



Cuadernos de H ideas
ISSN: 2313-9048
cuadernosdehideas@perio.unlp.edu.ar
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

El trabajo de los guionistas en las telenovelas argentinas

Carboni, Ornella

El trabajo de los guionistas en las telenovelas argentinas

Cuadernos de H ideas, vol. 13, núm. 13, 2019

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

DOI: <https://doi.org/10.24215/23139048e019>

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Artículos

El trabajo de los guionistas en las telenovelas argentinas

The work of the screenwriters in Argentina soap operas

O trabalho dos roteiristas nas novelas argentinas

Ornella Carboni ornelacarboni@yahoo.com.ar

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

Resumen: A partir de la década de 1990, los escenarios productivos de las ficciones en Argentina se transformaron por la confluencia de diversos factores (privatización de las principales emisoras televisivas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la externalización de la producción, la incorporación de tecnologías físicas, la presencia de capital extranjero invirtiendo en el sector audiovisual y la exportación de estos productos).

Este artículo analiza, específicamente, las formas de organización del trabajo de los guionistas dentro del proceso de producción de las telenovelas en Argentina, entre 1990 y la primera década de 2000. Por ese motivo, exponemos brevemente las fases productivas de las ficciones e identificamos las etapas en las cuales se integran estos trabajadores culturales. Complementariamente, se mencionan las rutinas de trabajo, la extensión de la jornada laboral y el trabajo creativo asociado a los escritores.

La aproximación metodológica es de tipo cualitativa y desarrolla los niveles descriptivos e interpretativos para comprender las rutinas de trabajo de los guionistas. En este sentido, se realizaron entrevistas con actores clave del sector, el relevamiento documental y bibliográfico con el fin de sistematizar datos para la investigación.

Palabras clave: industrias culturales , televisión , trabajo creativo , telenovelas , guionistas .

Abstract: Since the 1990 the production of fiction in Argentina has been changed by the confluence of different factors (the privatization of the main stations of the Autonomous City of Buenos Aires, the outsourcing of production, the introduction of technologies, the foreigner capital that invest on audiovisual projects and the exportation of these products).

This article analyzes the work of screenwriters inside the productive process of Argentina soap operas, in the last three decade. For that reason, we explain the fiction productive phases and we identify where this cultural workers are integrated. In addition, we mention the work routines, the workday and the writer's creative work.

The methodological approach is qualitative and develops the descriptive and interpretative levels to analyse and understand the routines works of screenwriters. In this way, the examination is based on interviews with key actors of the sector and the documentary and bibliographical survey so as to systematize the data for the research.

Keywords: Cultural industry , television , creative work , soap opera , screenwriters .

Resumo: A partir da década de 1990, os cenários produtivos das ficções na Argentina foram transformados pela confluência de vários fatores (privatização das principais estações de televisão na Cidade Autônoma de Buenos Aires, terceirização de produção, incorporação de tecnologias físicas, presença de capital estrangeiro investindo no setor audiovisual e exportação desses produtos).

Este artigo analisa, especificamente, as formas de organização do trabalho dos roteiristas no processo de produção das telenovelas na Argentina, nas últimas duas décadas. Por essa razão, nós exponemos brevemente as fases produtivas das ficções e identificamos as etapas em que esses trabalhadores culturais estão integrados. Além disso, são mencionados as

rotinas de trabajo, a extensão da jornada laboral e o trabalho criativo associado aos escritores.

A pesquisa propõe uma abordagem metodológica qualitativa e desenvolve os níveis descritivo e interpretativo para entender as rotinas de trabalho dos roteiristas. Nesse sentido, foram realizadas entrevistas com atores-chave do setor, e a revisão do material documentário e bibliográfico para a sistematização dos dados.

Palavras-chave: indústrias culturais , televisão , trabalho creativo , novelas , roteiristas .

Los guionistas en el proceso productivo de las telenovelas

“Como autor, ¿considera que hasta la telenovela que parece más ingenua conlleva un acto político? –Por supuesto que sí. Televisa ha hecho de la novela rosa una industria absolutamente política. No hablar de temas más sensibles y desgarradores es política. No aportar desde las tramas al interés social es político (...) Generalizar grandes abusos sin desmenuzar sus matrices es político (...) Los que hacemos televisión primero tenemos que entretener, pero no podemos perder de vista la cantidad de público a la que llegan nuestros trabajos (...) La ficción tiene que identificar y reflejar el momento que se vive (Entrevista a Marcelo Camaño, en Diario *Página 12*, dic. 2011)”.

Las telenovelas representan uno de los géneros más destacados del sistema televisivo en América Latina. Los antecedentes de la ficción televisiva se encuentran en el romance-folletín, esto es 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 (Barroso García, 1996; Kalikoske & Cruz Brittos, 2010). Al principio el estilo y el formato se ligaron a la radio, luego la industrialización y profesionalización de los equipos humanos derivó en la explotación de las capacidades expresivas propias del audiovisual (Martín-Barbero & Rey, 1999).

Las telenovelas son productos o bienes culturales que integran la industria televisiva. De este modo, se caracterizan por el flujo continuo y su inserción dentro de la lógica de programación de la emisora. Son productos relativamente baratos porque se asientan en la producción de una determinada cantidad de capítulos que oscila entre los 80 y 150 episodios.

De la misma forma que el resto de los bienes culturales poseen una faceta simbólica y otra económica. Su cara simbólica se observa en los valores e ideas que transmiten, en la conversación social y en las representaciones que generan en el público. Al mismo tiempo es un producto que necesita ser consumido por un tiempo delimitado. En virtud de su dimensión económica, las emisoras televisivas y/o las productoras audiovisuales que elaboran telenovelas tienen el objetivo de obtener ganancias y valorizar el capital. Por eso, los productores combinan la repetición (de formatos, de historias, de elencos) como forma de reconocimiento y apelan a la innovación para emitir un producto renovado. Existe, pues, un contrato de lectura particular entre el público y los canales y/o productoras.

La telenovela es un bien característico de América Latina, que permitió y permite vincularse con los modos de consumo cultural propios de la región, desde la utilización de un lenguaje común hasta la circulación de

artistas (Mato, 1999). Sin embargo, en cada país se desarrollan patrones estéticos y narrativos propios, aunque el elemento melodramático persiste en todas las producciones con distintos grados de intensidad.

En Argentina, Nora Mazziotti realizó investigaciones específicas sobre las telenovelas. En su libro *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina* (1996) analizó las telenovelas desde la esfera de la producción (fabricación, venta y circulación de estos productos), justificó su elección por la inexistencia de trabajos que abarcaran la producción de ficción seriada y destacó la existencia de estudios vinculados a la textualidad, los contenidos de los programas y las audiencias. Sin embargo, no focalizó en los procesos de organización productiva y del trabajo, tampoco observó las rutinas de trabajo en estos productos. Se centralizó en las producciones de la televisión argentina (incremento o disminución en la producción), giros o adaptaciones en los guiones a partir de la exportación de los enlatados y formatos. Por otra parte, aludió a los mercados de las telenovelas en los países de la región con incidencia productiva como México, Venezuela y Brasil.

En el resto de sus trabajos, Mazziotti (1993, 1994, 1996, 2006, 2008) recuperó los orígenes de la telenovela y los principales títulos que consagraron a las ficciones argentinas. Complementariamente, repasó las principales características y estilos del género en los países de la región. De igual manera, abordó la exportación de enlatados y/o formatos en América Latina e incluyó la desregulación del mercado televisivo europeo, ya que propició la comercialización de contenidos audiovisuales hacia ese continente. Finalmente, sus estudios relevaron las coproducciones de telenovelas entre productoras argentinas y extranjeras a comienzos de la década de 1990. Las ficciones conservaron un estilo clásico y melodramático para ajustarse de modo simultáneo a varios mercados.

Por su parte, Oscar Steimberg (1997) identificó las rupturas estilísticas de las telenovelas argentinas y definió tres etapas. Durante las primeras dos décadas de la televisión argentina, en las telenovelas prevalecieron los elementos melodramáticos y las temáticas de los folletines. La segunda fase (1975-1990) se caracterizó por el verosímil social, incluyó conflictos y cambios sociales de la época. La telenovela comenzó a autorreferirse, al exceder el ámbito de la ficción y a emerger como un hecho social, susceptible de ser comentado. Por último, en la década de 1990 se vivenció un entrelazamiento de los géneros y la multiplicación de los relatos con historias que se sucedían paralelamente.¹

Este trabajo se enmarca en una investigación más amplia que se efectuó en dos períodos. En una primera etapa, se identificaron las principales transformaciones que afectaron la producción de telenovelas de la televisión abierta argentina entre 1989-2001 y se intentó comprender la lógica de funcionamiento de este sector industrial a través de la organización de los procesos de trabajo (Carboni, 2012). En la segunda fase, se analizaron los procesos de organización productiva y del trabajo de las telenovelas de la televisión abierta argentina durante el período 2002-2012. El foco fue comprender las lógicas productivas de las ficciones en el país luego de la post-devaluación de la moneda en 2002, tras

la sanción de ley n° 25.561 de Emergencia Pública y Reforma del Régimen Cambiario que puso fin al régimen de convertibilidad (Carboni, 2015). La investigación se propuso establecer las regularidades dentro del proceso de organización productiva y del trabajo, considerando que cada proyecto contiene elementos únicos y originales. No obstante, se identificaron aspectos comunes como la división del trabajo en ramas técnicas y artísticas, la organización del trabajo en tres fases productivas (la preproducción, la producción *per se* y la posproducción) y incidencia de las economías de tiempo para concebir el bien cultural (cada capítulo de las telenovelas) en tiempo y forma. Se centró en las emisoras del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA)-La Plata dado que el sistema televisivo argentino concentra la producción de contenidos audiovisuales, en particular los ficcionales, en esta área.

El estudio de los procesos de organización productiva y del trabajo implica relevar la organización interna de los procesos de producción, la división del trabajo y las economías del tiempo. En el caso de la industria televisiva se considera la división de actividades y/o tareas en ramas técnicas y artísticas que colaboran en la fabricación, construcción o producción de contenidos en condiciones óptimas en un momento histórico y social determinado.

Dicho esto, el objetivo principal del presente artículo es analizar las formas de organización del trabajo de los guionistas dentro del proceso de producción de las telenovelas en Argentina, en las últimas dos décadas. Las preguntas que guían el trabajo conjugan aspectos descriptivos y teóricos ¿de qué modo los guionistas organizan el trabajo para escribir los capítulos que componen las telenovelas? ¿cómo son las jornadas de trabajo? ¿qué tipo de trabajo creativo desempeñan?.

De la investigación general, de la cual se desprende este trabajo, se evidenció que desde la década de 1990 diversos factores se combinaron para modificar los escenarios productivos de las ficciones en Argentina. En primer lugar, la privatización de las principales emisoras de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), el centro productivo neurálgico del país.² En segundo lugar, la migración de la producción desde las unidades productivas tradicionales (emisoras televisivas) hacia las productoras audiovisuales televisivas. En tercer lugar, el surgimiento de tecnologías físicas que modificaron las rutinas de trabajo y las habilidades requeridas de los trabajadores. En cuarto lugar, la presencia de capital extranjero invirtiendo en el sector audiovisual. Y por último, el carácter global de los contenidos de ficción, el incremento de su circulación y distribución por fuera del país.

La investigación se basa en la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación (EPC)³ para delimitar el funcionamiento de la industria televisiva y los rasgos de los bienes culturales, entre ellos las telenovelas. De modo histórico la EPC se basó en el nivel institucional, las unidades primarias de análisis eran las corporaciones y el Estado. Según Vincet Mosco (2009, 2011) es necesario examinar la mercantilización del trabajo dentro del proceso de producción de los contenidos de los medios de comunicación, a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías de la

comunicación y la información, sus modos de ocupación y la naturaleza cambiante del trabajo. El autor comprende que las transformaciones en los procesos de trabajo involucran las lógicas que interrelacionan al poder corporativo, a los gobiernos y a las nuevas tecnologías, sin embargo advierte la necesidad de evaluar las reacciones de los trabajadores frente a sus propias condiciones laborales. Además, existe una ausencia de investigaciones empíricas y trabajos que profundicen la relación entre el estudio de los textos y la producción cultural (Gómez García & Sánchez Ruiz, 2006).

El estudio de la organización productiva puede emprenderse desde un nivel *mezzo* o micro social. El nivel *mezzo* industrial implica estudiar la producción de contenidos en las industrias culturales a partir de observar las relaciones interempresariales. En cambio, el nivel micro social se vincula con el análisis de las fases de producción (preproducción, producción *per se* y posproducción) y la naturaleza de los trabajos involucrados en cada una de ellas.

Por lo expuesto, la propuesta se centra en el aspecto micro social, es decir que se reconocerán las fases productivas para situar el rol de los guionistas al interior de la cadena productiva. Asimismo, se indaga sobre los ritmos de trabajo y la capacidad creativa de estos trabajadores culturales.

A nivel metodológico se optó por un acercamiento cualitativo que combina los niveles descriptivos e interpretativos para comprender las formas de trabajo adoptadas por los guionistas en las telenovelas argentinas. El diseño de investigación contempló elementos analíticos propios de los estudios de la comunicación, la Economía Política de la Comunicación. La EPC nos permite comprender los rasgos de la industria televisiva y de los bienes culturales/simbólicos que produce, así como las peculiaridades de las telenovelas y las grandes transformaciones productivas. Se procedió, entonces, a la caracterización de la industria televisiva y de los bienes que produce y se identificaron de fases de preproducción, producción *per se* y posproducción. Por otra parte, la estrategia de investigación resulta de la interacción de tres aspectos: la indagación en el campo, el análisis y su relación con la teoría que la orienta (Xhardez, 2012).

El diseño de investigación del trabajo de investigación macro combinó una serie de técnicas, entre las que se destacan el relevamiento bibliográfico en profundidad que permitió avanzar sobre la formulación del marco teórico y el estado de la cuestión; la sistematización de datos (relevamiento y construcción de datos para el análisis). Estos sirvieron para analizar la estructura del mercado de ficciones en Argentina e identificar las principales productoras del género en el país durante el período de estudio, y las entrevistas en profundidad a partir de identificar a los actores clave del sector. En total se realizaron 41 entrevistas en profundidad a diversos trabajadores del sector televisivo involucrados con la producción de ficciones, de ese número cuatro eran guionistas.

Esta aproximación al objeto de estudio permitió reconocer las formas de producir y de los actores involucrados. La investigación general

permitió identificar el modo de organización de la producción, las fases productivas, las principales transformaciones tecnológicas operadas en la producción, la cantidad de capítulos promedio, la duración de las escenas y se reconocieron los mecanismos de coordinación y control del trabajo. También un acercamiento a los tiempos de trabajo y a la duración de las jornadas laborales.

El artículo se estructura a partir de cuatro ejes. En el primero se retoman, brevemente, las características generales de las industrias culturales y de los bienes simbólicos. En el segundo, se abordan las fases de producción de las telenovelas para establecer en qué lugar se ubican los guionistas dentro de la cadena productiva. En tercer lugar, se analiza el tipo de trabajo desempeñado por este grupo de trabajadores culturales. Por último, se exponen una serie de reflexiones.

Industrias culturales y trabajo creativo

En este apartado se aborda el concepto de industrias culturales, se ofrece una definición sobre trabajo en relación con las telenovelas y se retoma el concepto de trabajo creativo. Este estudio utiliza el término de industrias culturales para comprender el funcionamiento de la industria televisiva, y en particular la producción de las telenovelas.

La expresión industrias culturales se generalizó durante las décadas de 1970 y 1980, desligada de la concepción negativa de los teóricos frankfurtianos. En este sentido, exponemos las definiciones de Ramón Zallo (1988) y de Gaëtan Tremblay (1990). El primero las caracteriza como un conjunto de industrias –entre ellas, cinematográficas, discográficas, editorial (libros y periódicos) y las audiovisuales (radio y televisión)- que producen y distribuyen mercancías con contenidos simbólicos. Estos bienes tienen una función de reproducción ideológica y social, y están destinados a los mercados de consumo. El segundo, en tanto, sostiene que los procesos de producción y de distribución de los productos culturales están en constante evolución. El autor entiende que el trabajo adopta el modelo capitalista de doble separación entre el productor y su producto, entre las tareas de creación y de ejecución.

Al mismo tiempo las industrias culturales -a diferencia de otros sectores de la economía- producen mercancías con un doble valor: económico y simbólico. Por un lado, cumplen con los procesos de producción y de valorización inherentes a la industria. Y por otro lado, transmiten valores, formas de comportamiento, hábitos sociales e identificaciones colectivas que inciden en las sociedades en las cuales estos bienes circulan. La industria televisiva tiene una lógica de producción ligada al flujo o emisión continua, por este motivo la programación constituye un eje central para formar y fidelizar a las audiencias (Zallo, 1988; Richeri, 1994; Bustamante, 1999).

Los bienes culturales tienen una obsolescencia incorporada, esto exige una renovación constante y permanente de los contenidos. Asimismo, son productos con altos costos fijos y bajos costos variables, es decir que producir el prototipo es oneroso, pero su reproducción en serie

es relativamente barata. Además, 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. No obstante, las industrias culturales diseñan una serie de estrategias para reducir los riesgos: recurren al *star system* o sistemas de estrellas (apelan a la contratación de autores, periodistas o actores reconocidos por las audiencias), fórmulas ya probadas, controlan la distribución y utilizan la publicidad para fomentar sus producciones. Por último, los bienes simbólicos son concebidos por el trabajo creativo. Esto implica la implementación de otro tipo de remuneraciones como el pago por derecho de autor o los *cachés*⁴ (Tremblay, 2011).

Luego de explicar las características de las industrias culturales y los bienes simbólicos nos detendremos en considerar la naturaleza del trabajo creativo. El inicio de la reflexión sobre el trabajo es la noción clásica de Carlos Marx (1975 [1867]) que concibe al trabajo como un proceso entre el hombre y la naturaleza. En ese proceso el hombre regula y controla el intercambio de materias con la naturaleza, así la capacidad de trabajar es privativa del ser humano.⁵

Por otra parte, han surgido otros modos para referirse al trabajo con el propósito de dar cuenta de las transformaciones ocurridas en las calificaciones de la mano de obra, el mercado laboral, la flexibilidad laboral y los modos de acumulación y valorización del capital.

En primer lugar mencionamos la noción de trabajo inmaterial asociado a la producción de un bien inmaterial, un servicio, un producto cultural, conocimiento, comunicación e información (Hardt & Negri, 2005). En otras palabras, es el trabajo efectuado en los medios de comunicación, el sector de servicios, la producción científico-tecnológica y la informática. Otra categoría es la de trabajo informacional, incluye a los trabajadores que usan un bien informacional secundario (una computadora) para sus actividades laborales y producen un bien informacional primario (textos, audios, imágenes). Estos trabajos son desempeñados por profesionales como diseñadores gráficos, redactores periodísticos, guionistas y programadores (Zurkerfeld, 2013).

En este estudio proponemos definir el trabajo creativo en función de la importancia que tiene en la producción de los bienes culturales. Por ello, se retoman especialmente las conceptualizaciones propuestas por algunos referentes de la EPC. Zallo (1988) observa un decrecimiento histórico en la autonomía y el peso del trabajo creativo dentro de las industrias culturales. Ese conocimiento se incorpora a las máquinas, aunque con los límites propios de la producción simbólica. En otros términos, el trabajo creativo, técnico-creativo y técnico dentro las industrias culturales no puede ser reemplazado completamente por máquinas, una porción importante de este requiere de trabajo humano. En parte esto se explica por la generación de prototipos que otorgan un carácter único a cada mercancía cultural, en oposición a lo que acontece con otros productos industriales como explica Flichy (1982): “Cada bien cultural tiene un valor de uso específico ligado a la personalidad de los trabajadores culturales que lo han concebido. El papel del fabricante estriba en

transformar un valor de uso único y aleatorio en uno de cambio múltiple y efectivo” (p. 38).

En síntesis, el trabajo creativo es esencial porque de él deriva el valor simbólico, único e invaluable de los bienes culturales. A propósito de su valor económico, aunque este es potencialmente cuantificable cuando los productos culturales ingresan al mercado.

Por otra parte, David Hesmondhalgh y Sarah Baker (2010) usan el término trabajo creativo para referirse 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. Herscovici, Mastrini y Bolaño (1999) explican las categorías de trabajo concreto y abstracto para exponer la existencia de modos parciales y específicos de inserción del trabajo intelectual, artístico o creativo en el proceso de producción.

Ahora bien, para Marx (1975 [1867]) las mercancías tienen en común que son producto del trabajo abstracto, es decir que el valor de una mercancía está dado por la cantidad de horas de trabajo socialmente necesarias para producirlas. Sin embargo, el trabajo creativo no conlleva trabajo abstracto, sino concreto. Se caracteriza por su compleja normativización puesto que es difícil establecer la cantidad de tiempo promedio por unidad producida. A modo de ejemplo, ¿cuánto tiempo precisa un guionista para escribir un capítulo de una ficción o un compositor la letra de una canción?. Se puede establecer previamente la cantidad de escenas de un libreto o el tiempo que debe durar una canción. No obstante, es imposible conocer *a priori* y con exactitud el tiempo que lleva producir cada uno de estos bienes, al contrario es posible establecer la cantidad de horas necesarias para ensamblar un auto, una heladera o una silla.

En resumen, la valorización aleatoria de estos bienes se debe al trabajo concreto incorporado y al capital simbólico del artista dentro del ámbito cultural. De este modo, el precio de la obra (libreto, canción, artículo periodístico) no se puede estipular por el trabajo abstracto incorporado. En el caso de las telenovelas, el guionista vende el resultado de su trabajo concreto. El guión es un insumo más que se incorpora dentro del proceso productivo para activar la fabricación de un bien cultural específico. En otras palabras, el guionista es un trabajador asalariado que vende su capacidad de trabajo, de narrar o escribir historias por una porción delimitada de dinero.

El valor de uso del trabajo artístico radica en la originalidad de la obra y su cualidad inigualable. El tiempo de trabajo signico no es mensurable, ni cambiante. Por lo tanto, contiene tiempo de trabajo vivo y el precio del bien posee valor como resultado del trabajo, pero no tiene valor de cambio derivado del trabajo abstracto (Dantas, 2011).

Hasta aquí expusimos las características de las industrias culturales y de los bienes culturales. Nos detuvimos específicamente en la noción de trabajo creativo puesto que resulta nodal para comprender la naturaleza del trabajo desarrollado por los guionistas en la producción

de las telenovelas. En los próximos segmentos expondremos las fases productivas y el trabajo de los guionistas.

La organización del trabajo y las fases productivas de las telenovelas

Los procesos de digitalización y convergencia operados al interior de las industrias culturales suponen analizar las transformaciones en las formas de organización del trabajo y valorización en relación al mercado. En la década de 1980, la introducción masiva de la informática modificó los modelos de organización del trabajo tradicionales e implicó la simplificación de las fases de trabajo, la aparición de nuevos oficios, la flexibilización de las plantillas, la descualificación de los oficios desplazados por la informática y la especialización funcional en labores muy concretas con polivalencia transversal en el conjunto de las industrias culturales (Azpillaga, Miguel de Bustos & Zallo, 1998).

En Argentina, este proceso se empezó a vivenciar en la producción de telenovelas a partir de la década de 1990, la incorporación de tecnología estuvo acompañada de cambios en el mercado audiovisual y en la estructura de propiedad de las principales unidades productivas. El análisis micro social de la producción de telenovelas reveló la existencia de tres fases productivas: la preproducción, la producción *per se* y la posproducción. Estas etapas registran tiempos y modos de trabajo estipulados, aunque estos pueden verse alterados por necesidades de programación o por especificidades del mercado televisivo, asimismo puede trastocarse el tipo de género o formato de un producto, por ejemplo se puede diagramar la producción de un unitario y luego convertirse en una telenovela para cubrir la programación semanal de un canal de televisión. Esta aclaración nos permite describir el funcionamiento ideal de las fases productivas. En la preproducción, el productor general de la ficción convoca al productor ejecutivo para empezar con el proceso que derivará en la realización de la telenovela. Luego, el productor ejecutivo, el director y el autor definen cómo será narrada la historia, los lugares donde transcurrirá y quiénes conformarán el equipo técnico y artístico. Esta etapa es relevante porque se presupuesta y diagrama la producción. El presupuesto depende de la cantidad de capítulos que tendrá la telenovela (este número varía entre 80 y 150 capítulos), los recursos humanos (técnicos y artistas) y los recursos materiales. La preproducción abarca tres meses, principalmente, por la confección de la escenografía. No obstante, estos tiempos tienden a reducirse por las demandas antes descriptas.

Con una idea más definida sobre el proyecto se integrarán a los referentes de equipo (en la jerga televisiva cabezas de equipo). Entre los que se destacan: director de piso y de exteriores, director de fotografía, director de arte, director de sonido y director/coordinador de posproducción. El círculo culminará con la contratación del talento artístico (actores) y el resto del equipo técnico (camarógrafos, asistentes de dirección y de producción, productores de piso y exteriores, jefe de posproducción, vestuaristas, maquilladoras, peinadores).

La segunda fase es la producción *per se*. En este período se graban las escenas que compondrán cada uno de los capítulos. En el caso argentino, en general, las telenovelas se escriben y graban de modo sincrónico con su emisión. Esto permite recibir la devolución de las audiencias y reorientar las tramas y los personajes de acuerdo al *feedback* con el público. Un diseño de producción mal logrado provocaría una disminución de los beneficios económicos, por ese motivo hay que optimizar el funcionamiento del equipo humano.⁶ La rama de producción debe asegurarse que cada trabajador emprenda correctamente sus actividades desde el momento que se inicia la jornada laboral para evitar dilaciones en el proceso de grabación; puesto que la extensión del horario de trabajo implica el pago de horas extras y su consecuente impacto en el presupuesto. El libreto es el insumo principal para iniciar el proceso productivo, así el segundo elemento central es la grabación de las diferentes escenas que compondrán cada uno de los capítulos (Carboni, 2015).

La última etapa es la posproducción, en esta fase se procede a compaginar cada uno de los episodios. Además de editar y ordenar las imágenes, se incorporan los sonidos y se equipara la calidad visual y sonora del producto. Ortiz, Borelli y Ramos (1991) explican que la sonorización es el último hilo en la cadena de fabricación de una telenovela. El producto cuenta con las imágenes y las voces de los actores, entonces se debe insertar la banda sonora y los ruidos ambiente. Al finalizar este proceso, el capítulo está apto para su emisión, previa revisión de la emisora televisiva. El resultado de edición es la realización del prototipo, es decir, el soporte material tangible del producto creativo.

Cada una de las fases productivas ha visto alterada su relevancia e injerencia en el proceso global de producción. La rama de edición ha adquirido un rol destacado luego de abandonarse el sistema de edición lineal que en el país se adoptó regularmente a fines del siglo XX. De modo complementario, se incorporaron técnicas que permiten mejorar la calidad de la imagen y el sonido, y corregir los defectos producidos al momento de realizar la producción *per se*.

Los guionistas y el trabajo creativo

Las productoras, que hoy tienen en sus manos la mayoría de los contenidos televisivos, aprovechándose del poco trabajo que hay para los guionistas, les imponen contratos leoninos que los obligan a ceder a perpetuidad los derechos de sus obras. Y si no se avienen a esa condición, que pase el que sigue -se calcula que hay unos 200 guionistas, así que la ansiedad por trabajar es mucho mayor que la dignidad por defender elementales derechos (Sirvén, 2010).

La definición de las fases de producción permite ubicar las tareas desempeñadas por los guionistas dentro de la fase de preproducción y producción *per se* y considerar su trabajo como netamente creativo. Como explicamos con el término trabajo creativo nos referimos a los empleos dentro de las industrias culturales centrados en actividades de producción simbólica. Los trabajadores creativos conservan cierto grado

de autonomía y generan prototipos que otorgan un carácter único a cada mercancía cultural.

Por su parte, Dantas (2011) sostiene la existencia de un capital simbólico o un *star system* de autores y artistas que conforman un factor de negociación destacado en la división de las rentas informacionales. De esta manera, el artista enajenará su obra a una empresa con el fin de percibir los medios de producción (estudios, equipamientos, escenarios) y de transmisión (programación, distribución) para el desarrollo de su trabajo.

Los guionistas ocupan un lugar destacado en la producción por la importancia que adquieren dentro del proceso de organización productiva y del trabajo. Ellos aportan la materia prima esencial (guion o librero) para iniciar el proceso productivo. En este apartado se detallan las tareas desempeñadas por estos trabajadores culturales en Argentina.

La televisión en Argentina se inició en 1951, en ese momento los guionistas trabajaban solos. Los grandes autores de la televisión nacieron en la radio y de modo paulatino se incorporaron al nuevo medio (Nené Cascallar, Abel Santa Cruz, Alberto Migré, Alma Bresan, Celia Alcantará). En la década de 1980 se formaron los equipos autorales que con el tiempo perdieron la mesa de debate y los espacios de encuentro, esto supuso la emisión de productos con problemas de continuidad dramática o temporal. Así, el proceso de escritura que era individual (autor único) o en coautoría (dos personas trabajando juntas, debatiendo la estructura y confeccionando la historia) cedió paso al equipo autoral.

En la década de 1990 esta dinámica se complejizó, las telenovelas diversificaron sus temáticas y las condiciones de producción de las ficciones se transformaron por la incorporación de tecnologías físicas y por las modificaciones en el ecosistema televisivo nacional (privatización de los canales de televisión, aparición de productoras audiovisuales televisivas y externalización de la producción). En el caso de los guionistas supuso el fin del sello autoral y la apropiación de las obras por parte de los productores.

De este modo, el autor pasó a ser un trabajador más dentro de la cadena productiva. Marcelo (autor de ficciones) 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 identifique quién escribe”. El guionista Jorge (autor de ficciones) entiende que la modalidad de trabajo facilitó que aquellos que escribían no se leyeran entre sí y esto impactó en la calidad del producto. La estructura de los guiones se modificó por las dinámicas de trabajo, de modo paulatino se incrementó el número de escenas, aunque su correlato no fue el aumento de los diálogos o parlamentos, por el contrario se optó por una estética de video clip. Los guionistas redujeron o dejaron de realizar las marcaciones sobre los instrumentos sonoros, climax de la escena o los cortes comerciales. El lenguaje se perdió o quedó en manos de los actores, y los directores dejaron de recibir los guiones con la antelación necesaria para estudiarlos y proyectar las puestas de escena.

Entonces, en la década de 1990 (con mayor fuerza en la segunda mitad) el productor general de la ficción convocaba al productor ejecutivo y al autor para iniciar el proceso productivo. Antes de ese período, los guionistas, con frecuencia, podían proponer el resultado individual de su trabajo creativo a las emisoras televisivas y negociar los términos contractuales y las condiciones de explotación de las obras. Asimismo, las autoridades de los canales podían solicitar el desarrollo de algún guión específico. Este proceso se revirtió porque los responsables de financiar los proyectos prefirieron/prefieren generar la idea, convocar a los guionistas y conservar los derechos de propiedad intelectual de la obra para su posterior comercialización.

La conformación de los equipos autorales implicó la existencia de un jefe de equipo y de colaboradores autorales (dialoguistas) que participaban en la escritura del guión. Sin embargo, las condiciones generales de deterioro de la profesión y la invisibilidad laboral a la cual eran confinados los colaboradores autorales debe ubicarse en el contexto de flexibilidad del trabajo originadas en la década de 1990. La relación desigual entre capital y trabajo también impactó en la industria televisiva y de modo particular en el trabajo de los guionistas que no estaban agrupados en ningún sindicato. Esta dispersión, implicó la inexistencia de escalas salariales mínimas que fijaran la remuneración que debía percibirse por la escritura de los libretos.

Del mismo modo, la ausencia de normativas habilitó la existencia de una marcada división del trabajo y de las jerarquías en la composición de los equipos autorales que funcionaban de hecho, pero no estaban reglamentadas. En esta cadena productiva, los dialoguistas quedaban en una situación de inestabilidad laboral y se soslayaba la remuneración que como autores de esa obra debían percibir. En ocasiones, su contratación dependía de los referentes de equipo (guionista principal) y las unidades productivas eludían el pago de estos salarios y las cargas sociales derivadas de los mismos.

Desde mediados de la década de 1990 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 se agudizó. De esta manera, era posible que un dialoguista solamente tuviera conocimiento de las escenas o personajes a los cuales debía “hacer hablar” y que desconociera la historia. Por lo expuesto, el trabajo de concepción se reducía/reduce a un grupo de personas, productores o responsables de equipo. Mientras que el resto de los guionistas o dialoguistas serían/son meros “obreros” reducidos a escribir las ideas o historias de otros.

El trabajo creativo se vio afectado por la incorporación de publicidad no tradicional (PNT) dentro de los programas de ficción. Para Valerio Fuenzalida (2005) el pacto ficcional se pone en riesgo con el exceso de PNT, este tipo de publicidad que se incorpora a la trama pocas veces está bien resuelta y se inserta de modo violento y artificioso. La inclusión de publicidad dentro del programa implica para el espectador la sensación de no corte y debe incorporarse de manera no agresiva porque representa un vía de financiamiento y rentabilidad para el programa. Para Víctor

(autor de ficciones) esto impactó en el proceso de escritura. En los guiones antiguos los autores indicaban las pautas comerciales, después los espacios de propagandas se efectuaron de acuerdo al rating. En consecuencia, las tandas publicitarias no son azarosas y se elude la intensidad dramática de la escena. La publicidad incluida en la ficción incide en la historia. Eso afecta al producto, a su credibilidad e implica ajustar el programa a las necesidades de los anunciantes.

La situación iniciada a mediados de 1990 se profundizó en el siglo XXI. El guionista aporta el insumo principal para la producción de una telenovela, aunque muchas veces el contenido de los libretos sufre alteraciones por parte de la producción o la dirección. Sus funciones se inician con la escritura de la sinopsis y de la *Biblia* en la fase de preproducción,⁷ y cada guionista organiza el modo de trabajar. Algunos optan por diseñar la estructura de los capítulos y revisan el texto final, dejando la creación de los parlamentos a los dialoguistas.

Otros prefieren que algún colaborador trabaje en la estructura para dedicarse ellos a hacer los diálogos. En general, los referentes del equipo autoral aportan la *escaleta*, es decir los capítulos narrados escena por escena, pero sin los diálogos entre los personajes.

Marcelo (autor de ficciones) expresa que cuando no tiene socio autoral, primero escribe la *Biblia* que es fundamental para caracterizar a los personajes y sus respectivos perfiles. En su caso diseña las escaletas y el cierre de cada uno de los libros para que los dialoguistas completen el guión. Según Marcelo la identidad del producto está en la continuidad de la trama, de los personajes, en la incorporación de las elipsis adecuadas y en la evaluación de las líneas argumentales. Hay una tensión entre los autores, de escribir solos o subdividir el trabajo puesto que esto incrementa la despersonalización, implica la máxima industrialización de la actividad y condiciona el contenido de la ficción (Ortiz, Borelli & Ramos, 1991).

Por su parte, Natalia (dialoguista de ficciones) explica que el equipo está conformado por dos autores, un estructurador y dos o tres dialoguistas (esto puede alterarse de acuerdo al proyecto). Los autores deciden lo que sucederá en cada capítulo, día a día se reúnen con el estructurador que confecciona la escaleta de cada capítulo. Esa escaleta es enviada a los dialoguistas que proceden a la escritura del capítulo.

En relación a lo expuesto es pertinente considerar los ritmos de trabajo impuestos a los guionistas y cómo impacta en sus experiencias y capacidad creativa. Por su parte, Marcelo (autor de ficciones) explica que en la escritura de una telenovela se trabaja todo el día. El trabajo del referente de equipo consiste en componer la estructura del libro y atender los requerimientos de la producción. Para Jorge (autor de ficciones) el ritmo de trabajo depende de cada guionista y de las funciones desempeñadas dentro del equipo autoral, aunque se trabaja entre 8 y 10 horas mínimamente. En sus palabras, “en realidad, 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”.

Al respecto de la relación entre el tiempo de trabajo y la capacidad creativa, Víctor (autor de ficciones) plantea que el guionista o escritor es un observador de la vida cotidiana y el oficio consiste en escuchar y buscar que pasen cosas, imágenes, comportamientos y frases. Jorge (autor de ficciones) considera que el rol del autor, más allá de las presiones y de las llamadas telefónicas, debe tener sus tiempos.

(...) 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 (Jorge, autor de ficciones).

Ahora bien, si se aborda la extensión de las jornadas laborales de los trabajadores creativos, coincidimos con la visión de Bolaño (2005) que considera que la subsunción del trabajo creativo al capital es limitada. Como hemos expresado, el trabajo creativo contiene trabajo concreto y existen modos parciales y específicos de inserción del trabajo creativo en el proceso de producción. De las entrevistas, se desprende que los guionistas tienen cierta flexibilidad para organizar y desarrollar su trabajo. Su obligación reside en culminar los capítulos requeridos en tiempo y forma, pero no deben asistir a las unidades productivas para desempeñar sus funciones como sí debe hacerlo el resto del equipo técnico y artístico. Del mismo modo, para cumplir con uno de los rasgos de los bienes culturales, los guiones deben combinar la originalidad y la innovación, presentar un producto renovado y contener la repetición o la fórmula como marca de reconocimiento del género. En la producción de ficciones los elementos expuestos resultan esenciales, ya que en ellos reside una de las clave de su éxito.

El trabajo creativo de un autor/guionista es complejo de normativizar. No es factible que el productor ejecutivo delimite el número de capítulos o de páginas de una telenovela que un autor o su equipo deben escribir en determinada cantidad de horas. En cambio, el productor ejecutivo puede exigirle al autor la disponibilidad de un capítulo diario o de cinco semanales, pero la forma de realización de ese libreto escapa al control de los máximos responsables del proceso productivo (productor general y productor ejecutivo). Con esto no queremos decir que los autores/guionistas se constituyan en trabajadores escindidos del proceso de trabajo, pero sí que identificamos funciones privativas de su trabajo.

A pesar de lo expuesto, el acto de creación no es completamente libre, existen tiempos delimitados para la entrega de los capítulos y la creatividad se ve limitada por múltiples factores: los recursos económicos para producir, el diseño de producción y la repercusión de la telenovela una vez introducida en el mercado, en particular cuando su emisión coincide temporalmente con su producción.

Marta Klagsbrun (1997) señala que estos trabajadores creativos, frecuentemente, deben adaptar sus concepciones e ideas a las reacciones

del público. Otra de las innovaciones que puede afectar el trabajo creativo es la aparición de programas de *software* que colaboran en la construcción de la historia como *power structure* o dramática, si bien no operan de modo automático y requieren aún del trabajo creativo.

Por último, en Argentina en diciembre de 2011 se conformó *Migré, Asociación de Autores Audiovisuales*. Se creó como una entidad civil, sin fines de lucro. Sus objetivos principales se centran en difundir las obras y los contenidos de ficción creadas por autores y guionistas, promover las experiencias entre los autores para mejorar la difusión y negociación de las obras; y proteger individual o colectivamente los derechos intelectuales, de autor y el *copyrights*. Esta experiencia colaboró a generar un espacio común para los guionistas que carecían de un sindicato o asociación que amalgamara sus funciones e intereses.

Reflexiones finales

En el artículo se estudió el trabajo realizado por los guionistas de las telenovelas producidas para la televisión abierta en Argentina. En principio fue necesario comprender el rol que ocupan dentro del proceso productivo, por ese motivo se explicaron sucintamente las fases productivas de las ficciones (preproducción, producción *per se* y posproducción).

Al exponer las fases productivas se describieron las divisiones del trabajo y las jerarquías dentro de la producción televisiva. Los trabajadores con más responsabilidades en la cadena productiva son los primeros en ser convocados (productor ejecutivo, autor/es, director, los jefes de equipo, los actores principales), luego se integra el resto del personal técnico y artístico.

Con respecto a las actividades desempeñadas por los guionistas se observó que en las últimas dos décadas sus actividades se modificaron puesto que se evidenció el pasaje del autor único a la existencia de equipos autorales. El sello de autor se diluyó y las productoras ocuparon esa instancia de reconocimiento, tanto simbólico como económico. Además, se propició la división de las tareas entre los referentes de equipo (guionistas principales o *star system*) y los dialoguistas.

El trabajo de los escritores implica una organización particular, dado que ellos conservan cierta autonomía al organizar sus tareas. Asimismo, no deben concurrir a las unidades productivas (emisoras televisivas o productoras) para desempeñar su trabajo, este hecho los diferencia del resto del equipo técnico y artístico. No obstante, deben cumplir con los plazos estipulados por el productor para la presentación de los capítulos. Entonces, el trabajo es por resultado y no se vincula directamente con la cantidad de horas destinadas a la diagramación del guión, debido a que resulta casi imposible mensurar el tiempo que cada guionista dedica al proceso de escritura.

Con respecto al trabajo creativo podemos enumerar una serie de elementos que pueden atentar contra el mismo, entre ellos: a) las tecnologías físicas disponibles habilitaron la posibilidad de dejar de grabar

en continuidad y esto produjo modificaciones en las formas de organizar la producción, especialmente en la concepción temporo-espacial del producto; b) la incorporación de publicidad no tradicional o integrada al contenido de ficción, de cierta manera rompió con el contrato de lectura puesto que le quita independencia creativa; c) las producciones se volvieron más dinámicas dado que los desarrollos tecnológicos permitieron que las unidades productivas (emisoras televisivas o productoras audiovisuales) supieran con mayor inmediatez qué estaban haciendo sus competidores. Así, ajustaron los proyectos de ficción a tendencias internacionales y gustos de las audiencias para reducir la aleatoriedad de la demanda, d) la aparición de programas de *software* que colaboran en el proceso de escritura, y e) otras limitaciones a la creatividad están ligadas a cuestiones presupuestarias (económicas), políticas y sociales que pueden incidir en las temáticas abordadas y el despliegue de producción.

El estudio invita a reflexionar sobre los derechos que los guionistas deberían poseer sobre sus obras. En esta dirección, la flexibilización laboral instituida en la década de 1990 y la paulatina disminución de los puestos de trabajo para los guionistas de las telenovelas implicó ceder derechos frente a las demandas de los productores.⁸ La demostración del comportamiento deseado les aseguraba la fuente de trabajo y futuras convocatorias. Los guionistas entrevistados sostuvieron que perder un derecho es complejo y recuperarlo muy difícil. De esta manera, la concentración 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 (Dantas, 2011). En resumen, los productores comprendieron que no eran dueños de los productos porque estaban los autores, debían entonces “despojarlos” de sus derechos para expandir el negocio, ostentar el control total del producto para comercializarlo y valorizar el capital. No obstante, los guionistas en diciembre de 2011 fundaron *Migré, Asociación de Autores Audiovisuales* para compartir sus obras y defender sus derechos como creadores de las obras.

Los resultados expuestos proponen repensar la capacidad de resistencia que pueden detentar los trabajadores culturales en relación a las imposiciones del capital en escenarios económicos y políticos hostiles. Por último, cabe recordar que se trata de producciones simbólicas con rol significativo en la reproducción ideológica y social.

Referencias

- Azpillaga, P. Miguel de Bustos, J. C. & Zallo, R. (1998). Las industrias culturales en la economía informacional. Evolución de sus formas de trabajo y valorización. *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, 3(5). Recuperado de <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/17360/15145>
- Barroso García, J. (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, España: Síntesis.

- Bolaño, C. (2005). Economía política y conocimiento en la actual reestructuración productiva. En C. Bolaño, G. Mastrini, y F. Sierra (Eds.), *Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana* (pp. 39-84). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Bustamante, E. (1999). *La televisión económica*. Barcelona, España: Gedisa.
- Carboni, O. (2012). *Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)* (Tesis de Maestría). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Carboni, O. (2015). *Los procesos de organización productiva y del trabajo en las tiras diarias de la televisión abierta argentina (2002-2012)* (Tesis de Doctorado). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- Dantas, M. (2011). Nueva etapa de la industria cultural: de la lógica fabril a los “jardines amurallados”. *Herramienta*, (s/n). Recuperado de <https://herramienta.com.ar/articulo.php?id=1604>
- Flichy, P. (1982). *Las multinacionales del audiovisual*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Fuenzalida, V. (2005). Audiencia e identificación en el género. *Tram[p]as de la comunicación y la cultura*, (39). La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- Gómez García, R. y Sánchez Ruiz, E (2006). La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y conceptos. *PortalComunicación.com*, InCom, UAB. Recuperado de http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=62
- Hardt, M. y Negri, A. (2005). *Imperio*. Barcelona, España: Paidós.
- Hesmondhalgh, D. y Baker, S. (2010). *Creative Labour. Media work in three cultural industries*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Herscovici, A.; Bolaño, C. y Mastrini, G. (1999). Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. En G. Mastrini y C. Bolaño (Eds.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina* (pp 9-28). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Kalikoske, A. y Cruz Brittos, V. (2010). História, modelos e economia da telenovela em mercados globais. En C. Bolaño, C. Golin y V. Cruz Brittos (Eds.), *Economia da arte e da cultura* (pp. 217-237). San Pablo, Brasil: Observatório Itaú cultural.
- Klagsbrun, M. (1997). La telenovela brasileña. Un género en desarrollo. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.), *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 153-168). Barcelona, España: Gedisa.
- Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver*. Barcelona, España: Gedisa.
- Marx, C. (1975) [1867]. *El capital. Crítica de la economía política*. Tomo I, Vol. I y II. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Mato, D. (1999). Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género. En N. García Canclini y C. Moneta (Coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana* (pp. 229-257). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

- Mazziotti, N. y Verón, E. (1993). *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Colihue.
- Mazziotti, N. (1994). La telenovela transnacional. Argentina y las coproducciones. *Estudio sobre las culturas contemporáneas*, VI(17). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31661716>
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Mazziotti, N. (2006). *Telenovela. Industria y prácticas sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Norma.
- Mazziotti, N. (2008). La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica. En *La mirada de Telemo. Revista académica sobre televisión peruana y mundial*, (1). Recuperado de <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/20259>
- Mosco, V. (2009). *La economía política de la comunicación*. Barcelona, España: Bosch.
- Mosco, V. (2011). La economía política de la comunicación: una tradición viva. En L. Albornoz (Ed.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (pp. 61-92). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Ortiz, R., Borelli, S. y Ramos, J. M. (1991). *Telenovela, História e Produção*. São Paulo, Brasil: Brasiliense.
- Richeri, G. (1994). *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona, España: Bosch.
- Sirvén, P. (12 de septiembre de 2010). Los autores de TV no quieren más cuentos. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/los-autores-de-tv-no-quieren-mas-cuentos-nid1303699>
- Steimberg, O. (1997). Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela. En E. Verón y L. Escudero Chauvel (Comps.), *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona, España: Gedisa.
- Tremblay, G. (2011). Industrias Culturales, economía creativa y sociedad de la información. En L. Albornoz (Ed.), *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (pp. 109-138). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Xhardez, V. (2012). *El trabajo en juego. Trabajo creativo y organización productiva en la Industria Cultural de Videojuegos: implicaciones socio-económicas (Argentina, 2009-2011)*. (Tesis Doctoral). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, España: Akal.
- Zurkerfeld, M. (2013). *Obreros de los bits*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

Entrevistas

- Víctor (18/10/2014). Autor de ficciones, 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. (O. Carboni, Entrevistadora)

Marcelo (23/11/2014), Autor de ficciones, tales como: *Resistiré, El Deseo, El Capo, Montecristo, Vidas Robadas y Televisión por la Identidad.* (O. Carboni, Entrevistadora)

Jorge (30/11/2014), Autor de ficciones, 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.* (O. Carboni, Entrevistadora)

Natalia (30/03/2015). Dialoguista de telenovelas. (O. Carboni, Entrevistadora)

Notas

1. En el artículo la Evolución histórica de las telenovelas en Argentina, publicado en la Revista Comunicación y Medios n° 37 (2018). La autora trabaja sobre las transformaciones del género en Argentina desde su surgimiento hasta principios del siglo XXI.
2. En 1989 se sancionó la Ley de Reforma del Estado n° 23.696 mediante la cual los principales activos del Estado (capital social) fueron transferidos al sector privado (capital privado). En 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. Ese año mediante Decreto N° 830 se llamó a licitación de los Canales 11 y 13 y 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).
3. La historia disciplinar puede describirse brevemente a partir de dos tradiciones: la norteamericana (Smythe, Schiller y Sweezy) centrada en la relación entre el poder económico, el político y el mediático, y las británica y francesa (Garnham, Golding, Murdock, Leroy) preocupadas por la relación entre la producción material y simbólica.
4. Los derechos de autor son aquellos que reciben los autores por la explotación de sus obras, en general una vez que la obra está registrada, existen sociedades gestoras de derechos colectivos que se encargan de recaudar y redistribuir con los autores aquello que le corresponde (en Argentina, por ejemplo, Argentores o SADAIC). En cambio, el caché es una suma de dinero que se estipula, por ejemplo, por la participación o actuación en un programa de televisión (es común que los actores cobren para asistir a un programa o realizar determinada entrevista) o por la actuación de un grupo musical en determinado evento o *show*.
5. Una araña ejecuta operaciones que recuerdan las del tejedor y una abeja avergonzaría, por la construcción de las celdillas de su panal, a más de un maestro albañil. Pero lo que distingue ventajosamente al peor maestro albañil de la mejor abeja es que el primero ha modelado la celdilla en su cabeza antes que construirla en la cera. Al consumarse el proceso de trabajo surge un resultado que antes del comienzo de aquel ya existía en la imaginación del obrero, o sea idealmente (Marx, 1975).
6. Un diseño de producción mal logrado implica una evaluación incorrecta de los costos de producción, el equipo técnico y artístico necesario para empezar el proceso de rodaje, un cálculo incorrecto en los tiempos requeridos para la confección de la escenografía y de la elección de los espacios exteriores con los permisos correspondientes.
7. La Biblia del programa contiene la información sobre la tira o el unitario, es decir, el contenido de la apuesta de ficción y la descripción detallada de los

personajes. Aproximadamente tiene unas 50 páginas y está a cargo de él o los autor/autores.

8. En Carboni (2015) se puede observar la disminución paulatina del número de ficciones producidas en Argentina en el período 1989-2012, lo cual impactó en los puestos de trabajo y las condiciones laborales de los trabajadores televisivos en el país.