

Evolución histórica de las telenovelas en Argentina

Historical evolution of Argentine soap operas

Ornela Carboni

Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina
ornelacarboni@yahoo.com.ar

Resumen

La telenovela representa uno de los géneros propios de América Latina. Su rol es central por los valores e ideas que transmite y por reforzar la identidad de la región. Además, estos contenidos audiovisuales son significativos económicamente por su producción industrial y por la exportación. El presente artículo da cuenta de la evolución de las telenovelas en Argentina. Para ello, se reconstruirá su génesis desde la primera emisión televisiva hasta la producción de piezas específicas para la web. En total se identifican cinco etapas y se explican los principales ejes tecnológicos y los factores político-económicos.

Palabras clave

Industria televisiva; telenovelas; ficción; Argentina.

Abstract

The soap opera represent a Latin American genre on its own. Its role is central for the values and ideas it transmits and for reinforcing the region's identity. In addition, these audiovisual contents are economically significant both to the production industry and for export purposes. This article aims to account for the evolution of soap operas in Argentina. In order to do so, this paper addresses the genesis of soap operas from the first television broadcast of the century to the production of pieces specifically for the web. A total of five stages are identified, and explanations of the main technological axes and political-economic factors are provided.

Keywords

Television industry; soap operas; fiction; Argentina.

1. Introducción

La televisión es uno de los medios nodales para entretener e informar. Se caracteriza por producir, distribuir y poner en circulación contenidos audiovisuales con un alto valor simbólico y económico. La telenovela es un bien cultural inmerso en la industria televisiva y forma parte de las producciones audiovisuales ficcionales.

Las telenovelas son el género latinoamericano por antonomasia, un producto cultural que refuerza la identidad y la integración regional a través de un lenguaje en común y la circulación de artistas (Martín-Barbero, 1992; Mato, 1999). Al mismo tiempo, se convirtieron en uno de los productos exportables más fructíferos en materia televisiva en países como Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela, donde la venta de enlatados y/o formatos se acrecentó hasta alcanzar cifras millonarias.

Los orígenes de las telenovelas se remontan, por un lado, a las novelas decimonónicas ligadas al folletín que apostaban a una masa de lectores recientemente alfabetizados. Y por otro lado, a las radionovelas impulsadas por la aparición de la radio en 1920. Su desarrollo siguió los ritmos de la inserción de la televisión en la región latinoamericana a partir de la década de 1950. El nuevo medio atravesó un proceso de consolidación, desde una lógica experimental y artesanal de la producción hasta su conversión en una industria televisiva. Esta transformación afectó el devenir de los géneros que vinieron a conformar la grilla de programación, entre ellos, la telenovela.

Por otro lado, las telenovelas—al igual que el resto de las producciones audiovisuales ficcionales—tienen una dimensión económica, impulsada por la búsqueda de rentabilidad económica. Al mismo tiempo que impactan simbólicamente en la sociedad y ofrecen un campo cultural para la introducción de hábitos y valores (Martín-Barbero, 1987).

Entendemos que el estudio de las telenovelas puede abordarse desde la producción, la distribución, el consumo y el análisis de los textos. Si el énfasis se pone en la producción de las fic-

ciones será preciso observar qué se produce y por qué, considerar las fases del proceso productivo y los trabajadores implicados.

Las modalidades de producción se modificaron al ritmo de los avances tecnológicos. En un primer momento los programas se transmitían en vivo, en la década de 1960 apareció el *videotape* y con el fluir del tiempo los progresos técnicos implicaron equipamientos más sofisticados para la captura, procesamiento y edición de las imágenes.

En cambio si el foco está en la distribución habrá que analizar quiénes producen la ficción y quiénes detentan los derechos patrimoniales para su comercialización. Las telenovelas son exportadas en el mercado regional y mundial, mediante la venta de los enlatados y/o formatos.

Ahora bien, si se piensa en las telenovelas desde la perspectiva del consumo habrá que identificar a los destinatarios. En sus inicios la telenovela se orientó hacia audiencias femeninas; con el paso del tiempo esta tendencia se revirtió puesto que las producciones se centraron en la búsqueda de públicos más amplios.

Además, situarse en el consumo favorece los análisis semióticos que permiten considerar los tipos de circulación de sentidos que promueven las telenovelas, y evaluar las condiciones de recepción de los mensajes.

Dicho esto, el presente trabajo se centra en identificar las fases de evolución de las telenovelas en Argentina, con énfasis en el siglo XXI. En este sentido, realizamos una serie de consideraciones para una acabada comprensión del abordaje propuesto. En primer lugar, de modo paulatino en el siglo XXI se inició un pasaje en el modo de ver la televisión, de colectiva a individual, hecho que se potenció con la multiplicación de los dispositivos de recepción. En segundo lugar, el estudio hace foco en un abordaje desde la producción. Consideramos que las transformaciones operadas en la producción y emisión de las ficciones no obedecen, exclusivamente, a la incorporación de tecnología, sino que derivan de la confluencia de factores políticos, económicos, empresariales y regulatorios del

sector televisivo, los cuales interactúan entre sí y con los diversos actores que componen el eslabón productivo. En tercer lugar, se relevan e interpretan contextualmente las producciones del presente siglo. Sin embargo, creemos necesario exponer la evolución histórica de las telenovelas en Argentina desde la primera transmisión televisiva en el país en octubre de 1951, puesto que el reconocimiento de estas etapas permite contextualizar y comprender los vaivenes productivos del sector.

La aproximación metodológica es de tipo cualitativa y desarrolla los niveles descriptivos e interpretativos para comprender la evolución de las telenovelas en nuestro país. De este modo, el análisis se basa en la revisión bibliográfica y documental, y la sistematización de datos para el análisis, entre ellos los títulos producidos y emitidos en el país en el siglo XXI. En relación al devenir de estas producciones en este siglo, la investigación es de carácter exploratorio puesto que existen pocos trabajos sobre las oscilaciones productivas de las telenovelas. La evaluación de la evolución de las telenovelas nos permitirá aventurar una serie de reflexiones finales acerca del devenir de las producciones en el país, sus perspectivas internacionales, las relaciones con empresas globales y su interacción con las plataformas de consumo emergentes.

2. Estudios sobre las telenovelas en América Latina y Argentina

La historia de las telenovelas está enlazada al desarrollo de la televisión. Rincón (2006) asegura que la televisión sirve para hacer industria, contar historias y entretener. En Argentina surgió y se desarrolló adoptando un modelo, principalmente, comercial caracterizado por el fin de lucro y la lógica del entretenimiento. La entretención acepta la concurrencia de una diversidad de géneros *talk shows*, programas de interés general, *reality shows*, series y telenovelas. En algunos pasajes del texto hacemos mención al término ficciones para referirnos a una serie de propuestas que incluyen pero no se limitan a las telenovelas.

En este sentido, entendemos que el concepto de ficciones hace referencia a una gama de producciones audiovisuales, en este caso destinadas a la televisión, que implican el relato de un hecho y/o situación ficticia, cuyos personajes no son reales aunque pueda existir alguna coincidencia con la realidad. Así, las ficciones televisivas integran a las telenovelas, los unitarios, las series, las miniseries y los *sitcom*, entre otros. Su función básica es el entretenimiento, se emiten en capítulos (diarios o semanales) y su fórmula económica permite sostener que al aumentar el número de episodios producidos, se reduce el costo promedio de cada uno de ellos.

Una vez explicitado el uso del término ficciones, creemos necesario recuperar de modo sucinto los abordajes en el estudio de las telenovelas en América Latina y Argentina. Si bien las investigaciones superan arduamente las aquí mencionadas, se han seleccionado aquellas que aportan al presente trabajo, sin desconocer la vasta bibliografía que existe en la citada materia.

En el ámbito nacional se recupera la investigación de Mirta Varela (2005) porque estudió la apropiación y adaptación del sistema televisivo en el país. Al describir la puesta televisiva durante sus primeros 20 años, recuperó el desarrollo de las primeras ficciones.

Los trabajos de Nora Mazziotti y Oscar Steimbergson mencionados porque ambos realizan una clasificación de las telenovelas argentinas. Mazziotti (1996) analizó las telenovelas desde la esfera de la producción (fabricación, venta y circulación de estos productos). La investigadora consideró la producción de telenovelas en cuatro etapas:

Inicial: se extendió durante la primera década de funcionamiento de la televisión con la existencia de una única emisora.

Artesanal: abarcó las décadas de 1960 y 1970, se caracterizó por la aparición del *videotape* que solucionó los inconvenientes del vivo y directo. En la fase artesanal se vendieron libretos de las ficciones para efectuar versiones locales.

Industrial: incluyó las décadas de 1970 y 1980 con productos más afianzados y estandarizados. La telenovela se convirtió en el principal género exportable de Latinoamérica principalmente en Brasil, México y Venezuela.

Transnacional: se desarrolló en la década de 1990 y se centró en la búsqueda de un mercado internacional. Las telenovelas neutralizaron sus rasgos para comercializar los enlatados.

Al mismo tiempo, se destaca que la autora realizó una serie de investigaciones específicas sobre las telenovelas. Así, en el resto de sus trabajos, Mazziotti (1994, 2006, 2008) recupera los orígenes de la telenovela y los principales títulos que consagraron a las ficciones argentinas. Complementariamente, repasa las principales características y estilos del género en los países de la región (México, Brasil, Colombia y Venezuela). De igual manera, aborda la exportación de enlatados y/o formatos en Latinoamérica e incluye la desregulación del mercado televisivo europeo, ya que propició la comercialización de contenidos audiovisuales hacia ese continente. Esta sistematización constituye el puntapié para comprender y complejizar los procesos de exportación de las producciones audiovisuales televisivas argentinas.

Desde otra perspectiva, Oscar Steimberg (1997) realizó una taxonomía, a partir de identificar las rupturas estilísticas de las telenovelas argentinas. El autor 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 aparecer 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.

Por último, la autora argentina María Victoria Bourdieu (2009) identificó las constantes narrativas del género y observó cómo esas marcas se

relacionan con las formas de pensar del público y las expectativas de la audiencia en relación a los contenidos. Entendemos que los responsables del proyecto audiovisual deben atender a la sensibilidad social y a los tópicos abordados en las ficciones, al mismo tiempo que consideran los aspectos técnicos y económicos.

En el ámbito latinoamericano aludimos a los trabajos realizados por distintos investigadores. Tomás López (1987) estudió la génesis de las telenovelas en la región y las características que definen al género, entre lo impredecible y la repetición. Esto nos permite pensar en la aleatoriedad de la demanda de los productos culturales, debido a que no se puede anticipar el éxito o fracaso del contenido hasta que no circula en el mercado. No obstante, se pueden diseñar estrategias para reducir la incertidumbre comercial, por eso actúan mecanismos de repetición, fórmulas ya probadas o convocatoria de actores que forman parte de *star system vernáculo*.

Hacia fines de la década de 1980, Jesús Martín-Barbero (1987) indicó que la mayoría de los estudios acerca de la televisión se hicieron desde la perspectiva jurídica, la estructura económica y los efectos ideológicos. El autor trabajó sobre la telenovela en tanto producto concreto de la industria televisiva y de éxito popular para observar cómo se articulan las lógicas comerciales de producción con las lógicas culturales de consumo. Su propuesta innovadora y ambiciosa invitaba a estudiar a las telenovelas a partir de la conjunción de tres factores: la industria televisiva, los grupos culturales y los productos culturales. En una investigación posterior, junto a Silvia Muñoz (1992) abordaron las lógicas económicas e industriales de las telenovelas en su articulación con las demandas y los modos de ver de los diferentes grupos sociales.

Otros autores latinoamericanos se centraron en observar la comercialización y transnacionalización de las telenovelas, sus efectos económicos, sus temáticas y las adaptaciones a los estándares internacionales de producción (Mato, 1999; Kalikoske, 2009; Kalikoske & Cruz, 2010 y Medina & Barrón, 2010).

De este modo, Kalikoske y Cruz (2010) estudiaron los principales países productores y la expansión de los mercados desde 1970. A su vez, identificaron de modo novedoso que cada país tiene un patrón estético de producción, que permite su reconocimiento internacional.

En un sentido similar, Mercedes Medina y Leticia Barrón (2010) analizaron la producción y distribución de telenovelas de los principales exportadores regionales (Televisa en México, TV Globo en Brasil, Telefé en Argentina, RCN en Colombia, TV Azteca en México, Telemundo en Estados Unidos y Venevisión en Venezuela) y aludieron a la emergencia de competidores en la producción de telenovelas en otras partes del mundo.

Este breve repaso sobre las telenovelas evidencia la inexistencia de unicidad para abordar el objeto de estudio. Por el contrario, se observa que se ensayaron distintas perspectivas y conclusiones en los ejes de análisis. En síntesis, los estudios retomados se basan en diferentes aspectos de las telenovelas y consideran diversas variables para su investigación, entre ellas: la producción, la distribución, el consumo, la recepción y el análisis de los textos o contenidos.

3. Evolución de las telenovelas en Argentina

En este apartado se reconstruye el desarrollo de las telenovelas en Argentina a partir de identificar cinco etapas. Se podría objetar la generalidad de la organización en estas etapas, que no están sujetas, pero si relacionadas con la vida política y económica del país. Esta generalidad adscribe al desafío de identificar las fases históricas de evolución de las telenovelas en Argentina. La premisa que se aplica es que la producción de estos bienes culturales se ve afectada por factores endógenos y exógenos. Entre los aspectos endógenos se destacan la evolución del sistema televisivo, la implementación de tecnologías físicas que transformaron los procesos productivos y de trabajo. Las tecnologías van desde la aparición del *videotape* hasta los microchip, la actualización de

los sistemas de edición (de lineal a no lineal), la incorporación de computadoras y telefonía móvil, la evolución de los sistemas de grabación y de captura de imágenes, entre otros. Esto implica movimientos de cualificación y descualificación de los trabajadores, y la aparición de nuevos perfiles laborales. Además, se destacan las relaciones interempresariales, las asociaciones que se establecen entre los canales de televisión y las productoras audiovisuales televisivas, o las relaciones entre las empresas productoras de contenidos nacionales y las compañías internacionales. Entre los procesos exógenos se encuentran los ciclos económicos y políticos que impactan en la televisión (por ejemplo, una merma en la publicidad o la fijación del tipo de cambio en relación al dólar para promover o desalentar las inversiones extranjeras), las regulaciones en materia laboral y comunicacional, y las medidas que los gobiernos adoptan para estimular (o no) la producción de contenidos audiovisuales, incluidos los ficcionales.

Por último, aclaramos que en cada una de las etapas mencionamos, a modo de ejemplo, las telenovelas representativas de ese período. El criterio de selección se basó, principalmente, en el elemento de producción innovador de la telenovela. No obstante, no podemos aislar este factor de la incidencia del contenido en el mercado local, el impacto en la audiencia y la temática de la historia. Si bien el presente trabajo no se plantea como un estudio transdisciplinario, el relevamiento bibliográfico efectuado nos habilita a realizar el citado entrecruzamiento.

Por lo expuesto, la periodización propuesta constituye una de las formas de clasificación posibles.

3.1. La telenovela un producto artesanal

La primera fase se extendió desde la implementación de la televisión en el país (1951) hasta su consolidación con la aparición de la televisión privada. El sistema televisivo argentino entre 1951-1959 vivió una fase experimental que afectó a los diversos géneros. La emisora pública, Canal 7, era el único canal operativo. En la década de 1960 se instauró la televisión privada y se incorporaron nuevas emisoras que estimularon la competencia y la búsqueda de audiencias.

El teleteatro en la televisión Argentina comenzó con Celia Alcántara que escribía radioteatros desde 1948. Este primer momento se caracterizó por la adaptación de guiones de escritores que provenían de la radio. En general, los libretos tenían entre 25 y 30 páginas, la escritura era individual y la duración del capítulo era de una hora (Mazziotti, 1996).

En la década de 1960 la incorporación de los canales privados y las productoras estadounidenses modificó el esquema televisivo. Las producciones de ficción se sofisticaron, se mejoraron las escenografías y los vestuarios. En esa etapa, la agencia de publicidad Walter Thompson produjo *La familia Falcón* diseñada para lanzar en Argentina el modelo de taxis Ford Falcón.

En 1964 el surgimiento del *videotape* permitió registrar y almacenar los programas, lo cual posibilitó la comercialización internacional de los productos audiovisuales, entre ellos las telenovelas. Esta tecnología no impactó, sustancialmente, el proceso de grabación, los guiones estaban disponibles con poco tiempo y se filmaba respetando la cronología estipulada en el libro, el ritmo era un capítulo por día (Mazziotti, 1996). La edición era mecánica, lo cual aletargaba el ritmo de la producción.

Durante la segunda mitad de la década de 1960 y principios de 1970, se consideró la época de mayor producción televisiva. Sin embargo, existe escasa información sobre el rol de los distintos técnicos que participaban en la producción de los programas y resulta complejo reconstruir las tareas desarrolladas por directores, productores, sonidistas, editores o responsables de puesta en escena en el período germinal de la televisión.

3.2. La industrialización de las telenovelas

La fase industrial abarca desde 1970 hasta 1988. La telenovela se consolidó como un producto exportable en varios países latinoamericanos. En Argentina, la producción de ficciones decreció con la irrupción de los militares en el gobierno a partir de 1976. Las emisoras televisivas continuaron como desde 1974 en manos

del Estado, primero se hicieron cargo las fuerzas militares y con el retorno de la democracia los diferentes sectores internos del gobierno de la Unión Cívica Radical. A pesar de esto, la consolidación de la televisión implicó la apertura de un proceso de profesionalización e industrialización de las producciones.

Durante la Dictadura Militar varios autores fueron censurados, algo similar sucedió con actores y cantantes (Getino, 2008). La pantalla argentina se pobló de series y cine proveniente de Estados Unidos. En relación a las telenovelas se pasó de escribir por inspiración a escribir por encargo. Se dispuso que cada canal exhibiera dos ficciones diarias y se permitió una tercera en los casos que existieran ventas al exterior.

En 1983 se recuperó la democracia en el país, no obstante en 1989 la programación se contrajo a cuatro horas diarias debido al déficit financiero de las emisoras estatales y la crisis energética (Ulanovsky, Itkin & Sirvén, 1999).

En resumen, los primeros trabajadores de la televisión provendrán de la radio y el teatro, posteriormente habrá una generación formada en el medio. Con respecto a la producción fueron años atravesados por la censura (directa o indirecta) que se reflejó en las telenovelas.

3.3. Las telenovelas entre la privatización de los canales y la exportación de contenidos

Esta fase se expandió entre 1989-2001. En 1989 se privatizaron las emisoras televisivas 11 y 13 y en 2001 se produjo una aguda crisis económica, política y social.

La privatización de las emisoras 11 y 13 en 1989 imprimió un nuevo rumbo a la programación y a los contenidos de la televisión. Se incrementó la producción local de contenidos que desplazaron a los enlatados extranjeros. Además, aumentó la producción independiente que empezó a competir con la producción centralizada en los canales y la coproducción de ficciones con capitales extranjeros, a partir del desembarco del grupo Televisa (México) y el grupo Berlusconi (Italia).

En 1994, *Más allá del Horizonte* (1994) con producción de Omar Romay se convirtió en la primera telenovela en ocupar el horario *prime time* nocturno de Canal 9. En 1995 la televisión argentina sufrió los embates del Efecto Tequila¹ y la cantidad de ficciones producidas decreció. A pesar del escenario adverso, se fundó la productora Po-Ka² e irrumpió en el mercado con *Poliladrón* que provocó una renovación estética con claroscuros, textura de *filme*, imágenes dinámicas y el uso de efectos especiales.

Se inició un período en el cual la telenovela incluyó el humor y elementos de telecomedia que se sumaron a su *leitmotiv* sustancial: el amor (Bourdieu, 2009). Al mismo tiempo, se consolidaron las productoras audiovisuales televisivas que propondrían telenovelas en el mercado local y/o internacional.

En este período el número de ficciones producidas se contrajo notablemente, en 1993 se registró el pico más alto con 59 ficciones, mientras que en 1999 las cifras habían descendido a 32 (Carboni, 2012).

Este hecho, coincidió con una caída en la inversión publicitaria, transformaciones en la estructura de propiedad de los Canales 9 y 11, la disminución de los salarios y las tensiones gremiales. Desde ese momento, se inició en el país un ciclo económico descendente y la televisión acompañó ese proceso. Adrián Suar, propietario de Pol-Ka, leyó el humor social y programó *Gasoleros*. Hasta ese período las historias habían reflejado elevados niveles de irrealidad, el público había perdido el elemento de identificación y necesitaba reconocer lugares, tiempos y cultura (Bourdieu, 2009).

En esta etapa las principales modificaciones en la producción se dieron en la fotografía (modo de iluminar), la estética de filmación (similar al material fílmico) y la edición (grabación con cámaras independientes y avances en los programas de edición). Se dejó de grabar en continuidad y los planes de grabación se flexibilizaron, las historias y los personajes tendieron a independizarse para maximizar las grabaciones. En lo laboral, se caracterizó por la precarización y la cesión de derechos de los trabajadores. La fi-

gura del trabajador independiente fue la forma contractual más frecuente en las productoras y emisoras televisivas.

Por último, la privatización de los canales 11 y 13 en 1989 supuso modificaciones en el mercado televisivo argentino. Se reestructuraron las plantillas laborales y se reorganizó la programación de ambas señales que en poco tiempo concentraron tanto la producción (entre ambas emisoras produjeron alrededor del 50% de las ficciones emitidas en los canales de aire del AMBA) como la atención de las audiencias (Carboni, 2012). Por otra parte, aparecieron las productoras audiovisuales televisivas de capital nacional durante la segunda mitad de la década de 1990. Las productoras evidenciaron los primeros síntomas de la externalización o tercerización de los contenidos audiovisuales por fuera de las emisoras televisivas que habían sido las unidades de producción tradicionales.

El reconocimiento y exposición de las tres fases previas, nos permitió comprender las características del mercado televisivo, la producción de telenovelas argentinas desde la segunda mitad del siglo XX y las transformaciones operadas en el sector, al considerar la imbricación de los aspectos tecnológicos, políticos, económicos, empresariales y regulatorios que incidieron en el despliegue del género. En el siglo XXI se abre una nueva experiencia en la producción, comercialización y consumo de contenidos audiovisuales en general, y de las telenovelas en particular. En Argentina la introducción de tecnología física, y la aparición de plataformas y sistemas de distribución y consumo en línea no pueden leerse aisladamente, sino que deben analizarse al calor de los ciclos económicos y políticos del país.

3.4. Exportación y glocalización de las telenovelas

Este período transcurre entre 2002 y 2012. En 2002 finalizó la paridad cambiaria entre la moneda argentina y el dólar estadounidense. En ese momento, el sector audiovisual empezó a experimentar un crecimiento debido a la demanda externa que usufructuó las ventajas comparativas de un dólar barato, el equipamiento tecno-

lógico y el nivel profesional de los trabajadores (Bulloni, 2009). En 2012 se registró por tercer año consecutivo una merma en la producción de las telenovelas, una caída en la pauta publicitaria y un descenso en la capacidad competitiva debido a la elevada inflación y a la depreciación del peso (Carboni, 2015).

En 2001, los ecos de la crisis se sintieron y las ficciones no lograron recuperar su espacio. Recién en 2003 se notó la recuperación del mercado. No obstante, en 2004 los horarios de inicio y finalización de los programas se perdieron y los programadores establecieron una competencia agresiva en relación a la emisión de contenidos (Ulanovsky & Sirvén, 2009). Los programas televisivos sin importar el género carecieron de horarios y días estables de programación, incluso en las promociones de las emisoras apareció la frase "al término de". La televisión estaba siendo desprogramada desde su propio interior, no necesitó del desarrollo de Internet, la banda ancha o la emisión de contenidos vía *streaming* para abandonar su función de organizadora de la vida social.

Las telenovelas que captaron la atención del audiencias fueron: *Los Roldán* (2004, Ideas del Sur), *Padre Coraje* (2004, Pol-Ka), *Amor en custodia* (2005, LCA Producciones y Telefe), *Sos mi vida* (2006, Pol-Ka), *Montecristo* (2006, Telefe) y en 2007 la *Lalola* (UndergroundyDori Media Group). En general, las telenovelas que tienen una recepción favorable en el público local logran mayores índices de comercialización, ya sea del enlatado final o del formato para ser replicado.

El año 2008 se desarrolló de modo convulsionado por acontecimientos exógenos al medio televisivo. Uno fue de carácter nacional y el otro internacional, ambos atrajeron la atención del público. El primero fue el conflicto entre el gobierno nacional y el sector agropecuario. El segundo, la crisis económica desatada en los países centrales. Las dos emisoras que concentraron los mayores índices de audiencia -Telefé y El Trece- se enfrentaron en el horario *prime time* nocturno con dos programas de diferente índole. Telefé decidió poner al aire *Vida Robadas* y El Trececompitió con el tradicional *Showmatch*

que incluyó las ediciones del *Bailando por un sueño* y el *Patinando por un sueño*.

Los efectos de los sucesos políticos y económicos (nacionales e internacionales) de 2008 repercutieron en el ámbito televisivo en 2009. Ese año se reciclaron los programas de años anteriores y se produjo muy poco. Con respecto a las ficciones Telefé lanzó *Don Juan y su bella dama* y los *Exitosos Pells*. En tanto que El Trece estrenó *Valientes*. Por su parte, la TV Pública (Canal 7) acertó al programar *Ciega a citas*. Además, en octubre de 2009 se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 y se escogió la norma de televisión digital para operar el sistema televisivo en abierto. Si bien la Ley propició cambios importantes referidos a la estructura de propiedad de los medios, las condiciones de acceso a las licencias y la reserva de espectro radioeléctrico para el sector sin fines de lucro. No tuvo consecuencias directas en la producción de contenidos de ficción, puesto que solo definió cuotas de pantalla para los contenidos de carácter nacional, pero no específicamente para los programas de ficción. Sin embargo, con el fin de promover la generación de contenidos para la televisión digital se organizaron una serie de concursos coordinados por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Entonces, se incrementó el número de ficciones financiadas con fondos públicos.

Entre 2002-2012 se produjeron 215 ficciones y dos productoras concentraron el 45% del total de las producciones de ficciones nacionales, Pol-Ka y Telefe Contenidos (Carboni, 2015). Del total de títulos producidos solamente 108 fueron telenovelas, el resto se repartió entre unitarios, series, miniseries o *sitcoms*. Esta fase se caracterizó por un incremento en la exportación de contenidos audiovisuales (enlatados, formatos o productos puntuales a pedido o por encargo). Entre las principales productoras argentinas exportadoras se encontraron: Cuatro Cabezas, Pol-Ka, Ideas del Sur, Promofilm, Cris Morena Group, Telefé Contenidos, PPT, GP Producciones, entre otras (Argentina.Ar, 2008).

En este lapso se incrementó la cantidad de tecnología física disponible (computadoras, teléfo-

nos inteligentes, cámaras, consolas de sonido y de edición), de redes de comunicación (Internet) y de programas de *software* (destinados principalmente a la edición) que le imprimieron mayor velocidad al trabajo, en oposición el tiempo de trabajo requerido se mantuvo o se incrementó. Una de las transformaciones más importantes fue la incorporación de la alta definición que innovó las texturas, los colores, los sonidos y la calidad de la imagen. A partir de 2009, la tarjeta de memoria desplazó al *video tape*. La estética de filmación se acondicionó por el uso de cámaras mejores y más livianas, lo cual facilitó su traslado, a la vez se incrementó la capacidad de almacenar y procesar información (imágenes, sonidos).

En suma, el proceso de producción se transformó por aspectos tecnológicos y para adaptar las narraciones a los nuevos tiempos. En cuanto a las modalidades de contratación la sanción de la Ley n° 25.877³ permitió regularizar la situación de los trabajadores. No obstante, persisten las modalidades de contrato eventual o *freelance*. De hecho para resguardar la estabilidad laboral de los trabajadores, en el Convenio Colectivo de Trabajo 634/11⁴ se estableció una cláusula para evitar que las productoras sostengan un régimen de contratación temporal de los trabajadores.

3.5. Generación de contenidos de ficción para múltiples dispositivos

El período que se inicia en 2013 implica pensar en la producción de contenidos de ficción que se expanden por múltiples dispositivos, incluso las emisoras televisivas en abierto se sumergen en la experiencia *Youtube*⁵, crean sus propios canales y se originan contenidos *ad hoc* para la *web*. En general, los programas de ficción están disponibles en las páginas oficiales de las emisoras luego de su emisión en televisión. En el caso argentino la producción y circulación de las series *web* se desarrolla por fuera de las unidades productivas tradicionales.

Si bien las señales televisivas tienen presencia corporativa en internet desde comienzos del siglo, recién hacia los años 2010 y 2011 empezaron a crear contenidos específicos para esa plata-

forma. Desde 2013, los canales de televisión en abierto iniciaron un período de explotación de las redes sociales e incremento de generación de contenidos *ad hoc* para estas plataformas⁶.

La señal *Telefe* generó contenidos exclusivos para la *web*, entre ellos *Vera Blum* (*Telefe*, 2013)⁷ y un producto experimental que mixturó televisión tradicional e internet, la serie juvenil *Aliados* (2013 y 2014) producida por *Cris Morena Group* en asociación con los estudios *Fox*. En total se emitieron 23 capítulos y 140 *webisodes* cuya duración estuvo entre los 3 y los 10 minutos.

En relación a la telenovelas, las producciones más notorias de ese año fueron *Farsantes* (2013, *Pol-Ka*), *Mis amigos de siempre* (2013, *Pol-Ka*) y *Los Vecinos en Guerra* (2013, *Underground/Endemol*). *Farsantes* tuvo presencia en *Twitter* y *Facebook* el público pudo opinar sobre el devenir del programa. Asimismo, se crearon perfiles de los personajes y contenidos únicos para la *web*. La novedad es que *Farsantes* inició su actividad en *Facebook* antes de su estreno televisivo (*Aprea & Kirchheimer*, 2014). En 2014 la tira más exitosa fue *Guapas* (*Pol-Ka*) y los personajes, también, tuvieron sus perfiles en las redes sociales. En 2015 *Pol-Ka* produjo *Esperanza Mía* que logró posicionarse en el *prime time* nocturno de *El Trece* y realizó temporada de teatro en invierno. Ese año *Pol-Ka* compuso la *web* serie *Igual te quiero*, que se basó en una de las historias de *Esperanza Mía*.

En 2016 se registraron transformaciones ligadas a las políticas regulatorias de los medios de comunicación, una reorientación de la pauta oficial y el pasaje de propiedad de *Telefe* del Grupo *Telefónica* al Grupo *Viacom*. Con respecto a los contenidos nacionales se destacaron *Educando a Nina* (*Underground/Telefe*), *Los ricos no piden permiso* (*Pol-Ka/El Trece*) y *El Marginal* (*Underground/Televisión Pública*) que luego fue emitida por *Netflix*.

Los diversos sectores que componen la producción de ficciones conformaron en 2016 la *Multisectorial por la ficción, el trabajo y la Industria Audiovisual*, con la intención de aglutinarse y revertir el escenario adverso en materia de pro-

ducción de ficciones nacionales. Entre 2013 y 2016, se produjeron y emitieron 79 ficciones, de las cuales sólo 21 fueron telenovelas. De ese total un 60% se financió con dinero público (39 producciones fueron resultado de los concursos organizados por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) destinados a productoras con diversos grado de antecedentes y presencia en el mercado local). Mientras que un 30% fueron realizadas por las dos productoras privadas más importantes Telefe Contenidos y Pol-Ka⁸. Un dato de interés es que en 2016 se emitieron en estreno 14 ficciones, éste representa el número más bajo desde 2002 tras la crisis de 2001.

4. Conclusiones

El estudio expuesto nos permitió reconstruir la trayectoria de las telenovelas en Argentina, al exponer cinco etapas de su desarrollo, aunque se focalizó en las últimas dos etapas que permiten analizar el desarrollo de las telenovelas en el siglo XXI. De modo concurrente, se expusieron los principales títulos ficcionales en relación a alguno de los siguientes factores: capacidad exportadora, incidencia en el mercado local o carácter de la temática abordada en la historia.

En relación a la estructura productiva de las ficciones observamos el pasaje de las producciones *in house* (al interior de los canales de televisión) hacia las productoras audiovisuales televisivas. Los primeros síntomas de la externalización de la producción de contenidos audiovisuales en Argentina se evidenciaron en la década de 1990, aunque su desarrollo posterior fue más estable. Para las emisoras televisivas externalizar o tercerizar la producción significó reducir los costos productivos y los riesgos de inversión, frente a productos con una elevada aleatoriedad de su demanda.

Al contabilizar la producción de ficciones locales el período 2002-2016 se observa que en total se produjeron 294 piezas. De ese total el 44% corresponde a telenovelas con exhibición diaria.

Además, se verificó la existencia de un mercado oligopólico, con un exiguo número de oferentes que centralizan la producción y emisión de contenidos audiovisuales, entre ellos las productoras Pol-Ka (El Trece) y Telefe Contenidos (Telefe). También, en el período 2011-2015 existió una política pública destinada a financiar producciones audiovisuales, entre ellas ficciones en todo el país. En este sentido, se realizaron una serie de concursos y las productoras ganadoras recibían fondos públicos para la realización de los contenidos. Por ello, en los últimos años se detectó un incremento en el número financiado por el sector público.

Por otro lado, la existencia de coproducciones entre las empresas nacionales y transnacionales colaboró a la distribución internacional de los productos y a compartir los gastos derivados del proceso productivo. En general, la venta de productos audiovisuales se asienta en contenidos que combinan las marcas locales con formas de entretenimiento que componen la cultura global.

Uno de los problemas emergentes para la comercialización de ficciones es el aumento a nivel global de la producción de contenidos audiovisuales, la aparición de mercados fuertes y nuevos competidores. En concreto, la necesidad de las audiencias de ver a sus propias figuras en las ficciones y de no apelar al talento externo constituye un nuevo desafío para las productoras nacionales. A esto, se suma la dificultad de vender los enlatados en el español rioplatense, por eso la industria en Argentina ha buscado diferentes opciones, a saber: doblar al español neutro, coproducir contenidos y adaptar el mercado local al neutro, aunque aún no determinaron la mejor alternativa.

Históricamente Argentina se caracterizó por generar proyectos de ficción, en lugar de comprarlos. Nos encontramos frente a un escenario de transformaciones en los modos de hacer y ver televisión, el desafío está en la promoción de productos para el mercado internacional. En esta dirección, las empresas productoras deberán reestructurarse frente al escenario convergente y digital, reorganizar la producción en función de pantallas coexistentes (teléfonos mó-

viles, *tablets*, computadoras televisores), ampliar las fronteras de distribución de estos bienes y considerar el ingreso de nuevos competidores al mercado audiovisual, como el caso de los países de Europa del Este que dejaron de ser meros consumidores de ficciones y se embarcaron en la creación de las mismas. En 2017, se evidenciaron algunas tendencias para estimular y acompañar los consumos emergentes, así la telenovela *Amar después de amar* (Telefe) que apostó a una narrativa transmediática, con la *webserie La búsqueda de Laura*. Por su parte, Pol-Ka presentó las ficciones *Quiero vivir a tu lado* y *Las Estrellas*, a las cuales se sumó *La fragilidad de los cuerpos*, una coproducción entre Pol-Ka y TNT. Los trabajadores de la televisión se manifestaron en contra del levantamiento de la novela *Funny, la fan* (Underground/Telefe) que al no alcanzar las expectativas de los programadores, se retiró del aire y se emitió sólo por Internet.

Finalmente, en el último lustro la producción de contenidos de ficción en Argentina se sustentan los vínculos comerciales que las productoras audiovisuales nacionales estrecharon con las empresas extranjeras y en el apoyo estatal para la producción audiovisual televisiva.

Notas

1. Fue una crisis económica que se originó por una moneda sobrevalorada, grandes déficits del sector

público y la dependencia del Gobierno del financiamiento vinculado al dólar. El “efecto tequila” impactó en la región y en otros mercados emergentes y fue detonador de la crisis argentina de 1995.

2. En 1994 Adrián Suar y Fernando Blanco fundaron Pol-Ka. En pocos años concentró la producción de ficciones para El Trece. El Grupo Clarín adquirió el 55% (2008).

3. La normativa creó el Sistema Integral de Inspección del Trabajo y de la Seguridad Social (SIDITYSS) cuya misión es controlar y fiscalizar el cumplimiento de las normas del trabajo y de la seguridad social.

4. Entre SATSAID-CAPIT N° 634/11. El acuerdo contempla al personal representado por SATSAID que se desempeña en productoras audiovisuales. Antes de este convenio los trabajadores de las productoras no estaban contemplados en ningún régimen laboral.

5. Esta información se deriva de una serie de entrevistas que la autora realizó a referentes de las áreas de contenidos digitales de Telefe, El Trece y la TV Pública.

6. Vera Blum: coproducción de Telefe con Terra Networks S.A.

7. Datos de elaboración en base a investigaciones previas Carboni (2012, 2015) y estudios en curso.

Referencias Bibliográficas

- Aprea, G. & Kirchheimer, M. (2014). “Argentina: éxito de la ficción extranjera y poco atractivo de la ficción nacional”. Em Orozco, G. & Vassallo, I. (Eds.), *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva*. San Pablo: Globo.
- Bourdieu, M. (2009). *Pasión heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento Ed.
- Bulloni, M. (2008). “La regulación social del trabajo de los técnicos cinematográficos argentinos: Un estudio en la producción de cine publicitario en el escenario de la post-convertibilidad”. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales del Trabajo: UBA, Buenos Aires, Argentina.
- 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 en

- Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires, Argentina.
- Carboni, O. (2012). "Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)". Tesis de Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión. UNQ, Bernal, Argentina.
- Getino, O. (2008). *El Capital de la Cultura. Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.
- Kalikoske, A. & Cruz, V. (2010). "História, modelos e economia da telenovela em mercados globais". En Bolaño, C; Golin, C. & Brittos, V. (orgs.), *Economia da arte e da cultura*. San Pablo: Observatório Itaú cultural.
- Kalikoske, A. (2009). "A telenovela como comunicação dos conglomerados latino-americanos". En Cruz Brittos, V. (org.), *Digitalização e práticas sociais*. Brasil: Editora Unisinos. pp. 77-94
- López, T. (1987). *Aproximación a la telenovela*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Martín-Barbero, J. & Muñoz, S. (comp.) (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Martín-Barbero, J. (1987). La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. *Revista Diálogos de la Comunicación*, 17, Lima.
- Mato, D. (1999). "Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género". En García-Canclini, N. & Moneta, C. (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires: Eudeba.
- Mazziotti, N. & Verón, E. (1993). *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires: Colihue.
- Mazziotti, N. (2008). "La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica". En La mirada de Telemo. *Revista académica sobre televisión peruana y mundial*. Lima: Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Mazziotti, N. (2006). *Telenovela. Industria y prácticas sociales*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibérica.
- Mazziotti, N. (1994). "La telenovela transnacional. Argentina y las coproducciones". En *Estudio sobre las culturas contemporáneas*. México. Vol VI. N° 16-17.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas o Cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Steimberg, O. (1997). "Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela". En Verón, E. & Escudero, L. (comp.), *Telenovela ficción Popular y Mutaciones Culturales*. Barcelona: Gedisa.
- Ulanovsky, C.; Itkin, S. & Sirvén, P. (1999). *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina*. Buenos Aires: Planeta.
- Ulanovsky, C & Sirvén, P. (2009). *¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta)*. Buenos Aires: Emecé.
- Varela, M. (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*. Buenos Aires: Edhasa.

Legislación y convenios

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522.

Convención Colectiva de Trabajo Nacional N° 131/75: Canales de Aire. Canales de Aire de Baja Potencia.

Convenio Colectivo de Trabajo Televisión N° 322/75 entre la Asociación Argentina de Actores y la Asociación de Teleradiodifusoras Argentina.

Convenio Colectivo de Trabajo SATSAID-CAPIT N° 634/11

Sobre la autora

Ornela Carboni es Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Magíster en Industrias Culturales (UNQ) y Licenciada en Comunicación Social (UNQ). Directora del proyecto de investigación: Los procesos de organización productiva y del trabajo en el escenario convergente y digital de la industria audiovisual argentina (UNQ). Es docente ordinaria de la UNQ. Ha participado en diversos Congresos y jornadas nacionales e internacionales ligados al campo de la comunicación.

¿Como citar?