Proceso de producción de las telenovelas argentinas: el trabajo de los guionistas

Carboni, Ornela Vanina
Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)/CONICET
ornelacarboni@yahoo.com.ar/ocarboni@unq.edu.ar

Resumen

El artículo intentará dar cuenta del trabajo creativo desarrollado por autores y/o guionistas dentro del proceso de producción de telenovelas en Argentina. El estudio se incluye dentro de una investigación más amplia de carácter exploratorio que desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación se propone establecer cuáles fueron los factores que determinaron los cambios en los procesos de trabajo de las ficciones en Argentina, en el período comprendido entre 1989-2001.
Así, se propone observar las características generales de las industrias y de los bienes culturales, identificar las fases de producción de las telenovelas para establecer en qué lugar se ubican los guionistas dentro de la cadena productiva y analizar el tipo de trabajo desempeñado por este grupo de trabajadores culturales.

Palabras claves: proceso de producción, telenovelas, guionistas

Production process of Argentian soap operas: the screenwriter works

Abstract

This article constitutes an attempt to explain the creative work developed by authors or screenwriters into the process production of soap operas in Argentina. The study is included into a larger exploratory research based on the perspective of the Political Economy of Communication. The objetive is established on the factors that caused change into the fiction process work in Agentina, between the period 1989-2001.
In this way, we propose to observe the general characteristics of the industries and cultural goods, identifying the phases of soap operas productions to establish the place of screenwriters in the productive chain and to analyze the work performed by that group of cultural workers.

Keywords: production process, soap operas, screenwriters.

1. Introducción

La televisión constituye una de las principales vías para entretener e informar, la telenovela es uno de los géneros predominantes en la región latinoamericana y un elemento de integración sentimental (Martín-Barbero, 1992). Según Daniel Mato (1999) es el único producto que permite/permitió reforzar la identidad y la integración latinoamericana –desde la utilización de un lenguaje común y la circulación de artistas-. Asimismo, constituye uno de los productos exportables más fructíferos en materia televisiva en los países de la región, donde la venta de enlatados y/o formatos se incrementó alcanzando cifras millonarias (Ulanovsky y Sirven, 2009).

El presente estudio intentará dar cuenta del tipo de trabajo desarrollado específicamente por autores y escritores dentro del proceso de producción de telenovelas en Argentina. Para ello será preciso entender a qué fases de la producción están afectados estos trabajadores culturales, qué tipo de trabajo realizan, cuáles son las rutinas de trabajo y la extensión de las jornadas laborales.

El estudio de la organización productiva puede abordarse desde un nivel *mezzo* o micro social. El nivel *mezzo* industrial o la organización productiva alude a la producción de contenidos en las industrias culturales, que 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[1], las relaciones que se establecen por ejemplo, entre una productora y un canal de televisión y que afectan tanto los aspectos 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 producción de estos contenidos (Roldán, 2010, 2011).

Por lo expuesto, se partirá de un abordaje micro social, si bien se reconocerán las fases de producción, esto simplemente se hará para entender que lugar ocupan los guionistas o autores dentro de la cadena productiva de las telenovelas y explicar de qué manera llevan adelante su trabajo; asimismo se indagará sobre la relación entre el tiempo de trabajo y la capacidad creativa ejercida por estos trabajadores culturales.

Es preciso aclarar que este proyecto se incluye dentro de un estudio de carácter exploratorio que desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación (EPC)[2] se propone 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. El recorte temporal 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). Se inicia con la asunción anticipada al gobierno de Carlos Saúl Menem (en julio de 1989) 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, a partir de la cual se llevó adelante el proceso de privatización, que permitió que gran parte de los activos del Estado fueran transferidos al sector privado, entre ellos los canales de televisión 11 y 13. 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 constituye el desgaste de un modelo que había sido aplicado sin interrupciones por más de una década y que constituyó una nueva relación entre el capital y el trabajo, un nuevo modo de acumulación de capital y una manera particular de intervención del Estado, a través de un sistema de re-regulación[3] de los mercados que favoreció el desarrollo de las corporaciones y habilitó el dinamismo de los mercados, en detrimento del bienestar social y el interés común[4].

Históricamente la EPC, se centró en el nivel institucional, donde la corporación, el Estado y sus relaciones constituían las unidades primarias de análisis. Para Mosco (2009, 2011) el reto que la literatura organizacional plantea a la economía política 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. Por ello, expresa que generalmente desde la perspectiva de la comunicación se investigaron los contenidos de los medios y las audiencias mas no a los trabajadores mediáticos, 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.

En el artículo se observarán brevemente las características generales de las industrias y de los bienes culturales, posteriormente se abordarán las fases de producción de las telenovelas para establecer en qué lugar se ubican los autores/guionistas dentro de la cadena productiva y finalmente se analizará el tipo de trabajo desempeñado por este grupo de trabajadores culturales.

2. Industrias culturales: la industria Televisiva, la industria de las telenovelas y las características de los bienes culturales

Este estudio se enmarca dentro de la perspectiva de las industrias culturales, y particularmente en la industria televisiva de la cual la producción de las telenovelas forma parte.

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 de la estandarización y homogenización 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. No obstante, Gaëtan Tremblay (2011) señala que estos autores advirtieron sobre la industrialización de la cultura, pero no abordaron específicamente el proceso de producción y las particularidades de los productos culturales.

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 diversos sectores en lugar de un proceso de producción único. De este modo, 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.

Al mismo tiempo las industrias culturales -a diferencia de otros sectores de la economía- se caracterizan por producir mercancías con 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, costumbres o hábitos sociales e identificaciones colectivas.

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 incorporada, aunque no se destruyen 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 ningún caso ese costo tiene que ver con el costo de producción inicial” (Rullani, 2004:102). 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*, fórmulas ya probadas, controlan la distribución y utilizan la publicidad para fomentar sus producciones. Finalmente, en las industrias culturales 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* [5](Tremblay, 2011).

Ahora bien, una vez expuestas las características generales de las industrias culturales y de los bienes culturales, resulta pertinente detenerse en la industria televisiva. Su estudio supone pensar, al menos, en dos componentes de análisis: uno simbólico y otro económico. 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. En cuanto a su aspecto económico, 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. En 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.

Por su parte, las telenovelas constituyen uno de los géneros más destacados del sistema televisivo en la región latinoamericana. Su génesis está 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. Del mismo modo, se destacan las características de naturaleza económica que conformarán el formato: breve duración de los episodios, muchos capítulos (historia sin clausura), ambiente contemporáneo (asuntos de actualidad), producción rápida y barata al menos en sus inicios (Barroso García, 1996). 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 y las promesas de lo ya conocido.

3. De los modos de organización del trabajo

Azpillaga, Miguel de Bustos y Zallo (1998) expresan que los cambios en las industrias culturales exigen analizar las transformaciones en las formas de organización del trabajo y valorización en relación con el mercado. 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.

Para el análisis se retoma la distinción entre código de trabajo y código laboral. El primero 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-. El segundo 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)[6]. 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, éste 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 caso 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 autores y/o guionistas de telenovelas.

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 máquina que claramente están presentes, por ejemplo, en la industria automotriz. Por ello, sólo se pueden adaptar algunos elementos que contribuyen al análisis de este tipo de códigos dentro de la producción televisiva.

En la producción de las telenovelas se puede considerar el proceso de producción general que supone la realización de 120 o 150 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[7].

En relación a la producción de telenovelas se pueden destacar tres fases:

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 conformaron 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. El presupuesto depende de la cantidad de capítulos que tendrá la telenovela (este número varía entre 120 y 150), los recursos humanos (técnicos y artistas) y los recursos materiales. Entonces, se establecen los cimientos del proyecto, la pre-producción dura aproximadamente tres meses principalmente por la elaboración de la escenografía (se calculan de 2 a 3 meses para su armado). 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.

En este momento, se empieza a conformar el equipo para la producción, según 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, el jefe de locaciones. De allí se pasará a la contratación del talento o los actores 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. En palabras de 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).
En este sentido, uno de los ejes que resulta insoslayable se relaciona con las condiciones laborales que ofrecen las producciones realizadas en los canales *in-house* y las llevadas a cabo por 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.

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.
Como destaca para el caso argentino Martha Roldán (2010) en la fase de grabación resultan cruciales las economías del tiempo, 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.

Post-producción: es el momento del montaje final de cada uno de los episodios, es de suma importancia 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. Ortiz *et al.* (1991) explican que 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, se tiene que insertar la banda sonora y los ruidos, con los cuales se realiza un tratamiento especial. Una vez finalizado esto el capítulo está listo para ser entregado al canal o productora para su posterior emisión. El resultado de esta fase consiste en la realización

del prototipo, es decir, el soporte material tangible del producto informacional creativo (Roldán, 2011).

4. Trabajo creativo: autores y guionistas

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. Dentro de la EPC, Hesmondhalgh y Baker (2011) utilizan el término trabajo creativo para referir a los empleos dentro de las industrias culturales centrados en actividades de producción simbólica. Zallo (1988) agrega que este tipo de trabajo remite a los códigos culturales históricos y presentes de una sociedad determinada, contribuyendo a su reproducción ideológica y social. Se puede decir que los trabajadores creativos conservan cierta autonomía y generan prototipos que otorgan un carácter único a cada mercancía cultural. 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.

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 destacado 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.

4. 1 Los autores en el proceso de producción de telenovelas

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 prefieren 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 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 es de dos a cuatro[8]. Marcelo Camaño[9] remarca que cuando no tiene socio autoral, primero arma la "Biblia"[10], que es fundamental para caracterizar a los personajes, los perfiles de cada uno así la producción y los actores pueden saber de qué se trata. 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, tener en cuenta la continuidad, los personajes, cómo son las elipsis, 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).

Según Víctor Agú[11], en los inicios de la televisión el autor en general trabajaba solo, es decir, los grandes autores de la televisión nacieron en la radio y luego con el advenimiento de la televisión hacía 1951, paulatinamente se fueron incorporando al nuevo medio (Nené Cascallar, Abel Santa Cruz, Alberto Migré, Alma Bresan, Celia 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* y deben escribir sobre aquello que pensó otra persona.

Este proceso se agudizó durante los ´90, las telenovelas diversificaron sus temáticas, además se impusieron cambios en el trabajo de los autores, antes uno miraba una novela y podía decir de quién era, el sello autoral era muy fuerte. Esto fue así 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. 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[12] la estructura de los guiones se modificó porque los tiempos son otros, se perdió el

lenguaje, se dejó en mano de los 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.

Paralelamente 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 supieran 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.

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. Esta dispersión implica la inexistencia de escalas salariales mínimas que indiquen cuánto debe pagarse por la realización de un libreto de ficción. En palabras de Camaño "la inexistencia de normativas, hace que lo productores paguen lo que quieren, es decir, los autores no tienen como sí los actores o los técnicos salarios mínimos establecidos, cuánto se debe pagar por un unitario o por un capítulo de telenovela"[13].

Del mismo modo, la ausencia de normativas habilita 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 un situación de inestabilidad laboral y soslayando las actividades que realizan así como la remuneración que deberían tener como autores de esa obra. El trabajo es

altamente inestable, se asumen muchos riesgos permanentemente, se empieza de nuevo en cada proyecto. Nada de lo que uno logra sirve si el primer capítulo de la nueva novela no funcionó, como sostiene Ursell (2000) y 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.

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 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.

4.2 Ritmo y tiempos del trabajo creativo

Otra cuestión a tener en cuenta es la de los ritmos de trabajo impuestos a los autores/guionistas y cómo impacta en sus experiencias y capacidad creativa. Por su parte, Camaño 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 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/corregir".

Para Maestro[14] 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, 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[15] 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 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". Para Camaño los autores deberían imponer sus tiempos, porque saben cuánto tiempo 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 "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".

Ahora bien, si se aborda la extensión de las jornadas laborales de los trabajadores creativos, resulta atinado proseguir con la visión de Bolaño (2005) al retomar la problemática de la subsunción del trabajo creativo al capital, él advierte que esta subsunción 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 se 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.

5. Palabras finales

El presente artículo intentó reflexionar acerca del tipo de trabajo realizado por los autores y guionistas de las telenovelas argentinas para la televisión abierta. Para ello se partió de comprender el proceso de trabajo de las telenovelas y las fases de pre-producción, producción *per se* y post-producción.

Se identificaron así las divisiones del trabajo y las jerarquías que operan dentro de la producción televisiva, las mismas se pueden verificar a partir del modo en el cual se van integrando 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 de equipo, los actores principales) y posteriormente al resto del personal.

En cuanto al trabajo creativo llevado adelante por autores/guionistas se constató el pasaje del autor único a la existencia de equipos autorales, donde existe una fuerte división de las tareas entre aquellos que figuran como cabezas de equipo y aquellos que realizan los diálogos.

A su vez, esta actividad requiere una gran cantidad de horas para la escritura de un capítulo, no obstante, los autores mantienen cierta autonomía al organizar su trabajo, y si bien deben producir al igual que resto de los trabajadores un capítulo por día, no están obligados a asistir al canal o la productora para desempeñar sus labores. En este caso, se trabaja más por resultado, que por el tiempo que le lleva a uno u otro autor escribir un capítulo.

Si bien no se trató en profundidad, se reconoce que este tipo de producciones (las telenovelas) pueden ser realizadas por los propios canales o por productoras independientes, lo cual impacta por un lado, en las modalidades de contratación del personal técnico y artístico. Y por otro lado, en el modo en el cual se desarrollan las relaciones entre las emisoras y las productoras independientes.

Por último, habilita a pensar sobe los derechos que los autores deberían poseer sobre sus obras, en este sentido a partir de la flexibilización laboral propiciada en la década del ´90, sumada a las escasas posibilidades de conseguir trabajo los autores de las telenovelas fueron cediendo ante las demandas de los productores. El manifestar esta "buena actitud" les 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. Será momento de reflexionar acerca de qué capacidad de resistencia pueden detentar los trabajadores culturales frente a las imposiciones del capital, más en el caso de estas producciones simbólicas que cumplen un rol significativo en la reproducción ideológica y social.

Notas

1. 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.
2. Marino (2007) destaca que la historia disciplinar puede describirse brevemente a partir de dos grupos principales: la escuela norteamericana (Smythe, Schiller y Sweezy) centrada en la relación entre el poder económico, el político y el mediático, y las tradiciones británica y francesa (Garnham, Golding, Murdock, Leroy) preocupadas por la relación entre la producción material y simbólica.
3. Mastrini y Mestman (1996) aluden al concepto de re-regulación, por el Estado dejó de invertir en áreas que habían sido prioritarias, estimuló el dinamismo de los mercado estableciendo nuevas reglas de juego. Se destaca la estrecha relación entre el regulador (Estados nacionales) y el regulado (corporaciones), destacando la capacidad de negociación y de *lobby* de estos últimos en pos de impulsar sus propios beneficios en detrimento del interés común.

4. Roldán (2010, 2011) al abordar el estudio de la relación entre el trabajo signado creativo y la lógica de la organización productiva parte de una estrategia de corte vertical, se detiene en el estudio de un caso revelador en tanto la dificultad de acceso, entre otras, a los *set* de grabación y aclara que de detenerse en una estrategia de corte horizontal debería recurrir a una muestra apropiada de los distintos actores que participan en el proceso de producción, y perdería un análisis acabado del código de trabajo que solamente podría reconstruir a partir de los propios entrevistados. Finalmente, sostiene que sería propicia una combinación de ambas estrategias para un análisis más acabado. En el presente trabajo el recorte temporal 1989-2001 implica reconstruir las experiencias del trabajo a partir de la mirada de los protagonistas.
5. 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*.
6. 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).
7. 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.
8. El trabajo de los guionistas también se puede organizar 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.
9. Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré, El Deseo, El Capo, Montecristo, Vidas Robadas y Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada el 23/11/2011.
10. La Biblia 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.
11. 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 el 18/10/2011.
12. 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 el 30/11/2011.
13. Esto Argentores lo hizo para los guiones de cine, pero en televisión no se logró hacer, a 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.
14. 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 Gugliemo. 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.

15. Ana Montes (2011), Autora de telenovelas, tales como: *Manuela, Micaela, Dulce Ana, Amor Sagrado, Isabella.* Entrevista realizada por correo electrónico el 28/01/2012.

Referencias bibliográficas

Adorno, T. (1967). "La industria cultural", en Morin, E. y Theodor, A., *La industria cultural*, Buenos Aires: Galerna.

Albornoz L. y Hernández, P. (2005), "La radiodifusión en Argentina entre 1995 y1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público", en Mastrini, G. (comp.) *Mucho Ruido, pocas leyes*, Buenos Aires: La Crujía.

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

Barroso García, J. (1996), *Realización de los géneros televisivos*, Madrid: Editorial Síntesis.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2006), *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires: Prometeo.

Bolaño, C. (2005), "Economía política y conocimiento en la actual reestructuración productiva", en Bolaño, C, Mastrini, G. y Sierra, F. (comp.) (2005), *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.

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.

----------, "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

Getino, O. (2008), *El Capital de la Cultura. Las industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

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.

Huws, U. (2006-2007), "The spark in the engine: creative workers in a global economy" en *Work Organisation, Labour and Globalization*, Vol. 1 (1) Winter. Londres: Analytical Publications Ltd, pp. 1-12.

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.

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*, Nº 17, Lima.

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.

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]: 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.
Ortiz, R.; Borelli, S. y Ramos, J. M. (eds.), (1989). *Telenovela, História e Produção*. São Paulo: Ed. Brasiliense.
Richeri, G. (1994), *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*, Barcelona: Bosch
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, nº 12,* en edición noviembre 2012.
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.
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.
Windeler, A. y 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.
Zallo, R. (1988), *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid: Akal.

Entrevistas realizadas por la autora:

- 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 el 18/10/2011.
- Marcelo Camaño (2011), Autor de telenovelas, tales como, *Resistiré, El Deseo, El Capo, Montecristo, Vidas Robadas y Televisión por la Identidad*. Entrevista realizada el 23/11/2011.
- 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 el 30/11/2011.
- Ana Montes (2011), Autora de telenovelas, tales como: *Manuela, Micaela, Dulce Ana, Amor Sagrado, Isabella.* Entrevista realizada por correo electrónico el 28/01/2012.