

Las fases productivas en las tiras diarias de la televisión argentina

Ornela Vanina Carboni

Universidad Nacional de Quilmes/
Universidad Abierta Interamericana (Argentina)

Resumen

El objetivo del estudio es efectuar un análisis micro social de las fases productivas de las tiras diarias televisivas argentinas.

Los procesos de organización productiva y del trabajo en la producción de televisión han sido poco abordados en las investigaciones. De este modo se busca dar cuenta de los elementos clave de las fases de pre producción, producción *per se* y post producción de las tiras diarias televisivas en la Argentina. Con el fin de comprender el funcionamiento y la estructuración de las tiras diarias se conjuga una perspectiva del campo comunicacional, la Economía Política de la Comunicación (EPC) y se retoman una serie de contribuciones realizadas desde la sociología, especialmente los estudios ligados a la Sociología del Trabajo (ST). Así, se resumen las características de la industria televisiva y los rasgos de los bienes culturales, en particular, las tiras diarias. De modo concurrente se reconocen los modelos de organización productiva y del trabajo, las economías del tiempo, la división del trabajo y los procesos de control/coordinación laboral.

Palabras clave: producción de televisión; organización del trabajo; fases productivas; tiras diarias.

Artículo recibido: 17/01/16; **evaluado:** entre 09/02/16 y 17/03/16; **aceptado:** 18/03/16.

Introducción

Las tiras diarias se ubican dentro de la industria televisiva y la producción audiovisual de ficción. Esta acepción se refiere a una instancia industrial de producción cuyo producto equipara la frecuencia de emisión de una serie pero se opone a esta porque engloba diferentes géneros, por ejemplo una telecomedia o una telenovela (Mazziotti, 2002 y 2006). Según Hugo Di Guglielmo (2005) constituye un fenómeno propio del mercado argentino que puede denominarse “comedia en tira” y se define por la existencia de historias de amor, amigos/enemigos y la ausencia del componente dramático en la trama principal.

Las tiras diarias son productos o bienes culturales que integran la industria televisiva. De este modo, se caracterizan por el flujo continuo y su inserción dentro de la lógica de programación de la emisora. Se delimita una cantidad de capítulos para producir (entre 120 y 150) y esto implica una reducción del costo promedio por unidad producida. Son menos onerosos comparados con otros contenidos audiovisuales, por ejemplo un unitario televisivo o una película, y requieren ser consumidos por un tiempo determinado.

Al igual que otros bienes culturales contienen un rol simbólico y económico. El primero se visualiza en la cohesión, la conversación social y las representaciones que genera. El segundo se vincula con la obtención de ganancia y valorización de capital por parte de las unidades productivas (emisoras o productoras televisivas). En este sentido, los productores apuestan a la repetición como forma de reconocimiento y a la innovación para generar un contenido renovado. Las tiras diarias son obras abiertas, rasgo que aporta flexibilidad a la escritura de los libretos y permite a los productores constatar con el público el éxito o fracaso de determinado personaje o línea argumental.

Los responsables de las producciones diseñan estrategias para disminuir la aleatoriedad de la demanda de las tiras diarias. Entre las más destacadas están la imagen del canal productor-emisor y la contratación de un sistema de estrellas, esto es autores, guionistas, directores reconocidos por las audiencias (Ortiz et ál., 1991).

Los factores expuestos se combinan para reducir al máximo los riesgos de las producciones antes de que ingresen efectivamente en el mercado y colaboran con la realización comercial del producto audiovisual final y a la valorización del capital.

El sistema televisivo ofrece un servicio inmaterial, perecedero, unidireccional y emitido en continuidad cuya realización mercantil incierta afecta a los programas individualmente. Su principal vía de financiamiento es la publicidad, esto implica que las tarifas publicitarias se establezcan en función de franjas horarias o audiencias estimadas para los programas. De este modo, las tiras diarias de la televisión abierta se incluyen en la programación de una emisora

televisiva, se financian por publicidad y la cantidad de anunciantes se desprende en parte del éxito de la ficción. Además es un producto de emisión continua, por lo tanto la organización productiva y de trabajo adoptada debe garantizar la disponibilidad de un capítulo diario finalizado para su transmisión.

Un proyecto de ficción es encabezado por una emisora televisiva o una productora audiovisual televisiva, también puede existir una coproducción entre ambas. Cada propuesta es única y original. Por lo tanto, una ficción nueva implica un ciclo productivo diferente al anterior. Por este motivo, el proceso de organización productiva y del trabajo puede sufrir alteraciones sujetas a las especificidades del contenido que se desea producir.

Por otro lado, los procesos de organización productiva y del trabajo pueden abordarse desde un nivel *mezzo* industrial al observar los vínculos interempresariales entre una productora y una emisora televisiva o desde un nivel microsocioal al analizar las fases de producción propiamente dichas (preproducción, producción *per se* y posproducción) y los tipos de trabajos involucrados dentro de las industrias culturales. En este estudio nos detendremos en este último aspecto y recuperaremos las nociones de los códigos de trabajo y laboral (Roldán, 2010 y 2011). El primero define la división del trabajo, las economías de tiempo e implica ciertas aptitudes del saber hacer, esto es el desarrollo de las capacidades creativas para la valorización y acumulación del capital. A su vez, se asocia con el control interno es decir aquellos que están insertos en la propia dinámica del proceso productivo. El segundo involucra las actitudes del saber ser, se vincula con los mecanismos de coordinación, cooperación y/o control empleados por las empresas y las resistencias ejercidas por los trabajadores. Se relaciona al control externo que se ejerce por fuera del proceso productivo a través de distintos niveles de supervisión acordes al grado de especialización de la empresa (Da Silva y Leite, 2000; Roldán, 2010 y 2011) (1).

Finalmente para una mejor comprensión de las fases productivas, planteamos la existencia de ramas técnicas y artísticas en las que se divide el trabajo dentro de la producción audiovisual. Estas se hallan en la fabricación de diversos contenidos de este tipo, por ejemplo una película, una publicidad cinematográfica o una ficción televisiva. En total contabilizamos seis ramas: producción, dirección, fotografía, arte, sonido y edición.

Las tiras diarias televisivas y su preproducción

Las emisoras televisivas deben delinear la programación anual de un canal y decidir entre producir o comprar programas. Por este motivo los gerentes de programación ponderan tres

elementos: los costos de la producción, la audiencia potencial y la imagen marca de esos contenidos para lograr una línea de identidad del canal (Ferrari Boniver y Funes, 2009). Cuando se opta por producir se considera la venta internacional de los productos (enlatados o formatos).

En la fase de preproducción se establecen las estrategias de producción y la optimización de los recursos para alcanzar los mejores resultados de acuerdo con el presupuesto pautado. Esta etapa se expande por tres meses puesto que hay que construir las escenografías. En ocasiones la preproducción puede extenderse solo por un mes debido a la necesidad de emitir el producto audiovisual. Con respecto a esta fase en la Argentina Jorge (autor de ficciones) asegura:

En el ámbito local, hay mucha cintura para resolver, para cambiar, para ganar audiencia cuando ésta está decayendo. No obstante falta planificación, hay países donde la etapa de desarrollo de un contenido tiene tanta importancia como la realización de ese contenido. Acá no porque implica empezar a pagarle a los autores seis meses antes de que salga la tira al aire.

El contenido o la temática de una tira diaria o de un unitario depende de los actores principales, el horario de emisión de la ficción, el *target* de la audiencia y el tipo ficciones producidas por la entidad emisora o la productora.

Se identifican tres aspectos para definir los contenidos audiovisuales a producir, a saber:

- Coyunturales: se relaciona con el momento histórico, político y social del país de origen del contenido.
- Tendencias u “olas” mundiales: esto acontece cuando un programa, una serie o una temática ha logrado determinada aceptación social internacionalmente. Esos éxitos estimulan réplicas de las temáticas, las fórmulas ya probadas colaboran a disminuir la aleatoriedad de la demanda de los bienes culturales.
- Empresariales: se relaciona con cada empresa. Se analizan los productos audiovisuales efectuados para evitar la repetición de contenidos o temáticas o bien para potenciarlos.

El proceso de producción se inicia con la escritura de la “Biblia” del programa, esto es una descripción del contenido y los personajes de la tira diaria o el unitario. De su estructura se ocupa el autor o los autores, que suministra o suministran una guía para la producción y los referentes de cada equipo (director, director de fotografía, director de arte, jefe de locaciones, entre otros).

Claudio (productor ejecutivo) sostiene que una de las habilidades del productor consiste en maximizar los recursos para que afloren en pantalla. El presupuesto es clave, involucra un

detalle minucioso de los gastos de producción y debe contemplar: el formato (si se trata de un unitario o de una telenovela), el género (drama, comedia), la frecuencia al aire (semanal o diaria), la duración por capítulo (por lo general tienen una duración de cuarenta y cinco a cuarenta y ocho minutos con artística), la cantidad de capítulos (ciento veinte si se trata de una tira y trece capítulos si es un unitario), la grabación por capítulo, la posproducción por capítulo, las unidades de producción afectadas al proyecto (en general son dos unidades), el equipo técnico, el elenco, la contratación de locaciones, la música, los efectos especiales y los viajes. El área de producción no desempeña solamente una función administrativa. La producción es un departamento creativo y debe conocer y coordinar las tareas del resto de las áreas.

El equipo de producción se conforma una vez aprobado el proyecto. El productor general convoca al productor ejecutivo, luego se incorporan a los autores y al director. Después se integra el resto de los referentes de equipo: director de exteriores, de fotografía, de arte, jefe de locaciones, jefe de posproducción, coordinadora de vestuario, de maquillaje y de peinado. A su vez, se contrata al talento artístico. En general el productor ejecutivo decide quiénes interpretarán los roles artísticos, los autores y los directores tienen poca incidencia. Según Gustavo (director de piso):

Del elenco te enteras cuando está armado. A mí en todos los años que estuve, me habrán hecho alguna consulta de algún que otro actor cuando va a entrar, pero ya lo llamaron y vos estás grabando [...] En una productora independiente hay más posibilidad de elegir con quién vas a trabajar, en un canal o en una estructura más grande están lo que están.

Los responsables de cada una de las ramas se reúnen para delinear la estética de la ficción y exponer las necesidades de cada área. Se debate sobre la futura escenografía, se exhiben los exteriores o locaciones, el diseño de iluminación, los efectos especiales, se define el vestuario, el maquillaje y los peinados.

Finalmente, se suma el equipo técnico: camarógrafos, asistentes de dirección y de producción, productores de piso y exteriores, jefe de posproducción, *gaffer* o reflectorista, editores. Marisa (productora ejecutiva) considera que el compromiso del personal es fundamental una vez conformado el equipo de trabajo. En este sentido, se busca el comportamiento adecuado (saber ser) por parte de los trabajadores para cumplir con los objetivos planteados al comenzar un proyecto de ficción.

Al formarse el equipo de trabajo cada una de las ramas tiene a su disposición los primeros capítulos cerrados o escaleteados (2). Matías (director de exteriores) explica que cuando lo convocan desde cero están los primeros capítulos, es difícil contar con los guiones completos

de una tira diaria. De igual modo, puede suceder que sólo este disponible la “Biblia” o que se empiecen pre-producciones sobre la base de una idea sin guiones:

Esto es común en lugares más industriales, donde termina una tira y empieza otra. Siempre pasa que el decorado principal se levanta. Y la tira en curso se termina grabando en exteriores para que se vaya construyendo la siguiente ficción (Matías, director de exteriores).

En el caso del vestuario se exponen las posibles vestimentas con imágenes provistas de Internet. Se negocian los canjes publicitarios, se realizan las pruebas de vestuario y se dialoga con los actores para coordinar la caracterización de sus personajes.

En la fase de preproducción se destaca la figura del jefe de locaciones. Este rol surgió a mediados de la década de 1990 en algunas productoras audiovisuales televisivas. La tarea de seleccionar las locaciones implica evaluar una serie de requisitos: distancia entre la productora o emisora televisiva y la locación, solicitud de permisos para la utilización de la vía pública y disponibilidad de espacios para el *catering*.

Una vez que el jefe de locaciones selecciona los posibles espacios para grabar, se realiza el *scouting* de locaciones con los referentes de equipo. Posteriormente, diez o quince días antes de comenzar el rodaje, se repite el *scouting* técnico con el objetivo de concertar los últimos detalles antes de comenzar las grabaciones.

Pedro (director de fotografía) trabaja en un canal de televisión y su experiencia indica que en la televisión todo es dinámico y rápido. Los decorados y los planos con las dimensiones de este se entregan cuatro días antes de empezar a grabar y las dificultades se sortean en el transcurso del rodaje.

El área de arte se integra en la pre-producción. En esta fase se observan diferencias entre lo que el director de arte diseña e imagina con respecto a los decorados y la ambientación, y la efectiva decisión de la producción. De este modo, el productor ejecutivo le exige al responsable de la rama de arte flexibilidad y adaptabilidad debido a la imposibilidad de afrontar la producción con los insumos requeridos o “imaginados”.

Habitualmente, la rama de sonido no participa en la fase previa a la producción *per se*. La intervención del área de sonido en esta instancia constituiría un obstáculo para la producción. En palabras de Aníbal (director y coordinador de sonido) “(...) el sonido no participa para que no bochen los lugares que arte o fotografía eligen. O sea que el sonidista es un estorbo en el rodaje pero es a quien se le exige que suene bien”.

La rama de edición está aislada en la preproducción pero al comenzar la producción *per se* adquiere más responsabilidad. Durante los primeros capítulos existe un contacto fluido con las

ramas de producción y dirección, ya que el número de escenas a desarrollar es mayor y porque se define la estética del producto audiovisual.

La estructura jerárquica dentro del proceso de organización productiva y del trabajo se evidencia desde la fase de preproducción. Al mismo tiempo se observan las posibles relaciones de cooperación y/o control que puedan generarse en las etapas posteriores de producción *per se* y posproducción.

En televisión es muy claro que manda el productor y uno aporta dentro de ese marco delimitante que es la producción, lo que domina es el negocio y la productividad. Los productores quieren todo a la vez, calidad, que se vea como en el cine, quieren buenas actuaciones, buenos guiones y que sea un negocio (Matías, director de exteriores).

Para Gillian Ursell (2000) una vez que la propuesta es aceptada y el presupuesto acordado se conforma el equipo de trabajo. La autora entiende que las jerarquías son evidentes dentro de la fuerza laboral televisiva y se reflejan en las diferentes funciones del trabajo, en los sistemas de clasificación de los sindicatos, en el tipo de tareas profesionales o artesanales. En las tiras diarias las figuras del productor general o artístico y del productor ejecutivo son relevantes para sostener este tipo producciones industriales, así como la importancia de los referentes de equipo de las diferentes ramas para organizar el proceso productivo puesto que en ellos se concentra un saber hacer y un conocimiento técnico y creativo que les permite la resolución de problemas derivados de las fases productivas.

Las grabaciones diarias se organizan a partir del desglose de producción y el correspondiente diseño del plan de grabación. El desglose de producción consiste en desagregar cada uno de los capítulos, escena por escena, diferenciar los decorados de las locaciones, distinguir si las tramas transcurren de día o de noche, indicar los personajes y extras que participarán y señalar los objetos más destacados de utilería que se usarán. Si bien la producción proporciona el desglose general de los libretos, luego cada rama emprende su propio desglose para organizar el trabajo de cada miembro del equipo.

El orden de grabación debe distribuirse por todas las ramas técnicas y artísticas. El proceso productivo de una tira diaria incluye trabajo en equipo. Cada miembro debe conocer el plan para reducir las superposiciones horarias y entre actores, particularmente en las situaciones en las cuales opera más de una unidad de grabación.

La grabación de una tira diaria

En la producción *per se* se graba cada uno de los capítulos de la tira diaria televisiva. La escritura de los libretos puede coincidir con la fase de grabación para comprobar la aceptación del contenido audiovisual una vez que está en el aire o bien puede estar escrito previamente por completo y con un número de capítulos finalizados antes de ser programado. En el mercado argentino esta última opción es poco frecuente.

Las economías de tiempo resultan cruciales en esta fase aunque se encuentran presentes en las tres etapas analizadas (Roldán, 2010). Se puede advertir sobre el *cero stock* (3) de tiempo. En general los tiempos de grabación coinciden con los de emisión, por lo tanto en ocasiones “el aire” le “pisa los talones” a la producción y pueden quedarse sin capítulos para emitir. En la industria televisiva esto resulta casi inadmisibles porque daña el contrato establecido entre la compañía emisora del producto y sus audiencias.

La televisión es un negocio, los canales o las productoras son como pequeñas fábricas y el desarrollo laboral del país incide en la producción televisiva, Gustavo (director) destaca que se fabrican ficciones y afirma “no estamos todo el día en una máquina hilandera pero estamos frente a las cámaras, frente al control”. El proceso productivo de las industrias culturales comparte con el resto de las industrias una serie de elementos: están dirigidos al mercado, buscan la valorización del capital, realizan el ciclo de producción, distribución y consumo, ofrecen productos estandarizados y deben cumplir con los objetivos productivos fijados en la fase de preproducción y coordinados por la rama de la producción, esto quiere decir concretar la producción de los capítulos necesarios para dotar con ese contenido a la pantalla televisiva.

Con el objetivo de reflexionar sobre el proceso de producción *per se* identificamos dos ejes de análisis. Por un lado, explicaremos la producción de los primeros capítulos y la rutina de producción. Y por otro lado, nos detendremos en la grabación de las escenas y su complejidad.

La organización de la producción

Una de las características en la producción de las tiras diarias es que los primeros libros implican entre tres a cuatro semanas de grabación, ya que exigen un mayor esfuerzo de producción para captar la atención de las audiencias. Luego, el programa ingresa en un ritmo de trabajo para rodar la cantidad de capítulos que dotarán la emisión televisiva semanalmente.

En relación a los primeros capítulos, la rama de producción debe considerar la línea estética de la ficción y sostenerla a lo largo de toda la emisión del programa (seis, ocho o diez meses) y no únicamente durante las semanas iniciales en las cuales el producto es puesto a disposición de

las audiencias. Pedro (director de fotografía) explica que es preciso sopesar los recursos presupuestarios destinados a los primeros episodios con el resto del proyecto.

Por otra parte, existen estrategias para reducir los costos por capítulo y para maximizar las grabaciones. En general, se independizan las historias y se reducen las escenas multitudinarias a las que acude un elevado porcentaje del personal artístico. Esto colabora con la planificación puesto que diversificar las historias posibilita que de modo simultáneo un equipo trabaje en piso y otro en exterior. El guionista debe considerar cierto grado de autonomía de los personajes para imprimirle flexibilidad al diseño de producción. De este modo, la creatividad del autor debe ajustarse a los requerimientos de producción y a las necesidades del capital.

Cada proyecto es único y el número de capítulos finalizados antes de que la ficción sea emitida por primera vez depende del tipo de producción y de los riesgos que las productoras o las emisoras estén dispuestos a asumir. En este sentido, las estructuras productivas pueden optar por *stockear* una cantidad de capítulos para reducir los costos de producción previos a la emisión del producto o pueden elegir finalizar una serie de capítulos y de esta manera constatar con el público la aceptación del producto cultural. En la introducción explicamos las características de los bienes culturales y subrayamos la imposibilidad de comprobar su éxito hasta su efectiva circulación en el mercado, en el caso particular de las tiras diarias se efectiviza partir de las primeras emisiones de la ficción.

Se pueden mencionar tres formas de organizar la producción. La primera es la producción a riesgo, las empresas graban el programa por completo o en un amplio porcentaje y desconocen si venderán o emitirán el contenido. Así, la empresa invierte capital con el riesgo de producir y no vender. La segunda se trata de la producción cofinanciada, se obtiene financiamiento previo a la producción y se produce bajo la lógica de *stockear* capítulos o episodios. En esta modalidad, los riesgos de inversión se comparten entre dos o más empresas. La tercera forma es la producción flexible, la cantidad de capítulos abiertos y avanzados se mide con relación a la respuesta del público, los niveles de audiencia, el desarrollo de los personajes y las necesidades de introducir modificaciones en la trama del programa. Esta lógica concibe un sistema de trabajo con cero *stock* de tiempo puesto que hay un espacio temporal breve entre la grabación del capítulo y su emisión.

Una vez estipulada la forma de producción, se establece el plan de grabación resultado de la disponibilidad de actores y de decorados y/o locaciones. Su diagramación debe considerar los lugares de grabación, el tipo de escena (día o noche) para evaluar la puesta de luz, los actores y extras que participan, los cambios de ambientación, de vestuario, de peinado y maquillaje.

Como observamos, uno de los insumos principales para la producción de las tiras diarias televisivas son los libretos resultantes del trabajo creativo. El autor proporciona el libreto, desde

ese momento puede transcurrir una semana o tres días hasta grabarlo, en efecto no se identifica un criterio estable y esto varía de acuerdo a cada producto que se efectúa.

La duración del capítulo depende de la parilla de programación de la emisora televisiva. De la estrategia de programación competitiva se desprende la cantidad de escenas y la extensión temporal de la tira diaria (en general oscila entre treinta y dos a treinta y nueve escenas, y entre cuarenta y ocho a setenta minutos). Las emisoras televisivas observan los comportamientos de sus competidoras y alargan o acortan los capítulos. Por otra parte, la extensión de cada capítulo puede reducirse cuando transcurren los capítulos finales de la tira, ya que los gerentes de programación deciden fraccionar la emisión de los capítulos y complementar la hora de emisión con la propuesta de ficción que la reemplazará en la grilla de esa emisora televisiva.

Las dificultades en la grabación de las escenas

Las grabaciones se efectúan en piso (decorado) o exteriores (locación) e implican diferentes tipos de organización. La unidad de piso debe registrar mayor productividad porque compensa las escenas no desarrollados por la unidad de exteriores. Las grabaciones por fuera de las instalaciones productivas, es decir, en las locaciones le aportan acción y ritmo a las tramas. Al permitir un amplio despliegue de producción le imprimen un atractivo visual a las secuencias.

En términos productivos la unidad de piso graba entre veinticinco y treinta escenas por día, mientras que la de exteriores produce entre diez y doce escenas debido a que en un mismo día de trabajo puede trasladarse de locación. De todos modos, la cantidad de escenas que se producen en piso o exteriores depende de la complejidad de lo que se está grabando en el nivel técnico y actoral.

A continuación se analiza la organización para la grabación de las escenas. Lo primero que se considera es la citación del equipo técnico y artístico ya que impacta en los tiempos de trabajo. Una correcta citación evita la extensión de la jornada laboral y elude el pago de horas extras.

Antes de comenzar a rodar el director llega al *set* y reúne a los referentes de cada una de las ramas. Los trabajadores reciben la explicación sobre la organización de la jornada de trabajo y de la primera puesta en escena. Los representantes de las áreas transmiten la información al personal que tienen a cargo con el objetivo de preparar el *set* de grabación de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas por el director.

Luego de esto, el director "pasa letra" (4) con los actores o analiza las puestas de escena del resto del día. El asistente de dirección permanece en el *set* coordinando todas las áreas para garantizar que en cuarenta y cinco minutos aproximadamente el *set* esté disponible y proceder

al ensayo con los actores. Por lo general, la rama que más tiempo demora es fotografía. De todas maneras, el tiempo de preparación del *set* depende de la complejidad de las escenas, el director evalúa los libretos (y las escenas) al momento de diagramar la jornada de trabajo y estipula el orden de grabación.

En las grabaciones de piso, por lo general, participa un *gaffer*, cuatro eléctricos, un asistente de producción, un asistente de dirección, tres camarógrafos, dos asistentes de cámaras, dos microfonistas con las cañas, una maquilladora, una vestuarista y el *grip* u operador de *travelling* que es opcional de acuerdo a las escenas. Por fuera del *set* se ubican el director, el director de fotografía, el jefe de producción, otro maquillador, un peinador y el jefe técnico. En los estudios se graba con tres cámaras conectadas al *switcher* y el director tiene la posibilidad de preeditar las escenas, que después se editan para ensamblar cada capítulo. Esto permite, en parte, reducir los tiempos de trabajo en edición.

En exteriores la composición del equipo es similar, aunque en ocasiones se requieren más recursos humanos por el tipo de escena. En las locaciones se usan dos cámaras y se graba *free run*, es decir, todo el tiempo. Luego, ese material se edita en la fase de posproducción.

Al comparar las condiciones de producción de las tiras diarias con otro bien industrial y al reflexionar sobre las fases de producción como una "cadena de montaje invisible", se observa que resulta complejo estipular una cantidad de escenas producidas a diario particularmente en exteriores, debido a la existencia de factores que resultan poco previsibles como las condiciones climáticas o la enfermedad de un actor. En este último caso es notable la imposibilidad de reemplazar a un trabajador por otro, ya que los personajes en las ficciones no son intercambiables. Y cuando suceden este tipo de situaciones los guiones deben ajustarse para evitar inconvenientes en la producción *per se*.

Una escena posee una duración aproximada de dos minutos y cada capítulo tiene en promedio treinta escenas. Puede suceder que un primer capítulo contenga noventa escenas y la duración real de un capítulo es de cuarenta y ocho minutos de artística, sin la tanda publicitaria.

Después del primer lustro del siglo XXI se transformaron la cantidad de bloques y de cortes. En las ficciones se establecieron dos tandas comerciales, una a mitad del programa y otra antes de emitir las escenas del capítulo siguiente, en la década de 1990 los programas contaban con cuatro o cinco bloques y tres o cuatro pautas publicitarias. El incremento de la competitividad entre las ficciones y los programas de entretenimiento programados por los canales de aire en abierto más el desarrollo de la televisión de pago (cable y satélite) implicó el despliegue de nuevas estrategias para evitar el *zapping*. Una solución impulsada desde la producción consistió en el uso de publicidades integradas a los productos audiovisuales, más conocidas

como publicidad no tradicional (PNT), la inclusión de publicidad en el interior de los contenidos colabora a sostener los niveles de rentabilidad de las producciones.

La posproducción: imagen, sonido y texto

La posproducción comienza cuando las escenas ya están grabadas. El primer procedimiento es la edición de las imágenes que son montadas de acuerdo con lo estipulado en cada uno de los capítulos. En este momento se agregan los efectos visuales y la gráfica, luego se realiza la edición del sonido para, por último, hacer el entrelazado final. Esta rama, también, le entrega las imágenes al área de promociones de la emisora televisiva para que realice los avances de la ficción programada.

Uno de los puntos de quiebre en este sector fue el pasaje de la edición lineal a la no lineal. Con el sistema no lineal empezó la digitalización de las islas de edición. Según Marisa (productora ejecutiva) esto sucedió a finales de 1990. Un capítulo normal sin efectos particulares que debe pasar por "limpieza" de sonido (nivelar el audio entre el piso y los exteriores) y por la musicalización, se edita en un día. Mientras que los más complejos se resuelven en dos días. Antiguamente el sonido presentaba mayores desequilibrios entre el piso y los exteriores pero con el sistema *pro tools* (5)⁵ se unifican los ambientes y se empatan los sonidos (interior/exterior), independientemente de la unidad visual que debe existir.

A la isla de edición llegan todas las escenas por separado, las de piso y las de exteriores. El director está en contacto con el área de posproducción en la fase de preproducción para delimitar cuestiones nodales de la ficción. Después se ingresa en una rutina en la que los trabajadores de la rama de edición reconocen qué deben hacer. El director propone las articulaciones posibles para enlazar las escenas que componen un capítulo, esto puede ser utilizado como el puntapié inicial o el jefe de edición puede decidir el modo de editar cada una de las tomas capturadas. Se pueden aplicar los conceptos de control laboral y el saber ser dado que el trabajador técnico creativo, tras recibir las indicaciones iniciales provenientes de la rama de producción o de la rama de dirección, comprende la modalidad de trabajo y efectúa sus tareas con el fin de lograr la estética visual diseñada en la fase de preproducción.

Por otro lado, de la unidad de exteriores se obtiene el material audiovisual por separado de las tres cámaras y la cantidad de capturas totales de cada una de las escenas. El director de exterior puede indicar que imágenes o escenas usar de cada una de las cámaras para el proceso de edición, caso contrario los jefes de edición eligen la secuencia de imágenes que darán origen al capítulo.

La edición se realiza por orden cronológico (como aparece en el libreto), a veces están indicados los pasajes de día a noche o el frente de una casa o minutos más tarde, y otras no. En ese caso el editor consulta el guión y los incorpora. También acontece que por algún motivo el director no respete el libro o que existan problemas de continuidad, eso se soluciona en la posesición anexando un separador que colabore con la comprensión del capítulo. La rama de edición tiene la función de finalizar el capítulo para su emisión.

Comúnmente hay islas específicas para incorporar los efectos especiales o diseñar los *clips*. Esos espacios funcionan de modo independiente al lugar donde se ensambla el capítulo final.

En cuanto a los tiempos de trabajo, Pablo (editor) indica que en un programa de emisión diaria se trabaja al día. Los programas muchas veces tienen PNT y esas ventas pueden cerrarse cuando el contenido audiovisual está en el aire. Las publicidades en ocasiones se incorporan el mismo día que el capítulo debe emitirse, entonces se debe reducir alguna escena. También puede suceder lo contrario, es decir que algún anunciante solicite reprogramar la emisión de la publicidad. Cuando esto acontece, se extiende el capítulo. En este sentido, la incorporación de publicidad dentro de una tira diaria se asemeja bastante a lo que ocurre en un periódico puesto que el espacio disponible para las notas y su extensión depende de la publicidad vendida para cada edición. En las tiras diarias las escenas representarían (la nota) y la duración temporal de cada una de ellas (la extensión de la nota).

En el caso de las productoras audiovisuales televisivas, el capítulo se verifica en el transcurso de la edición, cuando se encuentra al 90 % se realiza un visionado general y el porcentaje restante se controla al momento de introducir modificaciones. En las tiras diarias, el enlatado final se suministra a la emisora televisiva a las dieciséis horas o se proporciona el día previo a su transmisión. La institución emisora controla que el material esté correctamente editado.

La edición de los capítulos es relevante porque representa la última oportunidad para corregir o salvar desaciertos de la fase de producción *per se*. Al mismo tiempo, como explicamos, se pueden editar escenas para un capítulo el mismo día de su emisión. Entonces las tiras diarias tienen una especificidad en su forma productiva que impide medir por completo los ritmos de producción e implica que el producto (o capítulo) pueda sufrir transformaciones de último momento, añadir escenas o descartarlas para anexar publicidad acordada con los anunciantes. Como expusimos la cantidad de anunciantes se desprende en parte del éxito de la ficción, en efecto las tiras diarias tienen una vía de financiamiento indirecto por medio de la publicidad.

Palabras finales

Hemos identificado y caracterizado tres fases productivas, a saber: la preproducción, la producción *per se* y la posproducción. De la explicación de cada una de ellas se deriva la importancia del presupuesto para la realización del producto audiovisual y se visualiza la estructura jerárquica en el proceso de producción y los mecanismos de control externos (simple, grupal y autocontrol) que aparecen una vez conformado el equipo técnico y artístico. Es central la figura del productor ejecutivo puesto que diagrama y controla todo el proyecto. Asimismo, se destaca el rol del autor o los autores que aportan el libreto, es decir, el insumo principal para iniciar la producción y el papel de los directores (piso y exteriores) que brindan las imágenes que compondrán el capítulo final. Luego se advierte la presencia del resto de los referentes de equipo: director de fotografía, de arte, jefe de locaciones, jefe de posproducción, coordinadora de vestuario, de maquillaje y de peinado. Al mismo tiempo son relevantes el talento artístico (actores), comúnmente elegido por el productor ejecutivo y desde comienzos del siglo XXI adquiere relevancia el área de posproducción por la posibilidad de mejorar la calidad de imagen y sonido, y de corregir desaciertos derivados de la fase de producción *per se*.

Por otro lado, explicamos que el factor tiempo resulta crucial en la producción de una tira diaria televisiva. La modalidad de producción flexible (la más utilizada en la Argentina para la realización de las tiras diarias) implica que la cantidad de capítulos abiertos y adelantados se considere en relación con las reacciones del público respecto al contenido del producto, su trama argumental y el desenvolvimiento de los personajes. Por esta razón persiste un sistema de trabajo con cero *stock* dado que se verifica un lapso breve entre la grabación del capítulo y su efectiva emisión.

En este sentido, se detecta que la cantidad de capítulos abiertos al momento de grabar depende del tipo de producto y de la productora. Algunas no proceden a la apertura de más de diez capítulos debido a que cotejan el producto cultural (tiras diarias) con las expectativas del público y comprueban la aceptación de los personajes y de las tramas centrales. Así pueden considerar las preferencias de la audiencia al diseñar la producción. De modo concurrente, la extensión de un capítulo depende de la emisora televisiva y la productora dado que responde a las necesidades programación y a la competencia con los otros canales que componen el sistema televisivo, que en el caso argentino es de tipo competitivo y comercial.

Por otro lado, establecemos una diferencia entre la industria televisiva y el resto de las industrias culturales como el cine, la prensa diaria o la discográfica en la cuales el consumo del producto es inmediato y los usuarios perciben con mayor rapidez su interés o aceptación por el contenido. En cambio, en la televisión y concretamente las tiras diarias necesitan tiempo (semanas o días) para posicionar el bien cultural en la pantalla televisiva y hacia el interior de la

grilla de programación. Sin embargo, esos tiempos no pueden ser excesivos, los productores culturales lo consideran dentro del proceso productivo y como veremos recurren a estrategias para generar el interés de las audiencias, por ejemplo mediante la emisión de primeros capítulos con elevados niveles de producción.

La profesionalización en la producción de ficciones televisivas implicó un incremento del personal, la aparición de los elencos corales y la duplicación de personal técnico afectado por la existencia de dos o más unidades de producción por ficción. Del mismo modo, se constatan diferencias de acuerdo con el tamaño y la dimensión de la estructura productiva. En las de mayor tamaño, generalmente, finaliza la realización de un producto y se inicia otro ciclo productivo, entonces se requiere de un mayor dinamismo para resolver principalmente la fase de preproducción.

En resumen, una producción planificada adecuadamente economiza recursos. De esto se deriva la valorización y retorno del capital en la producción de una tira diaria, los costos productivos se amortizan en el mercado interno y se complementan con la comercialización del contenido final o su formato al exterior.

Notas

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

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

(3) El cero *stock* no debe pensarse como el impuesto en el modelo ohnista de la fabricación automotriz, en este se deben reducir al máximo los errores y por ello no existen componentes o insumos de reserva, se entregan las cantidades necesarias para producir. En el caso de la producción de las tiras diarias lo que no hay es stock de tiempo, en general, se trabaja al límite de la emisión del contenido y cualquier inconveniente ocasionado en algunas de las fases podría imposibilitar la entrega a tiempo del capítulo.

(4) Implica que el director repasa con los actores y el apuntador las escenas que se van a grabar y les explica cómo quiere que se actúen, las expresiones y la tonalidad.

(5) Sistema que permite trabajar en las producciones de audio y bandas sonoras a gran escala para mejorar la potencia y calidad del sonido. Los sistemas *pro tools* pueden: componer, grabar, editar, secuenciar y mezclar proyectos musicales o sonido para imagen.

Bibliografía

- Arrese, A. (2004), "Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios", en *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, N° 2, Universidad de Navarra, pp. 9-44.
- Bulloni Yaquina, M. N. (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, Universidad de Buenos Aires.
- Bustamante, E. (1999), *La televisión económica*, Barcelona, Gedisa.
- Da Silva, R. & M. Leite (2000), "Tecnología y cambio tecnológico en la Sociología Latinoamericana del Trabajo", en De la Garza, E. (comp.) *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*, México DF, Fondo de Cultura Económica.
- Di Guglielmo, H. (2005), "La telenovela y el programador ¿un amor imposible?", *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura* N° 39, Universidad Nacional de La Plata.
- Funes, A. & L. Ferrari Boniver (2009), *Señal de ajuste: televisión, economía y política en el nuevo milenio. Estrategias de Telefó y Canal 13*, Tesina de Grado, Universidad de Buenos Aires.
- Getino, O. (2008), *El Capital de la Cultura. Las industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires, Ediciones CICCUS.
- Mastrini, G. & M. Becerra (2006), "La economía política de la comunicación vista desde América Latina", *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, disponible en: <www.compos.org.br/e-compos>.
- Mazziotti, N. (1996), *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires, Paidós Ibérica.
- Mazziotti, N. (2002), "La televisión en Argentina" en Orozco, G. (coord.), *Historias de la Televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa.
- Mazziotti, N. (2006), *Telenovela. Industria y prácticas sociales*, Buenos Aires, Norma.
- Mosco, V. (2006), "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después", *CIC-Cuadernos de Información y Comunicación* vol. 11, 57-79, disponible en: <<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC0606110057A.PDF>>.
- Mosco, V. (2009), *La economía política de la comunicación*, Barcelona, Bosch.
- Ortiz, R.; Borelli, S. & J.M. Ramos (eds.) (1989), *Telenovela, História e Produção*, São Paulo, Brasiliense.
- Roldán, M. (2000), *¿Globalización o Mundialización? Teoría y Práctica de Procesos Productivos y Asimetrías de Género. Una interpelación desde las realidades de la organización del*

Vol. 1, N.º 49 (enero-marzo 2016)

trabajo en el apogeo y crisis de una industria nacional autopartista (1960-1990), Buenos Aires, Eudeba, Flacso y Universidad Nacional de la Patagonia (SJB) Delegación Zonal Trelew.

- Roldán, M. (2010), "Trabajo "Creativo" y Producción de Contenidos Televisivos en el marco del Capitalismo Informacional Contemporáneo. Reflexiones sobre el caso argentino en los 2000, en Susana Sel (Coord), *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo*, Buenos Aires, CLACSO.
- Roldán, M. (2011), "Nueva codificación de trabajo creativo televisivo y capitalismo informacional contemporáneo. Algunas implicaciones para el desarrollo en base a la experiencia argentina", *Perspectivas Metodológicas* N.º 12 (en edición).
- 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.
- Ursell, G. (2000), "Television Production: Issues of exploitation, commodification and subjectivity in the UK television labour markets", *Media, Culture & Society*, Vol. 22: 805-825. Londres, Sage Publications.
- Zallo, R. (1988), *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, Akal.

Entrevistas realizadas por la autora

- Claudio (productor ejecutivo de televisión), fecha entrevista 10/08/2011
- Marisa (productora ejecutiva de televisión), fecha entrevista 08/11/2011
- Jorge (autor de ficciones), fecha entrevista 30/11/2011
- Aníbal (director y coordinador de sonido), fecha entrevista 23/04/2014
- Bernardo (director de arte), fecha entrevista 25/10/2014
- María Teresa (asesora de imagen y vestuario), fecha entrevista 05/11/2014
- Pablo (editor), fecha entrevista 05/11/2014
- Matías (director de exteriores), fecha entrevista 12/11/2014
- Pedro (director de fotografía), fecha entrevista 13/11/2014
- Gustavo (director de piso), fecha entrevista 14/11/2014