> Jorge Maestro (2011), Autor de telenovelas, tales como: Clave de sol, La banda del Golden Rocket, Zona de riesgo, Gerente de familia, Montaña rusa, Los machos, Amigovios, Hola papi, Como pan caliente, Hombre de mar, El sodero de mi vida, Son Amores. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/11/2011.

<sup>99</sup> Víctor Tevah (2011), Director de Nuevos Proyectos y Relaciones Institucionales de Pol-ka Entrevista realizada para la presente Tesis, 21/10/2011.

- Coyunturales: tiene que ver con el momento histórico, político y social, por ejemplo, en un año de elecciones presidenciales es pertinente hacer una ficción que se centre en la política porque se supone que las audiencias están más receptivas a esas temáticas.
- Tendencias u “olas” mundiales: esto sucede cuando hay un programa, una serie o una temática que ha logrado determinada aceptación social. Entonces a partir de ese éxito se comienzan a realizar replicas de los programas que obviamente no pueden ser idénticos pero si parecidos.
- Empresariales: esta opción se vincula a la propia empresa, porque implica observar qué tipos de productos audiovisuales se llevaron adelante para no repetir contenidos, por ejemplo, un año se puede optar por hacer una ficción costumbrista, otro de acción, después encarar un drama. Se supone que los televidentes disfrutan de esta variación de contenidos.

Ortiz *et al.* (1991) señalan que para iniciar la cadena de producción, uno de los problemas es identificar cómo escoger un producto nuevo y destacan que una vez que ocurre la padronización de los bienes culturales, las industrias culturales deberían repetir lo mismo, de hecho cuando se consagra una fórmula se tiende a repetirla hasta el agotamiento. Para Jorge Maestro<sup>100</sup> “la televisión es muy gatopardista cambiamos para que todo siga igual, como dicen los norteamericanos hay que hacer algo nuevo y original, que fue probado y funcionó, esa es la paradoja”. Esto se relaciona con los bienes culturales y sus características, como se expresó se trata de productos de experiencia, esto implica, que no se puede conocer *a priori* de consumirlos cómo será ese bien. Es por ello que la industria elabora estrategias para reducir la aleatoriedad de la demanda, recurrir al *star system* o a fórmulas ya probadas, de allí la expectativa que se genera entre lo nuevo y lo que ya fue explorado, la innovación para dar cuenta de un nuevo producto y la repetición para generar el reconocimiento en el público.

Comúnmente, el productor general de la ficción a partir de una idea convoca al productor ejecutivo y al autor para empezar con el proceso que derivará en la realización de la telenovela. Hasta principios de la década del '90 era frecuente que los

---

<sup>100</sup> Jorge Maestro (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Clave de sol*, *La banda del Golden Rocket*, *Zona de riesgo*, *Gerente de familia*, *Montaña rusa*, *Los machos*, *Amigovios*, *Hola papi*, *Como pan caliente*, *Hombre de mar*, *El sodero de mi vida*, *Son Amores*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/11/2011.

autores ofrecieran el producto de su trabajo creativo a un canal de televisión pero este proceso empezó a revertirse, porque aquellos que financian los proyectos prefieren generar la idea para conservar los derechos de propiedad intelectual de la obra y proceder a su posterior comercialización.

Víctor Agú<sup>101</sup> explica que antes el autor podía llevar la obra al canal o la emisora podía convocarlos para brindarles las pautas de la ficción; en base a esto el guionista armaba la historia. A partir de mediados de los '90 se instauró la modalidad de convocar a los guionistas, para indicarles las temáticas, mientras que el productor general o el productor ejecutivo les entregaba un idea general de una página, pero esto no los convertía/convierte en el autor de la obra, Agú afirma que “ideas tenemos todos, ahora escribirlas es otra cosa (yo te digo San Martín cruzó Los Andes, cómo lo cruzó, cómo dialoga, cómo le das ritmo) hay que sostener una historia 140 o 180 capítulos”.

En relación a la protección de las obras y el reconocimiento por los derechos de autor, Ricardo Antequera Parrilli (2007) señala que un programa de televisión no es en sí mismo una obra protegida por derechos de autor. Solamente se convertirá en obra audiovisual, si tiene originalidad. Señala que un programa televisivo (sea una telenovela o un noticiero) puede gozar de la protección de los derechos de autor en tanto se trate de una creación inédita y que presente una individualidad propia. De igual manera, Antequera Parrilli advierte sobre la tensión existente entre la idea y la forma de expresión, en tanto que la idea *per se* no es objeto de protección, lo será si cobra formas de expresión con características de originalidad, así puede gozar de los derechos de autor a pesar de que su originalidad radique en el particular modo de organización de los elementos preexistentes.

Ahora bien, una vez establecido aquello que se va a producir y con la existencia del proyecto inicial se realiza un análisis de factibilidad y funcionalidad, esta tarea suele estar a cargo del productor general -que puede ser el gerente de programación de un canal o el director de proyectos de una productora- y del productor ejecutivo. En relación a la factibilidad se estudia si la propuesta de ficción se corresponde con el

---

<sup>101</sup> Víctor Agú (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidas*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En *Co Autoría con Migré: Son Cosas de Novela*, *Nosotros pecadores*, *El Hombre equivocado*, *Un marido para Diana Gálvez*, *El Rafa*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

momento histórico, político y social contemplando las necesidades de la audiencia. Además, se evalúa la viabilidad económica que supone armar el diseño de producción, entonces implica una triple mirada: técnica, artística y económica. Para Federico Fernández Díez y José Martínez Abadía (1994) evaluar el producto, la idea general y observar la viabilidad está a cargo del productor ejecutivo. Además trabajan los departamentos de: programación (entidad televisiva), de comercialización (posibilidades de explotación si se realiza) y de finanzas (observa las necesidades presupuestarias).

Con respecto a la funcionalidad es una visión de tipo subjetiva porque tiene que ver con el libro. Para ello, originalmente se presenta una síntesis de la historia, de al menos dos o tres páginas que contenga: la idea principal del proyecto (enuncia de qué se trata en un párrafo), el desarrollo argumental y la descripción de los personajes. Luego se armará lo que se conoce como la Biblia del programa, la cual contiene todo aquello que va a suceder en la tira o el unitario, aproximadamente tiene unas 50 páginas, esto está a cargo de él o los autor/autores. Se requiere que al menos los primeros capítulos estén cerrados o escaleteados<sup>102</sup>. Esto permite evaluar los costos de producción, en general, los primeros capítulos requieren un mayor esfuerzo de producción y son más costosos, esto se hace por una cuestión de imagen y para “capturar” a la audiencia, luego se invierte por una cuestión de costos y termina primando el piso y los escenarios preestablecidos. También es preciso reunirse con los cabezas de equipo (director de piso y de exteriores, director de fotografía, director de arte, el jefe de locaciones) para evaluar las necesidades de cada uno de los sectores involucrados. Para Claudio Meilan<sup>103</sup> el presupuesto estipula un marco en el cuál trabajar, si se trata de un proyecto para el *prime time* la asignación de recursos es más amplia. Una de las habilidades del productor consiste en maximizar los recursos para que se vean en pantalla, un plan de grabación mal diagramado se refleja en pérdida de dinero (es posible que haya que alquilar una locación dos veces, citar nuevamente a los actores). Como señalan Federico Fernández Díez y José Martínez Abadía (1994) independientemente de la concreción del proyecto en esta etapa, el productor ejecutivo que “conoce el proceso de producción, el mercado audiovisual, la legislación laboral, las fórmulas de contratación y las normas escritas y no escritas de los métodos de trabajo puede hacer una primera evaluación del

---

<sup>102</sup>

La escaleta supone la existencia de la estructura de la historia, es decir que, debe estar narrada la historia aunque no estén los diálogos.

<sup>103</sup>

Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis, 10/08/2011.

coste para llevar adelante la producción” (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1994: 73).

Una vez que se aprueba la realización de la telenovela, se empieza a conformar el equipo para la producción, como se explicó el productor general convoca al productor ejecutivo que luego se pone en contacto con el/los autor/es y el director. Posteriormente, con una idea más definida sobre el proyecto se integrarán a los cabezas de equipo: director de piso y de exteriores, director de fotografía, director de arte y jefe de locaciones. De allí se pasará a la contratación del talento o los actores<sup>104</sup> y al resto del equipo técnico: camarógrafos, asistentes de dirección y de producción, productores de piso y exteriores, jefe de post-producción, vestuaristas, maquilladoras, peinadores. Para Cecilia Scarabello<sup>105</sup> en la jerarquía de la producción es más importante el productor ejecutivo (cabeza de producción), que conforma un triángulo con el director y el autor. Al mismo tiempo manejará la relación entre ambos; la misma será más o menos tensa de acuerdo al nivel de compromiso con el proyecto. Si el director y el autor se encuentran comprometidos, y el autor realmente busca que se cuente su historia se pueden suscitar problemas entre la mirada del autor y la del director, el productor ejecutivo está para hacer coincidir esos tiempos<sup>106</sup>. En palabras de Gillian Ursell (2000) “cuando la propuesta es aceptada, el presupuesto acordado, y el productor ejecutivo, el director y los intérpretes principales están en sus lugares, el productor y/o director recluta al siguiente nivel de trabajadores. Las jerarquías son evidentes dentro de la fuerza laboral televisiva: esto se refleja en las diferentes funciones del trabajo, en los sistemas de clasificación de los sindicatos, en aquellos que realizan tareas más profesionales y los que llevan adelante trabajos artesanales” (Ursell, 2000: 811).

Posteriormente es necesario diagramar el diseño de producción, este resulta central para determinar todas las particularidades del proyecto que se producirá y para poder presupuestarlo. El presupuesto constituye un factor clave porque implica un detalle

---

<sup>104</sup> La elección del elenco queda en manos del Director, aunque el productor general, el productor ejecutivo y el autor pueden realizar sugerencias, hay ficciones en las cuales están previamente asignados los actores que conformaran la pareja central.

<sup>105</sup> Cecilia Scarabello (2011), Asistente de Producción. Entrevista realizada para la presente Tesis el 27/05/2011.

<sup>106</sup> Actualmente las producciones cuentan con dos directores (uno de piso y uno de exteriores) por la dinámica de las grabaciones (ver en la propia Tesis *A grabar se ha dicho: la producción*), por eso al hacer referencia a la relación entre productor ejecutivo, autor y director, se hace referencia al director de piso o general que lleva adelante la mayoría de las escenas.

minucioso de los gastos que se tendrán en la producción, debe incluir entre otras cosas: el formato (si se trata de un unitario o de una telenovela), el género (drama, comedia), la frecuencia al aire (semanal o diaria), la duración por capítulo (por lo general tienen una duración de 45 a 48 minutos con artística), la cantidad de capítulos (120 si se trata de una tira y 13 capítulos si es un unitario), grabación por capítulo, la *post* producción por capítulo, unidades de producción afectadas al proyecto (en general son dos unidades), el equipo técnico, el elenco, la contratación de locaciones, la música, los efectos especiales y los viajes.

En palabras de Víctor Tevah<sup>107</sup> una tira tiene dos unidades más la administración, directamente 80 personas -técnicos, administrativos, logística- e indirectamente 50 personas más -actores, extras, personal de *catering*-. El número de trabajadores se incrementó durante este período porque se complejizó la producción, se requieren más productores, aparecen los elencos corales (aunque aparezcan más personajes en pantalla, muchos van a bolo y actores con trayectoria pueden representar personajes pequeños) y se duplica la cantidad de personal afectado debido a la existencia de dos unidades de producción por ficción. Cecilia Scarabello<sup>108</sup> señala que en las grabaciones en piso, por lo general, participa un *gaffer*<sup>109</sup>, cuatro eléctricos, un asistente de producción, un asistente de dirección (es como el director en el *set* de grabación, porque el director está en el control o en el rack), tres camarógrafos, dos asistentes, dos microfonistas con las cañas, una maquilladora, una vestuarista, *grip* u operador de *travelling*<sup>110</sup> si es que se está usando. Afuera del *set*<sup>111</sup> está el director, el director de fotografía, el jefe de producción, otro maquillador, un peinador, otro vestuarista, el jefe técnico (se encarga de grabar, es decir, que pone el *Rec*). Esos equipos suelen ser estables, aunque es un medio con mucha rotación de personal, porque hay gente que es *freelance*, se trata de un medio chico en el que trabajan las mismas personas. Por otro lado, Federico Fernández Díez y José Martínez Abadía (1994) indican que en general se adopta la forma laboral definida como *freelance* (personal autónomo) para un proyecto concreto. Estos

---

<sup>107</sup> Víctor Tevah (2011), Director de Nuevos Proyectos y Relaciones Institucionales de Pol-ka Entrevista realizada para la presente Tesis, 21/10/2011.

<sup>108</sup> Cecilia Scarabello (2011), Asistente de Producción. Entrevista realizada para la presente Tesis el 27/05/2011.

<sup>109</sup> Es el jefe de los eléctricos constituye uno de los miembros del equipo técnico.

<sup>110</sup> El *travelling* permite desplazar la cámara de un lado hacia el otro, constituyendo un efecto de movilidad en la imagen, en general se montan una especie de vías o carriles de tren sobre las cuales se ubican y desplazan las cámaras.

<sup>111</sup> El *set* es el lugar específico donde se graba una escena dentro un decorado más amplio, por ejemplo, si se trata de una casa puede ser una habitación, el baño, la cocina o un *living*.

empleados de muy distintos perfiles, trabajan en una producción y, cuando finaliza, retornan a su situación laboral anterior, a la espera de ser nuevamente contratados.

Gillian Ursell (2000) que analiza la producción televisiva, los problemas de explotación, mercantilización y de subjetividad del mercado laboral televisivo en el Reino Unido. En relación a la autoorganización de los trabajadores *freelance* en televisión expresa que no constituye totalmente un condicionamiento para las preferencias de los empleadores, el trabajo es una “economía de los favores”, dado que, el dinero no es el mecanismo principal o único de intercambio y expresión de valor. Cultivar buenas relaciones, mostrar buena voluntad y apoyar a los compañeros, es el modo en el cual estos trabajadores logran aislar o cerrar parcialmente sus comunidades de trabajo, con la posibilidad de acceder a un empleo bien remunerado en el futuro. Tender redes es una norma general para gestionar el propio trabajo y aquellos que no tienen contactos están en desventaja. Al mismo tiempo, Ursell (2000) expresa que el pago de los trabajadores *freelance* en televisión refleja una variedad de influencias y prácticas. Esto varía según distintos factores, la relativa escasez de la fuerza de trabajo que está siendo comprada, el presupuesto asignado, su distribución entre los distintos miembros que componen el equipo de trabajo, los canales o las productoras intentarán buscar la paridad entre los trabajadores *freelance* y los permanentes de la casa.

Para Marisa Ippolito<sup>112</sup> cuando se arman los equipos, es preciso comprometerse con el proyecto, no implica únicamente trabajar y cobrar. Independientemente de la función comercial, dado que, se vende un producto es preciso ingresar capitales para seguir generando. En tanto que Mercedes Corso<sup>113</sup> considera que los equipos se arman de acuerdo a la producción que se tiene; en sus términos “cuando recibís un guión lo estudias y tratás de agrupar de acuerdo al modo que sea más beneficio para la producción. En los primeros capítulos se le da más tiempo porque todos tienen que entrar en ritmo”.

Por otra parte, para poder llevar adelante todos los días las grabaciones de una telenovela se requiere realizar lo que se conoce como desglose de producción con el

---

<sup>112</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>113</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

cual posteriormente se armará el plan de grabación/producción. El desglose de producción consiste en desmenuzar cada uno de los libretos o capítulos escena por escena, diferenciar los decorados de las locaciones, distinguir si las tramas transcurren de día o de noche, indicar que personajes y extras participan de cada escena y también marcar qué objetos de utilería se requieren. A partir de esto, se arman los planes de grabación, es decir, los esquemas en los cuales se establece el orden en cual se grabarán las escenas y cómo se combinarán con los diversos capítulos que se encuentran abiertos. Lo ideal es concretar un plan de grabación acorde a los horarios de los actores, considerar cuestiones contractuales, por ejemplo, un actor principal puede establecer trabajar hasta determinada hora porque luego tiene que hacer teatro y esto es preciso tenerlo en cuenta. Este orden de grabación lo arma producción aunque esto está cambiando y en ocasiones lo llevan adelante los asistentes de dirección, no obstante se requiere de un trabajo en equipo dónde todos los que participan de la ficción deben estar enterados de lo que sucede para reducir la posibilidad de superposiciones horarias y entre actores. Según Marisa Ippolito<sup>114</sup> antes los desgloses de producción se hacían manualmente “se cortaban y pegaban las tiritas que indicaban capítulo, escena, número de páginas, efectos especiales, decorados, personajes, extras, utilería, observaciones y después se fotocopiaban”. Con la utilización de las computadoras estos procesos se agilizaron y todas las áreas afectadas a la producción pueden contar con el material que se envía por correo electrónico.

Para Cecilia Scarabello<sup>115</sup> los planes tienen que ser flexibles en televisión, una diferencia que se da a mediados de la década del '90 es la incorporación de los personajes secundarios, antes en los programas aparecían permanentemente los protagonistas, estaban en todas las escenas. Pero esto se modificó empezaron a surgir más protagonistas o personajes con historias fuertes e importantes. Esto puede responder a la conjunción de dos factores: uno narrativo-estilístico en el cual las tramas y las temáticas de las telenovelas se complejizan y otro a cuestiones de producción, como se explicó antes se grababa cronológicamente o en continuidad y por lo general se utilizaba una sola unidad de producción, las mejoras tecnológicas permitieron innovar utilizar más exteriores y al no grabarse en continuidad se pueden tener abiertos distintos

---

<sup>114</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>115</sup> Cecilia Scarabello (2011), Asistente de Producción. Entrevista realizada para la presente Tesis el 27/05/2011.

capítulos y escenas. Por ello al armar los planes de grabación hay que tener en cuenta, por ejemplo, a qué unidad de producción está afectado cada actor para que no deba estar al mismo tiempo en dos lugares distintos, porque frenar la grabación o retrasarla podría ocasionar pérdidas de dinero. Marcelo Camaño<sup>116</sup> expone que se requiere saber citar bien a los actores, si los citan cuatro horas antes el actor se brota, llega a las escenas de mal humor, el director tiene un doble trabajo para equilibrarlo. En relación a este proceso sostiene que es preciso aprender a trabajar con material humano y explica que “hay productores que no saben leer el libro, no pueden preveer la izquierda, por lo tanto, en el trabajo diario no saben transmitir el oficio, qué cosas hay que tener en cuenta ante un presupuesto, hasta la búsqueda de locaciones, detalles que sino están resueltos te arruinan un día de trabajo que involucra a muchas personas y sucede que se pierde dinero, esto le genera terror al productor”. En síntesis una producción planificada ahorra plata, desde la producción se trabaja con la grabación, se tiene que indicar si una línea está funcionando o no, si hay algún personaje que no está saliendo bien, si hay que cambiar alguna locación es el productor el que se adelanta a los problemas.

Hay que tener en cuenta las diferencias existentes al momento de producir programas de ficción porque esto impacta de lleno en el proceso de producción y en el ritmo del trabajo. En este sentido, se puede diferenciar entre un unitario (con continuidad, sin continuidad, miniserie) y las telenovelas o tiras. Las primeras tienen un ciclo de pre-producción de un mes, se presupuestan por 13 capítulos, cada capítulo se graba en 5 días (un capítulo semanalmente), el total de grabación son tres meses y la mayoría de las escenas se graban en exteriores, con la utilización de una unidad de grabación. En tanto, las segundas tienen un ciclo de pre-producción de aproximadamente tres meses, la mayoría de las escenas se graban en piso por lo cual es importante el armado de la escenografía. Se graba un capítulo por día, se calcula que el porcentaje de las escenas es entre 75 y 80% en estudio y entre el 25 y 30% en locaciones. Se utilizan en estudio tres cámaras y en locaciones dos cámaras. Se presupuestan 120 capítulos (esto se hacía tradicionalmente) y se requiere de la utilización de dos unidades de grabación, una para el piso y una para exteriores, cada una con su correspondiente equipo técnico.

---

<sup>116</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré, El Deseo, El Capo, Montecristo, Vidas Robadas y Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

Hasta principios de la década del '90 Clara Zappettini<sup>117</sup> recuerda que las experiencias de televisión en dirección de exteriores se hacían con una sola cámara y sonido, significaba un trabajo interesante y una visión de la narración completamente distinta porque se trabajaba con una sola cámara.

Esta constituye una de las rupturas que empezaron a desarrollarse a partir de la década del '70 cuando se grabaron las primeras ficciones en exteriores, aunque ya se ha mencionando, en el país la primera fue *Rolando Rivas, taxista* (1972), aunque el despliegue de producción no es comparable con el que actualmente detentan las telenovelas, porque la profesionalización e industrialización del género incidió de modo decisivo en la manera de hacer esas telenovelas. Al respecto Clara Zappettini señala que Alberto Migré con este programa marcó un hito y usó de forma sistemática el exterior de un taxi cuando no había cámaras de exteriores y se hacía un fílmico mudo, al cual se le agregaba el audio encima, se le ponía un *off* y la música. En palabras de Zappettini “ahora estos programas resultan poco atractivos pero así se trabajaba acá al menos. Se grababa y luego los actores grababan la voz, generalmente eran en *off*, se trataba del pensamiento de tal o cual personaje; la producción fue antes o después de Rolando, más allá que Rolando no era una tira, era un unitario pero se paraba el país”.

Algo propio de la etapa estudiada, es que a partir de la segunda mitad de los '90 se comenzó a realizar el *scouting* de locaciones, esto sucede con las ficciones que tienen exteriores. Además apareció la figura del jefe de locaciones que se encarga de buscar las locaciones que se ajustan al libro y a los pedidos del productor ejecutivo. Esta tarea no es sencilla porque cuando se graba en exteriores hay que tener en cuenta una serie de requisitos, entre los que se destacan:

- Distancia entre la productora o canal y la locación, dado que, cuando hay exteriores la producción se debe encargar de movilizar al equipo (técnico y artístico), las horas de trabajo empiezan a correr a partir de que se cita al equipo en el canal o la productora, si el traslado demora mucho tiempo resta horas de grabación o implica que se deberán pagar horas extras.

---

<sup>117</sup> Clara Zappettini (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 14/10/2011.

- Solicitud de permisos para estacionar el *motor home*, las autorizaciones se hacían por medio del Instituto de Cine, solicitar los permisos de grabación era sencillo<sup>118</sup>.
- Asegurarse que exista un espacio para poder armar el *catering*, si la locación no lo tiene se debe conseguir un club, restaurante, sociedad de fomento para que los integrantes del equipo puedan almorzar, esto eleva los costos de la producción porque cuando se graba en interiores todos estos ítems desaparecen.

Entonces cuando el locador consigue la/las locación/locaciones se lleva adelante el *scouting* con los cabezas de equipo. Luego diez o quince días antes de dar comienzo a las grabaciones se realiza el *scouting técnico*, donde concurren los asistentes en representación de los cabezas de equipo: asistente de dirección (Director), *gaffer* (Director de Fotografía), Ambientador (Director de Arte), Jefe de producción (Productor Ejecutivo), sonidista, personal de *catering*.

Actualmente las telenovelas se extienden entre 120 a 150 capítulos solamente las muy exitosas pueden lograr un mayor número de capítulos. La producción de una telenovela que oscila entre los 60 y 120 capítulos supone una inversión entre 10 mil a 20 dólares promedio por capítulo. En tanto que la venta de cada uno de los capítulos en América Latina es de mil o 2 mil dólares, aunque los precios de comercialización varían de acuerdo a cada uno de los mercados (Getino, 2008). Los unitarios son más caros de producir pero prestigian a la emisora, en tanto que en las tiras se concentra el negocio (duración entre 120 a 180 capítulos) a mayor cantidad de capítulos disminuye el costo de unidad promedio como sucede con la fabricación de cualquier otro producto en serie. Si se compara con las telenovelas de la década del '60 o '70 que llegaron a tener 220, Edgardo Borda<sup>119</sup>, explica que es complejo encontrar esa cantidad de capítulos tanto en las telenovelas argentinas como en las provenientes de otros países Brasil, Venezuela o Colombia, porque es difícil sostener una historia por ese lapso de tiempo.

---

<sup>118</sup> Esto cambió durante la gestión de Aníbal Ibarra en la Ciudad de Buenos Aires pero no será objeto de la presente Tesis.

<sup>119</sup> Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal 13. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/12/2011.

En palabras de Marta Klagsbrunn (1997), “alargar excesivamente las novelas de éxito puede ser una ventaja de momento, pero también puede poner en riesgo a la gallina de los huevos de oro. El elevado índice de audiencia que alcanzaron esporádicamente algunas novelas llevó a buscar la receta ideal, siempre con la intención de mantener altos niveles de *rating* para vender al mejor precio el tiempo de publicidad. Las posibilidades de ganancias han estimulado el perfeccionamiento de la producción propia, con un riesgo económico para la emisora. Se trata de un proceso típico de la gran empresa, que es capaz de invertir más para ganar más” (Klagsbrunn, 1997). En cuanto a los aspectos económicos, la autora señala que los altos costos iniciales para poner en funcionamiento la producción se pueden amortizar fácilmente a lo largo de seis meses por lo cual la telenovela se convierte en uno de los programas más baratos en términos de tiempo de transmisión.

Otro punto a considerar en la “fabricación” de las telenovelas es la introducción de publicidad y cómo afecta al producto. En general el corte comercial es aprovechado por el espectador para despegarse del televisor o para ver lo que está sucediendo en otros canales (López Pumarejo, 1987). Valerio Fuenzalida (2005) destaca que el pacto ficcional se pone en riesgo con el exceso de PNT (Publicidad no tradicional), este tipo de publicidad que se incorpora a la trama, pocas veces está bien resuelta y se inserta de modo violento y artificioso. En el caso argentino, según Oscar Landi (1992) la televisión a partir de los límites impuestos por la ley<sup>120</sup> a la emisión de la tanda publicitaria, al principio los sobrepasó de hecho, posteriormente mediante la incorporación de referencias o exposición de productos en los propios programas<sup>121</sup>. Este recurso en parte se aplicó para evitar los efectos del *zapping* y lógicamente para recaudar más. Entonces a las formas tradicionales de financiamiento de los programas de televisión se sumaron los PNT, los SMS para votar u opinar, el auspicio de encuentros, el *merchandising* de productos nacidos de ideas generadas en la pantalla y los *sponsors* (Ulanovsky y Sirvén, 2009).

---

<sup>120</sup> Hace referencia a la Ley de Radiodifusión 22.285

<sup>121</sup> Este tipo de publicidad comenzó en el programa de Alberto Olmedo *No Toca Botón* (1983) que se emitía por Telefé, se comenzó a utilizar por pedido de los anunciantes y porque representaba un negocio para el canal y la productora.

#### **5.4.2 De escritores, libretos y el trabajo creativo: los autores en el proceso de producción de telenovelas y el ritmo de trabajo**

En este apartado, se prestará atención al modo en el cual opera el código laboral en relación a las tareas desempeñadas por los autores. Este código supone los mecanismos externos de coordinación-control de las divisiones de trabajo ejercidos desde afuera de la organización productiva.

La definición de las fases de producción permite ubicar las tareas desempeñadas por autores y guionistas dentro de la fase de pre-producción y producción *per se* y considerarlo dentro de las divisiones del trabajo, como netamente trabajo creativo, por este motivo se estudiará en profundidad las tareas desempeñadas por este tipo de trabajadores culturales.

La estructura de las telenovelas sufrió grandes alteraciones a lo largo de los años, lo cual interfirió directamente en el trabajo de los autores: aumentó la cantidad y el tamaño de los capítulos, que pasaron a tener cerca de 40 páginas cada uno, en lugar de 15. Además, las historias se complejizaron y tienen más personajes que las telenovelas de años pasados. El incremento del trabajo llevó a la ampliación de los equipos: más investigadores, más colaboradores, y la autoría llegó a estar dividida entre dos o más profesionales (Guía Ilustrado. TV Globo. Novelas y Miniseries, s/f).

Para Alberto Migré, uno de los principales escritores de telenovelas en Argentina, las reglas del género consisten en el juego del suspenso, del amor, de la vida, las diferencias de clase, los buenos y los malos. Nada moviliza, ni interesa tanto como el amor de una pareja, “la máquina de escribir es un instrumento que en el caso teatral llega a convertirse en casi un apéndice del cuerpo del escritor (...) un escritor vive la triste realidad como cualquier persona. La diferencia es que lo informa. La notable diferencia consiste también en como lo informa, ya que hay muy distintas maneras de informar, de comunicar. Por lo cual escribir se convierte indudablemente en un acto peligroso” (Alberto Migré, en Mazziotti, 1993: 125).

El autor de telenovelas realiza la espina dorsal, sus funciones se inician en la fase de pre-producción con la escritura de la sinopsis de la ficción que será producida. De allí en más cada autor organiza el trabajo de modo distinto, algunos optan por armar la

estructura de los capítulos y el texto final, dejando la creación de los diálogos por cuenta de los colaboradores, otros prefieren que algún colaborador trabaje en la estructura para dedicarse ellos a hacer los diálogos. En general, los cabezas de equipo realizan lo que se conoce como *escaleta*, consiste en los capítulos narrados escena por escena, pero sin los diálogos entre los personajes. Luego, pasa a los guionistas que escriben los diálogos de cada uno de los personajes, el número de guionistas varía entre dos a cuatro<sup>122</sup>. Marcelo Camaño<sup>123</sup> remarca que cuando no tiene socio autoral, primero arma la Biblia, que es fundamental para caracterizar a los personajes y sus respectivos perfiles, de este modo la producción y los actores pueden saber de qué se trata la propuesta de ficción. En su caso, realiza las escaletas y el cierre de cada uno de los libros, porque según él ahí también está la identidad del producto, que está ligada a la continuidad de la trama, a los personajes, a incorporar las elipsis adecuadas, a evaluar cuándo hay que avanzar con una línea, y frenar en otra. Hay una contradicción entre los autores o una tensión entre escribir solos o subdividir el trabajo porque cuanto más se hace esto aumenta la despersonalización, esto implica la máxima industrialización de la actividad y condiciona el contenido de la ficción (Ortiz, *et al.*, 1991).

En lo que respecta específicamente al trabajo de los autores/guionistas en Argentina, Nora Mazziotti (1996) explica que junto a la recuperación de la Democracia, se asistió paulatinamente a un cambio en el modelo de producción de las ficciones, así se pasó de la lógica de la obra al modelo de fórmula. Se rediseñó la escritura de libretos: el trabajo del autor individual dejó paso a la escritura por equipos.

Según Víctor Agú<sup>124</sup>, en los inicios de la televisión el autor en general trabajaba sólo, es decir, los grandes autores de la televisión nacieron en la radio y luego con el advenimiento de la televisión hacia 1951, paulatinamente se fueron incorporando al nuevo medio (Nené Cascallar, Abel Santa Cruz, Alberto Migré, Alma Bresan, Celia

---

<sup>122</sup> El trabajo de los guionistas también se puede organizar de distintas maneras, pueden escribir el capítulo completo armando los diálogos de todos los personajes o bien pueden escribir los diálogos de algunos de los personajes de la ficción, mientras que alguno de sus compañeros escribe los diálogos restantes para completar el libro, que posteriormente será revisado por los responsables del equipo que se encargarán de cerrar el capítulo para entregarlo a la producción. Otra forma es que el Colaborador 1 trabaje con el capítulo 1 y 3, el colaborador 2 trabaje con el capítulo 2 y 4. Cada uno tiene su escaleta, aunque esto puede acarrear errores de continuidad. Por ello es preciso encabeza de que equipo que diseñe la estructura del guión y que se encargue de cerrar los capítulos.

<sup>123</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré*, *El Deseo*, *El Capo*, *Montecristo*, *Vidas Robadas* y *Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

<sup>124</sup> Víctor Agú (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidos*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En *Co Autoría con Migré: Son Cosas de Novela*, *Nosotros pecadores*, *El Hombre equivocado*, *Un marido para Diana Gálvez*, *El Rafa*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

Alcantará). El proceso creativo era totalmente diferente, algunos empezaron a tener colaboradores o co-autorías que es distinto al equipo autoral. El equipo autoral se formó en los ´80, aunque lentamente fueron perdiendo el lugar de encuentro y la mesa de debate, es por ello, que se emitían (emiten) productos con problemas de continuidad dramática o temporal, porque incluso escriben dialoguistas que no se conocen entre sí. El proceso de escritura que era individual (autor único) o en co-autoría (dos personas trabajando juntas, debatiendo la estructura y armando directamente la historia) cedió paso al equipo autoral, en el cual están los cabezas de equipo y los dialoguistas que reciben las *escaletas*, deben escribir sobre aquello que pensó otra persona y esa tarea no resulta sencilla.

Este proceso se agudizó durante los ´90, las telenovelas diversificaron sus temáticas, además se impusieron cambios en el trabajo de los autores, “el autor como entidad está desapareciendo. Cada vez son más los colectivos autorales que se forman, y el autor se despersonaliza. Antes vos mirabas un programa y sabías que tal programa era de Migré, tal de Abel Santa Cruz o de Celia Alcántara. Ahora es difícil darse cuenta. Antes había más nombres propios, no sé si más autores” (Enrique Torres en Ulanovsky, Sirvén e Itkin, 1999: 616). El sello autoral era muy fuerte y esto prevaleció hasta 1995/1996 cuando se rompió esa marca autoral, los equipos autorales se hicieron fuertes, los canales o las productoras independientes se adueñaron de las obras. De este modo, el autor dejó de ser dueño de su obra para pasar a ser un trabajador más dentro de la cadena productiva. Para Marcelo Camaño<sup>125</sup> el negocio tienen que ver con la identidad, en los ´70 y los ´80 se podía identificar el producto con el autor, por ejemplo, se sabía que Hugo Sofovich hacía un humor distinto al de Hugo Moser, que la novela de Alberto Migré era distinta a la de Abel Santa Cruz, o a la de Luis Gallo Paz o Carlos Lozano Dana, que la comedia familiar de Gius no era la misma que la de Eduardo Mesa. Camaño afirma que “no es casual, que esto se fuera diluyendo, el negocio fue mutando y esto fue buscado, paso por paso, peldaño por peldaño, para lograr la pasteurización del producto que nadie te identifique”. Para Jorge Maestro<sup>126</sup> la estructura de los guiones se modificó porque los tiempos son otros, se perdió el lenguaje, se dejó en mano de los

---

<sup>125</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré, El Deseo, El Capo, Montecristo, Vidas Robadas y Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

<sup>126</sup> Jorge Maestro (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Clave de sol, La banda del Golden Rocket, Zona de riesgo, Gerente de familia, Montaña rusa, Los machos, Amigovios, Hola papi, Como pan caliente, Hombre de mar, El sodero de mi vida, Son Amores*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/11/2011.

actores, los directores dejaron de recibir los guiones con la antelación necesaria para estudiarlos. Además, la modalidad de trabajo facilitó que las personas que escribían no se leyeran entre sí, impactando en la calidad del producto.

En consecuencia puede afirmarse que a partir de la década del '90 los productores se empezaron a hacer cargo de las “ideas”. Esto sucedió por varios motivos: por un lado, el carácter global de los contenidos, acompañados de un incremento en la circulación y distribución de los mismos; por otro lado, los desarrollos tecnológicos permitieron que las emisoras o productoras más importantes conocieran con mayor inmediatez que estaban haciendo sus competidores. Rápidamente, los productores comprendieron que no eran dueños de los productos porque estaban los autores, debían entonces “despojarlos” de sus derechos para quedarse con todo el negocio, ostentar el control total del producto para poder venderlo y así maximizar sus beneficios.

Es una constante en las producciones culturales en Argentina la pérdida de derechos por parte de los trabajadores culturales este proceso empezó durante los '90. Durante esos años, los productores cobraron fuerza y con el estallido de la crisis en 2001, “los autores imploraban por trabajo, necesitaban pagar sus gastos, la educación de sus hijos y dejaban que se pongan las obras a nombre de otros” (Víctor Agú<sup>127</sup>). El deterioro de la profesión y la invisibilidad a la cual eran muchas veces confinados los colaboradores (dialoguistas o guionistas) debe leerse al calor de la flexibilización de las condiciones laborales que signaron la larga década neoliberal, la relación desigual entre capital y trabajo también impactó en la industria televisiva y de modo particular en el trabajo de los autores, que no estaban (ni están) agrupados en ningún sindicato, esto los diferencia de los actores y del personal técnico, que estaban (están) contenidos en la Asociación Argentina de Actores y el Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos, respectivamente.

Existió, pues, una escisión total y completa ya no del proceso productivo global sino de la propia actividad del autor. Así, la división, fragmentación y parcelación de tareas fue llevada a su máxima expresión. De esta manera, fue (es) posible que un dialoguista

---

<sup>127</sup> Víctor Agú (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidas*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En *Co Autoría con Migré: Son Cosas de Novela, Nosotros pecadores, El Hombre equivocado, Un marido para Diana Gálvez, El Rafa*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

solamente tuviera (tenga) conocimiento de las escenas o personajes a los cuales debe “hacer hablar”, pero que posea un conocimiento escaso o nulo de la historia. Por lo expuesto, el trabajo de concepción parece estar en manos de un reducido grupo de personas, que conformarían el *star system* de este grupo de trabajadores culturales, mientras que el resto de los guionistas o dialoguistas serían meros “obreros” reducidos a escribir las ideas o historias de otros. Estas divisiones del trabajo permiten, de algún modo, comparar la fabricación de una telenovela con la de cualquier bien industrial, sin embargo las características de los bienes culturales posibilitan identificar ciertas diferencias, paradójicamente, una de ellas reside en la relativa autonomía de los trabajadores creativos, como se observará más adelante.

Otra cuestión a tener en cuenta es la de los ritmos de trabajo que protagonizan los autores/guionistas y cómo impacta en sus experiencias y capacidad creativa. Víctor Agú<sup>128</sup> señala que una telenovela diaria implica una jornada laboral de aproximadamente 15 horas, cuando se trabaja solo o en co-autoría. Es preciso entregar un capítulo todos los días, a veces se entrega hoy lo que se graba mañana, esto siempre fue así. Con la implementación de las computadoras cambiaron algunas rutinas, antes pasaba una moto a buscar los capítulos por la mañana, ahora se envían por mail. Por su parte, Marcelo Camaño<sup>129</sup> explica que en la escritura de una telenovela se trabaja todo el día, la jornada laboral se inicia 9:30 y se puede estar hasta las 19 o 20 horas, porque implica armar la estructura del libro y atender a la producción, aunque hay autores que no lo hacen. Desde su perspectiva “todas las áreas tienen que producir un capítulo por día, esto incluye a los autores, entonces mientras que el/los cabeza/s de equipo arman la estructura, los dialoguistas terminan un capítulo, que luego tengo que revisar o corregir”. Para Jorge Maestro<sup>130</sup> el ritmo de trabajo “depende de cada uno y las funciones que cumple cada cual, son 8 o 10 horas diarias mínimo. Cuando en realidad,

---

<sup>128</sup> Víctor Agú (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidas*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En *Co Autoría con Migré: Son Cosas de Novela, Nosotros pecadores, El Hombre equivocado, Un marido para Diana Gálvez, El Rafa*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

<sup>129</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

<sup>130</sup> En su experiencia Maestro rescata que en los '90 junto con Sergio Vainman escribieron *Clave de Sol* (un poco antes) cuando el canal todavía estaba intervenido. Luego cuando se privatizó asumió como gerente de programación de Canal 13, Jorge Ignacio Vaillant (riñón de Goar Mestre), tras su muerte lo reemplazó Hugo Di Guglielmo. Ahí se armó un equipo interesante de gente, con doce personas por que el canal tenía cuatro ficciones. Los cabezas de equipo, en general, escribían los unitarios (Los Machos, Gerente de Familia, La Banda de Golden Rocket, Zona de Riesgo) y construían entre todos las telenovelas. Fue una experiencia interesante, después aparecieron los productores que comenzaron a monopolizar la propiedad intelectual de las obras, no porque los productores fueran malos, sino porque los autores fueron descansando en ellos y trabajando para los demás, algunos productores son creativos (Suar, Cullet, Ortega), y otros son intermediarios (no da nombres) conocen muy bien como negociar.

no es recomendable para nadie que escribe, hacerlo más de tres horas seguidas, depende de la distribución de tareas y la confianza en la gente que forma parte de tu equipo”.

En tanto, Ana Montes<sup>131</sup> también asegura que la modalidad de trabajo varió, se pasó de un autor principal, asistido por un colaborador a los trabajos en equipos de autores integrales al trabajo con un autor capataz con cuatro o más colaboradores que realizan las *escaletas* unos, los guiones otros y hasta las líneas argumentales.

Al respecto de la relación entre el tiempo de trabajo y la capacidad creativa, Agú<sup>132</sup> plantea que cuando hay una entrega el capítulo tiene que salir, lo cierto es que se trabaja permanentemente, “uno se convierte en un constante observador y va viendo que pasa alrededor, en la vida cotidiana. Porque es un oficio esto de estar escuchando, oliendo y buscando, que te pasen cosas, estás buscando imágenes, escuchando nuevas palabras. Uno tiene que entregar el capítulo, si esperas la inspiración es complicado, yo trabajo a presión difícilmente escribo algo sino tengo que entregar. Cuando no me sale nada, busco una idea que ya escribí y la reinvento, uno se copia mucho”. Para Camaño<sup>133</sup> los autores deberían imponer sus tiempos, porque saben cuánto lleva diseñar o estructurar una novela. A veces los productores pretenden tener una síntesis de una ficción en dos días, cuando eso lleva dos meses, porque requiere de investigación, de pensar sobre el tema, no se puede escribir cualquier cosa, cuando se escribe hay que pensar en un espectador modelo que capta todas las líneas. Para Maestro<sup>134</sup> “el rol del autor, más allá de las presiones y de las llamadas telefónicas, debe tener sus tiempos. Por eso, cuando algunos productores intentaron que sus equipos trabajaran dentro de la productora misma no les funcionó, porque nadie tiene horario en esto, algunos escriben de noche, otros de día, otros en un bar, otros con ruido o con silencio, eso es lo que estimula la creatividad, encontrar el lugar, el momento y también hay una cuestión de entrenamiento y de oficio, hay un momento que estás solo frente a la computadora o al papel. La creatividad de alguna manera la produce el cuerpo espiritual. Hay un primer impulso intuitivo eso es la creatividad”.

Por otra parte, al analizar los cambios acaecidos en las rutinas de trabajo de los trabajadores creativos, en este caso, representados por los autores y guionistas, habrá

---

<sup>131</sup> Ana Montes (2011), Autora de telenovelas, tales como: *Manuela, Micaela, Dulce Ana, Amor Sagrado, Isabella*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/01/2012 por correo electrónico.

<sup>132</sup> Víctor Agú (2011), Autor de telenovelas, Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

<sup>133</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

<sup>134</sup> Jorge Maestro (2011), Autor de telenovelas. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/11/2011.

que tener en cuenta las condiciones políticas-económicas del país en el período (1989-2001) y también los rasgos propios de este tipo de trabajo, este eje se considerará a continuación. En esta dirección Alain Herscovici, Guillermo Mastrini y César Bolaño (1999) explican que la escuela francesa de la EPC aborda las categorías de trabajo concreto y trabajo abstracto para exponer que existen modos parciales y específicos de inserción del trabajo intelectual, artístico o creativo<sup>135</sup> en el proceso de producción.

El trabajo creativo no conlleva trabajo abstracto, sino concreto. Por un lado, se caracteriza por su compleja normativización, es decir, que resulta dificultoso estipular la cantidad de tiempo promedio por unidad producida y por otro lado, el conocimiento tiene valor de uso para los usuarios pero no un valor costo de referencia para establecer su valor de cambio, por lo tanto, el costo de producción del conocimiento es incierto (Rullani, 2004).

Ahora bien, si se retoman las modalidades de organización del trabajo de autores y/o guionistas, de las entrevistas realizadas se desprende la falta de cooperación entre este grupo de trabajadores dentro del medio televisivo, que se verifica en la inexistencia al menos en el período estudiado de una agrupación que reúna a los autores<sup>136</sup>, que estipule escalas salariales mínimas que deban pagarse por la realización de un libreto de ficción. En palabras de Camaño “la inexistencia de normativas, hace que los productores paguen lo que quieren, es decir, los autores no tienen como si los actores o los técnicos salarios mínimos establecidos, cuánto se debe pagar por un unitario o por un capítulo de telenovela”<sup>137</sup>.

En otro nivel se observa la existencia de una marcada división del trabajo y de las jerarquías en la composición de los equipos autorales que funcionan de hecho pero no están reglamentadas, dejando sobre todo a los dialoguistas en una situación de inestabilidad laboral y soslayando las actividades que realizan así como la remuneración que deberían percibir como autores de esa obra. El trabajo es altamente inestable, se

---

<sup>135</sup> Según Zallo (1988) el trabajo creativo contenido en la producción cultural supone una producción simbólica que remite a los códigos culturales históricos y presentes de una sociedad determinada, contribuyendo a su reproducción ideológica y social. A la vez que, conlleva cierta autonomía y genera prototipos que otorgan un carácter único a cada mercancía cultural.

<sup>136</sup> Existe en Argentina desde 1910 Argentores, la Sociedad General de Autores de la Argentina, tiene como objetivo la protección legal, la tutela jurídica y la administración de los derechos de autor (de teatro, cine, radio y televisión).

<sup>137</sup> Esto Argentores lo hizo para los guiones de cine, pero en televisión no se logró hacer. Al estipular el precio de un capítulo, se deben tener en cuenta al menos la cantidad de personal afectado a la escritura y el precio de venta de ese libro para asegurarse de qué van a recibir un porcentaje por su trabajo.

asumen muchos riesgos permanentemente y se empieza de nuevo en cada proyecto. Nada de lo que un autor logró es válido si el primer capítulo de la nueva novela no funcionó, como sostiene Gillian Ursell (2000) y Ursula Huws (2007) “Tu sólo eres bueno hasta el último trabajo” es una frase comúnmente usada en la industria para describir las condiciones en las cuales se trabaja. En el caso de los dialoguistas su condición es aún más inestable en algunos casos los contrata directamente el canal o la productora, asumiendo el pago estipulado mensualmente. Sino son los propios cabezas de equipo los que “contratan” a los colaboradores, asumiendo estos últimos mayor riesgo y precarización de sus condiciones laborales.

Otro eje a retomar se vincula con la extensión de las jornadas laborales de los trabajadores creativos, para ello, se retoma la visión de Bolaño (2005) al abordar la problemática de la subsunción del trabajo creativo al capital, advierte que ésta resulta limitada dentro de las industrias culturales. Como se desprende de las entrevistas, existe pues, cierta flexibilidad para autores/guionistas para llevar adelante su trabajo, el modo en el cual organizan sus tareas, no están sujetos completamente al resto del proceso de producción, su obligación reside en entregar un capítulo diariamente independientemente de la cantidad de horas que le lleve escribirlo, no debe asistir al canal o la productora para desempeñar sus funciones como si debe hacerlo el resto del equipo técnico y artístico. De modo concurrente, el producto de su trabajo debe cumplir con una de las características esenciales de los bienes culturales, puesto que debe combinar la originalidad, lo nuevo, la innovación como presentación de un producto renovado con las promesas de lo ya conocido la repetición como marca de reconocimiento. En esta dirección, Dantas (2011) explica que a diferencia de la fabricación de una silla, que es producto del trabajo combinado, colectivo y social de un grupo de diversos trabajadores que poseen las cualificaciones necesarias para la creación y reproducción de algún modelo. En el caso de los bienes culturales se trata de trabajo artístico, cuyo valor de uso reside en la originalidad de la obra y su cualidad inigualable. Específicamente el tiempo de trabajo sígnico no es mensurable ni cambiante, es independiente del tiempo que le lleva a uno u otro autor o guionista armar un capítulo. Por lo tanto, contiene tiempo de trabajo vivo y el precio de ese guión, resulta del trabajo, pero no contiene valor de cambio, producto del trabajo abstracto.

De modo complementario a estas visiones, los autores y/o guionistas se encuentran expuestos permanentemente a una de las constantes del género que puede definirse por “su maleabilidad narrativa, es decir, si un actor renuncia, lo echan o tiene problemas personales, o el público se aburre de la línea argumental o el patrocinador presiona para efectuar cambios, el rumbo de la historia puede cambiar con relativa fluidez” (López Pumarejo, 1987: 97). Concurrentemente, Marta Klagsbrunn (1997) señala que entre las funciones del autor de las telenovelas está el verse frecuentemente forzado a adaptar sus concepciones e ideas a las reacciones del público. Para Víctor Agú<sup>138</sup> los recursos de producción impactan en la narración en tanto no se sustente el contenido volcado en el guión, en sus términos “si pedís una flor y te traen un chocolate, y no te consultan es un problema porque la continuidad de esa flor es ponerla en un libro, en un poema particular y dentro de seis meses abrir ese libro que te permite seguir con una trama. En la novela siempre se cuenta lo mismo es el impedimento para que el amor no se concrete. De hecho, en una novela el logro es que si la dejás de ver diez capítulos, la seguís entendiendo”.

Finalmente, los autores tienen que enfrentar los problemas derivados de la falta de reconocimiento por los derechos de autor. Esta situación, comenzó en la década del '90, cuando los productores generales empezaron a registrar las obras a su nombre. El autor escribía, y cedía la obra o estipulaba el cobro de un porcentaje, que variaba entre un 8 o un 10% en el caso de la venta de los formatos, pero esta cláusula no estaba en todos los contratos. En este sentido existieron (existen) responsabilidades cruzadas, de los autores por no agruparse, de Argentores y de los productores. Cuando se vende el formato de una telenovela, básicamente se está vendiendo el guión, y si se realizan adaptaciones deben tener la autorización del autor.

Al respecto Víctor Agú explica que si uno compra una casa y la pone a nombre de otra persona, la casa es de esa persona. Lo mismo sucede con los derechos de autor de una obra si la registra el productor, ahora bien en los '90 se combinaron factores que permitieron modalidades contractuales laxas: el decrecimiento de las ficciones (sobre todo a partir de 1995), la flexibilización laboral y el desempleo, Agú afirma que “si soy autor y no acepto esas condiciones corro el riesgo de que no me llamen más, eso es muy

---

<sup>138</sup>

Víctor Agú (2011), Autor de telenovelas, Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

común que pase y luego tenés que ir a trabajar afuera”. Aquí se nota claramente como operan los mecanismos de control y el saber ser, el comportamiento “correcto” se premia con renovadas convocatorias para los nuevos proyectos, en tanto que, aquellos que se rehúsan a perder los derechos que por ley le corresponden quedan excluidos del mercado laboral del sector.

Para Camaño el vaciamiento de derechos fue muy grande en todos los sectores del ámbito televisivo, e impactó también en los autores que crecieron profesionalmente creyendo que era normal firmar la cesión de los derechos, explica que “se intentó que en cada contrato existiera una cláusula para estar protegidos, pero esto fue (es) a pulmón de los autores, porque cuando un productor te presenta un contrato prácticamente te pide la sangre, si tenés antecedentes y trabajaste con el productor intentas acercar posiciones”<sup>139</sup>.

Según Jorge Maestro<sup>140</sup> la tarea del autor, es muy individualista, no es colectiva, por eso los autores en Argentina no tienen gremio, hay una sociedad recaudadora, administradora y distribuidora de derechos de exhibición, de derechos de autor, pero no gremio en el sentido de tomar medidas de fuerza. A tal punto que muchos productores que no son ni creativos, ni autores son socios de Argentores porque han registrado las obras a su nombre junto con el autor, ha quedado en manos de ellos la venta de los formatos. De modo complementario, Camaño afirma que “no cualquiera se sienta a escribir, no porque pongas *idea de*, ese programa es de alguien”. Sin embargo, se cometieron muchos atropellos al momento de registrar las obras.

Por su parte, Dantas (2011) sostiene la existencia de un capital simbólico o un *star system* de autores y artistas que constituyen un factor de negociación destacada en la división de las rentas informacionales. De ella derivará la renta que puede extraer de su derecho a la propiedad intelectual (DPI), el artista enajenará su obra a una empresa a cambio de los medios de producción (estudios, equipamientos, escenarios) y los medios de transmisión (programación, distribución) de su trabajo. Aunque la renta del trabajador creativo no acaba con la venta del producto de su actividad, sino que el autor

---

<sup>139</sup>

Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

<sup>140</sup>

Jorge Maestro (2011), Autor de telenovelas. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/11/2011.

debería retener todos los derechos sobre las formas de explotación de sus obras -derecho patrimonial-, de igual manera conservar el derecho sobre las adaptaciones o reproducciones que puedan dañar el contenido original de su obra, sin su autorización -derecho moral- (Moulier Boutang, 2004).

#### **5.4.3 A grabar se ha dicho: la producción**

En la producción *per se* se lleva adelante el proceso de grabación de cada uno de los capítulos de la telenovela. Habitualmente el proceso de escritura de los libretos coincide con su salida al aire, esto permite evaluar el impacto que tiene en el público y diagramar las historias de acuerdo a los intereses que aparecen.

Como destaca Martha Roldán (2010) en la fase de grabación resultan esencialmente cruciales las economías del tiempo (aunque estas atraviesan las tres etapas), cualquier error derivado de un diseño de producción mal logrado puede causar pérdidas económicas y redundar en menores beneficios, por eso, hay que optimizar la utilización de los recursos asegurarse que cada uno realice sus actividades correctamente desde el momento que se cita al equipo técnico y artístico para grabar, los horarios de trabajo y las jornadas laborales deben estar perfectamente delimitadas para reducir al máximo el pago de horas extras (esto desde la perspectiva de los productores). Durante, la década del '90 el régimen laboral en la producción de ficciones resultó sumamente flexible, se grababa de lunes a sábados, y las jornadas solían extenderse por más de doce horas.

A su vez, al considerar la producción de telenovelas otro elemento que se puede mencionar es el *cero stock*<sup>141</sup> en este caso del tiempo, en general los tiempos de grabación coinciden con los de emisión. Sucede, entonces, que en muchas ocasiones “el aire” les “pisa los talones” y pueden llegar a quedarse sin capítulos para emitir, lo cual en la industria televisiva resulta complejo porque daña el contrato establecido entre la compañía emisora del producto y sus audiencias. Esto hizo que en los últimos años los principales canales emitan sus ficciones de lunes a jueves, y en esto reside el carácter diario de estos programas, “el hecho de que la novela vaya de lunes a viernes es fuente

---

<sup>141</sup> No se debe pensar en el *cero stock* como el impuesto en el modelo ohnista de la fabricación automotriz, en este, se deben reducir al máximo los errores y por ello no existen componentes o insumos de reserva, se entregan las cantidades necesarias para producir. En el caso de la producción de telenovelas lo que no hay es *stock* de tiempo, en general, se trabaja al límite con la salida al aire y cualquier inconveniente ocasionado en algunas de las fases podría imposibilitar la entrega a tiempo del capítulo, listo para emitir a la emisora o canal que debe enviarlo al aire.

de esperanza y también de temor. Si es un éxito, se reproducirá por 5 días a la semana, empujando a la programación de la franja previa y posterior” (Di Guglielmo, 2005: s/p).

Para el análisis de la telenovela brasilera Ortiz *et al.* (1991) marcan que una vez armado el esquema de producción, la grabación es el próximo paso. En esta se involucra a una gran cantidad de personas y una importante división de tareas. En el estudio está el iluminador, los operadores de micrófono, cameramen y el elenco. Antes de la grabación el director organiza rápidamente las escenas, no se trata de un ensayo como se hace en cine o en teatro, porque no hay tiempo para eso debido al ritmo de trabajo. Cerca del estudio está la sala de corte (*switcher*), se realizan tres tipos de operaciones: de audio (controla el sonido de los micrófonos), de video (los monitores muestran las imágenes captadas por cada una de las cámaras) y de VT (que registra audio e imagen simultáneamente).

Víctor Tevah<sup>142</sup> en relación a los cambios ocurridos en el proceso de producción de ficciones en el país en el período 1989-2001 marcó como punto de inflexión el año 1994 cuando irrumpió *Poliladrón* en la televisión argentina y se convirtió en el producto pionero de Pol-ka, según él se impuso un nuevo patrón estético porque se dio una mixtura entre la televisión y el cine. Marisa Ippolito<sup>143</sup> explica que cuando la gente de cine no tenía fuentes de trabajo comenzaron a emplearse en las miniseries para televisión, es decir que, personas que tradicionalmente habían trabajado en producciones cinematográficas se sumaron a la televisión, al comienzo hubo muchos prejuicios de ambas partes. Hasta que se pudieron capitalizar los distintos conocimientos y saberes, según Ippolito “el cine comprendió que se pueden trabajar con otros ritmos, que no es necesario estar 40 horas con una escena, que se puede ser más operativo, que hay otros tiempos porque no se puede sostener todo desde lo económico, y a la televisión le vino bárbaro para no dejar clavadas las cámaras, para buscar un valor expresivo y dramático de un teleobjetivo, para marcar la diferencia entre un plano angular, un *travelling* (desplazamiento de la cámara) y un *zoom* o *travelling* óptico para pasar de un plano angular al teleobjetivo. Qué en la luz hay que trabajar los claros

---

<sup>142</sup> Víctor Tevah (2011), Director de Nuevos Proyectos y Relaciones Institucionales de Pol-ka. Entrevista realizada para la presente Tesis, 21/10/2011.

<sup>143</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

oscuros, tener ratios. Los planos sonoros, desde la musicalización, tiene un valor *per se* que acompañado con la imagen se potencia, el mensaje se transmite y eso viene del cine. Esto empezó a conocerse en los ´90, el único que estaba era Alejandro Doria, que fue uno de los primeros directores de cine que se introdujo en la televisión, y se terminó de afianzar después de la crisis de 2001, una crisis más nos vuelve a juntar a todos”.

Mercedes Corso<sup>144</sup> sostiene que cambió la forma de narrar, hubo un recambio generacional en la dirección de Manuel Vicente o María Herminia Avellaneda se pasó a las nuevas generaciones, de chicos egresados de las escuelas de cine. De a poco desaparecieron los directores integrales como Diana Álvarez o Alejandro Doria, que sabían de dirección y de producción, actualmente el que dirige *switcha* bien pero no sabe dirigir actores.

Para Marcelo Camaño<sup>145</sup> la gradual desaparición de los directores integrales se asocia al apresuramiento por cumplir el plan de grabación que implica que el director resigne algo, “hay directores que están peleados permanentemente, en muchos casos tienen razón y otras veces es porque compiten con el autor. Es bueno que el director te haga una devolución de los capítulos antes de iniciar las grabaciones. También hay falta de oficio, a algunos directores se les complica cuando pones unas escenas con más de tres personajes”.

Si se retoma el patrón estético, según Tevah<sup>146</sup>, éste se fundamentó en tres ejes:

Fotografía: que es la iluminación, incluso se generó una modificación en el modo de nombrar esa tarea el iluminador de televisión pasó a ser el director de fotografía, que es una denominación propia del cine. No se iluminó solamente desde la parrilla sino desde la puesta de luces en el piso, se generaron profundidades y sombras.

Estética de filmación: se replicó en la televisión una estética cercana al cine, similar al material fílmico, aunque se grababa con el sistema *Beta SP*<sup>147</sup>.

---

<sup>144</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

<sup>145</sup> Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré, El Deseo, El Capo, Montecristo, Vidas Robadas y Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.

<sup>146</sup> Víctor Tevah (2011), Director de Nuevos Proyectos y Relaciones Institucionales de Pol-ka. Entrevista realizada para la presente Tesis, 21/10/2011.

<sup>147</sup> El primer formato *Betacam* se lanzó en 1982. Es un sistema analógico de vídeo por componentes, que almacena la luminancia (Y) en una pista y la crominancia (R-Y, B-Y) en otra distinta. La separación de las señales

Claudio Meilan<sup>148</sup>, productor ejecutivo, explica que hacia 1990 se produjo el gran salto técnico se usaban las pulgadas *ampex* (un carro magnético ancho), luego llegó el *betacam* al estar el *casette* en la cámara había mayor libertad de acción.

Víctor Agú<sup>149</sup> sostiene que “cuando entró Pol-Ka cambió toda la estética, porque ellos comenzaron a trabajar con un campo menos, la pantalla se divide en campos donde se formaba la imagen. Uno menos hacía que la textura fuera diferente y que cobraría mayor realismo, que no quede el brillo en la pantalla de televisión. Además ellos empezaron a contar la realidad, de modo moderno, con escenas cortas, se podía hablar de casi todo, e hicieron un buen laburo. No buscaron sofisticación y agregaron *post* producción más dinámica”.

Edición: se comenzó a grabar todo con cámaras independientes. Esto posibilitó que se editara todo en una isla de edición y se generó así un ritmo narrativo mucho más acorde a la época. Después del año 1998 hubo un segundo gran cambio porque esto que aplicaba a los unitarios semanales se replicó para las tiras diarias, lo cual implicó trasladar esa estética a las ficciones que se emitían todos los días, por lo menos eso sucedió en Pol-Ka.

Por su parte, Jorge Maestro<sup>150</sup> considera que las privatizaciones más el mejoramiento tecnológico, sumado a la participación de gente que tenía que ver con el cine provocó una búsqueda diferente, los decorados y la manera de construirlos eran distintos. Básicamente la técnica llevó a que se mejorara la imagen, aunque según su opinión se descuidó mucho el contenido.

---

proporciona una calidad suficiente para un entorno *broadcast* y 300 líneas verticales de resolución. Betacam usa una señal por componente y una mayor velocidad de paso de cinta, lo que proporciona mejor calidad de audio y vídeo. El *Betacam SP* se creó en 1986, mejoró su resolución a 340 líneas verticales y añadió dos pistas de audio. *Betacam SP* se convirtió en el estándar de vídeo para las cadenas de televisión y la producción de alta gama hasta la entrada de los formatos digitales a partir de mediados de los '90. Aunque los tamaños y duraciones de cinta son iguales, las cintas de *Betacam SP* usan metal evaporado en lugar de óxido, de menor calidad, por lo que no se puede utilizar el mismo soporte. Las *Betacam* son compatibles entre sí, pero sólo con versiones anteriores y generalmente en lectura (*Betacam*, *Betacam SP*, *Betacam Digital*, *Betacam SX* y *MPEG IMX*). El *Betacam Digital* (conocido también como *Digi Beta* y *DBC*) apareció en 1993. El sistema suplantó a *Betacam* y *Betacam SP*, aunque conviven por cuestiones prácticas y económicas. Fuente: <http://www.delta-pro.com/es/9-betacam-sp>

<sup>148</sup> Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo, Entrevista realizada para la presente Tesis, 10/08/2011.

<sup>149</sup> Víctor Agú (2011), autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidas*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En Co Autoría con Migré: *Son Cosas de Novela*, *Nosotros pecadores*, *El Hombre equivocado*, *Un marido para Diana Gálvez*, *El Rafa*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 18/10/2011.

<sup>150</sup> Jorge Maestro (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Clave de sol*, *La banda del Golden Rocket*, *Zona de riesgo*, *Gerente de familia*, *Montaña rusa*, *Los machos*, *Amigovios*, *Hola papi*, *Como pan caliente*, *Hombre de mar*, *El sodero de mi vida*, *Son Amores*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/11/2011.

Para Claudio Meilan antes de 1989 las tiras eran más simples, se hacían exteriores a la mañana y decorados a la tarde. Después esto se complejizó por la exigencia del público y por los cambios de horario, antes las telenovelas eran para el mediodía o la tarde, y a la noche iban los unitarios. Esto afectó los diseños de producción, para poder grabar lo que sería el equivalente a un capítulo diario, dado que se dejó de grabar en continuidad como había ocurrido hasta principios de los '90, posterior a esa época se empezó a grabar por decorados. Una tira diaria tiene aproximadamente entre 38 y 42 escenas totales, una escena por definición es unidad de tiempo y espacio. De la totalidad de estas entre 26 y 30 se realizan en estudio y entre 8 y 12 en exteriores. No obstante, muchas veces aparecen sub-escenas, que no están señaladas en el guión y que se marcan desde la producción, por ejemplo, hay dos personajes sentados hablando en un bar y se observa que otro viene caminando hacía ellos, no consiste simplemente en un plano porque hay que iluminarlo, citar al actor, entre otras cosas.

En los estudios se graba con tres cámaras conectadas al *switcher*, el director deja pre armados los capítulos, que después se terminan de pulir con la edición. En exteriores, tradicionalmente se tomaban las imágenes con dos o tres cámaras independientes, se grababan varias tomas y luego había que editar. Un cambio importante que destaca Cecilia Scarabello<sup>151</sup> en la producción en exteriores es la edición de las escenas en simultáneo al momento de la grabación. En televisión el hecho de utilizar tres cámaras, implica estar viendo una misma situación, simultáneamente desde tres lugares distintos (un plano general, y las otras dos cámaras con cada uno de los actores). Antes esas tres cámaras grababan todo, las cintas se llevaban a edición y se seleccionaba que parte iba de cada una. Lo que se logró es lo que se llama *switcheo*, implica que el director al plantear la escena decide qué cámara va a captar en cada momento a cada uno. Esto permite tomar reacciones, gestos, caras y en caso de errores no es necesario repetir por completo la escena sino que se puede comenzar a partir de algún punto en particular. Cuando esto finaliza, la escena ya está editada, luego resta unirla con las otras escenas, equilibrar el sonido y la luz, de este modo se contribuyó a reducir los tiempos de edición final.

---

<sup>151</sup> Cecilia Scarabello (2011), Asistente de Producción. Entrevista realizada para la presente Tesis el 27/05/2011.

Ahora bien, respecto a la complejidad de grabar en piso y en exteriores Clara Zappettini<sup>152</sup> considera que siempre fue muy dificultoso el trabajo en exteriores. Cuando se trabaja en un decorado fijo las pautas de iluminación y sonido, desde el punto de vista de la producción está controlado. En cambio, el exterior condiciona el interior, desde el sonido hasta la luz. En el audiovisual (en cine y televisión) la dirección de fotografía (antes iluminación) marca los tiempos, en tanto que, la cantidad de escenografías/decorados depende del tamaño del estudio y del propio proyecto, lo que está estandarizado son los métodos de seguridad.

Marisa Ippolito<sup>153</sup> explica que cuando empezó a trabajar se grababan entre cuatro o cinco escenas por hora pero esto cambió con el correr de los años, entre otras cosas porque las escenas tienen otra complejidad “antes se clavaban las cámaras, había varias escenas se iba de la cámara 1, a la 2 y a la 3. Entonces, la 1 y la 3 eran plano y contraplano, y la cámara 2 era un plano general para establecer. Como mucho la cámara 2 hacía un plano conjunto o el director pedía a la 1 y a la 3 que achiquen los planos. Ahora las cámaras se desplazan, hay cámaras que la dirigís por control, entonces aparece otra dinámica, así se rompió el clásico *swicheo* (de plano-contraplano) que todavía persiste en la telenovelas mexicanas. Se promovió una riqueza visual interesante, se puede pensar en dos o tres escenas por hora. Siempre en un libro, de un capítulo de 48 minutos, hay cuatro o cinco escenas que hay que trabajar y le tenés que decir al director tranquilo laburalas, las otras son más de transición, más informativas. En las novelas hay mucha información, además se reitera. No porque los guionistas quieran ser repetitivos, esto es así, porque sino la ves hoy las mirás mañana, y sabés que está sucediendo, es un código que tiene la telenovela. La extensión de un capítulo de ahora depende de la productora, no existe más una página un minuto”.

Para Cecilia Scarabello<sup>154</sup> la cantidad de escenas que se graban en piso o exteriores depende de la complejidad de lo que se está grabando a nivel técnico o actoral. En una telenovela lo ideal sería que hubieran diez capítulos adelantados pero eso no pasa.

---

<sup>152</sup> Clara Zappettini (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 14/10/2011.

<sup>153</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>154</sup> Cecilia Scarabello (2011), Asistente de Producción. Entrevista realizada para la presente Tesis el 27/05/2011.

En relación al proceso de grabación, Scarabello sostiene que en una telenovela hay varios capítulos abiertos, entre 4, 5 o más y que en piso es todo mucho más rápido, porque están los decorados donde se trabaja diariamente, ahí se sabe donde van las cámaras, las luces, los tiempos de producción se simplifican mucho, es muy rutinario. Además, la extensión de las escenas se vincula con el *zapping* y se genera una estética más de *videoclip*. Los programas incrementan la cantidad de escenas al tiempo que disminuyen o acortan la duración de las mismas. Este hecho extiende las grabaciones porque el tiempo de preparación de la escena es siempre el mismo, independientemente que dure 15 segundos o 4 minutos.

Hay escenas que son más difíciles de realizar, por ejemplo, las multitudinarias en las cuales participa la mayor parte del elenco, aquellas en las que es preciso recurrir a efectos especiales, dobles de acción, los cambios de vestuarios y las caracterizaciones complejas.

En exteriores las escenas que se pueden realizar en una jornada de trabajo dependen de múltiples factores: traslados y cantidad de locaciones, escenas nocturnas las cuales se reducen al máximo porque se requiere de mucho tiempo para armar la fotografía nocturna, si se trata de una ficción diaria hay que tener en cuenta los horarios de finalización de grabación porque hay que respetar las doce horas de descanso, entonces, al día siguiente se empezaría a grabar más tarde. Es por esto, que las grabaciones de noche se suelen hacer los viernes que es el último día laboral de la semana, también hay que considerar las condiciones climáticas, si llueve las escenas se pueden reemplazar y realizarse en interiores si esto no es así hay que suspender la jornada de trabajo. Entonces armar un exterior es complejo, hay que citar a todo el equipo adecuadamente, evaluar los tiros de cámara, los sonidos y considerar la posibilidad de una hora de enganche, es decir, extender la jornada laboral. Para ello, hay que hablar con todos los cabezas de equipo para acordar con el personal en realizar las horas extras requeridas.

Aquí se utiliza el *motor home*, la camioneta con las cámaras (donde se arma el *rack*<sup>155</sup>, cámara, trípode), la camioneta del *grip* (guía por donde corre la cámara) y el camión de iluminación (con los generadores eléctricos y las guías para cubrir los cables). El

---

<sup>155</sup> Se le llama *rack* en televisión al control del exterior. Allí se ubican el director, el sonidista, el director de fotografía, una persona de maquillaje, una de peinado y la continuista.

director debe plantear la escena y considerar que en la locación nunca se pueden visualizar los camiones por cualquier fuga de la cámara, es decir, todo aquello que la cámara registra cuando se graba la escena. Es él quien comunica sus expectativas al director de fotografía que junto a su equipo (cinco eléctricos y un *gaffer* que es jefe de los eléctricos) estarán a cargo de la iluminación. El *gaffer* indica el tiempo que tardarán en preparar el lugar, es por ello que, los ritmos siempre los marca la luz, cuando el *set* esta listo se lleva a los actores. Además, en el *motor home* se realiza maquillaje, peinado y vestuario.

En este sentido otro aspecto a tener en cuenta es el modo de citación de los actores porque esto impacta en los tiempos de trabajo, según la modalidad adaptada por el director de la ficción los actores pueden citarse listos para grabar o pedir que todo el equipo llegue a la misma hora. En otros términos, “los distintos equipos llegarán escalonadamente, siguiendo las citaciones o convocatorias emitidas por el equipo de producción y/o por el ayudante de dirección/realización. Todos los equipos que intervienen en el programa (dirección, artístico, técnico, interpretación, etc.) estarán preparados a la hora exacta marcada en la orden del trabajo diario” (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1994: 139).

Al respecto Clara Zappettini<sup>156</sup> manifiesta que el esquema de producción fue siempre el mismo una base de fijo en decorado/estudios y el resto se rota en exterior, que también suelen ser fijos por razones de producción, se usan las casas como locación fija, adentro y afuera. Lo que resulta complicado es empatar el exterior con el interior, o viceversa, porque se produce un choque visual profundo, lo mismo sucede cuando se pasa de un fondo de títulos de excelente calidad a las cuatro paredes de un interior. Se destaca que es más caro grabar en exteriores y es menor la productividad.

De modo concurrente, Claudio Meilan<sup>157</sup> considera que la emisión de telenovelas en el *prime time* nocturno incrementó los niveles y las exigencias de producción, más exteriores y despliegue, antes pasaban principalmente en estudios. Actualmente, las telenovelas tienen más escenas, antes eran menos y más largas alrededor de 30 escenas.

---

<sup>156</sup> Clara Zappettini (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 14/10/2011.

<sup>157</sup> Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis, 10/08/2011.

El público tiene una necesidad de *zapping* permanente, hay que atraparlo con el ritmo de las escenas, y la utilización de nuevos recursos como *videoclips* internos, la musicalización, los efectos de edición. El director es central en la ficción por la estética que imprime, antes era más corte y corte ahora existe un lenguaje narrativo de tipo cinematográfico. Como se mencionó la duración real de la ficción varía entre 45 a 48 minutos de artística, es decir, sin contar la tanda. En el período de análisis los programas, por lo general, tenían entre cuatro o cinco bloques, lo cual implicaba entre tres o cuatro cortes. En esta época mediante el Decreto 1771/1991 se legalizó una situación que se venía dando de hecho, la existencia de publicidades integradas o PNT, dentro de los programas, incluyendo a las ficciones.

Según Claudio Meilan<sup>158</sup> para el espectador existe una sensación de no corte, si se incluye publicidad dentro de los programas, debe ser de un modo no agresivo para el público porque es una manera que el programa sea rentable. Para Víctor Agú esto impactó en el proceso de escritura, en los guiones antiguos estaban marcadas las pautas comerciales, esto pasó a medirse en base al *rating*, “las novelas tenían un corte de suspenso que implicaba el pasaje del primero al segundo bloque, del segundo al tercero y así sucesivamente. Luego se empezó a cortar donde querían porque se veía que había en los otros canales, con el minuto a minuto cortan donde quieren”. Los cortes son azarosos, antes se media la música, la intensidad dramática de la escena y se fundía a negro para dar inicio al corte comercial. Ahora la publicidad está en el medio de la ficción y afecta a la historia. Marisa Ippolito<sup>159</sup> entiende que “afectó y muchísimo, sobre todo porque te condicionaban desde el guión, en tal escena tienen que usar determinada marca. Afecta al producto y a la credibilidad. Vos tenés un perfil de personajes y no todos consumen los mismos bienes y las mismas marcas. No estoy de acuerdo, si bien es cierto que desde la producción general ingresan capitales pero al producto no lo ayudan en nada, y a los fines prácticos molesta porque implica ajustar el programa a las necesidades de los anunciantes, es una ganancia para el productor general, pero molesta, ensucia, no sé hace creíble, te das cuenta que todo es obligado. Para el guionista es terrible porque tenés que generar una situación para la venta de un producto del cual el

---

<sup>158</sup> Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis, 10/08/2011.

<sup>159</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

guionista no va a ver nada”. Mirta Israel<sup>160</sup> expresa que antes las escenas eran más largas, había más propaganda, después se incorporaron las publicidades adentro de las telenovelas; “estabas haciendo una telenovela y tenías que aparecer con la bolsa de un supermercado, eso va en detrimento de lo artístico, a ningún actor le gusta hacer eso, además por mucho tiempo lo hicieron y no recibían un solo peso por eso”. Al decir de Tomás López Pumarejo (1987) en la televisión la publicidad no se circunscribe a los anuncios comerciales, sino que afectó diversos aspectos de la producción “la decisión de producir una serie, cuándo transmitirla, desde dónde; detalles tales como decorados, vestuarios, montaje, artefactos utilizados en escena (refrescos, cigarrillos, televisores, automóviles, etc.). Interesa esto en la medida en que confirme una continuidad ideológica y formal entre el anuncio comercial promedio y los otros materiales de la teledifusión” (López Pumarejo, 1987: 45-46)

Otro rasgo significativo en la producción de las telenovelas consiste en que los primeros libros llevan entre tres a cuatro semanas de grabación, exigen un esfuerzo de producción para lograr captar a las audiencias, posteriormente el programa debe entrar en un ritmo de trabajo que permita grabar la cantidad de capítulos necesarios para salir al aire todos los días. Para reducir los costos y maximizar las grabaciones se tiende a independizar las historias y a reducir al máximo las escenas grupales, tanto en estudio como en exterior, esto ayuda a la planificación, en tanto que, diversificar las historias posibilita que simultáneamente un equipo grabe en piso y otro en exterior, entonces, es importante que el autor tenga en cuenta estas cuestiones para que los personajes, estén relacionados entre sí pero que a la vez mantengan cierto grado de autonomía que le otorgue flexibilidad al diseño de producción. Esto sumado a una cantidad de libros disponibles, es esencial, porque si hay que utilizar una locación, esto se prevé y se reduce el número de veces para ir a ese lugar. Según afirma Mercedes Corso<sup>161</sup> luego “en una tira se entra en un ritmo de trabajo en el cual los personajes están más definidos, por eso la importancia del productor en un programa televisivo porque a veces el director está tan metido que te encontrás con cosas que hay que hacer de nuevo. Tiene que ver con el

---

<sup>160</sup> Mirta Israel (2011), Actriz y encargada de la Secretaría Gremial del Sindicato de Actores. Entrevista realizada para la presente Tesis el 04/10/2011.

<sup>161</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

incentivo y la actitud de cada uno frente al trabajo, la capacidad de aprender y la iniciativa. Un productor es un generador”.

Asimismo es importante recordar que no es recomendable tener muchos libros abiertos aunque puede resultar rentable económicamente. Marisa Ippolito<sup>162</sup> explica que en general no es recomendable abrir muchos libros porque esto genera confusiones, lo ideal es trabajar con cuatro o cinco capítulos a la vez, los cuales conllevan una semana de grabación. En el trabajo de los actores impacta directamente porque no se graba cronológicamente y se combinan libros. Por ello es importante el plan de grabación que consiste básicamente en disponibilidad de actores y de decorados o locaciones. Se arma teniendo en cuenta los lugares de grabación, si las escenas son de día o de noche para evaluar la puesta de luz, qué actores participan, considerar si hay cambios de ambientación, de vestuarios (cuando hay muchos capítulos abiertos es posible tener seis o siete cambios de vestuario) y si se requieren extras.

En relación a la posibilidad de grabar varios capítulos al mismo tiempo, Anahí Martella<sup>163</sup> señala la diferencia de grabar en secuencia, en orden, escena por escena en continuidad, esto implicaba como actor o actriz que si figuraban en la primera y la última escena se tenían que quedar todo el tiempo. Al promediar la década del '90 con el ingreso de Pol-Ka al mercado se empezó a grabar primero por libro, después por decorados y lo más avanzado fue la apertura de distintos libros según los decorados o locaciones.

Por otra parte, existen tiempos que transcurren entre que los autores entregan un capítulo y este se graba puede pasar una semana o dos o tres días, no hay un criterio estricto establecido. En general, sucede que cuando se inician las grabaciones los autores tienen varios capítulos escritos, aproximadamente veinte capítulos adelantados. Claudio Meilan<sup>164</sup> reconoce que en la ficción argentina se trabaja al límite con la salida al aire, a veces se puede estar a uno o dos días. Esto permite que el autor, el público y los actores tengan una retroalimentación permanente, una devolución en tiempo real de

---

<sup>162</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>163</sup> Anahí Martella (2011), Actriz de televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 07/09/2011.

<sup>164</sup> Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis, 10/08/2011.

lo que pasa con la historia, representa al mismo tiempo una ventaja y un reto para cumplir con los tiempos de emisión propios de la televisión<sup>165</sup>.

Mercedes Corso<sup>166</sup> agrega que en una tira el mismo día de grabación puede llegar una hijuela, es decir, escenas que se agregan porque muchas veces no se entiende la historia y se necesitan contar otras cosas que no están claras en el desarrollo inicial.

Alberto Migré marcaba que había momentos en los que escribía en los cuales el libro era de hoy para mañana. El actor lo recogía, lo memorizaba, los estudiaba, lo ensayaba, hasta el momento de grabar. El máximo de adelanto hasta el año 1991 fue de diez capítulos que por razones de orden técnico, por imposibilidad de los actores, se redujo al de hoy para mañana y al de ahora para ahora. Lo ideal es tener una semana de adelanto (Alberto Migré, en Mazziotti, 1993).

Los cambios respecto a la entrega de los guiones no está sólo en el tiempo, sino más bien en la facilidad de distribución que se da a partir de la digitalización de los contenidos, por ejemplo, hasta mediados de la década de 1980, los autores escribían en estencil, que era una hoja con una lámina con una tinta azul a dos columnas, se recibían y se llevaban a copistería y una persona con la moviola armaba los guiones y los empezaba a repartir. En el caso de los actores muchas veces había que llevárselos a sus casas o los teatros en los cuales estaban trabajando, actualmente llegan por e-mail y por esta vía se puede enviar a copiar o reenviar a las áreas que lo requieren.

Con respecto al trabajo de los actores en esta fase para Anahí Martella<sup>167</sup> esto cambió mucho, “antes las escenas podían tener dos o tres páginas o más, en el caso de Migré las escenas eran largas y lo resistían, ahora es más imagen. Se grababa mucho en decorado, eran problemáticos los exteriores en cuanto al sonido ambiente, hoy se sigue teniendo muy en cuenta los ruidos pero juega el exterior. De hecho, los arreglos económicos de exteriores eran otros, porque eran muchas menos las escenas en el exterior y le daba aire al capítulo”.

---

<sup>165</sup> Meilan explica que cuando produce en el exterior una versión de una ficción, es mucho más fácil, porque se tiene toda la historia completa, además de la experiencia de ya haberlo realizado permite mejorar el diseño de producción y evitar aquello que no funcionó en el país de origen, así como las readaptaciones de los libretos que tienen que ver con cuestiones temáticas o culturales del país que compra el formato.

<sup>166</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

<sup>167</sup> Anahí Martella (2011), Actriz de televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 07/09/2011.

Según Martella para los actores contratados una jornada de tira (aproximadamente desde 1983 y hasta fines de la década del '80) era de 8 horas 25 y existían los excedentes porque nunca se terminaba en ese tiempo. Al culminar los '90, y de modo coincidente con la época de flexibilización laboral se llegaron a trabajar hasta 12 horas y esto estaba contemplado dentro del acuerdo. Otra cosa que se podía hacer era hacer más de un programa a la vez, luego a las figuras las contrataban los canales o las productoras y no podían trabajar en distintos canales al mismo tiempo.

Mirta Israel <sup>168</sup> explica que en una tira que sale al aire aproximadamente una hora, el actor que está a bolo <sup>169</sup> puede trabajar 6 horas 25 por cada capítulo y esto debido a la modalidad de grabación actual. En otra época, por ejemplo, en el año 1975 que las novelas iban prácticamente en vivo, había mucho ensayo previo, porque cuando se grababa tenía que salir bien dado que prácticamente de ahí pasaba al aire además se grababa en forma cronológica. Este procedimiento cambió radicalmente, si hay una locación en determinado lugar y la producción conoce previamente que en el capítulo 1, 20 y 50 se usará ese lugar, en una misma jornada laboral se abrirán pedacitos de tres capítulos distintos. Esto implica que el actor cobra por tres bolos, porque está grabando para tres días distintos, es decir, está cobrando por cómo se emite y no por el día de trabajo. Otra opción que suele ocurrir es que en un bolo, al actor lo contratan para un capítulo, se grabe en más de una jornada, ahí entra el tema de la segunda citación entonces el primer día cobra el bolo completo, si al día siguiente lo citan para seguir con el mismo capítulo le pagan un poco menos (un porcentaje) y la tercera citación por el mismo capítulo es también un porcentaje, las citaciones se aplican siempre que se trabaje sobre el mismo capítulo, en tanto que si se abren diversos capítulos hay que pagar bolo completo. Según Israel “esto pasó siempre en televisión. Se utilizaba menos porque ahora quieren maximizar los costos entonces tienen que pensar el plan de producción de manera que puedan aprovechar al máximo una locación que tienen”.

---

<sup>168</sup> Mirta Israel (2011), Actriz y encargada de la Secretaría Gremial del Sindicato de Actores. Entrevista realizada para la presente Tesis el 04/10/2011.

<sup>169</sup> En televisión el bolo se paga según como se emite, o sea, el bolo está relacionado a la forma de emisión y varía su valor y la cantidad de horas de trabajo según si sale al aire media hora, una hora, quince minutos. Entonces un bolo de una hora tiene determinado valor salarial y tiene determinada cantidad de horas de trabajo, 6 horas 25, el actor puede trabajar hasta 12 horas pero después de las 6 hs. 25 le tienen que pagar horas extras. Si sale media hora es más barato el bolo pero son 2 hs. 50 de trabajo, varía la jornada laboral.

Este aspecto ligado a la cantidad de bolos disponibles por capítulo lo tiene en cuenta la producción, de esta manera se calcula un promedio de 8 y un máximo de 10 por capítulo. Luego si en un capítulo se excede ese número habrá que compensarlo en otro, lo mismo sucede con los extras. Esto debe ser contemplado por los guionistas.

Es preciso en este sentido recordar que los actores conocen diversos grados de asalarización y modos de contratación, aquellos que forman parte del elenco permanente de la telenovela en general son contratados por 3 meses como mínimo. En tanto que los actores que realizan bolos, es decir, alguna participación esporádica con parlamento dentro de la ficción tienen un régimen acorde a la cantidad de capítulos en los cuales aparecen. Por último, los extras que son actores que participan de la obra pero sin parlamento, en general, aparecen en escenas multitudinarias o en situaciones muy concretas. Mientras que los dos primeros se encuentran agrupados en la Asociación Argentina de Actores, los extras están ligados al Sindicato Único de Trabajadores del Espectáculo Público y Afines de la República Argentina.

En la etapa de producción confluyeron múltiples factores que incidieron directamente en la grabación y en la realización del producto final. De este modo se expusieron una serie de cambios que durante el período estudiado 1989-2001 impactaron en la producción de ficciones. Entre ellos se destacan las modificaciones en: la fotografía (modo de iluminar), la estética de filmación (modo de grabación, captura digital de imágenes, acercamiento hacia la estética cinematográfica), la edición (edición de escena al momento de capturar de imágenes y distinto tratamiento de las imágenes en las islas de edición), la extensión y la cantidad de escenas en las ficciones (mayor cantidad, más cortas, más ritmo para impactar desde lo visual), la incorporación de PNT en la ficciones con fines económicos y para evitar el *zapping*, el abandono del sistema de grabación en continuidad por la apertura en simultáneo de varios libros y la modificación en la duración de las jornadas laborales en relación a períodos previos, se constituyeron en los principales ejes de análisis del presente apartado.

#### 5.4.4 La post-producción y la edición de las imágenes

La post-producción comienza cuando las escenas ya están grabadas. El primer paso es la edición de las imágenes que son montadas de acuerdo a los capítulos. Es en este momento donde los efectos visuales de computación gráfica son incluidos.

La sonorización es el último hilo en la cadena de fabricación de una telenovela. El producto llega con las imágenes y con las voces de los actores, ahí se tiene que insertar la banda sonora y los ruidos. De a poco la dimensión musical fue ganando autonomía, siendo encomendada a artistas de renombre temas para las aperturas de las novelas. (Ortiz, *et al.*, 1991).

Clara Zappettini<sup>170</sup> al referirse a la edición en general sostiene que la televisión arrancó en vivo, posteriormente con la aparición del *videotape*, las cintas eran de dos pulgadas. Si eran de una hora tenían 20 centímetros de diámetro, así pues había una hora o una hora y media cronológica y era preciso grabarle pulso en negro para poder editar. El acceso a la tecnología en el *mixer* de fundir de una cámara a otra era complejo de conseguir, mucho más aquella que permitía fundir grabaciones de un video a otro. En palabras de Zapettini “era apasionante, largaban a rodar una máquina para empalmar y después la otra con la que estabas grabando en ese momento en el piso. Era a los gritos, porque los intercomunicadores no alcanzaban, era muy precario”.

Anahí Martella<sup>171</sup>, desde su experiencia como actriz rescata que hasta fines de los ´80 ATC estaba equipado de lo más moderno, después se hizo un desguace terrible y además no se producía nada. Esta misma idea es sostenida también por la productora Mercedes Corso<sup>172</sup> quien señala el vaciamiento sufrido por la emisora “pública”. Martella recuerda que aquellos productos que eran considerados como las obras de arte de los canales tenían asignadas horas de isla para editar; estas representaban oro en polvo en las manos, el resto de las ficciones se editaban en crudo, los actores escuchaban el bocadillo de la escena que se había grabado previamente y se decía

---

<sup>170</sup> Clara Zappettini (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 14/10/2011

<sup>171</sup> Anahí Martella (2011), Actriz de televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 07/09/2011.

<sup>172</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

acción para ordenar que comenzara el parlamento. Mientras que el director escuchaba la escena que se había terminado de editar y se grababa encima, así se editaba. Además se ensayaba el director marcando la puesta de la escena, una pasada de cámaras y finalmente se grababa.

Uno de los puntos de quiebre en la edición lo constituyó el pasaje de la edición lineal a la no lineal. Con la edición lineal llegaban los *cassettes* a la isla de edición todo se grababa en pulgada. Esto implicaba que si se editaba algo mal había que borrar todo y arrancar de cero. En cambio, con la no lineal empezó la digitalización, se aceleraron los tiempos. Según Marisa Ippolito<sup>173</sup> esto sucedió a finales de los '90, un capítulo normal sin efectos particulares que debe pasar por “limpieza” de sonido –nivelar el audio entre el piso y los exteriores- y por la musicalización lleva un poco más de un día para su edición. Aquellos que son más complejos se resuelven en dos días. Antiguamente el sonido era más crudo, con el sistema *pro tools*<sup>174</sup> se unifican los ambientes y se buscan empatar los sonidos (interior/exterior), independientemente de la unidad visual que debe existir.

Según Víctor Tevah<sup>175</sup> el impacto de la tecnología implicó producir de manera diferente con otras alternativas, ni mejor, ni peor simplemente distinto. En el caso de la edición, particularmente, si antes había edición lineal, es decir, que lo único que se hacía era cortar y pegar porque las máquinas permitían eso o a lo sumo hacer un fundido. Desde 1998/1999 se pasó a la edición no lineal, esto permitió editar por capas.

Mercedes Corso<sup>176</sup> lo que se cambió es la manera de contar las historias y a partir de los avances tecnológicos se modificaron las maneras de trabajar, dentro de la estructura, aparecieron nuevas figuras porque la técnica es distinta. Antes se trabajaba con un solo editor porque se sabía como empezaba y como terminaban los capítulos, no se podía

---

<sup>173</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>174</sup> Sistema que permite trabajar en las producciones de audio y bandas sonoras a gran escala para mejorar la potencia y calidad del sonido. Los sistemas *pro Tools* pueden: componer, grabar, editar, secuenciar y mezclar proyectos musicales o sonido para imagen.

<sup>175</sup> Víctor Tevah (2011), Director de Nuevos Proyectos y Relaciones Institucionales de Pol-ka. Entrevista realizada para la presente Tesis, 21/10/2011.

<sup>176</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

cambiar nada. Actualmente, el proceso es más largo, existe un cabeza de equipo en edición y se sincroniza por un lado, el sonido y por el otro lado, la musicalización.

Asimismo Marisa Ippolito<sup>177</sup> considera que el área de post-producción es una de las que más se vio afectada con las tecnologías y la emisión diaria de una telenovela implica un tránsito permanente de material. La post-producción se volvió más exquisita, el sonido se trabaja de manera particular con equipos que permiten salvaguardar algunos detalles y la captura de sonido directo que puede fallar durante la grabación.

Un último eslabón a considerar es la promoción final de las ficciones, antes de su puesta al “aire” por primera vez Claudio Meilan<sup>178</sup> asegura que se trata de una decisión del canal, cada vez más se tiende a contar el rumor o la idea cuando ya se tiene. Se genera expectativa y se establece toda la prensa para el proyecto. Cuando se está más cerca del estreno ya empiezan las imágenes y se arma una pequeña historia de presentación de la telenovela. En general, en los primeros capítulos se da un golpe desde lo visual, con un alto despliegue que constituye un *plus* para el proyecto. Heber Martínez<sup>179</sup> explica que en el caso de Telefe el área de promociones es interna, entonces una vez que tienen grabados los capítulos pasa todo lo que es post-producción y agencia, ahí toman las mejores escenas para promocionar y vender la novela, primero para la promoción inicial que se realiza aproximadamente un mes antes del estreno de la telenovela, el lanzamiento incluye adelantos de la telenovela con la presentación de los personajes y las escenas del producto final y luego esto se replica para los adelantos de cada día.

#### **5.4.5 Síntesis de las Fases de producción de las telenovelas**

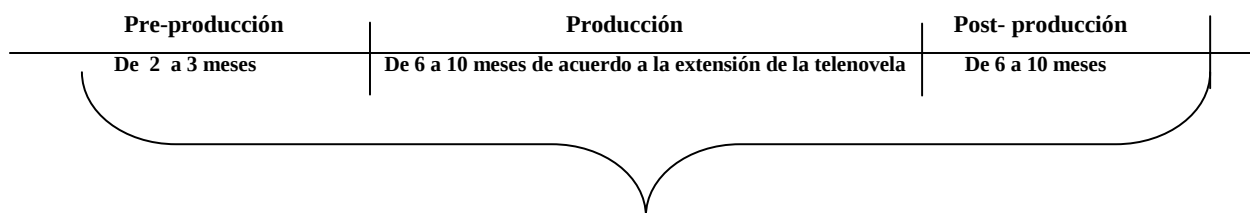
A continuación se sintetizan las fases de producción de las telenovelas teniendo en cuenta la duración total promedio de las mismas. Luego se explica como estas fases actúan en el desarrollo cotidiano de la producción, es decir, cómo se pre-produce, produce y post-produce cada uno de los capítulos.

---

<sup>177</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

<sup>178</sup> Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis, 10/08/2011.

<sup>179</sup> Heber Martínez (2011), Gerente de Relaciones Institucionales en Telefe, entrevista realizada para la presente Tesis el 12/07/2011.



Si se aplica esta misma línea a la producción de un capítulo, se puede pensar que la pre-producción se realiza con dos o tres días de anticipación, y que habitualmente, en cada una de las grabaciones se tienen abiertos entre cuatro y cinco libros. Así se pueden agrupar las grabaciones por decorados y grupos de actores afectadas a ellas, esto era impensable antes de los '90 porque se grababa por corte y de modo lineal de acuerdo al orden en el cual aparecían las escenas, de todas formas las exigencias siempre estuvieron ligadas a producir un capítulo por día. Se recuerda que, a diferencia de lo que puede ocurrir con una película o una publicidad, donde las fases de producción y post-producción se realizan de modo asincrónico, en los productos televisivos estas fases tienden a coincidir temporalmente, dado que, como se explicó el medio televisivo sostiene una lógica de flujo o emisión continua, una programación que debe reponerse cada día. Mercedes Corso<sup>180</sup> explica que se recibe el guión y se realiza el desglose y el orden de grabación la rutina, de lo que si o si el director va a tener que cumplir durante la jornada laboral, es una tarea complicada porque implica tener en cuenta múltiples factores. En el día a día se necesita una persona con cabeza fría y con la cintura necesaria para poder cambiar la rutina preestablecida, en caso de mediar inconvenientes que inhabiliten el cumplimiento de lo pactado previamente (en general debería hacerlo un productor). En este punto, resulta relevante la labor del asistente de producción que debe estar en el campo de trabajo (la grabación), al tiempo que consigue la adelantada, es decir, la información necesaria para saber cómo siguen los capítulos posteriores y qué tipo de cuestiones deberá tener en cuenta la producción, de modo tal que puedan preveer los recursos que se requerirán para los capítulos siguientes.

A modo de síntesis, luego de analizar las tres fases que abarca la producción, se puede establecer qué tipo de organización de trabajo ofrece la industria de la telenovela. Si se compara la “fabricación” de telenovelas con las de cualquier otro producto industrial, si

<sup>180</sup> Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.

bien es posible identificar el proceso de producción, no se puede *a priori* establecer la cantidad de bienes y/o productos que habrán de “fabricarse”, porque la cantidad de capítulos que tenga una ficción dependerá de múltiples factores, entre ellos, la aceptación que obtenga por parte de las audiencias.

Ortiz *et al.* (1991) destacan que la fabricación de cultura mantiene cierta especificidad que la aleja del resto de las mercancías. En general, los operarios son piezas de un sistema más amplio, el trabajo individual puede ser perfectamente realizado por otro (intercambiable/despersonalizado). Difícilmente sucede lo mismo con la telenovela, justamente porque algo que la caracteriza es recurrir al *star system* y no es posible concebir el universo del estrellato a través de la categoría de la despersonalización. No obstante, esto tampoco aplica a la totalidad de los trabajadores solamente un número reducido de ellos conforma el *star system* (autores, directores, productores y actores/actrices), en tanto que el equipo técnico podría ser reemplazado con mayor facilidad, sin embargo, esta afirmación puede resultar un tanto arriesgada sino se tienen en cuenta los grados de especialización que se requieren en algunos tipos de funciones específicas ligadas, por ejemplo, al manejo de cámaras o a los sistemas de edición. El grado de flexibilización en el empleo puede estar en aquellos tipos de trabajo que no requieren saberes muy específicos o que pueden aprenderse al tiempo que se realizan (asistentes de dirección o de producción).

En este punto resulta de interés recuperar la noción de código laboral y los mecanismos de coordinación y control externos que repercuten en las tareas de los trabajadores (Roldán, 2011). En principio se puede decir que, el grado de control varía de acuerdo al lugar que se ocupa en la cadena de producción de la telenovela, en el caso de los cabezas de equipo estarán sujetos a los mecanismo de control simple que puede ejercer principalmente el productor ejecutivo, que actuaría en representación del productor general, es decir, en representación del capital y sus intereses. Al mismo tiempo el productor ejecutivo sería un intermediario en las relaciones que se establecen entre los distintos trabajadores, al ser su función la de controlar todas las instancias que repercuten en la cadena de producción de la telenovela como máximo responsable del proyecto, sólo a modo de ejemplo, se puede mencionar que debe mediar en la relación entre el/los autores y el director del proyecto.

Por otro lado se pueden detectar, también, controles grupales en los casos en los cuales los cabezas de equipo deben transmitir las expectativas y las tareas que deben realizar a sus respectivos equipos, asumiendo que las tareas realizadas por cada uno de ellos puede repercutir en las actividades de sus compañeros, si se prosigue con el caso de los guionistas se observa que los autores principales tienen a su cargo a los denominados dialoguistas y/o colaboradores, estos pueden tener diversas formas de organización de su trabajo. No obstante, deben dar cuenta de la realización de los capítulos que pondrán cada día en funcionamiento la cadena de producción.

Asimismo existen instancias de auto-control ejercido de modo subjetivo por los propios trabajadores, esto resulta frecuente en las industrias culturales. En gran medida se debe a que los trabajos ofrecidos en este tipo de industrias, así como en los sectores vinculados a las tecnologías de la información están basados en altos niveles de inseguridad, precarización y largas jornadas laborales. Una de las claves básicas de esto se centra en la “auto-explotación”, dado que los trabajadores se “enamoran” tanto de sus puestos de trabajo que se empujan ellos mismos hacia los límites de su resistencia física y emocional (Hesmondhalgh y Baker, 2011). Gillian Ursell (2000) manifiesta que “la predisposición de los individuos para trabajar en las producciones televisivas en parte se explica por las tentadoras posibilidades de obtener el reconocimiento social - la auto-afirmación de una estima pública- y en parte por las posibilidades de la propia actualización y creatividad -sea este un emprendimiento estético o comercial-. Para los trabajadores, la producción televisiva es simultáneamente un recurso potencial de recompensas -materiales y existenciales-, y una fuente de explotación” (Ursell, 2000: 819). Existe, pues, por parte de los trabajadores una predisposición a seguir trabajando, saben que manifestar buena voluntad en las tareas desempeñadas les asegura cierta estabilidad laboral, sobre en todo en los casos de aquellos empleados que sostienen una relación laboral *freelance* con el canal o la productora contratante. En esta dirección Hesmondhalgh y Baker (2011) sostienen que en las producciones culturales, la línea entre trabajo pago/no pago, entre profesional y amateur es usualmente borrosa. En estos trabajos no es inusual trabajar sin una remuneración para conseguir reputación o la base que le permita convertirse en profesional.

A su vez Dantas (2010) diferencia entre trabajo aleatorio, implica un tipo de actividad cuyo resultado no puede anticiparse y la duración de la tarea es incierta y el trabajo

redundante, conlleva la realización de una labor altamente rutinizada, los tiempos se pueden medir y existe un menor grado de incertidumbre en la tarea desempeñada.

Por lo expuesto, el trabajo llevado adelante por los autores y guionistas se acerca a una actividad de tipo aleatoria, en la cual se combinan dos factores: por un lado, las modalidades en las cuales se organiza el trabajo, la división de tareas internas dentro del equipo de guionista, la extensión de la jornada laboral y los espacios físicos en los cuales se lleva adelante el proceso de escritura que no necesariamente debe realizarse en el canal o la productora contratante, esto supone una mayor independencia y auto-organización del propio trabajo, una menor subsunción del trabajo al capital; por otro lado, la telenovela como producto cultural contiene ciertos rasgos específicos del género que se deben considerar al momento de escribir, cada obra debe renovarse permanentemente y presentar elementos novedosos.

Ahora bien, si se considera al resto de los trabajadores afectados a la producción de una telenovela (productores, directores, coordinadores de producción, asistentes, camarógrafos, editores) se puede decir que desempeñan actividades de tipo redundante, principalmente una vez superada la fase inicial de pre-producción global de la ficción cuando es preciso planificar todo el proceso -desde la contratación del equipo técnico y artístico hasta la selección de decorados y locaciones- la producción entra en una rutina y ritmo de trabajo diario, que consiste en la grabación de los capítulos y su posterior edición. Esta continuidad puede verse alterada por cuestiones que: exceden a la propia producción (condiciones climáticas adversas), por un diseño de producción mal logrado o por la introducción de hijuelas<sup>181</sup> en algún capítulo que alteran los planes de producción diagramados previamente, elementos todos que introducen ciertos niveles de incertidumbre al momento de plantear la jornada laboral. A diferencia de la labor desempeñada por los autores o guionistas, estos trabajadores deben realizar sus tareas en el canal o la productora de televisión o en el lugar donde se ubiquen las locaciones o los estudios.

---

<sup>181</sup> Se trata de anexos o agregados que realizan los autores en algún capítulo ya cerrado para avanzar sobre alguna trama o para reforzar alguna historia o idea que quedó inconclusa o con escaso tratamiento y que requiere captar la atención del público.

Finalmente, en una situación intermedia entre los autores/guionistas y el resto del equipo técnico se encuentra el talento o los actores, puesto que, deben componer un personaje al cual capítulo tras capítulo le suceden cosas distintas y al mismo tiempo para desempeñar su tarea deben trasladarse al estudio o locación para grabar, al mismo tiempo el desenvolvimiento de sus tareas depende de lo que previamente hicieron otros, aunque mantienen cierto grado de autonomía de acuerdo a si conforman o no el *star system*.

Por último, para definir la intensidad y el ritmo de trabajo que impone la producción de un tira diario se puede recurrir a lo expresado por Marisa Ippolito<sup>182</sup> “tenés las caras de cuando entras a grabar y como terminas, cuando realizas un ciclo que te lleva seis meses, es muy estresante por las presiones de todos”.

---

<sup>182</sup> Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutiva de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.

## **Capítulo VI Palabras Finales**

El presente estudio intentó presentar de modo descriptivo y analítico los cambios ocurridos en la producción de telenovelas en el período comprendido entre los años 1989-2001.

Para ello, resultó relevante considerar el contexto político y económico en el cual se constató un cambio en la relación entre capital y trabajo, un nuevo modo de acumulación de capital y una manera particular de intervención del Estado, a través de un sistema de re-regulación de los mercados.

En el trabajo se establecieron dos formas de abordar el estudio de la producción de contenidos de ficción en televisión, uno a nivel *mezzo* industrial para observar si la producción se llevó adelante *in-house* (en los propios canales), en colaboración entre una productora y un canal de televisión o íntegramente por productoras. Esto amerita a considerar, por un lado, las modalidades de contratación del personal técnico y artístico, para observar los niveles de estabilidad laboral a los cuales se enfrentan estos trabajadores y las condiciones en las cuales llevan adelante sus tareas diarias. Al respecto los canales favorecen la relación de dependencia en tanto que las productoras independientes estimulan la contratación por proyectos, en este último caso mayoritariamente los riesgos son asumidos por los trabajadores y favorece el autocontrol por parte de los mismos, dado que, de su adecuado comportamiento se derivarán sus convocatorias posteriores.

Y por otro lado, el modo en el cual se desarrollan las relaciones entre las emisoras y las productoras independientes. En el caso argentino se identificaron dos momentos: desde 1990 y hasta 1994 caracterizado por la existencia de productoras independientes argentinas que realizaban coproducciones con el exterior, es decir que, al tiempo que abastecían el mercado local nutrían las pantallas internacionales y otro entre 1995-2001 en esta fase se desarrollaron una serie de productoras independientes en su mayoría con capitales nacionales que empezaron a proveer de contenidos a la programación de los canales de televisión abierta.

En cuanto a la programación de ficción de los canales de televisión abierta de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires en la etapa 1989-2001 se observó que la confluencia de distintos factores influyó en el desarrollo de este género en la televisión del país. Entre ellos se destacaron: la privatización de los canales 11 y 13 en 1989, la estructura de producción de las ficciones (coproducciones internacionales, cooperación entre los canales y las productoras “independientes” o ficciones a cargo de productoras “independientes”), cambios permanentes en la gestión de la emisora estatal (Canal 7) acompañado de un detrimento de sus niveles de producción, la modificación en la estructura de propiedad de los canales 9 y 11 entre 1997-1998 y la decreciente inversión publicitaria en la televisión abierta durante el período 1998-2001, sumado al escenario económico nacional. Estos factores se combinaron de modo particular para configurar la programación de ficciones de la televisión abierta, que mostró sus índices más altos entre los años 1993 y 1994, con 59 y 50 producciones respectivamente (estos años coincidieron con la época de coproducciones internacionales).

A su vez, a partir de 1998 empezó a evidenciarse un declive en el número de ficciones producidas, hecho que coincidió con una caída de la inversión publicitaria en la televisión abierta argentina, cambios en la estructura de propiedad de los Canales 9 y 11 y con el desarrollo de un tipo de programación horizontal en el horario *prime time* (de 21 a 23 hs.), es decir, que todos los días de lunes a viernes se comenzó a emitir el mismo programa, en lugar de programar una ficción distinta para cada día de la semana. Esta estrategia se aplicó para reducir costos en la programación, al concentrar los recursos en pocos programas de emisión diaria se requiere menos personal técnico y artístico, al tiempo que al aumentar el número de unidades producidas (capítulos) disminuye el costo promedio de cada una de ellas.

Finalmente entre 1999-2001 la cantidad de ficciones producidas descendió drásticamente, las pantallas de televisión fueron invadidas por los *reality shows*, la televerdad y la meta-televisión, este tipo de géneros fueron programados en los horarios centrales y desplazaron a las tiras y los unitarias<sup>183</sup>, en un contexto de crisis económica, política y social que terminaría por estallar en diciembre de 2001, la industria televisiva

---

<sup>183</sup> Solo por mencionar algunos *reality shows*: *Gran Hermano* (Canal 11), *Expedición Robinson* (Canal 13), *El Bar* (Canal 2).

no se vio exenta del deterioro económico general, y tuvo que abaratar los costos de producción de los programas para sostener la parilla de programación diaria.

El otro punto de análisis se centró en el nivel micro social, aquí se proyectaron los principales cambios operados en cada una de las fases de producción (pre-producción, producción *per se* y post producción) y los trabajos involucrados en cada uno de ellas, con especial énfasis en el trabajo creativo llevado adelante por los autores o guionistas, de cuyo labor deriva el insumo principal para la realización de la ficción. En primer lugar, mediante el armando de la “Biblia” y cada uno de los libretos que compondrá la ficción, a partir de los cuales se pondrá en funcionamiento la maquinaria productiva. En cuanto al trabajo creativo desempeñado por autores/guionistas se evidenció el pasaje del autor único a la existencia de equipos autorales, donde existe una fuerte división de las tareas entre los cabezas de equipo que componen el *star system* de autores y aquellos que, por ejemplo, realizan los diálogos.

Al referirse específicamente al trabajo creativo vinculado a los autores/guionistas el estudio reveló que los autores, en general, no pudieron conservar los derechos para la explotación de sus obras, la flexibilización laboral propiciada en la década del '90, sumada a las escasas posibilidades de conseguir trabajo en esa época implicó la cesión de estos derechos ante las demandas de los productores. Manifestar esta “buena actitud” les permitió/permite asegurarse futuras convocatorias, en tanto que, el negarse posiblemente los dejaría fuera del circuito laboral. Los autores sostienen que perder un derecho es complejo y recuperarlo muy dificultoso, de esta manera como señala Dantas (2011) el monopolio de los derechos de autor y de otros monopolios adquiridos en la relación contractual con el artista, permitirá al capitalista-productor mejores condiciones para negociar con intermediarios la distribución y la transmisión del resultado del trabajo artístico.

En líneas generales se comprobó la existencia de divisiones del trabajo y de las jerarquías que operan dentro de la producción televisiva. Las mismas se pueden verificar a partir del modo en el cual se integran los distintos trabajadores que conforman el equipo técnico y artístico; primero se convoca a aquellos que tienen mayores responsabilidades en la cadena productiva (productor ejecutivo, autor/es, director, los jefes o cabeza de equipo, los actores principales) y posteriormente al resto

del personal (*gaffer*, eléctricos, asistentes de producción y de dirección, camarógrafos, microfonistas, maquilladoras, vestuaristas, entre otros). En el período de estudio se destaca el incremento de personal afectado a la producción, principalmente, por la existencia de dos unidades de producción (una para piso y otras para exteriores) de manera permanente. Si bien los exteriores se utilizaron desde comienzos de la década del '70, en un primer momento quedaban delimitados a escenas muy puntuales, con los años las mejoras en los sistemas de captura de imágenes permitieron incrementar el número de escenas en exteriores que como se explicó son más complejas de realizar y la cantidad de ellas que pueden obtenerse en una jornada de trabajo es considerablemente menor en relación al piso. Esto sucede por varios motivos aunque se destacaron los traslados del equipo técnico y artístico y el armado de la fotografía en la locación, dado que, la misma resulta crucial al momento de preparar el *set* de grabación.

Los equipos afectados a la producción de una ficción suelen ser estables, no obstante se trata de un medio chico con altísima rotación de personal, en el cual existe un número importante de trabajadores *freelance*, que se vinculan a proyectos específicos por un tiempo determinado, es decir que, los trabajadores asumen todos los riesgos por el trabajo que desempeñan, por ejemplo, las cargas sociales, de este modo se encuentran sujetos a un régimen laboral sumamente inestable.

La incorporación de tecnología afectó las fases de producción y circulación de estos bienes culturales, aunque se detectó que las condiciones materiales y técnicas que permitieron un modo particular de organizar el trabajo se combinaron de modo peculiar con factores políticos-económicos del país, con aspectos propios del sector televisivo y con el propio desarrollo del mercado de las telenovelas.

La privatización de los canales 11 y 13 en 1989 supuso modificaciones en el mercado televisivo argentino, a la modernización de las emisoras, la adecuación a los estándares internacionales de producción y la reestructuración de las plantillas laborales se sumó una reorganización de la programación de ambas señales que en poco tiempo concentraron tanto la producción (entre ambas emisoras produjeron alrededor del 50% de las ficciones emitidas en los canales de aire de la Capital Federal y el Gran Buenos

Aires) como la atención de las audiencias<sup>184</sup>. Por otra parte se destacó para el período de estudio la aparición de productoras “independientes” de capital nacional durante la segunda mitad de la década del '90, con un incipiente proceso de transnacionalización de enlatados y/o formatos y la adopción de estándares internacionales para permitir la comercialización de los productos. De este modo, en relación a la estructura de producción, se aprecia la convivencia de programas a cargo de las emisoras con aquellos propuestos por los nuevos agentes del mercado televisivo que con productos experimentales empezaran a dotar de contenidos a estas señales.

Ahora bien en el estudio se manifestó que el presupuesto resulta un factor clave porque implica un detalle minucioso de los gastos que se tendrán en la producción, debe incluir entre otras cosas: el formato, el género, la frecuencia al aire, la duración por capítulo, la cantidad de capítulos, la grabación por capítulo, la *post* producción por capítulo, las unidades de producción afectadas al proyecto, el equipo técnico, el elenco, la contratación de locaciones, la música, los efectos especiales y los viajes. En resumen, presuponer correctamente aquellos gastos que se tendrán derivará en la calidad y éxito del programa.

Antes de considerar la incidencia de los cambios tecnológicos en el proceso de producción es preciso recordar que en la primera década de funcionamiento del medio televisivo operaron las transmisiones en vivo, a partir de la década del '60 el *videotape* y las posibilidades de la edición innovaron los modos de realizar las ficciones. Aunque se siguió grabando en continuidad, se respetaron los ensayos, los decorados eran pocos y no existían las escenas en exteriores, los libretos se volvieron más complejos incluyeron cambios de ropa, de época y de tiempo.

Al detenerse en la etapa 1989-2001 las principales modificaciones tecnológicas se detectaron en: la fotografía (modo de iluminar), la estética de filmación (similar al material fílmico) y la edición (grabación con cámaras independientes y avances en los programas de edición). Además contribuyó la fusión de los equipos de trabajo de cine y de televisión cuestión impensada en décadas anteriores, en este sentido la televisión era para el cine un género menor, se trabajaba con otros ritmos y con presupuestos más

---

184

Ver punto 5.2 Análisis de la programación de ficción en Argentina (1989-2001).

modestos. Así el flujo continuo que impone la televisión implica una forma distinta de concebir y gestionar los tiempos de trabajo respecto a la lógica de edición discontinua propia del cine.

Otros aspectos que se resaltan de los resultados del análisis son, por ejemplo, que se dejó de grabar en continuidad como había ocurrido hasta principios de los '90, y se empezó a grabar por decorado o locación, al mismo tiempo las escenas empezaron a quedar pre-editadas al momento de grabarse (primero se aplicó en piso y luego en exteriores). Esto simplificó la edición final porque de este modo restaría unir una escena con otra, equilibrar el sonido y la luz, al mismo tiempo que permitió explorar cuestiones estéticas al presentar los capítulos. Ambos hechos impactaron en el diseño de producción, debido a que se promovió la apertura de varios capítulos (entre cuatro o cinco) simultáneamente al momento de grabar, los planes se volvieron más flexibles, las historias y los personajes tendieron a independizarse para maximizar las grabaciones, entonces se operó también sobre los libretos, aunque como se explicó existieron cuestiones narrativas y de estilo que también afectaron las tramas y las temáticas de las telenovelas.

A su vez, se hizo hincapié en el *cero stock* de tiempo en la producción de telenovelas, en general los tiempos de grabación coinciden con los de emisión. Sucede, entonces, que en muchas ocasiones “el aire” le “pisa los talones” y pueden llegar a quedarse sin capítulos para emitir, lo cual en la industria televisiva resulta complejo porque daña el contrato establecido entre la compañía emisora del producto y sus audiencias. En el caso de la producción de telenovelas lo que no hay es *stock* de tiempo, en general, se trabaja al límite con la salida al aire y cualquier inconveniente ocasionado en algunas de las fases podría imposibilitar la entrega a tiempo del capítulo, listo para emitir a la emisora o canal que debe enviarlo al aire. En este sentido, se puede hacer referencia a la existencia de un código de trabajo, inserto dentro del propio proceso de producción, que si bien no se relaciona con el “tiempo máquina” o con la serialización intrínseca en cualquier cadena de montaje, se vincula con las necesidades de flujo de la televisión y las posibilidades de satisfacerlas, de acuerdo al propio diseño, diagramación y planificación de la producción.

Por otra parte se analizaron algunos ejes que identifican al producto telenovela y se retomaron y aplicaron al período 1989-2001 algunas de las categorías establecidas por Barroso García (1996) y Martín-Barbero (1987), de este modo se evidenció lo siguiente:

- Frecuencia de programación (semanal, diaria) del total de producciones de ficción para la televisión abierta en argentina registradas en el período 1989-2001 se detecta que el 67% de los programas tuvieron una periodicidad semanal, en tanto que el 33% restante mantuvo una frecuencia diaria<sup>185</sup>. No obstante, se destaca un decrecimiento de las ficciones semanales y un incremento de las ficciones diarias, es decir, que hacia 1989 y hasta mediados de la década del '90 se asistió a un tipo de programación vertical (cada día de la semana un programa distinto) tendencia que empezó a revertirse para esta época y se inició una programación de tipo horizontal. Otro punto a tener en cuenta es el horario de emisión de las ficciones y particularmente de las telenovelas que pasaron de emitirse al mediodía o la tarde a ocupar los horarios *prime time* de la televisión abierta en argentina, esto se dio a partir de 1994 con la telenovela *Más allá del horizonte* que se emitió en Canal 9 a las 21 hs. A partir de ese momento las telenovelas o tiras comenzaron a ocupar un lugar central en la programación de los canales, las historias se complejizaron, se ampliaron los públicos y las necesidades a cubrir fueron otras.
- Duración total (cantidad de capítulos estándar), en relación a la cantidad de capítulos a partir del '70 podían variar entre 180 a 220 alrededor de trece semanas en el aire, este número se fue reduciendo con el tiempo para rondar durante la etapa analizada entre 120 a 150 capítulos.
- Duración del programa y de las escenas (consideración de los cortes publicitarios y la introducción de publicidad no tradicional). Las telenovelas tienen una duración de 45 a 48 minutos con artística, esto no siempre fue así en la primera década de la televisión, los teleteatros duraban 15 minutos, posteriormente se extendieron a media hora hasta adoptar el formato actual. En el período estudiado una tira diaria tiene aproximadamente entre 38 y 42

---

<sup>185</sup>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Nielsen, Jorge “*La magia de la televisión argentina*” (Vol.5, 6 y 7) y relevamiento de archivo. En el período 1989-2001 se produjeron 527 ficciones, de las cuales 352 fueron de emisión semanal y 173 de emisión diaria.

escenas. De la totalidad de estas entre 26 y 30 se realizan en estudio y entre 8 y 12 en exteriores. Además se identificó la incorporación de PNT en las ficciones con fines económicos, mediante este sistema los encargados de las producciones (canales o productoras) incrementaron sus ingresos, en detrimento de la calidad del producto y de la credibilidad de aquello que se estaba contando. Asimismo las modificaciones operadas en el decreto-ley de radiodifusión 22.285 (en vigencia para la etapa analizada) permitieron la incorporación de este tipo de publicidad. Por otra parte, para evitar el *zapping*, las telenovelas pasaron a tener menor cantidad de bloques, y los autores dejaron de marcar en los guiones, los “pies”<sup>186</sup> para ir a los cortes comerciales; estos quedaron en función de las necesidades impuestas por el “aire”. Si se considera la extensión de las escenas se vincula con el *zapping* y en este sentido existió una tendencia hacia el *videoclip*, se produjo un fenómeno por el cual aumentó la cantidad de escenas y disminuyó la duración de estas, lo cual extendió el tiempo de producción porque cada escena hay que diagramarla independientemente de su extensión temporal. Estas junto con el lugar que ocupan las telenovelas en la grilla de programación constituyen algunas de las estrategias de comercialización de este producto, además de respetar las cuestiones relativas al género.

- Lugar de producción (instalaciones del estudio o en el exterior), existe cierta dificultad respecto de grabar en piso y en exteriores, de ahí que el porcentaje de escenas en exteriores/locaciones sea menor que en piso. Una de las cuestiones más complejas consiste en las pautas de iluminación y sonido; en el piso/decorado esto está más controlado, es más rutinario porque allí se trabaja diariamente y luego de grabar los primeros capítulos ya se tiene noción del lugar donde irán las cámaras o cómo serán los planos, en el exterior esto hay que diagramarlo en función de la locación y de las escenas específicas.
- Duración de la jornada laboral según el lugar que ocupen los trabajadores dentro de la cadena de valor y la serialidad (los hábitos de trabajo que se imponen, como exigencias de la calidad y la rentabilidad sobre el tiempo de la producción). Durante, la década del '90 el régimen laboral en la producción de

---

<sup>186</sup> Es decir cortar la escena, en algún momento que resulte de tensión o importante para captar la atención del televidente y que este decida continuar mirando el capítulo tras la tanda comercial.

ficciones resultó sumamente flexible, se grababa de lunes a sábados, y las jornadas solían extenderse por más de doce horas (esto afectaba a actores y técnicos). Antes de ese período se solían respetar las jornadas laborales y los horarios estipulados por una cuestión sindical impuesta desde la Asociación Argentina de Actores, que no superaba las ocho horas de trabajo y que variaba de acuerdo a si se trataba en un unitario o en una tira diaria. En esta dirección es necesario recordar la relativa autonomía que mantienen los autores/guionistas al momento de organizar el trabajo, en primer lugar no es preciso que acudan a los canales o productoras para iniciar su jornada laboral y deben al igual que el resto de las áreas producir un capítulo por día, independientemente de la cantidad de horas que deban dedicarle a esta actividad, esto varía de acuerdo al grado de experiencia, profesionalización y equipo disponible para realizar los libros, entre otras cuestiones.

De igual manera, se analizó el código laboral y como repercute en las tareas de los trabajadores. Se estableció que el grado y tipo de control varía de acuerdo al lugar que el trabajador ocupa dentro de la cadena de producción de la telenovela. Así los cabezas de equipo ligados a los puestos de mayor jerarquía -director de pisos/exteriores, director de fotografía, director de arte, editor de post-producción, autores/guionistas- están sujetos al control simple del productor ejecutivo. A su vez, los cabezas de equipo actúan realizando controles grupales y se encargan de transmitir las tareas que deben llevar adelante los miembros de sus respectivos equipos -asistentes, coordinadores, ambientadores, vestuaristas, maquilladores, dialoguistas-<sup>187</sup>. Existen controles grupales porque las tareas desempeñadas por cada uno de ellos pueden afectar el trabajo de sus compañeros. Finalmente se identificaron las instancias de auto-control ejercido de modo subjetivo por los propios trabajadores, esto es común en los trabajos ofrecidos en las industrias culturales, sobre todo en aquellos casos que no mantienen una relación de dependencia y que se vinculan mediante una modalidad de trabajo *freelance* o por un período de tiempo acotado a la duración de la producción, se trata de un medio chico y el comportarse adecuadamente asegura futuras convocatorias.

---

<sup>187</sup>

Ver punto 5.3 Equipos de producción: los principales actores involucrados en el proceso de producción.

Por último, los resultados del estudio llevado adelante habilita a pensar en la existencia de un patrón eco-estético, es decir que más allá de la existencia de un patrón tecno-estético que implica como se explicó la configuración de técnicas y de determinaciones estructurales que permiten identificar las normas de producción cultural propias de una empresa o de un productor cultural específico; al hablar de patrón eco-estético habría que considerar los condicionamientos económicos que influyen en los procesos de producción de las ficciones. Esto implica considerar múltiples factores que se interrelacionan e influyen mutuamente, entre los que se destacan: la decisión de aquello que se va a producir a partir de la evaluación de la factibilidad y la funcionalidad del proyecto, esto se vincula por un lado, al presupuesto de la ficción y por otro lado, a la temática de la propuesta ficcional lo cual supone una triple mirada: técnica, artística y económica; la contratación del personal y la modalidad (permanente, temporal o *freelance*); la cantidad de actores en escena (bolos y extras habilitados por capítulo de acuerdo al presupuesto); la extensión de los capítulos y la cantidad promedio de capítulos que tendrá la ficción (120 a 150); la frecuencia de emisión (semanal o diaria); la cantidad de bloques y cortes comerciales; la introducción o no de publicidad no tradicional dentro de la ficción (en este caso hay que considerar las regulaciones en materia de políticas de comunicación vigentes en cada país); el lugar que el producto ocupará dentro de la programación o flujo televisivo (horarios de emisión y expectativa de audiencia); la adecuación a estándares internacionales (ya sea tecnológicos, por ejemplo, la producción en digital o en alta definición, la cantidad de capítulos o la sonorización) que debe contener una telenovela para posibilitar la exportación de enlatados, entre otras cuestiones.

Además, el patrón eco-estético supone observar las producciones en relación al desarrollo del sistema televisivo de un país, puesto que se produce una triple delimitación entre el producto final (la telenovela), la institución emisora (el canal de televisión) y el sistema televisivo general (competitivo-comercial y el tipo de programación predominante en un espacio y tiempo determinado); a la vez que implica considerar el entorno político, económico y social específico en el cual se insertan estos productos culturales. Esta noción de patrón eco-estético será objeto de futuras investigaciones y análisis a fin de constatar sus posibles alcances y limitaciones.

## Capítulo VII Referencias Bibliográficas

Adorno, T. (1967). “La industria cultural”, en Morin, E. y Theodor, A., *La industria cultural*, Buenos Aires: Galerna.

Adrianzén Herrán, E. (2005), “La telenovela peruana en los últimos quince años”, en *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, N° 39, Universidad Nacional de La Plata.

Albornoz, L. (ed.). (2000), *Al fin Solos... La nueva televisión del Mercosur*, Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía.

Anguita, E. (2002), *Grandes hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*. Buenos Aires: Colihue, 223 p.

Antequera Parrilli, R. (2007), *Estudios de derechos de autor y derechos afines* Madrid: Editorial Reus SA.

Arsenault, A. y Castells, M. (2008) *The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks*. International Journal of Communication 2.

Arrese, A. (2004), “Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios”, en *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, N° 2, Universidad de Navarra, pp.9-44.

Arroyo Redondo, S. (2006), “La estructura de la telenovela como relato tradicional”, en *Culturas Populares. Revista Electrónica* 2, [En línea] Disponible en: <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf>.

Aspillaga, P. Miguel de Bustos, J. C. y Zallo, R. (1998), *Las industrias culturales en la economía informacional. Evolución de sus formas de trabajo y valorización*. [En línea] Disponible en: <http://ehu.es/zer/zer5/2azpillaga.html#anchor578598>

Azpiazu, D. y Basualdo, E. (2002), *El proceso de privatización en Argentina, la renegociación con las empresas privatizadas*, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Barroso García, J. (1996), *Realización de los géneros televisivos*, Madrid: Editorial Síntesis.

Basualdo, E. (2001), *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina*, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Becerra, M (2003), *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*, Grupo Editorial, Buenos Aires: Norma.

Becerra, M.; Hernández, P. y Postolski, G. (2003), “La concentración de las industrias culturales”, en *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*, Buenos Aires: Ediciones CICCUS y Secretaría de Cultura de la Nación.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2006a), *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires: Prometeo.

----- (2006b), “La economía política de la comunicación vista desde América Latina”. En *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, dic 2006, [En línea] Disponible en: [www.compos.org.br/e-compos](http://www.compos.org.br/e-compos).

----- (2009), *Los dueños de la palabra*, Prometeo, Buenos Aires.

Bourdieu, M. V. (2009), *Pasión heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*, Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento Ed.

Bourdieu, P. (1997), *Sobre la televisión*, Barcelona: Editorial Anagrama.

Bolaño, C. y Mastrini, G (2002), “Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional”, en *Oficios Terrestres* N° 11/12 Año VIII, Universidad de La Plata.

Bolaño, C; Mastrini, G. y Sierra, F (coords) (2005), *Economía política, comunicación y conocimiento*, Buenos Aires: La Crujía.

Bolaño, C. (2005), “Economía política y conocimiento en la actual reestructuración productiva”, en Bolaño, C, Mastrini, G. y Sierra, F. (comp.) *Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*, Buenos Aires: La Crujía.

Bustamante, E. (coord) (2003), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona: Gedisa.

----- (1999), *La televisión económica*, Barcelona: Gedisa.

Capparelli, S. (1999), “A periodização nos estudos de televisão”, en *Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul* Vol 1, N° 1, p. 1-16. Porto Alegre: UFRGS

Cervantes, C. (2000). “Para superar la ruta de modelos, efectos y metáforas equívocas en la sociología del periodismo”, en Orozco, G (Coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid: Ediciones de la Torre. pp. 169-183.

----- (2005). “El estudio de los productores de noticias: desarrollo internacional y avances de investigación en México”, en Lozano, J. C. (Ed.), *La comunicación en México: diagnósticos, balances y retos*. Monterrey: Tecnológico de Monterrey/CONEICC. pp. 93-134.

Christopherson, S. (2008), "Labor: the effects of media concentration on the film and television workforce", en Mc. Donald, P. y Wasko, J (ed.) *The Contemporary Hollywood film Industry*. USA: Blackbell Publishing.

Cruz Brittos, V. (2003), Oligopolios mediáticos: La televisión contemporánea y las barreras de entrada, en *Revista Telos*, N° 56 Segunda Época, Julio-Septiembre.

Dantas, Marcos (2010) “Convergência Digital: Entre os “Jardins Murados” e as Praças Públicas”, en Susana Sel (Coord) *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo*. Buenos Aires: CLACSO.

-----, (2011), “Nueva etapa de la industria cultural: de la lógica fabril a los *jardines amurallados*”, en *Revista Herramientas Web*, dic. 2011, [En línea] Disponible en: <http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-10/nueva-etapa-de-la-industria-cultural-de-la-logica-fabril-los-jardines-amurallados>. Consultado: 03/01/2012

Dromi, R. (2008), *Telecomunicaciones, Interconexión y convergencia tecnológica*, Buenos Aires: Ed. Ciudad Argentina.

Di Guglielmo, H. (2002), *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro*, Buenos Aires: Norma editorial.

----- (2005), “La telenovela y el programador ¿un amor imposible?”, en *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, N° 39, Universidad Nacional de La Plata.

----- (2010), *La programación televisiva en guerra*, Buenos Aires: La Crujía.

Eco, U. (1995), *El superhombre de masas*, Barcelona: Lumen.

Elíades, A. (2003), “Historia legal de la radio y la televisión en la Argentina”, en *Oficios Terrestres* n°13, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, p. 32-56.

Escudero Chauvel, L. (1997), “El secreto como motor narrativo”, en Verón, E. y Escudero Chauvel, L. (comp.) (1997), *Telenovela ficción Popular y Mutaciones Culturales*. Barcelona: Gedisa.

Ferin Cunha, I. (2011), “Alrededor de un género televisivo de ficción: novelas, telenovelas y culebrón”, en *Revista Telos*, Madrid: Fundación Telefónica. [En línea] Disponible en: [http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=68](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=68)

Fernández Díez, F. y Martínez Abadía, J. (1994), *La dirección de producción para cine y televisión*. Buenos Aires: Paidós.

Flichy, P. (1982), *Las multinacionales del audiovisual*. Barcelona: Gili

Fuenzalida, V. (2005), “Audiencia e identificación en el género”, en *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, N° 39, Universidad Nacional de La Plata.

Funes, A. y Ferrari Boniver, L. (2009). Señal de ajuste: televisión, economía y política en el nuevo milenio. Estrategias de Telefé y Canal 13. Tesina de Grado Universidad de Buenos Aires.

Garnham, N. (1990), "La cultura como mercancía", en Richeri, Giuseppe (ed.), *La televisión entre servicio público y negocio*, Barcelona: Gustavo Gili.

Garnham, N. (1999) "El desarrollo del multimedia: un desplazamiento de la correlación de fuerzas". En Bustamante, E. y Alvarez Monzoncillo J. (eds.) *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo.

Garcia Aviles, J (2006). "Convergencia y polivalencia periodística en televisiones europeas y norteamericanas", *Global Media Journal*. Volumen 3, Número 6.

Getino, O. (2008), *El Capital de la Cultura. Las industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

Gómez García, R. y Sánchez Ruiz, E (2006). "La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y conceptos". Lecciones del *Portal de la Comunicación*, InCom, UAB.

Hesmondhalgh, D y Baker S. (2008), "Creative Work and Emotional Labour in the Television Industry", en *Theory, Culture & Society*, Vol. 25(7-8), Los Angeles, London, New Delhi, and Singapore: SAGE. Pp. 97-118.

----- (2011), *Creative Labour. Media work in three cultural industries*. USA: Routledge.

Hermnan, E. y McChesney, R (1999) *Los medios globales*, Madrid: Cátedra.

Herscovici, A; Bolaño, C. y Mastrini, G (1999) "Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación", en G. Mastrini y C. Bolaño, *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Buenos Aires: Biblos.

Igarza, R. (2008), *Nuevos medios. Estrategias y convergencia*, Buenos Aires: Ed. La Crujía.

Jenkins, H. (2006), *Convergence culture. Adoración en el altar de la convergencia: un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático*, Barcelona: Ed. Paidós.

Kalikoske, A. (2009), "A telenovela comomunicao dos conglomerados latino-americanos", en Cruz Brittos, V. (org.), *Digitalizacao e práticas sociais*. Brasil: Editora Unisinos. pp. 77-94

----- (2010). "Mercado latino-americano de televisao", en Cruz Brittos (org), V. *TV Digital, economía política e democracia*, Brasil: Editora Unisinos. pp. 105-124.

Kalikoske, A. y Cruz Brittos, V. (2010). "História, modelos e economia da telenovela em mercados globais", en Bolaño, C; Golin, C.; Brittos, V. (orgs.), *Economia da arte e da cultura*. San Pablo: Observatório Itaú cultural. pp. 217-237.

Klagsbrunn, M. (1997), "La telenovela brasileña: un género en desarrollo", en Verón, E. y Escudero Chauvel, L. (comp.) (1997), *Telenovela ficción Popular y Mutaciones Culturales*. Barcelona: Gedisa.

Landi, O (1992), *Devórame otra vez*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

López, A., Ramos, D. e Torre, I. (2009), “Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor” [En línea] [http://www.pypprey.com.ar/archivos/2012/La\\_exportacion\\_de\\_servicios\\_de\\_America\\_Latina\\_Fragmentos.pdf](http://www.pypprey.com.ar/archivos/2012/La_exportacion_de_servicios_de_America_Latina_Fragmentos.pdf) . Consultado [07/05/2012]

Loreti, D. (1995) *El Derecho de la Información. Relación entre medios, público y periodistas*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Marino, S. (2007), *Neoliberalismo, comunicación y políticas públicas: el caso de la televisión por cable en Argentina entre 1989-2001*, Tesis de Maestría en Comunicación y cultura de la Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires: UBA.

Martín Barbero, J. (1987), “La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana”, en *Revista Diálogos de la Comunicación*, N° 17, Lima.

----- (1992), “Claves para re-conocer el melodrama”, en Martín Barbero, J. y Muñoz, S. (comp.), *Televisión y melodrama*, Bogotá: Tercer Mundo Editores.

----- (1993), *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gili.

Martín Barbero, J. y Muñoz, S. (comp.) (1992), *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Martínez Ojeda, B.; Muñoz Dagua, C. y Asqueta, M.C. (2006), *Érase una vez...Análisis crítico de la telenovela*. Bogotá: Colección Gramáticas Mediatizadas.

Mastrini, G. (ed.) (2005), *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires: La Crujía.

----- (2009), *Medios públicos y derecho a la comunicación*, inédito.

Mato, D. (1999), “Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género” en García Canclini, N. y Moneta, C. (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Buenos Aires: Eudeba.

Mattelart, A. y Piemme, J. M. (1982), “Las industrias culturales: génesis de una idea”, en VVAA, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, México: Fondo de Cultura Económica.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1989), *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense.

Mazziotti, N. ; Verón, E. (1993), *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires: Colihue.

Mazziotti, N. (1993), *Soy como de la Familia-Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migré*, Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

----- (1994), “La telenovela transnacional. Argentina y las coproducciones”, en *Estudio sobre las culturas contemporáneas*. México. Vol VI. Nº 16-17.

----- (1996), *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibérica.

----- (2002), “La televisión en Argentina” en Orozco, G. (coord.), *Historias de la Televisión en América Latina*, Barcelona: Gedisa.

----- (2005), “Los géneros en la televisión pública” en Rincón, O., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires: La Crujía.

----- (2006a), *Telenovela. Industria y prácticas sociales*, Buenos Aires: Editorial Norma.

----- (2006b), “La expansión de la telenovela”, en *Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima*. Nº 14. pp. 127-140.

----- (2008), “La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica”, en *La mirada de Telemo. Revista académica sobre televisión peruana y mundial*. Lima: Pontificia Universidad Católica de Perú.

McChesney, R. (2002), “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en Vidal Beneyto, José (ed.), *La ventana global*, Madrid: Taurus.

McKercher, C. y Mosco, V. (2008), *The laboring of communication: will knowledge workers of the world unite?*. USA: Lexington Books.

Medina, M. y Barrón, L (2010), La telenovela en el mundo, en Palabra Clave, Universidad de la Sabana, [En línea] Disponible en: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1635/2154>.

Miguel de Bustos, J. C. (1993), *Los grupos multimedia. Estructura y estrategias en los medios europeos*, Barcelona: Bosch Comunicación.

----- (2003), “Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia”, en Bustamante, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*, Barcelona: Gedisa.

Mindez, L. (2001), *Canal Siete: medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*, Buenos Aires: Ciccus La Crujía.

Moulier Boutang, Y. (2004), “Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo”, en Moulier Boutang, Y. et al. (comp.) *Capitalismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Creación Colectiva*, Madrid: Traficantes de Sueños.

Mosco, V. (2006). "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después". *CIC-Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11 57-79. [En línea] Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC0606110057A.PDF>

----- (2009), *La economía política de la comunicación*. Barcelona: Ed. Bosch.

----- (2011), "La economía política de la comunicación: una tradición viva", en Albornoz, L. (comp.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Buenos Aires: Paidós.

Murdock, G. y Golding, P. (1981), "Capitalismo, Comunicaciones y relaciones de clase", en Curran, James (ed.), *Sociedad y comunicación de masas*, México: Fondo de Cultura Económica.

Nielsen, J. (2008), *La magia de la televisión argentina 5: 1986/1990*. Buenos Aires: Ediciones del Jilguero.

----- (2009), *La magia de la televisión argentina 6: 1991/1995*. Buenos Aires: Ediciones del Jilguero.

----- (2010), *La magia de la televisión argentina 7: 1996/2000*. Buenos Aires: Ediciones del Jilguero.

Noguer, J. (1985), *Radiodifusión en la Argentina*, Buenos Aires: Editorial Bien Común.

Oropeza, M. (2005), "Después de la transnacionalización. La industria latinoamericana de las telenovelas y el caso argentino", en *Revista de los Alumnos de Maestría en Análisis del Discurso*, N° 1. Buenos Aires: UBA.

Orozco, G. (coord.) (2002), *Historias de la Televisión en América Latina*, Barcelona: Gedisa.

----- (2008), "Audiencias y pantallas. Lo nuevo, lo viejo y lo que viene", en *La mirada de Telemo. Revista académica sobre televisión peruana y mundial*. Lima: Pontificia Universidad Católica de Perú.

Orozco, G. y Vasallo de Lopes M. I. (2010), *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva: Obitel 2010*. San Pablo: Globo.

Ortiz, R.; Borelli, S. y Ramos, J. M. (eds.), (1989). *Telenovela, História e Produção*. São Paulo: Ed. Brasiliense.

Palomino, H. (2004), "Trabajo y teoría social: Conceptos clásicos y tendencias contemporáneas", en Documento de cátedra Relaciones del Trabajo, Ciencias Sociales, UBA. [En línea] Disponible en: <http://www.catedrapalomino.com.ar>.

Puente, S. (2007), *Industrias Culturales*, Buenos Aires: Prometeo Libros.

Roldán, Martha (2000) ¿Globalización o Mundialización? Teoría y Práctica de Procesos Productivos y Asimetrías de Género. Una interpelación desde las realidades de la organización del trabajo en el apogeo y crisis de una industria nacional autopartista (1960-1990). Buenos Aires, Universidad Nacional de la Patagonia (SJB), Flacso, Eudeba. Introducción.

----- (2010) “Trabajo “Creativo” y Producción de Contenidos Televisivos en el marco del Capitalismo Informacional Contemporáneo. Reflexiones sobre el caso argentino en los 2000s en Susana Sel (Coord) Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo. Buenos Aires, CLACSO.

----- (2011) “Nueva codificación de trabajo creativo televisivo y capitalismo informacional contemporáneo. Algunas implicaciones para el desarrollo en base a la experiencia argentina”, en *Perspectiva Metodológicas*, n° 12, en edición noviembre 2012.

Richeri, G. (1994), *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*, Barcelona: Bosch

Rincón, O. (2005), “En busca de la neutralidad que no puede existir”, en *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, N° 39, Universidad Nacional de La Plata.

----- (2006), *Narrativas mediáticas O Cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona: Gedisa.

Romero, L. A. (2001), *Breve historia contemporánea de la Argentina*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Rullani, E. (2004), “El capitalismo cognitivo ¿un déjà-vu?”, en Moulier Boutang, Y. et al. (comp.) *Capitalismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Creación Colectiva*, Madrid: Traficantes de Sueños.

Tremblay, G. (2011), “Industrias Culturales, economía creativa y sociedad de la información”, en Albornoz, L. (comp.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Buenos Aires: Paidós.

Sirvén, P. (1998), *Quién te ha visto y quién TV: historia informal de la televisión argentina*, Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Steimberg, O. (1997), “Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela”, en Verón, E. y Escudero Chauvel, L. (comp.) (1997), *Telenovela ficción Popular y Mutaciones Culturales*. Barcelona: Gedisa.

Ulanovsky, C.; Itkin, S. y Sirvén, P. (1999), *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina*, Buenos Aires: Planeta.

Ulanovsky, C y Sirvén, P. (2009), *¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta)*, Buenos Aires: Emecé.

Ursell, G.(2000), "Television Production: Issues of exploitation, commodification and subjectivity in the UK television labour markets", en *Media, Culture & Society*, Vol. 22: 805-825. Londres: Sage Publications.

Varela, M. (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Buenos Aire: Edhasa.

Verón, E. y Escudero Chauvel, L. (comp.) (1997). *Telenovela ficción Popular y Mutaciones Culturales*. Barcelona: Gedisa.

Vilches, L (1993), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Buenos Aires: Paidós

----- (1997), "La fuerza de los sentimientos", en Verón, E. y Escudero Chauvel, L. (comp.) (1997), *Telenovela ficción Popular y Mutaciones Culturales*, Barcelona: Gedisa.

----- (2007), *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica*. Barcelona: Gedisa.

Waisbord, S. (2000), *Industria global, culturas y políticas locales: la internacionalización de la televisión latinoamericana*, en *América Latina Hoy*, 25, agosto, pp. 77-85.

Williams, R. (2011), *Televisión: tecnología y forma cultural*, Buenos Aires: Paidós.

Windeler, Arnold y J. Sydow, J. (2001) "Project Networks and Changing Industry Practices Collaborative Content Production in the German Television Industry", en *Organization Studies*, 22 (6), pp.1035-1060.

Wolton, D. (1992), *Elogio del gran público: una teoría crítica de la televisión*, Barcelona: Gedisa.

Zallo, R. (1988), *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid: Akal.

#### *Otras fuentes*

Fernando Gaitán (2011), Conferencia Magistral "La escritura de ficción televisiva: entre el melodrama y la comedia", en Mercado de Industrias Culturales en Argentina (MICA), Secretaría Cultura de la Nación, Junio 2011, Buenos Aires.

#### *Entrevistas realizadas por la autora para la presente Tesis*

- Heber Martínez (2011), Gerente de Relaciones Institucionales en Telefe, entrevista realizada para la presente Tesis el 12/07/2011.
- Anahí Martella (2011), Actriz de televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 07/09/2011.
- Víctor Agú (2011), autor de telenovelas, tales como: *Con pecados concebidas*, *Tres minas fieles*, *Inconquistable Corazón*. En Co Autoría con Migré: *Son Cosas de Novela*, *Nosotros pecadores*, *El Hombre equivocado*, *Un marido para Diana Gálvez*, *El Rafa*. Entrevista realizada para le presente Tesis el 18/10/2011.

- Mercedes Corso (2011) Productora Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/09/2011.
- Víctor Tevah (2011), Director de Nuevos Proyectos y Relaciones Institucionales de Pol-ka. Entrevista realizada para la presente Tesis, 21/10/2011.
- Cecilia Scarabello (2011), Asistente de Producción. Entrevista realizada para la presente Tesis el 27/05/2011.
- Claudio Meilan (2011), Productor Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 10/08/2011.
- Mirta Israel (2011), Actriz y encargada de la Secretaría Gremial del Sindicato de Actores. Entrevista realizada para la presente Tesis el 04/10/2011.
- Clara Zappettini (2011) Productora Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 14/10/2011.
- Susana Rudni (2011) Productora Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/09/2011.
- Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré, El Deseo, El Capo, Montecristo, Vidas Robadas y Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 23/11/2011.
- Marisa Ippolito (2011) Productora Ejecutivo de Televisión. Entrevista realizada para la presente Tesis el 08/11/2011.
- Jorge Maestro (2011), Autor de telenovelas, tales como: *Clave de sol, La banda del Golden Rocket, Zona de riesgo, Gerente de familia, Montaña rusa, Los machos, Amigovios, Hola papi, Como pan caliente, Hombre de mar, El sodero de mi vida, Son Amores*. Entrevista realizada para la presente Tesis el 30/11/2011.
- Ana Montes (2011), Autora de telenovelas, tales como: *Manuela, Micaela, Dulce Ana, Amor Sagrado, Isabella*. Entrevista realizada por correo electrónico para la presente Tesis el 28/01/2012.
- Hugo Di Guglielmo (2011) ex Gerente de Programación de Canal 13 1990-2001. Entrevista realizada por correo electrónico/12/12/2011.
- Edgardo Borda (2011), fue uno de los primeros directores integrales de la televisión. Actualmente se desempeña como Asesor de Producciones Externas en Canal. Entrevista realizada para la presente Tesis el 28/12/2011.