01069 3

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Unidad de posgrado

La telenovela mexicana 1958-2002 –forma y contenido de un formato narrativo de ficción de alcance mayoritario–.

Tesis que para optar por el título de
maestra en letras mexicanas

presenta

María Blanca de Lizaur Guerra.

FAC. DE FILOSOFIA Y LETRAS

México, D.F. 2002.

DIVISION DE
ESTUDIOS DE POSGRADO

3B 10/L02 -III-

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

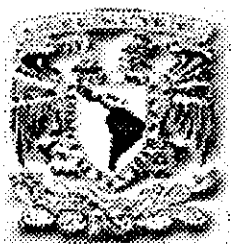
Carlos Monsiváis afirma que Dios,
"al ver la primera pareja tan sola,
[...] creó la telenovela para que tuviera con qué entretenerse".
Mas yo me atrevo a pensar que el Creador,
de hecho, escribe telenovelas.
A su lado, en el Cielo, ángeles y santos forman facciones,
vitorean a "los buenos", abuchean a "los malos",
y suplican al escritor –frecuentemente con éxito– que modifique el guión.

No falta un personaje que se le salga de las manos,
que decida llegar tarde "a grabar",
o de plano se rehúse a llorar ni siquiera una lágrima más
–uno que no entiende que Dios tiene "diagramados" ya los capítulos,
que todo ocurre por una buena razón,
y que finalmente no hay "justo" que se quede sin recompensa
ni malo que no sea quemado "como chispa ardiente en un cañaveral"–.

A esto se refiere don Carlos cuando dice que la telenovela es
nuestro "cinturón de castidad".[1]
Y su buen humor me recuerda el del Humorista Infinito
que se saca de la manga un as maravilloso
cuando el último capítulo se desvela ante su público celestial...

A este Escritor dedico mi trabajo;
se lo ofrezco con la esperanza
de que él hará rendir esta obra
más allá de lo que por sí mismas
alcanzarían mis fuerzas:

Por mi raza hablará el Espíritu.



1551- 2001
450º aniversario.

---

1 Ambas citas corresponden a: Carlos Monsiváis; "Cinturón de castidad (notas sobre telenovelas y cultura)" –fragmento del ensayo ganador del premio Lya Kostakowsky 1998–, *ViceVersa* # 82 [marzo 2000]; págs. 42-43, y paradójicamente se presentan a contrapelo de las opiniones vertidas por el mismo autor en *Aires de familia: Cultura y sociedad en América Latina* –XVIII Prêio Anagrama de Ensayo–; Barcelona, Anagrama [Argumentos # 246], 2000.

AGRADECIMIENTOS

La presente tesis fue en parte elaborada merced a una beca de la Facultad de Filosofía y Letras y de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México (1995-1997), y fue terminada gracias al apoyo económico del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (2002).

Un primer esbozo de esta investigación fue presentado en el congreso *Representing Mexico: Transnationalism and the politics of culture in Post-Revolutionary Mexico*, que tuvo lugar en la Torre del Instituto Smithsoniano en Washington, D.C., en 1997, bajo el patrocinio de la Universidad de Yale y el Woodrow Wilson Center. Tanto los organizadores como los participantes enriquecieron grandemente este trabajo con sus opiniones y consejos. Entre ellos quiero agradecer en particular el apoyo y los comentarios de Anne G. Rubenstein, Heather Levi, Eric Zolov, Alex Saragoza y William Beezley.

El Departamento de Español y Portugués de la Universidad de Stanford enriqueció las fuentes de esta obra al permitirme el acceso a sus fondos bibliográficos durante una estancia de investigación. El Prof. Walter J. Ong (Saint Louis University), por su parte, enriqueció mi perspectiva general sobre el fenómeno analizado y su inserción en las teorías de estudios culturales.

Especialmente quiero agradecer:

...A la paciencia infinita de mis padres, sólo equiparable –claro está– con la de unos perfectos "padres de telenovela". Y a mis hermanas, con las cuales he aprendido que un mundo de mujeres no tiene por qué ser un mundo de tontos.

...A María Cruz García de Enterría, por acogerme en Alcalá de Henares, en el quinto centenario de la fundación de la universidad, y permitirme de esta manera llevar a término la presente investigación.

...A Vittorio Vaccari (q.e.p.d.) y a Manuel Ignacio Pérez Alonso. Tan sólo siento no haber nacido antes, para así poder disfrutar de su amistad durante mucho más tiempo.

ÍNDICE

- PRÓLOGO

PRIMERA PARTE: LA FORMA DE LA TELENOVELA

I Y la telenovela, ¿qué dicen que es?

II Lo que sí es la telenovela
- *2.a Primer esbozo de una definición*
- *2.b La labor del escritor de telenovela, el capítulo promedio, y la publicidad*
- *2.c Los límites de la publicidad, y la difusión miscelánea en literatura*
- *2.d Cuántas escenas "hacen" un capítulo*
- *2.e Duración del capítulo promedio, y modalidades de transmisión*
- *2.f "Suspense", anticipación, y otros mecanismos que consiguen la fidelidad del público*
- *2.g Anécdota, trama e "historia". Manejo de subtramas*
- *2.h Cuántos escritores tiene una telenovela. Las versiones o "refritos"*
- *2.i El formato del libreto, y lo que no debe incluir*
- *2.j La edición (o supervisión) literaria y dramática*
- *2.k Contabilización de momentos climáticos; estructura narrativa lineal de tensión creciente; la telenovela y el cuento popular*
- *2.l Creación abierta hacia el receptor; el escritor como portavoz de la voluntad popular*
- *2.m Alargamientos y compactamientos; resúmenes*
- *2.n A qué público llegan las telenovelas*

III El cuento, el melodrama y la telenovela
- *3.a "Digan lo que digan ...los demás"*
- *3.b El principio de justicia y su funcionalidad sociológica. El cuento popular, el mito y el melodrama*
- *3.c Características del melodrama*

IV Una nueva definición de la telenovela
4.a El traje nuevo del emperador, en este caso sí era hermoso...
4.b Definición formal de la telenovela

SEGUNDA PARTE:
LAS POLÍTICAS DEL CONTENIDO EN LA TELENOVELA MEXICANA, 1958-1984-1995-2002

I Contexto histórico de la televisión mexicana
1.a Y así nació este "corrido"...
1.b Los mitos del progreso
1.c Actores del control de contenidos
1.d En busca de la modernidad
1.e Políticas del contenido hasta 1984-1985

II Articulación de intereses en la aplicación de las políticas del contenido
2.a Final feliz, cooptación y éxito comercial
2.b La aplicación discrecional de la ley
2.c Articulación de los intereses de las televisoras, con los de la autoridad
2.d Los intereses de los "medios", de los publicistas y de los anunciantes
2.e La participación indirecta de la sociedad; el manejo de elementos religiosos
2.f Qué tipo de telenovelas produjeron estas limitaciones
2.g Epílogo: Las cosas están cambiando desde 1995...

REFLEXIÓN FINAL:
EL CENTRO Y LA PERIFERIA EN LA LITERATURA ACTUAL

- Una mención obligada: la telenovela y el canon literario

- APÉNDICES
a Libreto de un capítulo de telenovela.
b Resumen del marco legal, por parte de un experto.

- FUENTES
a Fuentes directas
b.1 Bibliografía citada
b.2 Hemerografía citada

PRÓLOGO

Estudiando las novelas populares de amor, nos topamos con una serie de elementos del contenido que, una y otra vez, se hacían presentes en las obras contemporáneas. Se trata de los ideales prácticos de nuestro siglo, tales como el que los protagonistas sepan leer y escribir, luchen por adquirir un título universitario, vayan al médico y no al brujo, y se encuentren siempre "más limpios que lo está el sol" –como diría el Duque de Rivas, salvo que él se refería, no a la limpieza del cuerpo que hoy prima, sino a la del honor–.

Enumerar estos límites nos dio una nueva perspectiva del siglo que acaba de terminar; explicarlos nos permitió comprender mejor la historia reciente de México. Hacer de ellos el objeto de nuestra investigación nos permitió dibujar las limitaciones del contenido propias de la literatura popular del XX, que a su vez hace eco de las que la literatura de "canon" –o "culta"– maneja. No es poco el logro, si pensamos que las historias literarias de este siglo se han visto imposibilitadas hasta ahora para explicar dentro de ciertos conceptos globales, los puntos de convergencia mostrados por las distintas escuelas del siglo que ahora expira –del tipo de la empleada para describir las

escuelas literarias de los siglos previos–.

Las sociedades fijan la impronta de sus valores, ideas y creencias en las obras literarias, limitando el número y el tipo de elementos que quieren ver representados en ellas. Y su combinación hábil ha dibujado el estilo no personal, sino de época, que después recogen las historias de la literatura. [1] Los elementos descritos en la segunda parte de este estudio, pueden ser empleados –en nuestra opinión– para reunir bajo un sólo concepto global el sentir artístico del XX. Aunque no nos corresponde ya a nosotros el enfrentar ese reto.

En nuestro análisis hemos enfocado las telenovelas mexicanas. Esto ha ofrecido ventajas e inconvenientes. Su éxito masivo, permite suponer que los ideales prácticos que dibujan, reflejan realmente el sentir mayoritario de nuestra sociedad. Su éxito mundial, además, nos hace inferir que sus ideales de "modernidad", reflejan en algún grado los de muchas otras sociedades en nuestro siglo.

Por otro lado, estudiar obras tan largas, y transmitidas por televisión, ha dificultado grandemente nuestro trabajo: Los "culebrones", al revés que las obras impresas, no se conservan en archivos o bibliotecas especializados, por lo que no es posible acudir al texto cada vez que surge una duda. Para fijar conceptos con un mínimo de fiabilidad, ha sido necesario exponernos a un gran número de ellas, archivar gran cantidad de material paralelo a su distribución,

---

[1] Vistas ya con perspectiva histórica, las obras de la época naturalista –por poner un ejemplo dentro del campo de lo literario "culto" que tanto valora la originalidad– resultan sorprendentemente parecidas en su elección de asunto, personajes, escenas, diálogos, y demás artificios literarios, a pesar de su pretensión de realismo extremo. Pero esto es lo que permite a cada época hablar con voz propia (René Wellek y Austin Warren, *Teoría literaria*; 4ª ed., Gredos [Biblioteca Románica e Hispánica 2], Madrid, 1985 ; pág. 31).

y ejercitar en gran medida la memoria –algo que no se hace mucho en el mundo actual–. Hemos dedicado muchos años de nuestras vidas a consumirlas, a estudiarlas, y a entrevistar a la gente que participa en su creación y recepción. El presente trabajo viene a resumir nuestros principales hallazgos.

Esta obra tiene, por consiguiente, un peso testimonial difícilmente respaldable documentalmente. Si su valor se verá incrementado por la dificultad de una labor así, sus fallas por la misma causa serán también numerosas. Ofrecemos a todos nuestras disculpas por éstas últimas.

Desde ahora, también, queremos compartir el mérito que este texto pueda alcanzar, con las decenas de personas a las que hemos entrevistado, o con las que hemos colaborado en los últimos diecisiete años –muchas de las cuales aparecen listadas al final, en la sección de "fuentes directas"–.

No estudiaremos las cuestiones relacionadas con la tecnología de transmisión –en este caso: la televisiva–, como pueden ser el uso de cámaras, el manejo y almacenamiento de las señales de audio y vídeo, la transmisión por los distintos tipos de banda electromagnética, la migración de la televisión convencional a la de alta definición, o las posibilidades de inter-actividad de la nueva televisión de señal restringida –entre otras cuestiones–. Tampoco trataremos de las convenciones dramáticas (en tanto la difusión de la telenovela depende de una labor actoral también codificada estrechamente). ***Objeto de nuestro estudio es la telenovela, en tanto fenómeno narrativo, de ficción, y de alcance mayoritario; esto es: en tanto es susceptible de análisis literario.***

Se deduce, en consecuencia, que a lo largo de esta obra, nos dedicaremos a analizar la forma y el contenido de las telenovelas transmitidas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

en México, desde su nacimiento como tales –1958–, y hasta el año 2002.

PRIMERA PARTE:

LA FORMA DE LA TELENOVELA

CAPÍTULO I:

Y LA TELENOVELA, ¿QUÉ DICEN QUE ES?

Tomás Alberto López Pumarejo define a la telenovela como:

> "Versión televisual de prototipo radionovela. Narrativa femenina publicitaria en serie para teledifusión. La misma es susceptible de extenderse y de ser alterada en su composición argumental a discreción de los productores. Se dosifica en episodios emitidos a intervalos regulares. Constituye unas dos terceras partes del flujo televisivo, y dado su impacto transnacional, puede decirse que es el tipo de narración seriada más popular en la historia de las narrativas. Es posible definir la telenovela como una funcionalización publicitaria más de la novela por entregas. [...] El término 'telenovela' generalmente designa lo que en inglés se conoce como '*soap*-opera' [...] " [2]

Esta definición nos ofrece un primer acercamiento a nuestro objeto de estudio. Acto seguido, buscamos el término "radionovela" en el mismo diccionario, por cuanto la definición de la telenovela nos remite a ella como prototipo. El problema surge cuando nos percatamos de que, pese a haber sido redactado por otro autor, el apartado sobre la radionovela prácticamente repite la definición de la telenovela que transcribimos arriba. Veamos:

"Narrativa femenina publicitaria, en serie, para difusión

---

[2] Tomás Alberto López Pumarejo; *Diccionario de literatura popular española*; Joaquín Álvarez Barrientos y María José Rodríguez Sánchez de León, edits.; Ediciones Colegio de España, Salamanca, 1997; *s.v.* "telenovela" (pág.310).

radiofónica, susceptible de ser extendida y alterada en su composición argumental a discreción de los productores e intérpretes. Se dosifica en episodios emitidos a intervalos regulares. Es posible definir la radionovela como una funcionalización publicitaria más de la novela por entregas. [...] El término 'radionovela' generalmente designa lo que en inglés se conoce como '*soap-opera*', término igualmente válido para la radionovela y la telenovela [...] " [3]

Nos llama la atención, además, el hecho de que el diccionario explícitamente equipare los términos de "radionovela", "telenovela", y *"soap-opera"*. Aún más: La definición que nos da, tanto de la telenovela como de la radionovela, resulta igualmente apta para describir *cualquier tipo de narrativa seriada por radio o televisión.*

Como no nos habla de la estructura narrativa peculiar de las telenovelas, difícilmente nos ayuda a distinguir –por citar sólo algunos ejemplos– entre:

(a) un programa "unitario" (esto es: de emisión semanal, con "entregas" prácticamente independientes una de la otra) que reúna varias pequeñas narraciones, también independientes entre sí –ejemplo: un programa que reúna varios cuadros cómicos, o sobre varios hechos fuera de lo ordinario–,

(b) una serie televisiva igualmente "unitaria", pero que presenta una narración completa en cada ocasión, y en la que los personajes centrales se repiten de un episodio a otro –ejemplo: La famosa adaptación de la vida de Laura Ingalls Wilder: *Little house on the prairy*, conocida en España como *La casa de la pradera*, y en México como *Los pioneros*–.

(c) una *soap-opera* estadounidense –narración de duración

---

[3] Joaquín Álvarez Barrientos; *Diccionario de literatura popular española, op.cit., s.v.* "radionovela" (pág. 277).

indefinida y estructura cíclica, sea de emisión semanal como *Dallas, Dinasty,* o *Falcon Crest,* o de emisión diaria como *Days of our lives*, *The bold and the beautiful*, o *All my children*–.

(d) una mini-serie, o narración breve y completa, de *entre 2 y 12 capítulos*,[4] que relaten progresivamente la obra (capítulos no-independientes entre sí) –ejemplo: la adaptación de algunos clásicos de la literatura española, que ha hecho Televisión Española, o la de *"best-sellers"* como los de Taylor Caldwell, por parte de distintas productoras sajonas. Recordamos en particular *Against the wind*, y *North and South*, entre los cientos transmitidos en la década de los ochenta,

(e) una telenovela propiamente dicha, y

(f) las series secuenciadas de películas cinematográficas, difundidas en un momento dado por televisión, como los varios filmes que componen la "saga" de *La guerra de las galaxias –Star wars–*.

Todos ellos son ejemplo de narraciones seriadas difundidas por televisión, pero no todas son –de ninguna manera– telenovelas.

Acudimos entonces a una experta en el tema, Assumpta Roura, autora de varios trabajos sobre telenovela, y así nos topamos con la confesión, sinceramente expuesta en el prólogo de su obra principal, de que nunca ha

---

[4] Normalmente el número de capítulos de una miniserie varía de un país a otro, en función de las necesidades de programación de cada empresa.

Algunas constan de 2 capítulos, con la idea de que puedan ser transmitidas durante un fin de semana (sábado y domingo). Otras constan de 5, con la idea de que la transmisión dure de lunes a viernes, ó de 6 para que sea posible transmitirlas de lunes a sábado. Unas más constan de 4-5 capítulos para poder durar todo un mes (en transmisiones semanales), o bien de 8-10 capítulos, con la meta de durar "al aire" también un mes, pero en transmisiones de fin de semana (sábado y domingo). Rara vez exceden los 10-12 capítulos de longitud.

visto una telenovela completa. El tener que escribir un artículo sobre ellas la forzó a exponerse a las que en ese momento transmitía la televisión. Las "historias" narradas estaban naturalmente *in media res* –ya estaban comenzadas–, y ella heroicamente las siguió hasta su culminación. Dado que la estructura narrativa de la telenovela la distingue precisamente de otros tipos de relatos televisivos, no hay manera de justificar el análisis de obras incompletas –el principio de cada obra da sentido a su desarrollo y a su final–. Y la nula exposición previa a la telenovela por parte de la analista, además, la enfrentó a un fenómeno literario para el que no estaba preparada, pues desconocía el "contrato tácito" de convenciones en el que las obras estaban inscritas. Dicho en términos más sencillos: Carecía de antecedentes que le permitieran comparar esas obras con otras, sin lo cual no podía determinar su calidad, saber si estaba generalizando a partir de obras representativas del formato, y si el esquema ideológico que estaba empleando era pertinente. El sesgo ideológico y geográfico de su interpretación, de cualquier manera, es claramente percibible para alguien criado en otras coordenadas geográficas, por ejemplo.

Y pese a que humildemente reconoce haber depuesto su antagonismo inicial, no espera exponerse nuevamente a este fenómeno literario:

> "Debo confesar" –nos dice– "y de ello me avergüenzo ahora, que hasta aquel momento sólo había visto algunos minutos de capítulos inconexos; [y] con un afán de crítica tan gratuito, que me llevaba rápidamente a desconectar[me] de estos seriales, disparando contra ellos todas las pistolas de desprecio que tenía a mano. Por extraños mecanismos de autodefensa, me resulta imposible recordar ahora cuál fue el discurso con el que, al respecto, obsequié [al] director de la revista, pero el resultado fue que no dudó en proponerme que escribiera un largo artículo sobre estas series [...]. La aventura no había hecho nada más

que comenzar."[5]

"Empecé por sentarme, muy seriamente, ante el televisor todos los días y a todas las horas, dado que todos los días y a todas las horas se emiten estas series. El resultado está escrito en las páginas que siguen."[6]

Muchos otros literatos y artistas "serios" se enfrentan a la telenovela –y a la literatura popular en general– con una nula o mínima exposición real a este tipo de obras, y con idénticos prejuicios; de ello da fe Manuel Delgado en su prólogo a la obra de Assumpta Roura, con múltiples citas tomadas de distintas fuentes, y que en nuestra opinión son representativas del sentir general de la comunidad académica e intelectual –salvo en Brasil–. [7] Mas no es culpa de estas personas, sino de la formación que han recibido, permeada de prejuicios gremiales. La mayor parte de ellos se siente obligada a justificar su adscripción "culta" –su propia valía profesional y personal– mediante el rechazo a todo fenómeno literario que carezca de prestigio cultural, sin realmente detenerse a ver si lo que afirman se atiene a la realidad.

Por último –en lo que se refiere a definiciones de la telenovela–, no queremos olvidar la de María del Carmen Albero Molina, quien cita un trabajo nuestro anterior, *no* sobre telenovela, *sino sobre literatura popular*:

Se trata de un " 'arte verbal no prestigiado', que posee las mismas características de la literatura tradicional [*en cuanto al manejo de una estética colectiva*].

[Se trata de un fenómeno] 'no prestigiado' porque gran

---

[5] Assumpta Roura; *Telenovelas, pasiones de mujer –El sexo del culebrón–*; Gedisa [Grupo: La Sociedad: Ensayos, Subgrupo: Análisis de la sociedad], Barcelona, 1993; pág. 13.

[6] Assumpta Roura; *ídem*, pág. 14.

[7] Manuel Delgado; Assumpta Roura, *ídem*, págs. I-XVII. Respecto al caso excepcional de Brasil, ver: "Semiología de la telenovela" *(Diógenes* # 13-14 [1991]; págs. 193-202) de Ramos Trinta y Mónica Réctor.

> parte de los estudiosos que han analizado la ***¡telenovela!*** lo han hecho desde una perspectiva de 'literatura culta', como lo evidencian los apelativos que hasta ahora se le han dado (anti-sub-, contra-, infra-, paraliteratura...).
>
> Este 'arte verbal no prestigiado' comparte con la literatura 'culta' 'la materia prima de los distintos tipos de arte verbal: El empleo artístico de la palabra –es decir: la explotación deliberada de los recursos del lenguaje–, y el propósito de relatar una ficción –esto es: una invención, una fantasía– de manera que resulte bella, atractiva para el posible receptor'. [...]
>
> Ahora bien: 'La clasificación como obra de arte debe distinguirse de su valoración' como tal" [*y para hacer estas últimas apreciaciones, retoma algunas citas nuestras de la obra de Wellek y Warren*].[8]

Evidentemente, estamos de acuerdo con cuanto dice, pero su descripción no sólo abarca a la telenovela, sino a toda obra de arte popular.

El hecho de que, en una investigación del Centro de Estudios Literarios y Lingüísticos de El Colegio de México, se haya tenido que echar mano de una definición de literatura popular para referirse a la telenovela, es un claro indicador de la carencia de una definición clara, descriptiva, completa y útil, en el campo de las letras, de este formato narrativo.

Por el otro lado, tenemos los estudios sobre la telenovela realizados dentro del campo de la semiología (o semiótica), y de la investigación en comunicaciones. Muchos de estos especialistas han producido cascadas de ensayos sobre nuestro fenómeno de estudio, sin aportar definiciones claras, que sean resultado de la exposición prolongada y desprejuiciada de sus autores a las telenovelas. Y esta antigua queja nuestra sobre la investigación

---

[8] María del Carmen Albero Molina; *El léxico de las telenovelas mexicanas: Filiación y densidad (un análisis estadístico)*; tesis de licenciatura en comunicaciones (Universidad Anáhuac, 1999), emanada de un estudio universitario, continental, liderado por Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios (C.E.L.L.) de El Colegio de México; págs. 1-2.

sobre comunicaciones en general, encuentra eco en la voz del director de la *Revista Mexicana de la Comunicación*:

> Podemos afirmar "en consecuencia, [que en el mundo de las comunicaciones] se han soslayado los estudios descriptivos cuyo aporte contextual e informativo permite a la postre alimentar estudios teóricos sólidos". [9]

Para complicar más las cosas, "comunicólogos" y semiólogos utilizan términos dispares para referirse a una misma cosa, y eso cuando no se contradicen abiertamente de un artículo a otro –o incluso dentro del mismo trabajo, como veremos después–. Y sin ocuparse de resolver estas diferencias taxonómicas y metodológicas que alimentan la confusión. Sin zanjar estas contradicciones, sin embargo, difícilmente será posible avanzar en el conocimiento de los fenómenos narrativos transmitidos por los "medios" de comunicación modernos.

La carencia de una dinámica de trabajo adecuada explica el que hayamos llegado al medio siglo de la telenovela iberoamericana, sin construir un cuerpo concreto de conocimientos sobre ella, organizado de manera sistemática.

Un ejemplo significativo del tipo de trabajos producidos dentro del campo de las comunicaciones, nos lo da una excelente compilación monográfica "sobre la telenovela en el mundo" –*Telenovela: Ficción popular y mutaciones*

---

[9] Miguel Ángel Sánchez Armas, director de la Fundación Manuel Buendía, y de la *Revista Mexicana de Comunicación*, en su prólogo a *Apuntes para una historia de la televisión mexicana* (que él mismo coordinó); Revista Mexicana de Comunicación y Espacio 98 (programa de vinculación entre Televisa y el mundo universitario), México, 1998; pág. 12.

culturales–, [10] a lo largo de la cual no aparece una sola definición concreta del objeto de análisis. Su indeterminación llega al punto de acoger, bajo el título de telenovela, ensayos sobre (a) ésta,(b) docudramas –que comprenden a su vez varios fenómenos conocidos genéricamente como *reality shows*–, [11] y (c) *soap-operas* (el "culebrón" anglosajón) –fenómenos estos últimos radicalmente distintos del que nos ocupa–.

Sobresalen entre los estudios realizados hasta hoy, sin embargo, los trabajos de los brasileños Aluizio Ramos Trinta, Mónica Réctor, Silvia Helena Simões Borelli, [12] y Nico Vink,[13] del colombiano Jesús Martín Barbero, [14] de las peruanas María Teresa Quiroz y María Teresa Márquez, [15] del cubano Julio

---

[10] Eliseo Verón y Lucrecia Escudero Chauvet, comps.; *Telenovela: Ficción popular y mutaciones culturales*; Gedisa [Colección El Mamífero Parlante], Barcelona, 1997.

[11] Dentro del rubro de *reality shows* –la realidad como espectáculo–, se dan productos tan diferentes como los *talk-shows*, los programas que explotan el *voiyeur*-ismo televisivo a la manera de *El Gran Hermano*, o las noticias de actualidad, cuando éstas son seguidas por la nación o el mundo, "en vivo y en directo" (como en el caso de algunas persecuciones policiacas o de sucesos como el de la caída de las Torres Gemelas de Nueva York, el 11 de septiembre de 2001).

[12] Además de la compilación que acabamos de citar –*Telenovela: Ficción popular y mutaciones culturales*–, que incluye sendos artículos de Ramos Trinta (págs. 107-112), y Simões (págs. 169-177), conviene acudir a "Semiología de la telenovela" *(op.cit.)* de Ramos Trinta y Mónica Réctor.

[13] Nico Vink; "La subcultura de la clase trabajadora, y la descodificación de la novela brasileña"; *Diálogos* # 34 [septiembre de 1992].

[14] Jesús Martín Barbero; "La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama, y vida cotidiana"; *Diálogos* #17, págs. 46-48.

[15] María Teresa Quiroz y María Teresa Márquez; "Mujeres que la miran, y mujeres que son vistas" [en Perú]; *Telenovela: Ficción popular y mutaciones culturales*, *op.cit.*, págs. 205-221.

Cid,[16] la estadounidense Ana M. López, [17] y de los mexicanos Francisco Javier Torres Aguilera,[18] y Jorge A. González. [19] Para estudiar formatos relacionados con el de la telenovela, y explotados en otras partes del mundo, vale la pena acercarse a la compilación de ensayos reunida por Robert C. Allen en *To be continued...; soap operas around the world.* [20]

En lo que se refiere a publicaciones más recientes, también dentro del campo de las comunicaciones, merece mención aparte el único que se ha dedicado de manera exclusiva a la telenovela, y que ha osado aventurar una definición de lo que es: El mexicano Álvaro Cueva, en su *Historia mínima de las telenovelas mexicanas.* Su definición, si bien meritoria, iluminadora, y resultado de un largo esfuerzo de investigación, resulta por demás problemática para su aplicación "científica". Veamos:

La telenovela es "un producto de consumo audiovisual,

---

[16] Julio Cid; "La telenovela cubana en la Cuba pre-revolucionaria; algunas consideraciones"; *Universidad de la Habana* #227 [enero-junio de 1986]; págs. 359-366.

[17] Ana M. López; "Our welcomed guests: *Telenovelas* in Latin America"; *To be continued...; soap operas around the world*; Robert C. Allen, ed.; Routledge, Londres y Nueva York, 1995.

[18] Francisco Javier Torres Aguilera; *Análisis histórico de la exposición a las telenovelas en México*; excelente tesis de maestría en comunicaciones (Univ. Iberoamericana –UIA–, 1991), si bien adolece de imprecisiones, como la de la fecha en que fue transmitida la primera telenovela mexicana, que él sitúa en 1957, ¡por el estudio de los *ratings*!, y el resto de los autores en 1958.

[19] Jorge A. González; "La cofradía de las emociones interminables; telenovela, memoria y familia"; *El consumo cultural en México*; Néstor García Canclini, coord.; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1991; págs. 295-336.

[20] Robert C. Allen, ed.; *To be continued..., op.cit.* –aunque la calidad de los artículos es muy desigual–.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

destinado al entretenimiento colectivo, y que para conseguirlo se apoya en cuatro elementos básicos: La continuidad, el melodrama, la pasión y la conclusión". [21]

Cabría suponer que esos cuatro elementos básicos, son todo cuanto es una telenovela, ya que Cueva no lista más componentes en su definición: Cuando recurrimos a la estrategia de desmembrar un objeto en sus partes para *poder describirlo*, implícitamente estamos implicando que sumados, reunidos, darán nuevamente por resultado lo descrito –una telenovela–; y esto no es así en Cueva. *Aunado a esto*, esperamos que una definición señale lo que es peculiar del objeto descrito –lo que lo distingue de los demás, y especialmente de aquellos otros objetos con los que pueda ser confundido–., pero nuevamente, esto no ocurre en la definición de Cueva. Aún más: Cada uno de los cuatro elementos que lista, pertenece a un paradigma lógico diferente, y ninguno de los cuatro ha sido utilizado en su totalidad.

Veamos algunos ejemplos de definiciones varias, para aclarar estos afirmaciones.

Si queremos definir al ser humano, podemos decir que se trata de un ser vivo compuesto de cabeza, tronco y extremidades. En otras palabras: Al decir "cabeza, tronco y extremidades", estamos listando las tres "rebanadas" que sumadas forman el "pastel" (es decir: al ser humano). Las tres ("cabeza, tronco y extremidades") *pertenecen todas al mismo paradigma* –al mismo "tipo de cosas"–.

Ahora bien, esto no distingue al ser humano de otros animales que también cuentan con cabeza, tronco y extremidades, por lo cual habrá que añadir que se trata de un animal *racional* –conforme a la conocida definición aristotélica, retomada y difundida por los enciclopedistas en el siglo XVIII–.

---

[21] Álvaro Cueva; *Lágrimas de cocodrilo*: *Historia mínima de las telenovelas en México*; Tres lunas, México, 1998; pág. 17.

Nada hasta aquí, sin embargo, nos indica que el ser humano normalmente necesita de sus congéneres para sobrevivir: que se trata de un ser gregario, que forma sociedades organizadas en las que se reparte las tareas necesarias para sobrevivir. Como esto todavía no refleja cabalmente todo lo que "ser humano" implica, entonces añadiremos que se trata de alguien que es sujeto de derechos y obligaciones –pues, dentro de la tradición jurídica, esto implica que es un individuo capaz de discernir por sí mismo, y de actuar por voluntad propia; que es libre y consciente de ello–.

Aunque suficientemente explícita, todavía podríamos añadir a nuestra definición otro par de características, que pusiera énfasis en lo más especial del ser humano –lo que, *sumado a lo anterior*, realmente lo torna diferente de todos los demás seres vivos y de los animales–: El hecho de que es capaz de sentimientos, de sueños, de arte, y de trascender su propia existencia.

Todas estas cualidades, sumadas, describen a todos los seres humanos en general –es decir: ni a más seres, ni a menos, que los que queríamos definir–. Si con ellas componemos una definición, ésta listará las características *más notables* del ser que hemos definido, e incluirá a todos los elementos de cada paradigma (cuando hablamos de "derechos", incluimos "obligaciones"; al listar su capacidad gregaria, mencionamos su capacidad de acción individual, cuando indicamos que cuenta con "cabeza", añadimos también "el tronco" y "las extremidades", y si hablamos de lo "racional" no olvidamos lo "sentimental", y lo "trascendental"). Es claro que ésta no es la única definición de "ser humano" que podemos crear, pero me parece que dejará satisfecha a la mayoría de las personas.

Adicionalmente: Se trata de una definición breve, esquemática, que en unas pocas frases da una imagen completa del ser u objeto descrito.

La definición de Cueva, sin embargo y salvo en su brevedad, no cumple

con los requisitos mínimos esperados de una definición, desde el punto de vista lógico. Es cierto que descompone al objeto definido en partes, pero éstas no pertenecen al mismo paradigma de descripción (no son todas partes, ni todas capas, etc.); por lo que, si intentamos sumarlas, no obtendremos una imagen "total" de la obra.

La telenovela ciertamente tiene conclusión –esto es indiscutible–, pero además tiene principio y desarrollo –sin ellos no tendría sentido que tuviera un "final"–. Una telenovela sin "principio", de hecho, tampoco sería telenovela; *ergo* el "principio" tiene que estar implícita o explícitamente mencionado en una definición que hace uso del concepto de "conclusión".

De la misma manera, si aceptamos que la telenovela es "pasión", entonces las otras "rebanadas" que conformen mi "pastel" (la definición), deben de pertenecer al mismo *paradigma lógico* (al mísmo "tipo de cosas") al que pertenece la pasión. Por ejemplo: "Pasión, intelecto y corazón". No digo que estas tres cosas, sumadas, sean una telenovela –ni que dejen de serlo–; lo que quiero decir es que (a) los cuatro elementos de la telenovela listados por Cueva, pertenecen cada uno a un paradigma lógico diferente, y que en ninguno de los cuatro casos el paradigma aparece completo; (b) y que los cuatro fragmentos-de-paradigma que nos da, sumados, no dan una "fotografía" de lo que la telenovela es, que la distinga de cualquier otro producto narrativo o "de medios" con el que pudiéramos confundirla.

Su definición, de hecho, puede servir para describir a muchas cosas diferentes, *además de a la telenovela*. Volvamos a leerla:

> La telenovela es "un producto de consumo audiovisual, destinado al entretenimiento colectivo, y que para conseguirlo se apoya en cuatro elementos básicos: La continuidad, el melodrama, la pasión y la conclusión". [22]

---

22 Álvaro Cueva, *ídem*, pág. 17.

Parecería, por ejemplo, que también podríamos usarla para definir a un partido de fut-bol: Éste tiene una continuidad evidente, despierta sentimientos intensos –que viene siendo la manera como Cueva define tanto al melodrama como a la pasión, en su obra–, nos mantiene asombrados, y llega a una conclusión... Pero, también la lucha libre presenta estos cuatro elementos...

Volviendo a lo dicho anteriormente al analizar el trabajo de otros estudiosos: Los trabajos realizados hasta ahora son iluminadores en cuanto a que nos ayudan a comprender lo que la telenovela es. Mas es necesario diseccionar lo que han hecho –es decir: lo hecho anteriormente– para construir algo * *nuevo*, * *necesario*, y que **no existe* –para llevar adelante el saber humano–. Ése es el trabajo de un teórico en cualquier campo; y precisamente el tipo de teórico que los estudios sobre comunicaciones requieren por su juventud, y por la inmensidad del área que tienen que analizar, explicar, y categorizar.

Salvo en el apabullante remanso de la estadística y de la tecnología, los estudios de comunicaciones –a mi parecer– han producido hasta hoy una incontable cantidad de afirmaciones, que no es posible depurar, sin antes confrontarlas entre sí. Y en Iberoamérica, en particular, dichas afirmaciones han sido frecuentemente cargadas ideológicamente de una manera visceral, que ha bloqueado toda posibilidad de diálogo productivo entre estudiosos –como bien señala Cueva cuando da cuenta de sus encuentros con maestros y estudiantes universitarios[23]–. E igualmente entre éstos y los autores, productores, distribuidores y consumidores de telenovela. No es posible organizar significativamente los logros obtenidos, sin un mayor rigor lógico que el que ha tendido a manejarse hasta hoy. Y sin ésta depuración y organización

---

[23] Álvaro Cueva; *Sangre de mi sangre*; Barcelona y México, Plaza & Janés, 2001; págs. 9 y 10.

sistemática de lo hecho, difícilmente podremos avanzar –ir más allá de lo hecho hasta ahora–.

Pero sigamos adelante con Cueva y su definición. Muy acertadamente, nuestro amigo sostiene que la conclusión (la manera como termina la obra) es el elemento que distingue a la telenovela latinoamericana del "culebrón" estadounidense (o *soap-opera*) –y que por eso es importante incluir la "conclusión" como parte de una definición del fenómeno–. Cuando el conflicto principal se resuelve, la *telenovela* se acaba; no así la *soap-opera* que –creada sobre el substrato cultural de la saga nórdica (una obra cíclica)– sigue durante años con atención la vida de un grupo de personajes. El conflicto moral, ahí, es eventual y múltiple –y tiene una importancia menor a la de los personajes–; en la telenovela iberoamericana, por el contrario, el conflicto moral es central —sin él la obra carece de significado, de atractivo, y los personajes de sentido–.

De ahí que el melodrama (cuya regla de oro es: "la vida no es justa pero al final siempre hace justicia") constituya la parte medular de nuestras telenovelas, y no de las sajonas. El placer que nosotros obtenemos de la conclusión "justa" de una obra ("justa" conforme a las ideas, creencias y valores de nuestra cultura), es tan difícil de asir para el mundo sajón, que Peter Brooks –el principal "experto" sajón en melodrama– ha llegado a reducir este género dramático, precisamente por su incomprensión, a una mera "estética del asombro".[24] Si su propuesta reflejara la realidad, podríamos hacer telenovelas saturadas de efectos especiales, sin un final justo, y *que gustasen mucho*, pero nunca se ha visto el caso.

¿Cómo explicar esto? Por el substrato cultural de la narrativa sajona,

---

[24] Peter Brooks; "Une estétique de l'etonnement: le mélodrame"; *Poétique* # 19; págs. 340-356

que es el de la ética protestante, y por ende el de la *predestinación*; con la consiguiente irrelevancia –inutilidad, incluso– de nuestras acciones, en aras de obtener nuestra "salvación" por nuestro propio esfuerzo, por nuestros propios méritos. El dios protestante no participa activamente –por lo menos en el sentir popular–, del mundo –todo está ya definido desde su creación, y así se queda–; el dios católico y el no-cristiano del mundo greco-romano, por el contrario, "nos deja" en libertad de actuar para que así demostremos nuestra "bondad" o "maldad", pero regresa continuamente "a poner orden en la casa". En un contexto así, el *Deux est machina* que se ocupa de la justicia final, resulta poco creíble para un sajón *en una obra que por su longitud y detalle pretenda reflejar una mecánica creíble de vida.* Por el contrario, para un "latino" –trátese o no de un creyente–, "la vida," *en verdad*, "no es justa, pero" *normalmente* "hace justicia", *tarde o temprano.* Dicho en otras palabras: Lo que en el mundo sajón es una incomprensible convención literaria –fantasía sólo excusable en una obra más breve, en un mero juego de la imaginación–, para el mundo latino es una convicción confirmada por la experiencia general.[25]

De ahí que el desarrollo de un grupo de personajes conocidos –el "seguirlos" a lo largo de muchos años de su "vida"–, resulte más interesante para un público sajón, que el desenlace de la obra (comparativamente con el caso iberoamericano), y de ahí que ellos puedan seguir durante años los avatares de una misma familia, pueblo o profesión, sin preocuparse jamás por la justicia o injusticia de que sobre los mismos personajes se acumulen sucesivamente todas las desgracias posibles, o una cantidad de éxitos a todas luces implausible. Y *sin que una mano "superior" se ocupe periódicamente de restablecer el "orden justo de la vida".* Como señala Tomás Alberto López Pumarejo, en la *soap-opera* el actor es indispensable, y la "historia" tiene que

---

[25] Agradezco a Anne G. Rubenstein la interesante charla en la que dilucidamos este concepto, en 1992.

adaptarse a él; mas en la telenovela la "historia" –la resolución del conflicto– cobra prioridad sobre el actor (de ahí que éstos pueden aparecer en más de una obra, sin que el público proteste generalmente por ello).[26]

Estamos, pues, Cueva y nosotros, de acuerdo en que la conclusión es un elemento diferenciador entre la telenovela y la *soap-opera*. Lo que no terminamos de comprender es entonces por qué considera las innumerables peripecias de Rouletabille, como la primera telenovela mexicana, cuando esta obra careció de una conclusión conforme al "justo" canon melodramático.[27] No puede ser "telenovela" lo que carece de los ingredientes de la telenovela que él mismo listó. Y aquí nos topamos con otro problema de frecuente aparición en trabajos del campo de las comunicaciones, y que ya mencionamos antes: Que una vez establecida una categoría, no siempre se apegan a ella, ni se aseguran de no-incurrir en contradicciones al manejarla. Desafortunadamente, en un campo de tan reciente surgimiento como el suyo, la disciplina metodológica todavía no se ha impuesto mayoritariamente con el debido rigor. Los "comunicólogos" en general simplemente no han sido formados para investigar, salvo cuando hacen estudios estadísticos o tecnológicos; y esto no es culpa de ellos, tanto como de las universidades en las que han estudiado.

Sigamos analizando la definición de Cueva: La continuidad es parte de toda obra narrativa, porque sin ella no es posible encadenar los hechos relatados, y mantener el vínculo lógico entre los componentes de la obra. Sin

---

26 Tomás Alberto López Pumarejo; *Diccionario de literatura popular española, op.cit.* Cabe recordar que este mismo autor utiliza intercambiablemente los términos "telenovela" y "soap opera", lo cual resulta sorprendente en alguien que sí encuentra diferencias importantes entre estos dos formatos narrativos.

27 Álvaro Cueva; *Lágrimas de cocodrilo, op.cit,* pág. 38.

ilación simplemente no puede haber discurso, ni mucho menos comunicación con el público. A lo que Cueva se refiere –me parece– cuando hace referencia a este "elemento constituyente" de la telenovela, es a su característica transmisión por "entregas". O mejor dicho: A que, dado que la telenovela se difunde de manera fragmentada, es muy importante enfatizar las cuestiones de continuidad que dan coherencia, conexión y armonía a las distintas partes de la obra entre sí, e impiden que el relato se venga abajo. Y en eso estamos de acuerdo también. Pero la importancia de la continuidad es consecuencia de la entrega fragmentada, y no al revés; de forma que lo que debemos citar en una definición de la telenovela, es su particular manera de transmitirse, más que la continuidad. ¿Por qué una y no la otra? Pues porque una definición debe poner énfasis en lo particular –en lo peculiar del objeto descrito–, y no en lo que se da también en un sinnúmero de narraciones y textos no "tele-novelísticos".

Otro problema más de su definición: Si (a) la sola transmisión seriada de una obra, y (b) la consiguiente fuerte carga de "suspense" que habitualmente sirve de contrapeso a una tensión narrativa diluida por la difusión fragmentada de una obra, caracterizaran exclusivamente al melodrama –como Cueva y otros muchos implican–, las obras de *Pixérécourt* –el máximo exponente del melodrama como género teatral en lengua romance–, *no habrían sido melodramáticas,* pues no eran seriadas. Ni tampoco las del padre del melodrama como género teatral: el gran enciclopedista francés Jean Jacques Rousseau.

Es indiscutible que la telenovela hace abundante uso del asombro, por un lado, del "suspense" por el otro, y de los "efectos lacrimógenos" por un tercero, como señalan Assumpta Roura, Cueva, González, y muchos otros más

–aunque tiendan en general a confundirlos entre sí–. Pero es posible encontrar telenovelas donde la atención del público se ha conseguido más por el ambiente logrado –por la evocación y los sentimientos despertados en los receptores–, que por la anticipación de acciones vistosas, por la angustia no resuelta del "suspense", o por los efectos especiales. ¿Acaso no suelen tildar a la telenovela de "género femenino" precisamente porque "no pasan cosas", porque estas obras "son puro diálogo" [28] ? —y eso pese a que 4 de cada 10 espectadores *confesos* de una telenovela de éxito, en México, son varones–. [29]

Ya vimos lo que la telenovela *no es*, o es "solamente en algún grado"; y por qué es necesario comenzar nuestra labor definiendo la telenovela iberoamericana en general –de la que la mexicana forma parte importante–. Para ello sumaremos la observación directa del fenómeno, nuestra experiencia de más de 15 años de contacto con el género, y las entrevistas a personas que han participado activamente en su creación y difusión. El resultado aparece a continuación.

---

[28] Tomás Alberto López Pumarejo; *Diccionario de Literatura Popular Española*; *op.cit.*

[29] Jorge A. González; *op.cit.*, pág. 315-316; pero al parecer el porcentaje se sostiene, según encuestas de mercado y análisis de auditorio en otros países de Iberoamérica, como Colombia y Brasil.

CAPÍTULO II:
LO QUE SÍ ES LA TELENOVELA

2.a) *Primer esbozo de una definición*

La primera parte de esta obra tiene como objeto producir una definición completa de la telenovela. Antes, sin embargo, es necesario esbozar una definición provisional, que nos permita distinguir qué obras son pertinentes para nuestro estudio, y cuáles se salen de nuestro campo de trabajo. Veamos:

La telenovela es una obra:

- *narrativa* que relata *una "historia" principal* y varias subordinadas, hilvanadas de manera *lineal*, en orden generalmente cronológico, *con principio, desarrollo y conclusión claramente establecidos*–,
- *de ficción* –ya que sería imposible narrar una historia "real" con el grado de detalle que requiere una telenovela, sin faltar a la verdad y violar la intimidad a que las personas "reales" tienen derecho–.
- *dramatizada* –dado que es representada por actores, de acuerdo con un código teatral adaptado a la televisión, bajo la supervisión de un director de escena–,
- *difundida de manera "seriada" –por "entregas" o capítulos concatenados–*, que no es posible difundir aislados del resto, ni en una secuencia distinta de la planeada originalmente. De hacerlo, se afectaría la coherencia, se derrumbaría la estructura interna, y por ende se destruiría la verosimilitud de la obra. En otras palabras: cada

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

capítulo, por sí mismo, no muestra una "historia" completa, sino que necesita de los demás para poder hacerlo; esto es: los capítulos de la telenovela no son"unitarios".

- *construida sobre una base escrita* –el libreto–,
- *transmitida por televisión.*

Se trata por lo mismo de lo que la literatura "de élite" –"de canon", "culta"– llama "un formato narrativo híbrido", ya que si bien parte de una base escrita –"literaria" en el sentido etimológico de la palabra–, se apoya en una de las nuevas tecnologías de transmisión para su difusión masiva.

2.b) *La labor del escritor de telenovela, el capítulo promedio, y la publicidad.*

La duración de una telenovela es limitada, en oposición a la *soap-opera* [30] que puede durar indefinidamente "en antena" –"al aire" –. Dado que la telenovela pone a prueba *la justicia de la vida conforme a la visión del mundo de la sociedad que la consume*, un alargamiento improcedente de la misma atenta contra el contrato tácito que se da entre público y productores, y que la constituye como formato reconocible. En su época dorada, la telenovela mexicana *de éxito* tenía una duración promedio de 120 capítulos, cada uno de media hora de duración total "al aire", [31] distribuida de la siguiente manera:

---

[30] Estamos utilizando el término *soap-opera* como si fuera único y de común uso en todas las naciones de lengua inglesa, pero en la realidad, cada país angloparlante tiene su propio término para designar a este tipo de obras. Además de "*soap-opera*", es posible toparse con *"kitchen- sink dramas"*, y *"daytime dramas"*, entre otros.

[31] Jorge A. González hace un estudio de la longitud promedio de las obras, en el que se evidencia que en los años 1958-1969 las telenovelas en general tenían una duración promedio de cerca de 10 capítulos (¡lo que hoy sería una mini-serie!); en la década siguiente (1970 a 1979), la longitud aumentó progresivamente hasta alcanzar los 90 capítulos en promedio. De 1980 a 1989 la duración se mantuvo

- **CAPÍTULO IDEAL PROMEDIO DE TELENOVELA:**

1.5 minutos, aprox.	*CRÉDITOS INSTITUCIONALES ("PORTADA")*
7 minutos, aprox.	**ACTO I**
2 minutos, aprox.	CORTE COMERCIAL
7 minutos, aprox.	**ACTO II**
3 minutos, aprox.	CORTE COMERCIAL
7 minutos, aprox.	**ACTO III**
0.5 minuto, aprox.	*CRÉDITOS INSTITUCIONALES ("TELÓN")*
2 minutos, aprox.	CORTE COMERCIAL
TOTAL: 30 minutos	

Con el tiempo este esquema se vino abajo por cuestiones crematísticas, ya que cuando los directivos de las compañías televisoras tenían una obra de éxito, cedían a las presiones de los publicistas (esto es: a las presiones de quienes los sostenían económicamente), y programaban más anuncios que los autorizados por la ley. La multa era menor que los ingresos extraordinarios, lo cual –a corto plazo– justificaba la validez pecuniaria de su infracción. A largo plazo, sin embargo y como veremos después, esto ha agraviado al cliente inmediato –el receptor promedio–. Las violaciones al "contrato tácito" entre productores y espectadores de telenovela se han acumulado de tal manera, que han terminado apartando al espectador del "formato narrativo" telenovela

---

estable en ese nivel (*op.cit.*, pág. 312): Una novela de éxito rara vez excedía los 120 capítulos.

Sólo a partir de la caída de los *ratings* (que se inicia en 1987-1988), se ha comenzado a manejar habitualmente obras tan largas como las actuales (200 capítulos en 2002), en un intento desesperado –como ya mencioné– de retener al público cuando éste por fin muestra preferencia por alguna obra en especial.

y del "medio" televisivo "abierto". Pero no es momento de hacer historia, pues ya de eso nos ocuparemos en la segunda parte de esta tesis. Por ahora baste señalar que para 1999 –12 años después del fin de la época dorada de la telenovela mexicana–, el personal de Televisa programaba habitualmente un corte comercial *más* por cada media hora de transmisión (fragmentando el capítulo de telenovela en cuatro, y no en tres actos), [32] algo que en 1987-1988, sólo se veían obligados a hacer los autores de las obras de más éxito.[33] A la larga, esta fragmentación extrema ha llegado al punto de dificultar el seguimiento de los hechos narrados –dificultad que naturalmente también ha ido en detrimento del volumen de espectadores alcanzado–.

Aún hoy, la telenovela rara vez excede las 200 "horas al aire", en total, incluyendo en este tiempo los cortes comerciales intercalados a lo largo de su transmisión, que la convierten en una obra de "difusión en miscelánea".

2.c) *Los límites de la publicidad, y la difusión miscelánea en literatura*

Cuando los comunicólogos y los semiólogos hablan de revistas actuales que reúnen distintos artículos, narraciones u otros datos –las llamadas "*magazines*"–, y por extensión utilizan este término para hablar de programas u obras con formato compilatorio –"de *magazine*"–, se están refiriendo en realidad a un fenómeno que la literatura conoce desde hace siglos bajo el nombre de "miscelánea".

Pero, ¿qué es una "miscelánea" literaria?

---

[32] Francisco Javier Torres Aguilera cita los cuatro actos como parte de su descripción del formato de la "telenovela", *op.cit.*, pág. 80.

[33] Silvia Castillejos; "Mil 500 cuartillas de *literatura desechable*, la telenovela: el dramaturgo Carlos Olmos"; *Unomásuno*, 8 de mayo de 1987.

> "Constituyen un género que, nacido en el XVI [pero] con precedentes clásicos [del mundo greco-romano] y medievales, ofrece al lector una multiplicidad de temas para enseñarle, [para divertirlo] y [...] para asombrarlo. Las distintas materias se presentaban de forma [frecuentemente] desordenada, lo cual propiciaba una lectura que podía ser continuada o [...] puntual –en este sentido las misceláneas se aproximaban a las polianteas [*agregados de noticias de distinta clase y procedencia* [34]], y tanto de unas como de otras se haría frecuente uso en los Siglos de Oro (Lope de Vega, etc.).
>
> Los distintos opúsculos que reunían, podían aparecer en más de una miscelánea, y "muchas veces se ocultaba la fuente de información –lo cual fue ridiculizado entre otros por Góngora–. En el XVI reposaban [sobre] una especial concepción del mundo y del hombre: La hermosura y variedad del universo [que debían de ser reflejadas por los autores, y que provocaban] la admiración del ser humano." Este tipo de experiencia múltiple de la vida –de conocimiento general sobre ella– "se entendía como un requisito indispensable para la construcción de un hombre perfecto" –el hombre renacentista–. [35]

Esta necesidad de reunir saber –y de hacerlo accesible a la mayor cantidad de gente posible– era particularmente necesaria en aquella época, como consecuencia: (a) de la reformulación de la imagen del mundo conocido, que implicó el descubrimiento de América, (b) de la difusión de la lógica de Petrus Ramus,[36] (c) del surgimiento de la imprenta, y (d) de las aspiraciones renacentistas.

Estas características se trasvasaron en los Siglos de Oro al teatro,

---

[34] *Diccionario de la Real Academica Española*; 21ª edición; 1992; *s.v.* "poliantea".

[35] Isabel Colón Calderón; *Diccionario de literatura popular española, op.cit., s.v.* "miscelánea" –págs. 201-203–.

[36] Walter Ong; *Ramus, method, and the decay of dialogue: From the art of discourse to the art of reason*; Harvard Univ. Press; Cambridge, MA, 1958.

donde las necesidades de producción (la necesidad de entretener al público entre acto y acto de la obra principal) favorecieron el fenómeno.

El hecho de que a lo largo de una telenovela, se transmita publicidad intercalada, significa que un "culebrón" debe someterse, además de a las reglas propias de su estructura interna, a otras que establecen una cierta armonía entre sus partes y las minúsculas obras que viven a su costa: Me refiero a los anuncios comerciales y políticos, las cápsulas musicales, informativas y de "interés público", etc., que son transmitidos entre "acto" y "acto" de la telenovela –durante los cortes comerciales–.

De la misma manera como los especialistas hoy suponen que la multitud de pequeñas obras satíricas, informativas, educativas, musicales o incluso obscenas –los "entremeses", los "pasos", las "mojigangas", los bailes, etc.– que se escenificaban en los entreactos de las comedias de Lope, Tirso y Calderón, se elegían y combinaban probablemente conforme a una serie de reglas –pues todas sumadas conformaban la "fiesta teatral", cuyo efecto en el público era resultado de la hábil combinación de las mismas–, las telenovelas de hoy, para recuperar y mantenerse en el gusto de su público, necesitan armonizar los tiempos, tono, producción y contenidos de los cortes comerciales, con los de cada obra.

Hay que tener presente que, mientras que en la ápoca de Lope de Vega, las pequeñas obras intercaladas nacían exclusivamente para complacer al público, éste –en nuestros días– sólo tolera los anuncios publicitarios debido a que sin ellos no podría recibir la obra principal que sí nace para complacerlo. El distinto "contrato de recepción" incide negativamente en los opúsculos actuales, que por lo mismo deben de cuidarse aún más para no exceder ningún límite.

La violación de las reglas que rigen la armonización de un "culebrón"

con los opúsculos comerciales *que costean su producción y difusión*, afecta a la recepción de la obra tanto como otros problemas que señalaremos a lo largo de esta tesis. Un *exceso* de obras parásitas (de cortes comerciales, cada uno con su propia narración, información ajena a la obra, etc.), dificulta la comprensión de la telenovela, reduce la tensión narrativa, merma el interés del espectador *("¿En qué nos habíamos quedado?")*, debilita el mensaje, y en general mina el éxito (por ende: el consumo) de la "historia". Y eso cuando no viola abiertamente las expectativas del público, agrediéndolo en sus expectativas, imagen o valores (como ocurre si se promueve productos de cuidado infantil en mitad de una obra pornográfica, o cuando por el contrario se anuncia una película extremadamente violenta en mitad de una telenovela dirigida a un público infantil o familiar). La distancia que separa la convivencia simbiótica con la invasión parásita, en este caso, se mide principalmente en cuestión (a) de cantidad, (b) de contenidos, (c) de tono, (d) de calidad de producción, y (e) hasta de volumen de sonido; y todo parásito que devora sin medida a su "anfitrión", termina por matarlo, acabando así con su propia posibilidad de subsistencia.

La publicidad medida y más adecuada de los primeros tiempos de la televisión "abierta", logró democratizar el acceso al entretenimiento y a la información, facilitando el acceso general a las obras transmitidas por televisión. Después de haber acostumbrado a todos los sectores sociales al consumo televisivo gratuito, se quiere ahora forzar a la mayoría a pagar ("a abonarse", "a suscribirse") para recibir una serie de productos culturales, que llega también excesivamente cargada de publicidad *pagada*. Independientemente del juicio ético y social que este hecho merece, y más en *un país subdesarrollado cuyo pueblo en general carece de lo más necesario*, podemos afirmar que constituye una mala estrategia de ventas. El pueblo siempre ha encontrado manera de divertirse, y si no encuentra una voz de su

agrado, y accesible a su bolsillo, terminará generándola por otras vías. [37]

La ley impedía que la televisión de paga (de "abonados", de "suscriptores"), en sus inicios, se financiara con publicidad, puesto que el espectador ya estaba cubriendo –y de su propio bolsillo– los costos de producción y difusión de las obras. La caída de los *ratings* (de los volúmenes de auditorio) de la televisión de difusión gratuita (o "abierta", o "aérea"), sin embargo, ha llevado a los publicistas y a los difusores de televisión de paga, a presionar hasta lograr que esta ley se derogase –los publicistas con la intención de llegar al público que se está alejando de la televisión gratuita, y los teledifusores-de-paga con el propósito de incrementar sus ganancias–.

No obstante, y por lo expuesto hasta aquí, si no se limita la publicidad intercalada en cada obra, y se armoniza su tono, producción, volumen audible, y contenido con los de las obras en las que es transmitida, tanto los publicistas como las televisoras terminarán por quedarse sin público al que llegar –habrán

---

[37] Si bien el ejemplo no pertenece al campo de la narrativa, vale la pena recordar que en los años 1987-1989, las casas discográficas, de acuerdo con las grandes cadenas de radio- y teledifusión en México, impusieron a la sociedad una dieta generalizada de *rock*, ya que el consumo de éste, pese a su crecimiento, seguía siendo marginal –"había que emparejar al país con el resto del mundo", según se comentó en aquel entonces, y nosotros pudimos observar–.

La dieta forzada ciertamente creó un público para este tipo de obras, porque la gente "adquirió" el hábito de exponerse a ellas. Pero el público mayoritario se volcó a consumir canciones más cercanas a su gusto (al que es natural en su cultura), generándose así ventas millonarias de discos "caseros" producidos por bandas de músicos "desconocidos", que solían cantar en fiestas de barrio y eventos familiares. Estos años, en consecuencia, permitieron el crecimiento exponencial de un fenómeno que la industria discográfica ha tenido que absorber después, para no quedarse "fuera del mercado", y que hoy conocemos como "la onda grupera". Y me complazco en recordar que estos músicos –en general– no tenían ni la apariencia física ni el vestuario que las casas discográficas creen indispensables para que un cantante "venda" discos.

Quitaron al pueblo su música favorita, y éste terminó produciéndola por sí mismo.

matado a la proverbial gallina de los huevos de oro–. La vida tiende al equilibrio (sea que lo definamos en los términos marxistas de "tesis, antítesis y síntesis", o bajo los términos de una "providencia" natural o divina); de ahí que todo abuso termine por romper la cuerda. Ponerle límites a la publicidad, adoptarlos y cumplirlos, defendería los intereses tanto de los publicistas como de los difusores, a largo plazo. Y los de las autoridades, que ya no pueden hacer llegar sus mensajes a toda la nación tan fácilmente como antes... Y también los intereses del público: ¿Acaso no habríamos preferido todos seguir recibiendo las obras de nuestro gusto, sin tener que pagar por ellas?

Y eso sin meternos a discutir sobre la degeneración tonal de los contenidos, y su efecto negativo, demostrado, en la sociedad, y a la que se ha acudido para intentar detener la caída de las ventas.

2.d) *Cuántas escenas "hacen" un capítulo*

El número de escenas por capítulo, varía grandemente de una telenovela a otra, e incluso en distintos capítulos de una misma obra. En los primeros tiempos de la telenovela mexicana, el número de escenas era menor, y mayor el peso de los diálogos. Con el paso de los años se incrementó el número de escenas, reduciéndose el diálogo a frases esquemáticas, con la ilusión de que así aumentaba la calidad de la obra. El ritmo narrativo, de hecho, sí aumentó, y con él la tensión generada por la obra en el espectador; pero esta evolución ha ido en detrimento de la capacidad de la telenovela de "generar ambiente", de introducir al espectador en su mundo ficticio, de generar un consumo "cómplice", de evocar, de hacer soñar e incluso pensar al receptor. La novela hoy es más incoherente y fría, a pesar de –y precisamente por– el

frenético ritmo de las escenas. [38]

Ahora bien, tanto los productores como el público se figuraron inicialmente que así "realmente estaban pasando muchas cosas en un solo capítulo", ¿cómo explicar entonces que la gente "se cansara" de ver este tipo de telenovelas, a los solos tres años de su aparición, aunque se tratara de un cambio que inicialmente había aplaudido? Una intensidad narrativa demasiado elevada cansa, porque genera en el espectador un nivel alto, y constante, de angustia, que no es posible sostener emocionalmente durante mucho tiempo. La aparición ocasional, y el éxito, de obras extranjeras en México –como la colombiana *Café con aroma de mujer,* o la venezolana *Topacio*–, con diálogos que podían requerir de un acto completo –y más– para transmitirse, derrumbó el mito de que a mayor número de escenas por capítulo, mayor debía de ser la calidad del escritor, y el éxito de la obra.

En *Beti, la fea*, por ejemplo, el día que el protagonista termina definitivamente con su novia de toda la vida, se muestra completa una larga conversación entre ellos: La escena (o "secuencia" –más propiamente dicha–, porque mientras hablan, camina de una habitación a otra) tiene una duración total de 21' 30" (21 minutos, 30 segundos), y un corolario narrado por la protagonista en su diario, que la enlaza con la siguiente escena, dándole una

---

[38] Para ejemplo baste un botón: La telenovela *La usurpadora* (historia original de Inés Rodena, adaptación de Carlos Romero; producción de Salvador Mejía Alexandre para Televisa, 1998) emplea escenas más largas de lo que se está volviendo habitual en México, y pese al lento desarrollo de la acción, consiguió más de 40 puntos de *rating,* por primera vez en muchos años. La longitud de sus escenas (entre otros factores) consiguió envolver al público en la historia –"crear ambiente"–. Cuando fue recortada por la empresa Protele, para su difusión resumida en vídeos (en España), se procuró acelerar el ritmo narrativo tomando de las escenas solamente la frase que era relevante para dibujar la "anécdota principal". De las cerca de 250 horas originales, quedó un total de 7:30 horas, pero el resumen, si bien veloz, resulta entrecortado, hasta cierto punto incoherente, y mucho menos amable, menos atractivo –más "frío"– que la obra original.

duración final de 22' 10". Algo imposible de producir en México, no sólo por la fobia de los productores a las conversaciones, sino también por la estructura en actos, exigida por los frecuentes cortes comerciales.

Mantener la atención del espectador y la tensión dramática por medio de escenas largas y diálogos prolongados, requiere de una pericia dramática que pocos actores y directores de escena pueden ofrecer, y requiere sobre todo de un escritor mucho más hábil, más creativo, con un mundo interior mucho más rico, con una detallada y meditada filosofía de la vida, y con bastante más información –"cultura general" y particular–, que la que tiene un autor promedio –pues sólo así tendrá con qué alimentar los diálogos de los personajes, sin mermar el atractivo de la obra–. Si el escritor no tiene una conversación interior cálida, interesante, rica, los diálogos entre sus personajes serán estrictamente los indispensables para hilvanar la trama. Las "cosas" pasarán rápido, ciertamente, pero la obra también será olvidada pronto.

Y cuando hablo de la filosofía de la vida del autor, no me refiero a una ideología política –conforme a los cánones del mundo intelectual y académico–, sino a una afín a la del público mayoritario, y producto de una gran experiencia de la vida; una que se alimente y construya sobre lo que habitualmente llamamos "sabiduría popular". Esto es precisamente lo que diferencia una obra narrativa que tenga "color" de una que podríamos llamar "en blanco y negro"; lo que distingue a una que perdura, de otra que muere sin dejar memoria de sí.

2.e) *Duración del capítulo promedio, y modalidades de transmisión*

La influencia de las telenovelas venezolanas, además, influyó para que en nuestro país comenzara a transmitirse las obras mexicanas en capítulos de

una hora "al aire", en lugar de media, con claras ventajas e inconvenientes. Por un lado, si una telenovela gusta a sus receptores, ellos agradecen un capítulo de mayor duración –les resulta de hecho ingrato un final de capítulo de media hora, y más si la narración se ha visto reducida por un exceso de publicidad–. Desafortunadamente, en un horario de gran auditorio, y si la novela no tiene el éxito buscado (como está sucediendo con cada vez mayor frecuencia), el público no permanecerá 60 minutos en el mismo canal, esperando la siguiente telenovela programada, por lo que se alejará del canal y del formato, perdiendo así la costumbre de consumirlo.

Cuando se transmite las telenovelas en bloques de una hora o más, el riesgo de producir una "historia" que no guste, se torna demasiado costoso. En consecuencia, desde que se adoptó esta costumbre en México, los productores y difusores se han vuelto excesivamente cautos a la hora de decidir qué obras producir, reduciendo la variedad temática y tonal grandemente. Esto ha homogeneizado excesivamente las obras producidas, afectando negativa y nuevamente su atractivo.

El margen de riesgo creativo, y el sentido lúdico de la creación ("¿y si probamos a hacerla cómica?", "¿y si los hacemos hablar de tal manera?", etc.) se ha perdido en gran medida. De ahí que hoy en día se tienda a grabar *solamente* versiones nuevas de obras viejas que han demostrado ya su capacidad de agradar al público, en lugar de buscarse el justo equilibrio entre lo viejo y lo nuevo. Y el excesivo uso de lo "recurrente" –preeminente en el arte popular– lo ha vuelto "repetitivo". El público, naturalmente, ha terminado por alejarse del formato, porque hasta de "comer dulces" se aburre uno si no tiene opción de elegirlos entre otros "alimentos".

Cabe señalar que algunos países utilizan las telenovelas como programación "de relleno", transmitiéndolas en amplios espacios de bajo

auditorio. En España, por ejemplo, esto hace que se transmita cada día entre 45 minutos y 2:30 horas de una misma "historia" sin atención a su estructura narrativa (suelen transmitirse, ya sea a media mañana, a media tarde, o bien de madrugada). Y si la "historia", al ser transmitida en grandes bloques, parece desarrollarse con mayor rapidez, el público se percibe "esclavizado" y se aleja por largas temporadas del formato, una vez que termina la "historia" que lo "paralizó" durante meses.

A más de esto, el consumir una obra sin hacer las pausas programadas durante su creación, eleva la tensión narrativa, y con ella el nivel de angustia interna generada en el espectador. Semejante "indigestión" de una misma telenovela –aún si se trata de una de nuestro gusto–, termina por producir hartazgo en la mayor parte de los receptores.

Se concluye, en consecuencia, que hasta la época dorada de la telenovela mexicana, un capítulo de media hora "al aire" tenía idealmente un número mínimo de 3 escenas, y un número máximo de 27. [39] No obstante, y debido a la dificultad que entraña mantener la atención del público durante una escena o diálogo prolongado, se ha tendido a fragmentar las escenas largas y a intercalar la transmisión de los segmentos resultantes, con el fin de lograr una narración de apariencia más ágil.

Adicionalmente, el autor (y el editor literario, de quien después hablaremos) ha de llevar un esquema de personajes –también llamado el *brake* de personajes–, para verificar que ninguno vaya a salir en dos escenas

---

[39] Estamos considerando parte de una escena, la "toma de ubicación" que frecuentemente se muestra justo antes de ella –como indicador del lugar en el que está sucediendo la acción– (ejemplo: "toma exterior de la casa de la protagonista", junto antes de mostrarla a ella "ahí", haciendo algo).

sucesivas (salvo excepcionalmente), que los protagonistas salgan en todos los capítulos, que el autor no margine a ninguno de los personajes –por muy secundarios que sean– y que aún los de menor peso aparezcan siquiera ocasionalmente, de tal manera que el público no llegue a olvidarlos.

Asimismo, una telenovela es construida sobre el supuesto de que será transmitida en bloques de 5 capítulos (en países donde se difunde de lunes a viernes) ó de 6 capítulos (como en Brasil, donde también se transmite los sábados). Se tiene presente además que, siempre que se da un corte en la transmisión, el espectador "puede irse para no volver jamás" –sea porque cambie de canal, o porque se aleje del televisor para hacer otra cosa–. Así que se procura elevar la tensión narrativa al cerrar los actos que dividen un capítulo (cuando llega el momento del corte comercial), lo mismo que al concluir los capítulos de cada día, con el propósito de crear en el espectador la necesidad de sintonizarla de nuevo al día siguiente. Y lo mismo se hace al "cerrar" los capítulos últimos de cada semana (los de viernes o sábado, según sea el caso), para que la gente se mantenga interesada a pesar de que el fin de semana suspenda su rutina televisiva.

En México, Televisión Azteca ha probado a transmitir un resumen semanal de sus telenovelas de más éxito, durante el fin de semana, para mantener la rutina sin esclavizar al público (que no "necesita" sintonizarlo, si la siguió puntualmente durante la semana). El *rating* ha demostrado el acierto de su estrategia, por dos razones: (a) que esto permite al espectador ver los capítulos que no pudo seguir durante la semana, y (b) que éste goza viendo nuevamente una obra que realmente le está gustando. Así las cosas, no es posible sostener que el *único* atractivo de una telenovela, como se ha insistido

en múltiples ocasiones, sea el del "suspense". [40]

2.f) *"Suspense", anticipación, y otros mecanismos que consiguen la fidelidad del público*

La transmisión fragmentada de la telenovela, exige del autor la capacidad de retener la atención del público. Los productores de las distintas obras han probado diversas estrategias para lograrlo.

Se puede ofrecer premios a los espectadores que acierten a contestar determinadas preguntas sobre la obra (como está sucediendo habitualmente en España, y recientemente en México), pero todos en general estamos de acuerdo en que se trata de una estrategia pobre –constituye un reconocimiento tácito de la propia incapacidad para conseguirse público–.

Otro "gancho" utilizado para mantener la atención del público es el del "suspense". Para fabricar un "suspense", el autor corta ("suspende") la acción en el momento en el que el espectador espera que suceda algo relevante para la "historia". Esto genera ansiedad en el receptor, quien sólo podrá calmarla sintonizando el siguiente acto, o capítulo, de la obra. Calibrar el grado de ansiedad creado, sin embargo, es crítico. Si el escritor mantiene la tensión, a fuerza de crear un nuevo "suspense" cada vez que ha resuelto el anterior, y si éstos además se exceden en la intensidad de la ansiedad generada, el receptor puede huir de la obra para recuperar su tranquilidad interna, su sentido de bienestar.

---

[40] El famoso "Make'em laugh, make'em cry, but above all: make'em wait", subtítulo del artículo "Why all the world loves a soap"; J.d. Reed; *Time*, 16 de marzo de 1987, fue coreado por el dramaturgo Carlos Olmos –"Hazlos reír, hazlos llorar, pero sobre todo: hazlos esperar"– (Silvia Castillejos, *op.cit.*), y constituye de hecho uno de los pilares de la *soap-opera* estadounidense, más que de la telenovela iberoamericana.

Por el contrario, cuando la tensión no fluctúa –y si el autor no sabe aportar en su lugar una sensación de bienestar que retenga a su público–, la obra se percibirá como "aburrida", y el público se marchará.

Cabe señalar que los autores distinguen entre "suspenses reales" y "falsos suspenses". El falso "suspense" es aquel que se crea sobre un hecho trivial, que no es relevante para el desarrollo de la trama, pero que se fabrica al final de un capítulo para crear en el espectador la necesidad de ver el siguiente. Dado que es un recurso del que se echa mano cuando la trama no ofrece la posibilidad de un "suspense relevante", se suele juzgar en términos despectivos. Cuando el falso "suspense" se maneja bien –cuando resulta "natural" en ese lugar de la obra–, en mi opinión no tiene por qué ser visto negativamente. Dado que la telenovela como formato exige atrapar la atención del público –crearse su lealtad de distintas maneras–, un falso "suspense" bien logrado puede demostrar la capacidad del autor –esto es: que tiene recursos "para todo"–.

Valga un ejemplo: Tenemos un personaje que ha perdido el habla y el uso de las piernas por un infarto cerebral. Antes del incidente, sin embargo, fue testigo de un hecho negativo, que es parte fundamental de la anécdota. El culpable del crimen se despreocupa, porque la anciana no lo puede delatar. Un día el villano encuentra la silla de ruedas vacía..., al final del capítulo. El personaje culpable se pregunta si la dama habrá recuperado el uso de las piernas, y con éste el habla; sabemos que teme lo que ocurrirá si ella lo delata. Fin de capítulo.

Principio de la siguiente emisión: La dama está en el baño, a donde alguien la ayudó a llegar; no había razón para temer. [41] ¿Podemos pensar que se trata de un ardid "pobre"? No lo creo. Dado que la telenovela suele tener

---

[41] Escena tomada de *Cuna de lobos* (historia original de Carlos Olmos, producción de Carlos Téllez, q.e.p.d.; Televisa, 1987).

preferencia, por el mundo de la convivencia diaria, es importante mostrar el efecto de los grandes conflictos de la "historia" también en el ámbito doméstico. Y en este sentido, esta escena sí es relevante. ¿Por qué? Porque en la vida real, un hecho así tiene un impacto importante en una persona que se sabe culpable de algo. Los "falsos suspenses" son un "hecho de la vida", y ha habido quien se ha muerto de un infarto ante una amenaza que después se ha revelado futil. Es precisamente uno de los tipos de escena que ayuda a "construir ambiente", más que a llevar adelante la acción, siempre que no se abuse de ella.

Por otra parte, el público espera adquirir cierto aprendizaje de su exposición a este tipo de obras: Espera aprender precisamente de qué manera su conducta y la de los demás, puede afectar su vida, sea tanto para bien, como para mal –y me refiero tanto a su vida profesional y pública, como a la doméstica y personal–. De ahí que Francisco Javier Torres Aguilera liste "la experiencia vicaria [substitutiva, supletoria, virtual] de la realidad" como un elemento definitorio de la telenovela, que "modifica o refuerza valores sociales". [42] En consecuencia, el "falso suspense", bien manejado, muestra una situación que afecta grandemente a una persona cuando la conducta mostrada en la telenovela se da en la vida real.

---

[42] Francisco Javier Torres Aguilera, *op.cit.*, pág. 82. El análisis histórico de los contenidos de la telenovela mexicana, del que nos ocuparemos en la segunda parte de esta tesis, matiza esta afirmación, producida en la época en la que los "medios" eran percibidos como un instrumento de manipulación directa e imbatible –como una "ahuja hipodérmica" que podía inyectar en la sociedad determinados comportamientos, conforme a los intereses de unos y otros, sin posibilidad de mediación o resistencia–. Si bien la influencia de los "medios" ciertamente es importante, la experiencia ha demostrado que tiene límites –como corrobora la evolución económica negativa de las empresas de "medios", e incluso el desarrollo político de nuestro país–.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Generalmente se piensa en el "suspense" como producto de amenazas o peligros, cuya aparición *teme* alguno de los personajes –tanto los positivos como los negativos–. De ahí que, como dijimos, el "suspenso" genere angustia en el espectador. En estos casos, *la necesidad de confirmar lo esperado*, empuja al espectador a continuar viendo la obra. No se trata de curiosidad –como suelen decir los estudiosos del melodrama–, sino de la necesidad de regresar el nivel interno de angustia a su límite de control –de reducirlo para que no sobrepase nuestro respectivo "umbral del dolor"–.

Hay otras maneras de retener la atención del receptor, que no son tan mencionadas cuando se habla de la telenovela, pero que son tanto o más eficientes que el "suspenso": Una de ellas es la curiosidad por conocer mundos nuevos. Y en este supuesto incluimos también la curiosidad que nos da conocer cómo viven otras etnias, grupos sociales, grupos de edad, clases sociales, profesiones/ocupaciones, regiones y naciones: ¿"Los 'ricos' también lloran"?, ¿cómo contraen matrimonio en otras culturas, claramente diversas de la nuestra?, ¿se puede ser feliz con menos recursos materiales? –o dicho en otras palabras: ¿son más felices los 'pobres'–? ¿Cómo es la vida de un cantante –realmente 'la pasa mejor' que 'nosotros'–?

La anticipación de eventos positivos, constituye otra estrategia para atraer y mantener la atención del público de telenovela, siempre que se mantenga dentro de lo verosímil. Y suele acompañarse de un incremento en la capacidad evocativa de la obra, pues genera excitación emocional en lugar de angustia–.

Pero, ¿qué es eso de "capacidad evocativa"? Consiste en saber crear un ambiente (un mundo ficticio) de tal calidad, unos personajes de tal manera atractivos, que el espectador no quiera abandonarlos. Se mide fácilmente

porque, cuando una historia tiene este potencial de atracción –este otro "gancho"–, aunque el capítulo acabe el espectador permanecerá sentado en su lugar, esperando inconscientemente que la obra continúe, muchas veces ensoñándose en la "historia" –y enojado incluso cuando se percata de que tiene que "regresar" a la realidad–. Éste, a mi parecer, es el principal mecanismo de fidelidad, el más difícil de conseguir, y el menos explotado –pues requiere de la habilidad de crear un mundo ficticio tan bello y completo, que nadie lo quiera dejar–.

Otra manera de retener al espectador, consiste en mantener vivos los elementos que lo atrajeron a una telenovela en primer lugar: Cuando se comienza una obra con un tono cómico, y luego el autor lo abandona, ya sea por sequedad creativa o por premura, se pierde la fidelidad del espectador, que se siente traicionado. Si lo que le gustó ya no está ahí, ¿por qué seguir viendo esa telenovela?

Un "gancho" más, y de tanto peso como el anterior, es el de constituirse –el escritor, a través de sus personajes– como portavoz de los valores, ideas y creencias de su público "meta" (*target*) –aquel al que se dirige, al que quiere "venderle" la obra–. Pero, ¿cómo se logra esto? Reflejando la utilidad, la validez de estos valores, ideas y creencias, para la solución de conflictos en la vida diaria y extraordinaria de los personajes. Ahora bien: Si se opta por utilizar este mecanismo, más vale que en verdad el autor concuerde con su público, porque es muy difícil sostener el engaño indefinidamente, y se trata de una ofensa que la sociedad no perdona. Hubo un autor mexicano que se mofaba de la gente promedio que veía sus obras; y que llegó a ridiculizar sus ideas, creencias y valores, no sólo en privado, sino también en público. Se burló tanto de la gente promedio, que hasta le puso un mote despectivo, un

apodo burlón: "tía Nela". Él era brillante, un dramaturgo excelente, y –en aquel entonces– de mucho éxito, pero el día que se publicó lo del mote, su carrera se derrumbó. No volvió a tener un éxito importante en ninguna de sus siguientes obras.

¿Alguien leyó ese artículo? Quizás no –cabe poner en duda el alcance de lo publicado por un periódico en México, dadas las bajas cifras de circulación–. Pero convicciones como ésas difícilmente se pueden esconder del público mucho tiempo, ya que tarde o temprano terminan por permearse "en pantalla" –se dan a notar en las propias obras del autor–. El hecho de que ninguna de las obras de "tío Nelo" haya vuelto a "funcionar" después de publicado el mote, es una indicación de lo que el público tiene manera de "cobrarse" los insultos, de obligar a los creadores y difusores a respetarlo.

La comicidad apropiada, dentro del gusto del público promedio, y mantenida de manera constante a lo largo de una telenovela, constituye otro "gancho" –otra manera de conseguir la fidelidad del público–. Y si se trata de uno de los más difíciles de lograr, resulta también el más noble y agradecido de todos –valga como ejemplo el éxito mundial de *Betty, la fea*–.

El morbo, por otra parte, constituye un "gancho" muy socorrido. Ahora que, si bien puede llamar la atención en un primer momento, por explotar algo que normalmente no se muestra *precisamente por transgresor*, suele ir acompañado de un efecto de *boomerang*, que termina matando no sólo a la obra, sino al "medio" que la difundió. Corresponde aquí preguntarnos qué es el morbo, como recurso narrativo.

Según el *Diccionario de la Real Academia Española*, el morbo es "la alteración de la salud [...], la enfermedad". De ello se desprende que "morboso" sea todo aquello *1*, "que causa enfermedad", ó *2*, "que provoca

reacciones mentales [...] insanas". Comparemos las películas actuales con la "fuertes" que observadas en un cine Pathé, en Torreón, Coahuila, en 1934 –por ejemplo–. Aquellas atrevidas películas "pornográficas" hoy nos parecen ingenuas. Pese a ello, la excitación de los rancheros era comparable con la que se observa en nuestros días entre el público de una sala "XXX". No era, por ende, el tobillo desnudo de la actriz lo que excitaba entonces a los varones, sino el hecho mismo de la transgresión de unos límites socialmente convenidos. Si trasladamos estos límites un poco, esto llamará momentáneamente la atención, pero la novedad se desgastará pronto y nuestro público nos abandonará –el día que nos acostumbramos a ver a las mujeres portando pantalones, esto dejó de llamarnos la atención–. Cuando se banaliza la "transgresión", y ésta deja de de ser llamativa, muchos productores, escritores y actores no tienen una idea mejor que la de trasladar los límites a donde nuevamente llamen la atención (donde nuevamente sean percibidos como transgresores). ¿Y qué sucede entonces?, que los nuevos límites se desgastan rápidamente, por lo que se vuelve a repetir el fenómeno.

Paso a paso, si seguimos trasladando los límites de lo "correcto" terminaremos traspasando incluso los del espectador más liberal, que se sentirá agraviado y dejará de consumirnos. Por esto es que el morbo termina por desgastarse a sí mismo. En el camino, además, se pierde a los mejores escritores, actores y directores, pues cuando éstos ven sus propios límites violados, terminan también por abandonar al género y al "medio". Para colmo de males, mientras que otro tipo de transgresión puede ser prontamente olvidado por el público, la explotación del morbo genera reacciones en contra, muy intensas y de muy larga duración, en todas las personas (cada una con respecto a sus propios límites, claro está).

Dos notas más sobre esto: Los griegos acuñaron el término de "ob*sceno*", que se refería originalmente a lo que no se mostraba en escena (ob-

sceno = fuera de escena), pues consideraban que sólo los creadores más ineptos recurrían a artificios tan burdos y viscerales para llamar la atención.

Entre el 50 y el 70 % del público total de la televisión mexicana, en cualquier horario, son niños –como se deduce al comparar los *ratings* generales, que incluyen a los niños menores de 7 años, y al personal doméstico, con los que sólo abarcan a la población "con capacidad de compra"–. Aunque se quiera escribir sólo para "adultos" y "universitarios", la mayor parte de los que ven la televisión son niños. ¿Merecen ver el mundo como se lo estamos mostrando? A todos nos aburriría y nos molestaría que nos obligaran solamente a comer "papillas", pero como Michael Ende señala, un mundo que no es bueno para niños, tampoco es grato para adultos: Un mundo sólo apto para adultos, se torna sórdido poco a poco; y lo sórdido no gusta a nadie –no vende–. Es necesario, por lo mismo, establecer canales y tiempos de difusión para cada tipo de obra, y atenerse a ellos.

Un punto importante más que tener en cuenta, es el de nuestra población indígena y/o analfabeta. México es una nación pluricultural, rica en su diversidad, heterogénea en sus regiones –y variopinta dentro de éstas, en las distintas capas que las componen–. Desafortunadamente, tendemos a juzgar los contenidos de los "medios" a la luz de lo que puedan parecerle al universitario liberal y urbano de la Ciudad de México. Los límites morales que estamos empleando no son –de ninguna manera– los de las etnias indígenas, o los de las regiones. Sus paradigmas estéticos son también enteramente diversos. Pero sobre todo: Sus maneras de entender el mundo son *otras,* como ha puesto en evidencia el estudio de la mente oral. [43] Así que no es de extrañarse que los productores de "medios" –que *cada vez* tienen menos en común con su público mayoritario–, se vean en consecuencia *cada vez*

---

[43] Walter Ong; *Oralidad y escritura, tecnologías de la palabra*; México, Fondo de Cultura Económica, 1987.

menos aptos para atraer a un público tan distinto de ellos mismos.

La fidelidad del espectador es proporcional a –y consecuencia de– la fidelidad de los creadores hacia su público. Y entre los creadores estoy incluyendo también a los *teledifusores*, pues si estos últimos –por poner un ejemplo– rompen el acuerdo tácito establecido entre el público y ellos, si éstos crean expectativas que no cumplen, el espectador se alejará tan molesto como si la obra no le hubiera gustado. Y esto ya no dependerá de una telenovela en particular, sino de la acumulación de *las prácticas nocivas de programación.*

Cuando una teledifusora sin aviso suspende o cambia el horario de transmisión de una obra, está agrediendo a su público. Cuando esto se hace sin mostrar, aunque sea brevemente, cómo finaliza la obra retirada, o qué ha sucedido antes de que apareciera (ya comenzada) en cierto horario, la compañía merece no ser sintonizada nunca más. Podemos no respetar a la gente, pero lo que no podemos es pretender vivir a costa de ella sin respetarla.

Todo "anticipo" sobre el desarrollo de una telenovela, siempre y cuando lo dosifiquemos adecuadamente, genera una cierta complicidad con el receptor, que se considera destinatario de información privilegiada. Ésta es la causa de que la publicación anticipada de lo que está por suceder en una telenovela a lo largo de una semana o catorcena de transmisiones, aumente consistentemente el volumen de público que la sigue en esos días.

Aunque no hubiera otra, bastaría esta sola prueba para demostrar lo que ya hemos repetido varias veces: que ni el "melodrama" es sinónimo exclusivo de "suspenso", ni el "suspenso" es el único modo de conseguir la fidelidad del espectador. Habrá que agradecer a la ceguera de los productores mexicanos de telenovela el descubrirnos esto, ya que desde que se negaron a hacer llegar a las revistas especializadas los resúmenes anticipados que hasta ese

momento habían estado publicando, se acentuó la caída de los *ratings*. Las revistas despojadas de los resúmenes, por su parte, vieron sus tirajes desplomarse de tal manera, que también se vieron obligadas a cambiar sus contenidos, degenerándose tonalmente (según reportan diversos profesionales y cualquiera puede comprobar acudiendo a la Hemeroteca Nacional de México). Todos salimos perdiendo –productores, revistas especializadas, y público–, porque la gente también se sintió defraudada.

2.g) *Anécdota, trama e "historia". Manejo de subtramas.*

La anécdota relata el conflicto central de la obra en pocas palabras, y es determinante en la telenovela, ya que cuando este conflicto se resuelve, la obra *por fuerza* ha de llegar a su fin. La "historia" o "historia principal" es la narración construida sobre la anécdota central de la obra. La anécdota es breve, la "historia" es larga. En medio de las dos está la trama.

La trama es la "historia", pero relatada en forma esquemática, sin adornos, en pocos trazos –en pocas cuartillas–.

La anécdota de una obra es así de breve –normalmente cabe en una sola oración–:

> "Mujer fea, pero inteligente, se enamora de un hombre imposible, y termina casándose con él, pues logra ganarse su confianza al apoyarlo en una situación laboral crítica, a lo largo de la cual él intenta asegurar su lealtad fingiéndole amor, pero durante la que efectivamente termina enamorado de ella. [44]

La trama, en cambio, requiere de un par de cuartillas <u>*cuando menos*</u>.

---

[44] Se trata de *Betty, la fea* (historia original de Fernando Gaitán, producida por RCN, Colombia, *circa* 2000, transmitida en México en 2001, y en España en 2002).

La trama se construye con frases breves, concisas, que dibujan acciones, y mueven a los personajes de una escena "hito" a otra –como un esquema construido sobre la teoría morfológica de Propp–. La trama dibuja la columna vertebral, narrativa, de la obra. La trama que corresponde a la anécdota que acabamos de estudiar, podría empezar de esta manera:

> "Beatriz Pinzón Solano busca trabajo. Como es atrozmente fea, nadie se lo da. Es una mujer brillante, "economista y contable",[45] con muchos títulos universitarios, y una carrera notable como funcionario bancario, pero su fealdad, su voz estridente, su falta de garbo, y su apariencia poco atractiva repelen a quien no la conoce. Consciente de su defecto, pero también de su valía, es capaz de reírse de sí misma, en lugar de llenarse de rencor como haría otra. Mandando su *currículum vitae* sin fotografía, consigue que la entrevisten para varios empleos, pero ni siquiera así puede conseguir trabajo. Desesperada, pero sin perder el buen humor, reduce sus aspiraciones y solicita el puesto de secretaria en una empresa fabricante de ropa –Ecomoda–. Y lo consigue..., ¿quizás porque el jefe no la ha visto? No: Porque sólo hay dos candidatas para el puesto, y él –don Armando Mendoza– sabe que la otra –Patricia Fernández– puede servir de espía a su enemigo y futuro cuñado, Daniel Valencia: La otra no le conviene como secretaria, además, porque aunque sea guapa y atractiva, es tonta y pretenciosa... Beatriz es horrible, pero al menos es inteligente, trabajadora, leal, y acepta un sueldo mucho menor al de la "peliteñida" de Patricia. Nada más que, como esta última es amiga de Marcela Valencia, la eterna novia de don Armando, éste se ve obligado a contratarla también..."

Interrumpo el relato porque basta este principio para darse cuenta de que la anécdota inicial, no da nombres ni dibuja acciones concretas, mientras que la trama sí los da. La trama es un "resumen" de la obra, que no se extiende demasiado: Normalmente no incluye diálogos, no utiliza más adjetivos que

---

[45] En México existe la carrera de "contador", que en otros países constituye una especialización de la carrera de economía –la contable–. De ahí que ella tenga "muchos títulos", y no sólo uno como ocurriría en nuestro país.

aquellos que describen al personaje funcionalmente con respecto de los demás, tampoco da muchos datos sobre lo que sucederá en la vida de los personajes secundarios, y no acepta más comentarios que aquellos que dan el tono en el que se va a desarrollar la obra (el tono irónico pero desenfadado de este párrafo, de hecho, refleja el de la telenovela que se construyó sobre esta base). En la trama podemos –y debemos– describir a los personajes por el estereotipo al que representan: "Beatriz" es "*la* fea inteligente y sencilla", Patricia "*la* guapa tonta y pretenciosa", "Catalina Ángel" es "*la* intercesora o protectora de la protagonista" (una versión moderna del hada madrina), etc. Una anécdota, en comparación, no nos permite tanto detalle.

La "historia", por su parte, exige aún más detalles; la "historia" es mucho más larga, pues hace falta bastante más información que ésta para "crear un ambiente", y para justificar que efectivamente haya "suficiente tela como para cortar de ahí un traje": el de la telenovela.

La trama normalmente se asienta en la sinopsis general de la obra, y se maneja por escrito en las compañías de televisión. La "historia" no, porque generalmente sólo existe en la mente de los productores y receptores, salvo que alguien *a posteriori* la ponga por escrito, como sucedió con las obras más importantes de la cubano-mexicana Caridad Bravo Adams, o con *Mirada de mujer* [46] –escribir la "historia" de una telenovela es el equivalente de sacar un grueso libro que cuente lo que pasa en ella–.

Si quisiéramos "hilar más delgado", podríamos distinguir entre argumento y trama, e identificar al argumento con la sinopsis, y a la trama con la esquematización casi gráfica de la misma, pero para efectos prácticos esto no ofrece muchas ventajas.

---

[46] La obra de mayor éxito facturada por la Productora Argos Televisión para Televisión Azteca, de 1997 a 1998 (y adaptación de una "historia" original del venezolano Bernardo Romero).

Anécdota, trama e "historia" –entonces– son tres cosas muy distintas, pero en la práctica, poca gente del medio televisivo puede distinguir una de la otra. Por lo mismo, se suele utilizar los tres términos de manera intercambiable. [47]

De la trama central o principal, se desprende (pues si no sería imposible retardar muchos capítulos la resolución del conflicto) un número de subtramas, sobre las que se construye las "historias" secundarias. Éstas tienen que relacionarse directamente con "la" principal, y se ocupan de dotar de vida, de dibujar con cierto detalle, a cada uno de los personajes secundarios, pues cada uno enfrenta sus propios conflictos Cada personaje tiene *"su* historia", pero cuando la gente habla de *"la* historia" de una telenovela, se refiere a "la" principal.

Un buen escritor de telenovela, maneja estas "sub-historias" en un segundo plano, de tal manera que afecten a la principal sólo cuando sea necesario, pero sin descuidarlas nunca –como quien cuenta con un as bajo la manga, y sabe cuándo sacarlo–.

Ejemplo magistral de este manejo de trama y subtramas, es el de *Pobre diabla*, [48] en donde un asesino "profesional" intenta *más de diez veces* acabar con los herederos de una fortuna, viéndose impedido a hacerlo en cada ocasión por la intervención, perfectamente natural y oportuna, de algún otro

---

[47] En *Lineamientos técnicos de la telenovela* –documento interno del Departamento de Supervisión Literaria de Televisa–, se utilizan los tres términos *expresamente* de manera intercambiable (*circa* 1988; atribuido a Carlos Díez, también conocido como "Carlos Serur").

[48] Versión peruana grabada en el año 2000 por América Producciones –una filial de Televisa–, de una "historia" original de Alberto Migré (posiblemente venezolano). Adaptación de Delia Fiallo (residente en Miami), y libreto de Ximena Suárez (mexicana).

personaje. Mientras que en una ocasión el heredero intercambia su *hot-dog* con el de un contador lambiscón, porque para ocultar el veneno le pusieron demasiada mostaza y el protagonista la detesta –el contador muere en su lugar–, en otra ocasión *la persona que contrató al asesino* lo interrumpe cuando por fin tiene "en la mira" a la heredera, llamándolo a su teléfono "celular", pues en un acceso de avaricia y de celos ha decidido que es más urgente ponerlo a vigilar a su esposa. Las intervenciones de estos personajes secundarios son naturales y creíbles, porque el autor ha trabajado sus "historias" con cuidado en el trasfondo, de manera que su intervención en el momento culminante sea lógica conforme a lo que sabemos de cada uno.

2.h) *Cuántos escritores tiene la telenovela. Las versiones o "refritos"*

¿Son las telenovelas obra de uno o de muchos escritores? Las mejores, de uno solo; pero *me refiero a los libretos.*

Para producir una telenovela, normalmente se parte de una sinopsis general –que describe la trama principal en unas 10 a 12 cuartillas–, y que puede ser obra de otra persona más. En este caso, el autor de los libretos se vería obligado a hacer una adaptación de esa sinopis a sus necesidades y las de los productores. Y en un caso así (bastante frecuente, por cierto, pues muchas grandes telenovelas perviven en variantes, por medio de la re-funcionalización de los personajes y de los conflictos), podríamos hablar de dos autores.

También puede ocurrir que esa "versión" o "adaptación" de la sinopsis original a un nuevo entorno histórico o geográfico, sea obra de una tercera persona. Pero en general, y como se puede inferir, rara vez veremos en una novela bien narrada –que alcance a la vez el éxito y una verdadera calidad literaria–, más de un autor haciendo los libretos.

El trabajo en equipo rara vez ha producido obras de calidad en este campo –otra diferencia más con respecto a la *soap-opera*, que no podría sostenerse "al aire" durante años, sin un equipo de argumentistas, y otro de libretistas–. En el culebrón sajón, el autor es desechable; en la telenovela no –salvo que nos refiramos a una obra que haya fracasado, y que sólo pueda ganar al deshacerse de su libretista–.

En el caso de la telenovela, la superposición de distintas "plumas" se trasluce, pues cada una dialoga de manera contrastante. Esto afecta negativamente en general la construcción del ambiente y de los personajes –del mundo ficticio de la obra–, reduciendo su verosimilitud y encanto. Y si se obliga a los distintos libretistas a dialogar escuetamente y a reducir la longitud de las escenas para así ocultar las diferencias, igualmente veremos reducirse la capacidad evocativa de la obra.

Ahora bien: Es importante puntualizar que hay una excepción habitual. Frecuentemente el estilo de cada autor le facilita la creación de determinado tipo de escenas con preferencia sobre otras, que también son necesarias para el desarrollo de la obra. En estos casos el autor suele llamar a alguien más para que le ayude con las escenas que se le dificultan (los varones suelen requerir apoyo de libretistas femeninos para redactar las escenas de amor, por ejemplo).

Volviendo al ejemplo de la colombiana *Betty, la fea*, los juegos que hace el autor –que retoma elementos de escenas y capítulos anteriores, y los liga a elementos posteriores– son imposibles cuando un equipo numeroso se reparte las tareas de creación literaria. La calidad narrativa de la telenovela iberoamericana –y su éxito–, es resultado directo de su creación individual.

Veamos: Al principio de dicha "historia", don Armando decide enamorar a Betty para asegurarse de su lealtad. Lo comenta con su amigo, quien le da una larga y divertida lección sobre seducción femenina: "Las mujeres perdonan

todo, pero nunca que se las olvide. Las mujeres perdonan hasta una traición flagrante, pero sólo a un varón que siempre tenga con ellas 'detalles'. Para las mujeres, los detalles son la parte más importante de una relación amorosa, porque éstos les muestran que sólo ellas reinan en nuestro pensamiento." [49] Y el donjuán de oficina lista a continuación una serie de estrategias de cortejo, como el regalar "chocolatinas", el mandar "esquelas" con frases y poemas tomados de un repertorio popular, el recordar las fechas importantes, el guardar todo cuanto ellas les den para demostrar cuánto lo han apreciado, etc.

Con lo que no cuentan el protagonista y su amigo, es con que, un varón que tiene que mantenerse pensando constantemente en una mujer, buscando siempre la manera de agradarla, y recibiendo su agradecimiento y su apoyo en circunstancias difíciles, se arriesga a enamorarse de ella. La seducción no es un juego aséptico de manipulación, porque el que lo ejerce no es invulnerable, y normalmente responde a los mismos estímulos que está ejerciendo. Así que Armando, acostumbrado a ser festejado por otras mujeres, termina enamorándose de la "fea", porque es la primera a la que ha tratado como a persona, y no como a objeto sexual.

Las premisas establecidas en esta primera escena, nos son recordadas una y otra vez por muchas escenas más, en las que el juego del cortejo es implicado, sea con éxito o sin él. Así, cuando la versión masculina de Betty –un "feo", gangoso, patoso, y vulgar, pero inteligente y bueno– corteja a la tonta y pretenciosa "Peliteñida", lo vemos repetir el juego del protagonista, buscando la manera de ganarse la voluntad de la "bella" mediante "detalles", que por supuesto, no le dan el mismo resultado que al "guapo". Los imprevisibles resultados de un cortejo "en forma" –conforme a las "lecciones"

---

[49] Las citas no son textuales en este caso. Por razones de espacio, vienen a resumir lo que de otra manera ocuparía varias cuartillas.

iniciales, claro está– alcanzan momentos de astracanada, cuando los "pingüinitos" –los hambrientos y maduritos abogados de Betty– deciden cortejar a dos jóvenes, guapas, y altas secretarias de la oficina, llevándoles –cómo no...– "chocolatinas", y entregándoselas en medio de frases almibaradas. Cuando las damas reaccionan negativamente, los pretendientes sonríen: "Así me gustan las mujeres, compañero; que me puedan matar de un abrazo."

El autor va más allá, y muestra a un personaje atractivo y adinerado, tratando a las mujeres de la manera contraria –de la manera equivocada conforme a las lecciones iniciales–: Daniel parece buscar, no la frase que más agrade, sino la que más hiera; jamás regala nada si no es para humillar –o esperando algo a cambio–, y usa a las mujeres tanto en el contexto laboral, como en el sexual. Una relación sexual con él, es descrita por la Peliteñida como la experiencia más humillante de su vida, y la más cercana a una violación –ni siquiera le da opción de elegir, pues la chantajea para obligarla a entregársele–. A pesar del indudable atractivo del villano, éste comienza solo la obra, y la termina igual. Y en el camino logra ganarse además la antipatía y el desprecio generales.

Podría parecer por lo dicho que el cortejo es el tema de *Betty, la fea*, y esto no es así. El cortejo es un elemento muy secundario de la obra. Pero nos sirve como ejemplo de cómo el mejor autor juega con los distintos constituyentes de su telenovela, estableciendo vínculos y resonancias entre unos y otros.

Este tipo de juego y rejuego de diálogos, conceptos, y escenas, sólo se puede lograr cuando la voz "cantante" la lleva una única pluma.

Y tiene serias implicaciones: Si el libreto que sirve de base a un capítulo de telenovela tiene de 11 a 12 cuartillas "tamaño carta" de longitud, y en una situación ideal una telenovela abarca unos 120 capítulos de media hora, el

autor de una telenovela ideal tiene que escribir en total cerca de 1440 folios, solamente de libretos, *él solo*. A estos folios, sumemos la sinopsis general de la obra, las sinopsis semanales, la psicología y vida de cada personaje, la "diagramación" de los capítulos (para programar la dosificación de la anécdota y el desarrollo natural de la obra, el listado total de escenas por día y semana, y los suspensos y anticipaciones oportunos); así como la investigación paralela que la "historia" haya requerido. Se trata, efectivamente, de un trabajo ímprobo, poco apreciado, y frecuentemente mal pagado –cuando no robado a un escritor desconocido que nunca recibe el crédito ni las regalías que le corresponden–. Y hoy, por la escasez de escritores y obras de éxito, las compañías están obligando a sus autores a alargar las obras de manera tal que están haciendo peligrar la sobrevivencia misma del formato.

Pensemos en términos de libros: No es lo mismo leer un cuento, que una novela corta, u otra en cinco tomos; cuando queremos leer una novela breve, y alguien quiere obligarnos a "tragar" una de cinco tomos, ¿lo hacemos? Esto es lo que están haciendo las teledifusoras, al alargar las telenovelas más allá de lo pactado tácitamente con los espectadores (más allá de lo que la estructura narrativa original de cada una, da de sí)–.

La cantidad de texto que el escritor debe producir se ha multiplicado enormemente (200 capítulos de una hora "al aire", equivalen a 4400 folios, sólo de libretos). Si los directivos de las televisoras se percataran de esto, de la tensión acumulada y del agotamiento que arrastra un escritor cuando faltan *"20 capítulos para terminar"*, de la precariedad de la profesión, de los tiempos "vacíos" entre una telenovela y otra (en los que el autor no cobra pero necesita seguir trabajando y comiendo, mientras prepara una nueva "historia" que no sabe si podrá vender), quizás comprenderían por qué no tienen escritores mejores, y por qué los que sobreviven tienden a amafiarse y a bloquear el

surgimiento de nuevos profesionales, incluso en los casos en los que su creatividad no se les haya agotado todavía. Parecería que las productoras nunca se hubieran planteado la necesidad de contar con una adecuada estrategia de "Recursos Humanos".

La telenovela *promedio* es una obra altamente perecedera, especialmente por el acelerado desarrollo de la tecnología televisiva, que acentúa la obsolescencia de las distintas obras cuando apenas tienen alrededor de 10 años de grabadas. La moda cambia, sí..., pero más cambia el equipo empleado en una compañía de televisión; y los colores y efectos especiales de las obras "viejas", normalmente, se dejan notar desfavorablemente. Una obra que, como *Los ricos también lloran*,[50] sigue batiendo récords de auditorio después de 20 años de producida, es excepcional. Así que las "historias" se adaptan y se vuelven a producir una y otra vez, en versiones generalmente muy "libres" (marcadamente diferenciadas entre sí). Esto, que es natural en la literatura popular de todos los tiempos, se ha acentuado enormemente en la telenovela mexicana actual debido a la escasez de escritores de calidad, y de empresas que los apoyen (con políticas de programación y producción como las actuales, una buena "historia" nueva, tiene pocas posibilidades de ser grabada).

También se conoce a las "versiones" por el nombre de "refritos" –que es un término despectivo–; y los que lo usan fincan su desprecio en la exaltación que la literatura "culta", de "élite", de "canon", hace de la originalidad del artista y de la obra–. Los que lo usan, claro está, conocen poco de literatura tradicional y popular, lo cual explica su postura.

---

50 "Historia" original de Inés Rodena, adaptación de María Zarattini (primera parte) y Carlos Romero (segunda parte), producida por Valentin Pimstein, para Televisa en 1976 –*circa*–.

2.i) *El formato del libreto, y lo que no debe incluir*

¿Cómo es un libreto de telenovela? Se trata –como ya dijimos– de unas 11 a 12 hojas "tamaño carta", [51] escritas a máquina o por computadora ("ordenador") por una sola cara, a renglón cerrado, y divididas en dos columnas verticales.

La primera, conocida como "columna de vídeo", contiene (a) las señas generales de la escena –número de escena, hora del día, ubicación, y personajes que participan en ella–, y las acotaciones "visualizables" –es decir: las instrucciones *indispensables* dirigidas al director de escena y los actores, y algunas ocasionales indicaciones técnicas que sean muy relevantes para el desarrollo de la "historia"–. El libreto técnico que detalla el movimiento de las cámaras, los efectos especiales, los "pies" musicales, etc., no es responsabilidad del escritor.

La segunda columna, conocida como "de audio", contiene los parlamentos de los personajes y las acotaciones "audibles" –esto es: las indicaciones que deba de recoger el personal de sonido, y que sean *indispensables* para la narración–. Es importante que el escritor indique cuándo, desde afuera del área cubierta por las cámaras en una escena, se deba de producir voces y ruidos que en un momento dado atraigan la atención de los personajes -por ejemplo–; [52] pero no es necesario ni conveniente listar a lo largo del capítulo todas las composiciones musicales que apoyan la entrada o la salida de cada personaje, en función de su estado de ánimo. Además de que no es trabajo del escritor, *se "inflaría" el texto con información*

---

[51] La cuartilla tamaño carta mide 8.5 pulgadas de ancho por 11 pulgadas de alto, y es el tamaño habitual de papel en Estados Unidos y México.

[52] Voces "en *off*" –como se dice en la jerga televisiva–.

inútil. Y dado que el libreto se mide en cuartillas, luego faltarían diálogos y acciones que narrar para llenar el tiempo de pantalla respectivo.

Los detalles técnicos, en conclusión, son obligación de sus especialistas respectivos, y no del autor. Ellos pueden improvisar con éxito en cuestión de escenografía, de luces y sonido, pero no de escenas; de ahí que la tarea principal del escritor sea, simplemente, la de *narrar la obra.* Éste debe olvidarse de toda digresión.

Nunca se escribe en las dos columnas al mismo tiempo; sólo una de las dos puede tener información en cada línea dada.[53] Por lo mismo, normalmente no hay posibilidad de seguirse leyendo una línea a lo ancho de toda la cuartilla (una línea que abarque las dos columnas). Las correcciones de última hora pueden afectar ligeramente el esquema, y en estos casos conviene terminar con el párrafo que uno estaba leyendo en una columna dada, antes de regresar un par de líneas más arriba, para empezar el "siguiente" párrafo en la otra columna. Pero como ya dije antes, ni al escritor ni al productor le convienen estos "arreglos" porque se pierde la medida de lo que el texto puede dar en tiempo de pantalla ("al aire"), y después surgen conflictos incluso a la hora de contabilizar los tiempos de grabación, el arrendamiento de equipo e instalaciones, las horas de trabajo de los actores, el pago de los autores (que se pacta normalmente por capítulo), etc...

La economía en las acotaciones se impone, además, en la realidad televisiva de cada día, porque los actores *no* suelen leer los libretos completos (sucede que por la premura de las grabaciones, éstos suelen limitarse a leer a la carrera sus diálogos, sin atender a lo demás). Por lo mismo, mientras más

---

53 Se anexa el libreto de un capítulo de telenovela al final, en el apéndice.

escueto y claro sea el autor del libreto al describir las escenas, más fácil será que se atienda a sus indicaciones.

Es pertinente señalar que el buen actor de televisión suele ubicarse en su papel muy rápidamente, con gran espontaneidad, y dar su mejor interpretación a la primera o segunda toma –al revés que el actor entrenado para teatro, que acostumbra a estudiar su papel incluso hasta el exceso–. La presión de la cámara en un acercamiento televisivo (especialmente en los primeros planos o *close-ups*), hace que un papel "muy trabajado" pueda verse falso –tan falso como sonaría una voz "colocada" (producida para ser escuchada por cientos de personas en un teatro) si la utilizáramos en un diálogo normal, en la calle, en la vida real–. Y la telenovela hace gran uso de las tomas cercanas.

De ahí que tampoco le convenga al escritor protestar demasiado porque los actores no lean *todo* lo que él escribe, y tampoco se lo aprendan de memoria. Para algo están ahí el director de escena, y –en México– el apuntador que, a través de un audífono colocado en la oreja del actor, va recordándole lo que tiene que decir y hacer a cada momento.

Tampoco hay que olvidar que la telenovela como producto grabado, terminado, es obra de un numeroso equipo de producción; y que es importante que el escritor deje margen a la creatividad de los demás, siempre que ésta no altere el desarrollo de la "historia". Retomando el ejemplo de *Betty, la fea*, sin la enriquecedora creatividad de un director de escena como Mario Ribero, el libreto original de Fernando Gaitán jamás habría alcanzado una escenificación de tanta calidad y éxito. Sin la música de Jorge Avendaño y la labor del director de escena, del de fotografía, del equipo de vestuario, y sin la belleza de la hacienda que le sirvió de escenario, la última versión de *Corazón salvaje*,

tampoco habría alcanzado el éxito que tuvo.[54]

Dado que pocos autores comprenden esto, la gente de producción suele temer la presencia de los escritores en las grabaciones. Es igualmente cierto, sin embargo, que *pocas veces los productores respetan el texto presentado por el escritor, y no siempre por razones válidas.* Y eso cuando no les da por re-escribirlo en el momento, sin atender a factores narrativos y de continuidad, y cobrando por ello tanto o más que el propio autor.

2.j) *La edición (o supervisión) literaria y dramática*

El trabajo del escritor es supervisado por un "editor" –como en toda obra literaria, desde el surgimiento de la imprenta–. Ahora bien, en el caso de la televisión, normalmente se emplea la palabra "editor" para nombrar a otro profesional: el que toma el material grabado, lo recorta, lo une en la secuencia debida, lo enriquece con efectos especiales, le añade los "créditos institucionales" (las escenas, música e información utilizadas como "portada" y "telón" de cada capítulo), añade las cortinas (o escenas utilizadas para indicar el final de un "acto" y el principio de un corte comercial, y viceversa), y las tomas de ubicación (las que señalan dónde está teniendo lugar una escena). Así que, para evitar confusiones, al editor del libreto lo conocemos como "editor literario", o bien como supervisor –o analista– literario.

Su participación en el caso de la telenovela tiene un peso crucial, por cuanto a él le toca atar todos los cabos, verificar la plausibilidad de lo que el escritor propone, y controlar la continuidad *narrativa* –no vaya a ser que un personaje muerto en el capítulo # 2, resucite en el # 199–, o que uno mudo hable, o bien que alguno tímido, resulte alegre y descocado tres capítulos

---

[54] Obra de Caridad Bravo Adams, adaptación y libretos de María Zarattini, producción de José Rendón para Televisa, en 1993.

después, para terminar apareciendo –sin razón alguna– agrio como una naranja vieja al desvelarse el final de la obra.

De la continuidad *dramática* se ocupa un "continuista", que tiene como obligación fijarse en los detalles de la puesta en escena de la telenovela, tales como que las manecillas del reloj avancen de una escena a otra, que los actores lleven la misma ropa cuando graban una "misma" escena –aunque los fragmentos de ella hayan sido producidos en días diferentes–, que el pelo les crezca (o se les encanezca) a los personajes conforme avance el tiempo narrativo (que muchas veces difiere del tiempo real), etc. De estos detalles, por lo mismo, tampoco debe ocuparse el escritor.

Asimismo, es responsabilidad del editor literario asegurarse de que la obra cumpla con las reglas dictadas por empresa para ese tipo de obras, canal y horario, y con los ordenamientos legales respectivos. La labor del editor literario no es fácil, ya que él está entre el autor y la producción, entre el productor y la compañía, entre la compañía y las instituciones oficiales que supervisan la labor de los "medios", intentando conciliar los intereses de todos. Y recordando, cuando es necesario, lo que al público le puede o no gustar. En últimas fechas, y por si su labor no fuera ya difícil, la publicidad de determinados productos puesta en boca de algunos personajes (que antes estaba prohibida), la ha venido a complicar más. [55]

Otro factor que afecta la labor del escritor y del editor, es la llamada "lógica de producción" –la limitación de recursos tecnológicos o monetarios–. Si alguien quisiera producir los llamados "grandes clásicos" de la literatura, por ejemplo, necesitaría de un fuerte presupuesto para ambientación y vestuario. Y como un proyecto así cuesta demasiado caro, es posible que nadie lo

---

55 La conocida como "*product placement advertising*".

produzca. Si un valiente decide hacerlo, posiblemente exija al escritor (al adaptador) que traslade la acción al presente –que los "adapte"–, porque de otra manera no sería posible solventar la producción... Otro caso más: Si la actriz que encarna el papel protagónico, decide abandonar la obra *in media res* –antes de llegar al final–, el autor y el editor –otra vez por cuestiones de producción– se verán obligados a rehacer la historia, probablemente a medio grabar, en tiempos inhumanamente breves, pues la obra no puede dejar de transmitirse "por unos días", sin hundirse para siempre.

Pero el mayor problema de los editores literarios, es que tienen miedo de perder su trabajo debido a la inestabilidad laboral de los departamentos de supervisión literaria de las distintas compañías de televisión. Por lo mismo, y en lugar de prepararse, de investigar, y de ejercer su criterio, mejor se dedican a "cubrirse las espaldas". En algunas empresas televisoras, por ejemplo, pagan a otros por llenar formatos de evaluación sobre "historias" que podrían ser producidas como telenovelas, para lo cual cada evaluador ha de leer las sinopsis respectivas, y los libretos de los primeros 5-10 capítulos (entre 72 y120 cuartillas, en promedio). Las preguntas incluidas en el formato de evaluación suelen ser irrelevantes en su mayoría, cuando no francamente impertinentes. Recuerdo una que se refería al *brake* de personajes, que no es responsabilidad del escritor sino del editor literario. Curiosamente, suelen omitir la que a mi juicio es la principal: *"¿Le gusta a usted esta 'historia'? Si sí, enumere lo que más le gustó, y explique claramente por qué le resultó grato; si no le gustó, liste todo lo que le molestó, y explique por qué esas cosas lo molestaron tanto."*

Llenar formatos de este tipo consume una enorme cantidad de tiempo, y esto cuesta dinero a las empresas, que han de pagar por ello. Mientras más formatos, más armas tiene el editor literario para defenderse si la historia

fracasa "al aire", de manera que frecuentemente la empresa termina pagando más por las evaluaciones, que por los libretos. Y ni siquiera se presta mucha atención a lo que los evaluadores han escrito porque, habiendo tantos, las opiniones ahí vertidas se disuelven entre sí. No sólo esto: Las personas contratadas para hacer estas evaluaciones, no suelen tener una formación literaria, y difícilmente pueden "descubrir" en esos textos sino las pocas cosas que les han enseñado a buscar. Sumado a esto, cuando cuentan con estudios literarios o de comunicaciones, suelen tener una lista *tan larga de prejuicios* con la que lidiar (como se desprende del análisis con el que se inició este capítulo), que difícilmente pueden desempeñar su labor de la mejor manera posible.

Así las cosas, ni siquiera con el apoyo de todos estos evaluadores, el editor literario logra afianzarse en su puesto. Puede resultar que la pareja-en-turno de un ejecutivo de la empresa, decida que todo lo que se transmite es una birria –con razón o sin ella–, y logre despedir a todos después de haberlos humillado públicamente con sus comentarios. Cuando el buen trabajo no se paga, y de hecho se castiga igual que el trabajo mal desempeñado, la empresa termina por perder a sus mejores elementos. Si entonces alguien señala a un directivo lo que está ocurriendo, esperando que así la empresa se salve del desastre, puede suceder que el ejecutivo malinterpretará probablemente sus intenciones, y a la larga le irá peor. Los que sobreviven, naturalmente, terminan trabajando aún más duramente... por cubrirse las espaldas. Así es la vida, entre los que hacen telenovelas...

En lo que se refiere a la continuidad dramática (en el tono y manera como los actores desempeñan sus papeles), corresponde al director de escena tomar las decisiones necesarias y asumir la responsabilidad. Cabe, sin embargo, señalar que vale la pena tomar en cuenta la opinión de los autores de más éxito –como en el caso de Yolanda Vargas Dulché, q.e.p.d.–. Si han

llegado a vender tanto durante tantos años, es porque normalmente tienen una idea clara de lo que le gusta a la gente.

2.k) *Contabilización de momentos climáticos; estructura narrativa lineal de tensión creciente; la telenovela y el cuento popular.*

Hablando de elementos de evaluación...: Desde que se impuso el mito de que lo que atrapaba la atención del auditorio era exclusivamente el "suspenso", se generalizó la idea de que mientras más conflictos presentara una "historia", más probabilidades tendría de gustar. Así que comenzó a contabilizarse la cantidad de momentos de grave conflicto que presentaba una sinopsis, como "única" medida que permitía predecir sus posibilidades de éxito, en caso de que alguna empresa decidiera grabarla. De ahí surgió la peregrina idea de que contando los puntos suspensivos de una sinopsis general, podía predecirse su capacidad de "enganchar" al espectador. Hubo escritores que rápidamente se percataron de ello, y empezaron a utilizarlos en grandes cantidades, para incrementar las posibilidades de que sus obras fueran compradas. Y ya puestos a ello, había que hacerlo "bien": Tres puntos (que son los que la ortografía recomienda convencionalmente) ya no eran suficientes: Había que poner diez, o doce, o veinte, o los que fueran necesarios, para marcar de alguna manera que el suspenso era aún mayor en tal o cual lugar de la trama, y en determinadas obras. [56]

Si la estrategia hubiera funcionado, la historia de la telenovela mexicana, sería otra. Como suele suceder, algo de razón sí tenían, pero no toda: Una

---

[56] Aunque parezca mentira, debo añadir que también ha habido quien ha medido el impacto de una sinopsis, por la cantidad de letras mayúsculas utilizadas en ella –"bien o mal" usadas–. Y hay autores que han preferido escribir sólo con mayúsculas, para dar así mayor realce a los conflictos relatados...

historia sin suficientes "avatares" –peripecias, complicaciones, o como queramos llamarlos–, no se presta efectivamente para ser difundida de manera seriada, pero esto no significa que haya que estar "matando" a un personaje cada semana, si queremos atraer al público.

El momento climático es aquel en el que la atención del espectador se intensifica, porque sucede algo que es trascendental para la "historia", y que de hecho representa un parteaguas en el cual todo puede cambiar. Un momento climático es un hito, abierto siempre a más posibilidades que la prevista como desenlace. Y de hecho sucede con frecuencia que los personajes terminen llevándose la acción por derroteros no programados originalmente –"porque basta un momento de contrición para borrar una vida de errores" y viceversa, como sabe cualquier aficionado al teatro español–.

Ahora bien, la "historia" puede sufrir un viraje de 180°, a resultas de un hecho tan poco conflictivo como salir de casa hastiado, ver el sol ocultarse en el horizonte, y decidir cambiar de vida; o bien tras un evento positivo como el ganarse la lotería –y si no, ahí tenemos la telenovela *El premio mayor* que comienza precisamente de esa manera–. [57]

Como muestra de que la estrategia del exceso de momentos climáticos no funciona, tenemos la segunda parte de *El secreto.*[58] Los productores, gratamente sorprendidos con el éxito inesperado de la primera parte, se propusieron "seguir usando" a los personajes indefinidamente, conforme a los cánones de la *soap-opera,* que no los de la telenovela. Primeramente dejaron

---

[57] Historia original de Verónica Suárez y Alejandro Pohlenz, producida por Emilio Larrosa para Televisa en 1995-1996.

[58] Versión española de la obra mexicana *Retrato de familia* (historia original de Jesús Calzada, para Televisa), producida por TVE –Televisión Española– en 2001.

trunca la primera parte, impidiendo que el orden justo se re-estableciera en el último capítulo. ¿Cómo hicieron los escritores para arruinar el capítulo más importante de una obra?, pues dejando escapar al "villano", para que así pudiera disparar contra quienes asistieron a la boda de los protagonistas. Después, en la segunda parte, hicieron que a todos los personajes positivos les fuera mal, ¡uno por uno y de manera tan terrible, que la protagonista acabó muriendo de leucemia poco después de dar a luz!: No tuvo ni un día de ilusión en su vida, porque incluso el de su boda con el protagonista, se lo arruinaron con la balacera. Para colmo, la "más perversa de todas las villanas" cayó en coma, golpeada por una de las balas, y despertó convertida en casi una "hermanita de la caridad". Solamente unos 30-40 capítulos después el "galán" ya era suyo. Y la obra terminó con la hija –bebé– de la difunta protagonista, llamando a la "villana": "mamá", y echándole los brazos al cuello... ¿A ustedes les parece que una mujer que ha luchado por destruir, conscientemente y con gran astucia, a su propia madre, a su familia, y a toda la gente que le ha hecho bien, "merece" terminar así? Claro que no. Pero estas cosas pasan cuando uno se cree lo que los diccionarios dicen sobre la telenovela y el melodrama, como hemos visto ya, y como mostraremos en el siguiente capítulo.

El melodrama se construye sobre un principio de justicia, totalmente inexistente en esta versión española de *Retrato de familia*. Pero volviendo al punto que estábamos discutiendo. Este alargamiento contaba con innumerables momentos climáticos, no le faltaron desgracias a granel, todas dentro del núcleo familiar, y tampoco ciegos, tullidos, infidelidades, intentos de asesinato, y todos los demás ingredientes que los manuales listan como característicos del "género melodramático" –de esto trataremos más profundamente después–. Ciertamente mantuvo asombrado al pobre espectador que se animó a seguirla, pero *asombrar no es agradar*. Y asombrar

sin agradar, cuando uno está manejando personajes que el público quiere –por los que siente afecto–, es como apostar para perder.

Esta segunda parte sólo duró unos cuarenta capítulos. Hubo de ser retirada "del aire", pero no sé si pesó más la mala acogida del público, o el que las adaptadoras se quedaran sin personajes que torturar. También debe de haber influido el que se les acabó el repertorio de desgracias, y ya no supieron inventar más. Pero lo peor de todo es que se pusieron a escribir telenovela, sin saber lo que era.

La telenovela tiene una estructura narrativa claramente establecida, y que ellos ni siquiera tuvieron en cuenta. Mientras se atuvieron a la versión original, mexicana, funcionaron bien y tuvieron éxito, pero en cuanto la dejaron atrás, se quedaron simplemente fuera del mercado. Y sin la estructura correcta no hay obra que funcione, sin importar cuantos momentos climáticos le queramos meter.

¿Cuál es esta estructura, que distingue a la telenovela de la *soap-opera*? Es una estructura narrativa lineal, de tensión creciente, y que concluye una vez que el conflicto principal se ha resuelto, y que cada uno de los personajes ha recibido "su merecido" –esto es: cuando cada uno ha "cosechado lo que sembró"–.

La telenovela tiene un principio, un desarrollo y un final perfectamente delimitados, conforme al análisis morfológico de Propp.[59] El principio de la obra plantea un conflicto y presenta a los personajes afectados por el mismo; el desarrollo obliga a los personajes a luchar por resolverlo, en medio de grandes dificultades –a lo largo de las cuales los protagonistas demuestran su valía, y

---

[59] Vladimir Propp; *Morfología del cuento maravilloso*; 7ª ed.; Madrid, Fundamentos, 1987 [Arte; serie Crítica 21].

los antagonistas su "maldad"–; y el final muestra la resolución del conflicto, y el restablecimiento de la justicia –pues cada personaje recibe lo que ha merecido por sus acciones–.

Frecuentemente, y como en el cuento maravilloso, el principio de una telenovela nos enfrenta a la ruptura de un mundo ordenado, que deja a los protagonistas en situación de desamparo, y a los antagonistas en situación de ventaja; esto se revierte al resolverse el conflicto, gracias al comportamiento ingenioso, oportuno y "correcto" de los protagonistas –correcto conforme a su cultura–. La relación entre el cuento maravilloso y la telenovela no es gratuita, y entender a la telenovela como una refuncionalización del cuento maravilloso, en la sociedad urbana contemporánea, rinde frutos de gran utilidad.

Aún más: En la telenovela, como en el cuento maravilloso, los personajes se definen por las relaciones que los unen entre sí, y con respecto al conflicto: "el intercesor o protector", "el informante", etc. (si utilizamos las categorías de Propp), o "el malo", "la bruja", "el hada madrina", "el amigo", (si utilizamos el nombre de su estereotipo). Por lo mismo, una misma "historia" puede ser adaptada de maneras muy diferentes, dando vida a los personajes de formas muy diversas. En una ocasión el protagonista puede ser encarnado por un vendedor ambulante, y en otra por un puerquito valiente –con la tecnología actual, todo es posible–, *siempre y cuando* el personaje siga cumpliendo con su función dentro de la "historia": El "bueno" ha de parecer bueno a su público, a lo largo de toda la obra...

¿Por qué maneja la telenovela una estructura lineal, si la literatura "culta" moderna ya dejó atrás algo tan "fácil" de leer? Porque la gente no ve telenovelas por "facilidad" –como tampoco las ve para "complicarse" la vida–. Para la mayor parte de sus espectadores, la telenovela *refleja la vida*, sin importar lo que opinen los intelectuales al respecto. Guilbert de Pixérécourt,

el máximo exponente del melodrama, buscaba especialmente que sus obras reflejasen la vida, y por lo mismo insistía en que su puesta en escena fuese lo más realista posible. Al crear una obra sobre la llegada de Cristóbal Colón a América, consiguió un diccionario de lengua caribe –que en su vida jamás había ni oído ni estudiado–, y lo utilizó en los parlamentos de los indígenas, pues era "simplemente absurdo pretender que hablaran en una lengua europea".[60] Y dada la abundancia de "cenicientos" en las obras de corte melodramático, cabe recordar que el propio Pixérécourt, con gran sacrificio logró convertirse en un dramaturgo de éxito, después de un humilde principio como pintor de abanicos,[61] de la misma manera como Yolanda Vargas Dulché pudo, escribiendo, superar la situación de desamparo económico en la que pasó su infancia. [62] Vargas Dulché, por cierto: una de las más grandes escritoras mexicanas de historieta seriada y de telenovela, reiteró repetidamente cuando la entrevistamos, que sus obras "nacieron de la vida".[63] Lo mismo hizo Martha Carrillo, pese a sostener una visión del mundo opuesta diametralmente a la de Vargas Dulché. [64] Buena parte de los autores, de hecho, reconoce haber tomado ideas para sus obras, "de la vida" –de las noticias, de la gente a su alrededor, de lo que ha oído, o incluso de las cartas

---

60 Jean Follain; "Il melodramma"; *La paraletteratura: Il melodramma, il romanzo popolare, il fotoromanzo, il romanzo poliziesco, il fumetto;* Noël Arnaud, Francis Lacassin y Jean Tortel, dirs.; Nápoles, Liguori Editore [Le forme del significato 20], 1977; pág. 65.

61 *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana Espasa Calpe* (Madrid, 1917; reimp. 1978), *sotto-voce* "Pixérécourt, Guilbert".

62 Yolanda Vargas Dulché; *Cristal, una parte de mi vida*; 2ª ed.; Barcelona, Ed. Argumentos de España, 1978.

63 4 de noviembre de 1998.

64 10 de septiembre de 2001.

y llamadas del público–, y está convencido de que lo que muestra en sus obras puede ocurrir, y con frecuencia ocurre, en la realidad. Como recuerda María Cruz García de Enterría, al hablar de la novela rosa: "los autores [...] coinciden en *creerse* sus propias obras, porque si no fuera así, serían incapaces de seguir escribiéndolas. Actitud que, probablemente, coincide con la del lector de estas novelas, que siguen leyéndolas, aunque en ellas, una y otra vez, se repitan frases, situaciones, tipos y estereotipos." [65]

La vida no da brincos en el tiempo; el tiempo va hacia adelante, y aunque uno pueda recordar el pasado ocasionalmente, uno no puede vivir "hacia atrás" (muriendo primero, para finalmente nacer, como en el "Viaje a la semilla" de Alejo Carpentier). Uno vive primero un lunes, después un martes, y tras de él un miércoles...; nadie puede cambiar esto. Y dado que la telenovela –para su público– "refleja la vida", por eso mismo ha de seguir una secuencia cronológica "como la de la vida". Aún más: Si no enlazamos los hechos de esta manera, entonces no podremos establecer relaciones de causa-y-efecto, que justifiquen el final de la obra –como su estructura melodramática, y su substrato morfológico, [66] exigen–.

Ésta es la causa de que la telenovela deba mostrar un desarrollo cronológico, lineal, y no porque el público sea inepto y "se pierda" siguiendo una estructura diferente. Sucede frecuentemente que, cuando el autor la modifica, los espectadores imaginan que *se equivocó* –porque ellos saben bien que "en la vida" no pasan esas cosas–.

¿Por qué terminar la telenovela una vez que el conflicto central se ha

---

[65] María Cruz García de Enterría; *Literaturas marginadas*; Madrid, Playor [Lectura Crítica de la Literatura Española], 1983; pág. 92.

[66] Del cuento maravilloso.

resuelto? Porque –como ya dijimos– en el corazón del melodrama se encuentra un principio de justicia, y no hay justicia cuando el espectador percibe que cada uno recibió algo que *no* merecía. Pero, esto de los merecimientos, es muy relativo... Si el autor siente que el personaje recibió "lo que era lógico", ¿tendremos un final justo? No, porque el público va a juzgar al personaje según *sus propios* valores, ideas y creencias, no los del autor o del productor. Así que el parámetro de juicio que rige en la telenovela, es el del público "meta" –el de la sociedad en general–. Los personajes positivos deben ser "buenos" conforme a lo que el público juzga "bueno", y deben ser "premiados" con cosas que al público le resulten atractivas –así de fácil–. [67]

Negarse a escribir para el público, es negarse a tener éxito a corto y largo plazo –especialmente a este último–. Y como "justicia es dar a cada quien lo suyo" –dice la filosofía en una definición ya clásica sobre el término–, el autor que repudie a su público o se niegue a escribir para él, se habrá labrado su fracaso. Una Yolanda Vargas Dulché permanece en el gusto de la gente a pesar del paso del tiempo, porque comparte su visión del mundo, sus valores, ideas y creencias, y porque consecuentemente pelea para que sus obras –y las adaptaciones de sus obras realizadas por otras personas– los reflejen.

---

[67] Adicionalmente, la sabiduría popular enseña que "el que a hierro mata, a hierro muere" porque "uno siembra lo que cosecha", así que el final otorgado a los distintos personajes, debe de mostrar una clara relación con sus acciones. El "villano" que con fuego destruyó a un pueblo, justo es que muera quemado de alguna manera –por poner un ejemplo–. Y el premio recibido por los "buenos", debe de ser consecuencia evidente, sea directa o indirecta, de sus acciones. En una obra de éxito, no se vale hacer llover las soluciones de la nada.

2.I) *Creación abierta hacia el receptor; el escritor como portavoz de la voluntad popular.*

Poco a poco hemos llegado al punto más importante de todos: La telenovela de éxito refleja la visión del mundo de su sociedad. Su escritor no cuenta una historia para un pequeño grupo de gente, sino para la mayor parte de una sociedad. Y cuando escribe, tiene siempre presente lo que esa sociedad aprecia, tanto en cuestión de valores y de temas de interés, como en cuestión estética.

Las modas literarias tienen poco que ver con la gente "normal". Pero mientras que las obras "cultas", de "élite", de "canon" pueden o no ser apreciadas por muchos, las populares por definición han sido creadas para gustar a todos en general –sin importar el nivel de estudios, social, económico, el género o la edad, por citar tan sólo algunas variables sociológicas–. [68] La calidad de las obras populares se mide de una manera diversa a la del arte "culto", "de canon", de "élite"... Las obras populares –para empezar– confirman la sabiduría popular y se construyen con los elementos que dan cohesión a los variopintos miembros del cuerpo social –los que reflejan su identidad como nación, lo que los une, lo que tienen en común–.

Los espectadores son mucho más comprensivos con un personaje resucitado porque al escritor se le olvidó que había muerto 115 capítulos antes, que con un ataque contra sus valores, ideas y creencias, como bien saben quienes laboran en los "medios". Y tiene cierta lógica: Un personaje es "sólo un personaje"; un valor es un asunto mucho más serio, que posibilita y ordena la convivencia pacífica del tejido social, reduciendo al máximo –ya que

---

[68] La definición canónica establece que *popular es todo aquello que: "tiene méritos especiales para agradar a todos en general, para ser repetido mucho, y para perdurar en el gusto del público"* (Ramón Menéndez Pidal: *Poesía popular y poesía tradicional*; Imprenta Clarendoniana, Oxford, 1922;pág. 22).

impedirlas es imposible– las posibilidades de agresión o abuso.

Aún más: Como el receptor está presente en la mente del escritor y de los productores mientras éstos crean una obra, éste puede considerarse *verdaderamente co-creador de las telenovelas de más éxito –de la misma* manera que el receptor que escucha un cuento popular, o un corrido del acervo tradicional–. Recuerdo una telenovela en la que se invitaba a la protagonista a una fiesta, para ser ridiculizada por su ignorancia. Los miembros del equipo que produjo esta obra, pasaron verdaderos apuros para encontrar unos zapatos que parecieran horribles a toda la heterogenea y diversa sociedad mexicana, porque no hay nada tan feo que no le guste a alguien. Y era importante que todos comprendieran lo que estaba ocurriendo en aquella fiesta. Al final, tomaron una cuerda recubierta de tiritas plásticas metalizadas de color rojo (la "escarcha" que solemos utilizar para adornar las casas en Navidad), y la utilizaron para envolver unas sandalias excesivamente anchas. El resultado pareció ridículo a la mayoría –el mensaje quedó claro– pero aún así hubo quien escribió a la teledifusora para averiguar dónde podía conseguir unos zapatos tan elegantes y primorosos como aquellos.

Hay escritores que toman un transporte público, en una caudalosa y transitada avenida de su ciudad ("se suben a una pesera en el periférico") cuando su "novela" pierde audiencia. Esto les permite hablar con la gente "de a pie" para averiguar lo que no está gustando. Por su parte, las empresas teledifusoras hacen encuestas de mercado, y contratan los servicios de las distintas compañías medidoras de audiencia. Lo mismo hacen los publicistas para colocar sus anuncios "donde la gente sí los vaya a ver". El público, además, llama o escribe para protestar cuando algo le agrada o lo molesta notablemente. Y esto ha sido así desde el principio, *desde la Cuba de Batista,*

como señala Julio Cid,[69] hasta el México del 2002.

Incluso un escritor de ideas liberales –y en este caso me refiero a Fernando Gaitán– reconoce en una entrevista que él fue escribiendo su obra de mayor éxito, conforme le fueron llegando las reacciones de la gente, e influido por los comentarios de su familia, sus conocidos, o de la gente con la que trabaja. [70] La incomprensión general sobre la telenovela, sin embargo, se hace patente en que un autor tan brillante como él, asume que esto es prueba de la baja calidad, de la informalidad con que se crea la telenovela (en comparación con la *soap-opera*), cuando en realidad se trata de un mecanismo de sensibilidad social que permite al autor fungir como portavoz de los valores y de la estética colectivos.

La participación del espectador no se limita al esquema de valores, sino que aporta también un acervo estético y simbólico, que cada telenovela enriquece y conserva: Frases, personajes, escenas, y muchos otros elementos aparecen recurrentemente en obras diferentes, escritas por diversos autores. Y su uso está estrechamente codificado. Un buen autor de telenovela tiene que conocer y manejar este acervo. Por su extensión, sólo conocerlo requiere de una respetable memoria. Y manejarlo bien, de maneras que la sociedad perciba como novedosas, pero que no atenten contra las características definitorias de cada elemento, exige de una gran habilidad, de un virtuosismo consumado.

2.m) *Alargamientos y compactamientos; resúmenes*

---

69 Julio Cid, *op.cit.*

70 "*Betty*, la suerte de la fea"; Elvira Lindo; *E.P.[S.]*; 31 de marzo de 2002; página 16.

Casi todas las definiciones que citamos en el capítulo anterior, mencionan que la telenovela, merced a su transmisión fragmentada, puede ser alargada o interrumpida, sea en función de su éxito, o por razones diversas (como las políticas). Así tenemos que Tomás Alberto López Pumarejo –por citar uno– prácticamente inicia su definición, indicando que la telenovela "es susceptible de extenderse y de ser alterada en su composición argumental, a discreción de los productores." [71]

Ahora bien, ¿una telenovela puede alargarse o interrumpirse de cualquier manera? No, lógicamente: Dado que en el corazón del melodrama hay un principio de justicia, no se debe de interrumpir una telenovela sin darle un final, así sea escueto y veloz.

La teledifusora que acostumbra retirar del aire programas, sin darles un final aunque sea breve, merece que el público deje de confiar en ella, y deje de consumir sus productos: Nadie se pone a ver una telenovela de –quizás– 200 capítulos de longitud, con el compromiso de memoria, tiempo, emocional, e incluso de ansiedad que esto implica, si imagina que la compañía puede interrumpir la transmisión en cualquier momento, sin siquiera dar una explicación de lo sucedido con los personajes, como han hecho los distintos canales de televisión en España, a lo largo de los últimos años.

En México en el medio televisivo, inteligentemente, se acostumbra mejor "compactarla". El término proviene de reducir una "novela" planeada para durar 200 capítulos –por ejemplo–, a sólo unos pocos –quizás 5, 10, 20, ó 40, según las circunstancias–, mediante la selección de aquellas escenas que dibujan de manera veloz el desarrollo de la "historia" principal. Esto se hace, o bien grabando solamente esas escenas, o bien recortándolas del material grabado –cuando se cuenta con gran número de capítulos terminados, que ya

---

71 Tomás Alberto López Pumarejo, *op.cit.*

no será posible transmitir completos–.

De la misma manera, un alargamiento poco eficiente (como el de la tercera versión de *Corazón salvaje,*[72] y también el de la segunda versión de *Bodas de odio*), [73] puede reducir la calidad literaria de la obra, y malamente sostener el *rating* conseguido por *una primera parte bien escrita*. La falla en los dos últimos casos, residió en que el autor atentó contra la justicia intrínseca del melodrama, generando nuevos obstáculos insalvables. cuando la estructura narrativa de la obra pedía ya un final –cuando los protagonistas habían sufrido más de lo que el premio esperado lo ameritaba–. La mera longitud de ambas obras, puso en duda el principio fundamental de la telenovela, de que "cada uno siembra lo que cosecha" a su debido tiempo –porque de nada nos sirve cosechar nuestros éxitos, cuando ya fuimos "muertos y enterrados"–. Naturalmente, sin embargo, estos alargamientos son infinitamente superiores al de *El secreto*, y por lo mismo, si no pudieron aumentar el público de la obra, cuando menos no lo perdieron completo. Mientras que la adaptadora mexicana mantuvo vigente la estructura inicial de la obra, añadiendo tan sólo algunos obstáculos más a los previstos *antes del desenlace*, las españolas destruyeron la estructura inicial impidiendo que alcanzase un final justo, y fabricando una segunda parte mediante la adición de peripecias (todas negativas), no inscritas en una estructura general lineal de tensión creciente.

Otro error común al alargar una obra, es el de crear un triángulo amoroso nuevo, cuando ya todo estaba por resolverse. Y en una obra bien

---

72 "Historia" original de Caridad Bravo Adams, adaptación de María Zarattini; *op.cit.*

73 También construida sobre una "historia" original de Caridad Bravo Adams, con adaptación de María Zarattini; producción de Ernesto Alonso para Televisa, en 1983-1984.

escrita –debido al substrato morfológico del cuento popular–, no es posible hacer esto: Los personajes que participan del conflicto central, deben de ser introducidos desde el principio de la obra, aunque después los dejemos "reposar" durante un gran número de capítulos. Los alargamientos eficientes, deben utilizar a los mismos personajes que se ha venido manejando desde el principio de la obra –aunque no hayan aparecido sino por referencias–, en la medida de lo posible.

¿Cómo hacen entonces los escritores más hábiles cuando las circunstancias exigen un alargamiento? Carlos Romero, el adaptador –y salvador– de *Valentina*,[74] de la segunda parte de *Los ricos también lloran*,[75] y de decenas de obras más, ha manejado durante años la solución evidentemente más adecuada: Dar un final justo al conflicto inicial, cerrando la estructura narrativa planteada inicialmente, y creando un nuevo conflicto –toda una nueva "historia"–, que sea posible imaginar afectando la vida de esos mismos personajes *algunos años después*. Y esto último es muy importante: Dependiendo de cuántos años, y qué tanto sufrieron los personajes para resolver el primer conflicto, el autor deberá de concederles un período de paz y prosperidad en el que gozar de los privilegios obtenidos con tanto dolor, antes de enfrentarlos a nuevas desventuras. Lo contrario no es justo, y por ende no es explotable en una telenovela. La telenovela, como el cuento popular, se crea para que guste al receptor, no al escritor –tengamos esto siempre presente–.

Algo más falta por indicar: ¿Cómo se hace para resumir bien una

---

74 Producción de Verónica Castro y su hermano, para Televisa, en 1994.

75 Inés Rodena, *op.cit.*

telenovela? De la misma manera como se compacta una obra: Seleccionando las escenas que inciden directamente en la trama principal. Y esto se hace mejor partiendo de una sinopsis completa y real (de lo que sí se grabó, *no* de lo que se planeaba grabar). Es importante recordar que, de la misma manera como un cuento popular no puede ser relatado sin describir aquellos momentos que son trascendentales para su desarrollo (los "hitos"), tampoco podemos resumir una telenovela dejando fuera las "escenas-hito", sea porque representen los parteaguas de la estructura narrativa, sea porque dibujen de cuerpo completo a determinados personajes.

Pero esto no es suficiente. Una buena telenovela no sólo cuenta una "historia", sino que también crea un mundo ficticio. Y por lo mismo, un buen resumen tiene que incluir las principales de entre aquellas escenas cuya función es la de darle profundidad a la obra, generar evocaciones, imprimirse en la memoria del espectador, y crear un ambiente. Una escena memorable no puede de ninguna manera ser ignorada u omitida en un buen resumen, así no ayude a relatar la anécdota central.

Igualmente, es sumamente importante, mantener en el resumen el mismo ritmo narrativo, y el mismo tono, que atrajeron al público a la obra original. De ahí que podamos afirmar que ni los resúmenes de *Corazón salvaje,* ni los de *La usurpadora,* difundidos en vídeocassette en México y en España, son los mejores que se podía haber hecho con esas obras –como ya explicamos en otro lugar– .

Parecería que hubiéramos dicho cuanto se puede decir del formato de la telenovela en general, ¿verdad? Y sin embargo no es así: Nos hemos dejado en el tintero un par de puntos fundamentales que analizar: Qué es el melodrama exactamente, y cuál es su relación con el cuento popular. De ello nos ocuparemos a continuación.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

2.n) *A qué público llegan las telenovelas*

El mundo de los "medios" tiene sus mitos. Y algunos de ellos se refieren a los consumidores de telenovelas. Jorge A. González, los desmintió, por medio de un extenso estudio de campo realizado en México, en poblaciones y ciudades de diverso tamaño, de manera que representasen a las distintas regiones y modos de vida.[76]

Se creía que las telenovelas gustan sólo a gente de provincia, pueblerina. En todas las poblaciones la telenovela fue preferida poir encima de cualquier otro tipo de programación. Eso sí: A medida que decrece el tamaño de la ciudad, aumenta el porcentaje de personas que prefiere la telenovela.

Se creía que la telenovela era cosa de mujeres y asunto de abuelitas. 4 de cada 10 varones entrevistados desmintieron tal afirmación –cifras muy parecidas a las obtenidas por Vink en Brasil,[77] Fuenzalida en Chile y Martín Barbero en Colombia–.

Asimismo, el análisis por edades (del aprecio por las telenovelas), demostró que las canas no tenían nada que ver con el consumo de la telenovela.

Se creía que la telenovela es seguida por la gente inútil, perezosa (floja) o desempleada; el estudio de González demostró que los desempleados y los jubilados son quienes menos las veían.

Se creía que la telenovela sólo gusta a gente ordinaria, de mal gusto, o de escasos recursos económicos. El 63% de los entrevistados de clase alta –la que menos reconoce en público el verla–, se reconoció como público

---

76 Jorge A. González, *op.cit.*, págs. 315-316.

77 Vink, *op.cit.*, pág. 28.

constante de ellas. Por cierto que, en la época dorada de la historieta melodramática seriada en sepia, las estadísticas de consumo presentaban un patrón similar, pues donde más se vendían, era en las zonas más caras de las ciudades.[78]

Respecto de la supuesta ignorancia de los aficionados a las telenovelas, poco más del 55% de quienes cuentan con estudios superiores, reconocen verla, contra un 82% de los que cuentan con una educación básica. Siendo altos ambos porcentajes, cabe preguntarse si la diferencia entre ambos grupos es tan amplia en la realidad, considerando que quienes tienen más estudios, han aprendido a negar que la ven, pero no necesariamente a no verla.

También se ha dicho que la telenovela no es vista por los adultos sino por los niños, pero dado su impacto en la reducción de la tasa de fertilidad por pareja en nuestro país–la cual además se dio principalmente en zonas urbanas, y entre gente con estudios superiores– cabe ponerlo en duda.[79] Aunque ciertamente, un muy alto porcentaje del público de telenovelas tiene menos de 14 años.

---

[78] Yolanda Vargas Dulché, 4 de noviembre de 1998, respecto del *Lágrimas, risas y amor*, que alcanzaba sus ventas principales, en la Ciudad de México, en la zona de "Las Lomas".

[79] Más adelante hablaremos de esto con detalle, y citaremos las fuentes respectivas.

CAPÍTULO III:
EL CUENTO, EL MELODRAMA Y LA TELENOVELA

3.a) *Digan lo que digan ...los demás*

El siglo XX sólo conoció los estertores de un género teatral que había alimentado durante décadas al gusto y a la sociedad decimonónicos. El agotamiento de los modelos por él empleados, sin embargo, además de marcar el fin de una era, dejó un mal sabor de boca en los estudiosos que continúa permeando la teoría literaria –y dramática– hasta nuestros días. De ahí que las fuentes a las que se acude en busca de luz para comprender el melodrama, terminen por producir una confusión mayor. Casi se puede decir que leerlas, más que enseñarnos *lo que es*, nos enseñan mucho de lo que el melodrama *no quiere ser*. Y eso, cuando lo mencionan.

Enciclopedias y diccionarios de gran prestigio académico,[80] por ejemplo, ni siquiera lo listan entre los géneros estudiados. Los diccionarios especializados como el de Helena Beristáin, también lo omiten.[81] No es de sorprenderse, por lo mismo, que Lázaro Carreter –que enfoca principalmente

---

[80] *The John Hopkins guide to literary theory and criticism*; Michael Groden y Martin Kreiswirth, eds.; The Johns Hopkins University Press, 1993, y la *Encyclopedia of contemporary literary theory*; Irena R. Makaryk, ed. y comp.; University of Toronto Press, 1997.

[81] Helena Beristáin; *Diccionario de retórica y poética*; México, Porrúa, 1985.

cuestiones lingüísticas–, también haga caso omiso del melodrama. [82] Finalmente pudimos encontrarlo en obras de consulta menos renombradas, que, sin embargo, si se toman la molestia de definirlo, es sólo para descalificarlo:

> "Melodrama: ***1.*** Obra teatral, derivada de las *pastoriles*, que alternaba diálogos, canto y música en los siglos XVII y XVIII (de ahí que a las *óperas* también se las llamase melodramas). Posteriormente se abandonó el canto, y más tarde –desde fines del siglo XVIII–, también la música. ***2.*** Derivados del género dramático anterior, los melodramas son obras teatrales cuyos rasgos más importante vienen dados por la simplificación de caracteres de los *personajes*, el insufrible maniqueísmo, la exaltación de la virtud, la grandilocuencia declamatoria, los efectismos de todo tipo, y la enorme falsedad de unas situaciones rebuscadas, cuyos *protagonistas* y *antagonistas*, si bien con distintos nombres y ocupaciones, apenas varían de unas obras a otras: El hombre enamorado y valiente acaba siempre por vencer al traidor, y por unirse a la joven inocente. El melodrama se desarrolló extraordinariamente a lo largo del siglo XIX, primero porque se adaptó al apasionado individualismo romántico, y luego porque en el teatro burgués de la segunda mitad del siglo, sirvió como vehículo de escape a la falta de gusto y a la sensiblería del público. En España, entre otros, escribió melodramas José Echegaray. Algunas obras de Jacinto Benavente, aunque de mayores logros estéticos, pueden encuadrarse también dentro del género. [Obras] melodramáticas son la *novela gótica*, el *folletín*, o la *novela rosa*. El *melodrama cinematográfico,* que trata de prestigiarse a base de publicidad, tiene las mismas características que el teatral, pero algunos filmes, más que asimilables al melodrama, se acercan a la llamada *alta comedia*. Hoy pueden incluirse en este género las telenovelas." [83]

---

[82] Fernando Lázaro Carreter; *Diccionario de términos filológicos*; Madrid, Gredos [Biblioteca Románica Hispánica- Manuales 6], 1984.

[83] Ana María Plata Tasende; *Diccionario de términos literarios –todos los términos imprescindibles para conocer y entender la literatura–*; Madrid, Espasa, 2000; *s.v.* "melodrama" (pág. 465).

Los adjetivos subrayados por nosotros, confirman la pobre opinión que tanto el melodrama, como el público decimonónico, merecen de la autora del diccionario. No obstante el sesgo, la definición nos ofrece un primer acercamiento al tono melodramático, y a muchos de los géneros que lo han empleado, desde el siglo XVIII (Rousseau...), y hasta nuestros días.

Veamos ahora –dado que se trata de un "género dramático", en sus orígenes– lo que nos dice del melodrama la gente de teatro:

> "Melodrama: En los siglos XVII, XVIII, y aún en parte del XIX, el melodrama era una composición romántica, dramática, con música incorporada. La palabra deriva de dos [términos] griegos: *melos*, que significa canción o música, y *drama**. Es una obra de carácter dramático popular, en la cual triunfa la virtud, y el crimen es castigado (por ejemplo, la muchacha falsamente acusada logra, después de tremendas dificultades, comprobar su inocencia). El melodrama usa todos los medios posibles para impresionar al auditorio: choques de trenes, terremotos, situaciones exageradas (ganar la lotería o en las carreras de caballos, puede salvar a un hombre injustamente arruinado), gran tensión dramática, dificultades extremas, etc. El melodrama muestra sentimientos nobles y heroicos en lucha contra las pasiones bajas, la maldad, etc. Lo importante en este género son las situaciones y los incidentes, no así la caracterización. || Originalmente: drama o acción acompañada de música instrumental. Desde el siglo XIX, obra popular, de extensión normal, hecha a base de <u>tipos superficiales</u> [y] un tanto <u>truculentos</u>: el héroe, la heroína, el villano. Se nutre generalmente de asesinatos, venganzas mortales, odios activos, etc. El melodrama moderno, sin embargo, en el que son maestros los norteamericanos, ha evolucionado también hacia lo psicológico. || Género híbrido de tragedia y comedia, que busca efectos emocionales por la <u>violencia</u> de las situaciones y la <u>exageración</u> de los sentimientos. Por lo general, el término tiene connotación <u>peyorativa</u>. || Especie de drama, de acción generalmente complicada, cuyo principal objetivo es despertar en el auditorio la curiosidad y la emoción. Se representaba acompañado de música instrumental en varios pasajes (causa de su denominación), aunque luego se haya representado sin

música. Por sus características se ha aplicado despectivamente este nombre en la época romántica y posromántica, al drama efectista y exagerado que cultiva el sentimentalismo y patetismo baratos." [84]

Por su parte, el *Diccionario de literatura popular española* solamente dice: "Melodrama: Ver novela rosa, opereta y telenovela", sin entrar –en dichos artículos– en más detalles sobre lo que el melodrama implica. El único que lo menciona, de hecho, es el de la opereta, al señalar –de pasada– que ésta fue melodramática, como todas las obras populares del siglo XIX. [85]

Terminamos así acudiendo a la *Enciclopedia Espasa Calpe,* que repitiendo y ampliando lo dicho por las obras anteriores, y en un tono si cabe aún más negativo, completa la imagen, indicándonos tanto el nombre del "padre del melodrama" –el gran enciclopedista francés Jean Jacques Rousseau, con su obra *Pygmalion* (1775)–, como el del máximo exponente del género en lengua romance: René Charles *Guilbert de Pixérécourt* –quien escribió cerca de 120 obras, representadas más de 30,000 veces en total, ya en vida suya–. [86]

En cuanto al trabajo de los especialistas, sobresalen los de Peter Brooks

---

[84] Marcela Ruiz Lugo y Ariel Contreras; *Glosario de términos del arte teatral*; México, Trillas [ANUIES: Temas básicos, área de lengua y literatura 3], 1983; *s.v.* "melodrama".

[85] Joaquín Álvarez Barrientos y María José Rodríguez Sánchez León, eds.; *op.cit., s.v.* "opereta".

[86] *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana Espasa Calpe*; *op.cit; s.v.* "melodrama" *y* "Pixérécourt, Guilbert".

[87] y Jean Follain.[88] De Peter Brooks, como ya señalamos antes, cabe decir que todo lo reduce al asombro –lo cual, de ser enteramente cierto, produciría éxitos *de melodrama* de los más peregrinos reportajes del *National Geographic*, o de los fallidos intentos italianos y españoles de hacer telenovelas a fuerza de "golpe de efecto"–.

Brooks reduce el melodrama al carácter hiperbólico de las situaciones y a la grandilocuencia de los parlamentos. Follain, por el contrario, y pese a concordar con él en lo extremo del repertorio de situaciones del melodrama, reduce el melodrama a "diálogos tan ingenuos, banales, y simples (si bien frecuentemente enfáticos) como la música que lo acompaña..." [89]

Follain ve una cierta relación entre el cuento popular y el melodrama, pero no consigue explicarla; aún más: La rechaza, porque lo que le agrada del cuento popular, es "su devenir de una peripecia a otra" –y no la resolución del conflicto que ofrece siempre ...el melodrama–. [90] Ahora bien, los repertorios de nuestro cuento popular (el románico-occidental) se caracterizan precisamente por terminar con la resolución del conflicto, en oposición a las sagas nórdicas, o a los relatos bizantinos, que al gusto de Follain terminan sólo cuando el excesivo número de peripecias enfrentado, ha agotado o la vida del protagonista, o la paciencia de los receptores. Este especialista, en consecuencia, está juzgando al melodrama bajo cánones culturales que no le corresponden, aunque en su honor se puede decir que al menos él saca sus

---

[87] Peter Brooks, *op.cit.*

[88] Jean Follain, *op.cit.*, págs. 60-70.

[89] "Il dialogo del melodramma è ingenuo, anche sempliciotto a volte, spesso enfatico; le parole delle sue canzoni d'accompagnamento sono tra le più piatte; la musica, di una grande banalità" , Jean Follain, *ídem*, pág. 64.

[90] Jean Follain, *ídem*, pág. 60.

conclusiones del estudio directo de las obras. Para sostener su postura, Follain cita a Pixérécourt, pues incluso éste negó que el melodrama, "pudiese ser considerado literatura".[91] Pero no debemos olvidar que Leo Tolstoi se consagró como gran autor literario (dentro del canon occidental europeo) por su *Guerra y paz* –obra y género (el folletín) al que él mismo repudió en vida–.

Convertirse en pregón de una sociedad, en narrador del *pueblo* –en tanto éste representa la identidad cultural común a la mayor parte de los estratos sociales y niveles de instrucción escolar–, no implica incapacidad o falta de conocimientos, sino que implica por el contrario –cuando se sabe escribir– el "tener algo que decirle lo mismo a la muchedumbre que al hombre selecto" "como los más grandes artistas de todos los tiempos." [92]

Las definiciones y estudios sobre el melodrama que hemos citado, tienen la virtud de combinar una gran cantidad de información veraz, con una gran cantidad de inexactitudes, cuando no de francos errores de juicio. Y ello es resultado de: *(a)* la falta de contacto real con obras melodramáticas de calidad por parte de los estudiosos, *(b)* la cual es consecuencia de la falta de prestigio cultural de que el melodrama goza en el mundo académico e intelectual.

En lugar de refutar, o aclarar cada punto, lo que haremos será listar las características del melodrama, tal como es posible seguirlas hasta nuestros días, a la luz de distintas creaciones melodramáticas *de valía literaria.* Y lo haremos así, puesto que, ¿cuándo se ha visto que nadie defina la comedia de los Siglos de Oro, o la tragedia griega, o cualquier otro género narrativo o dramático, partiendo de sus peores exponentes?

---

91 Jean Follain, *ídem*, pág. 64.

92 Ramón Menéndez Pidal, *op.cit.*, pág. 35.

Ahora bien, antes de listar las características del melodrama, listaremos las leyes que rigen la construcción del cuento popular, porque sólo así comprenderemos por qué el melodrama es como es.

3.b) *El principio de justicia y su funcionalidad sociológica. El cuento popular, el mito y el melodrama*

> "El narrador de cuentos ha encontrado, siempre y en todas partes, quien lo quiera escuchar con atención y gozo. Sea que el cuento haga un mero repaso de un hecho reciente, sea que relate una leyenda nacida en la noche de los tiempos, o que hilvane una compleja ficción, varones y mujeres han bebido ansiosamente las palabras del buen narrador, a través de las cuales han satisfecho su necesidad de información, de diversión, de invitación a comportarse heroicamente, y de edificarse moralmente, aliviando además con ello la monotonía que les suponen sus ocupaciones cotidianas. Una buena 'historia' convoca y atrae [a todos por igual, en todas partes del mundo]; y todos igualmente honran a quien en verdad la sabe contar." [93]

Cuando un mismo fenómeno brota en todas las culturas, podemos asegurar que se trata de algo *necesario* para nuestra sobrevivencia como seres humanos, y que está cumpliendo con alguna importante función social. Éste es el caso de la literatura, en un sentido lato –conforme a su definición sociológica–. Pero, ¿para que puede "servir" a la sociedad el que "contemos

---

[93] Stith Thompson; *The folktale*; Berkeley, Los Ángeles, Londres, University of California Press, 1977; pág. 3. El texto original, en inglés, dice: "The teller of stories has everywhere and always found eager listeners. Whether his tale is the mere report of a recent happenning, a legend of long ago, or an elaborately contrived fiction, men and women have hung upon his words and satisfied their yearnings for information or amusement, for incitement to heroic deeds, for religious edification, or for release from the overpowering monotony of their lives. [...All around the world...], the priest and the scholar, the peasant and the artisan, all join in their love of a good story, and their honor for the man who tells it well."

cuentos"?

La misión social del narrador, es la de justificar emocional y vivencialmente la visión del mundo de su sociedad, para promover así la pervivencia ordenada del grupo, en su territorio –en su particular contexto–, a lo largo de cada período de la historia. De ahí también el éxito generalizado de un narrador, cuando sus obras reflejan realmente las ideas del pueblo al que se dirige, y no otras. Citando a Mims y Lerner:

> "La literatura ofrece un esquema de controles, a través de los cuales desempeña su función social: La de organizar la expresión verbal de la experiencia, *integrando* por mediación de ella *en un nivel emocional, las actividades del grupo, y su visión subyacente de la vida* [–su visión del mundo–].". [94]

En el corazón de las narraciones cuyo éxito perdura a través de los siglos, encontramos un principio de justicia promovido pedagógicamente, ya que la obra entera se construye con la intención de demostrar que "cada uno cosecha lo que sembró", y que "si la vida no es justa, tarde o temprano hace justicia"..., que "quien a hierro mata, a hierro muere", y que "quien siembra vientos", solamente puede "cosechar tempestades" –haciendo eco de la sabiduría popular, resguardada en refranes y dichos populares–. Ahora bien, una obra de éxito perdurable, no suele estar llena de sermones, sino que por medio de las acciones de los personajes, y de las consecuencias naturales de cada una, nos instruye con respecto a lo que vale la pena hacer a cada momento de nuestras vidas.

---

[94] Mims y Lerner (autores del artículo); *Encyclopaedia of the social sciences*; Macmillan, Nueva York, 1957; *s.v.* "literature" (pág. 524). El texto original dice: "Literature consists of a scheme of controls through which it performs its social function, by organizing the verbal expression of experience, and thus integrating on an emotional level the activities of the group with its underlying view of life"

Este principio de justicia, de que "todo cae por su propio peso", y de que es útil –vale la pena– "portarse bien" conforme a lo que nuestra cultura considera por su experiencia que es "mejor", se encuentra en el corazón de todo relato popular perdurable. Y de ahí llega al melodrama. El melodrama, como el cuento popular y el mito, tiene funciones "validatorias" (del orden social y de la visión del mundo de la cultura en la que es creado), catárticas (de identificación y desahogo emocional), lúdicas (de diversión), y formativas (en el sentido de "aprendizaje para la vida"). [95] Y ésta es precisamente la razón de que sea posible establecer una relación clara entre el cuento popular, el melodrama, y sus exponentes actuales en la sociedad urbana contemporánea, como la telenovela.

Como el cuento popular, el melodrama:

- se narra cronológicamente (en una sucesión de eventos encadenada por relaciones de causa-efecto), en lo que podríamos llamar la "ley de sucesión ordenada de los hechos";
- los elementos descriptivos e introspectivos se subordinan a los de la acción, que ha de describir por sí misma a los personajes –"bueno" es el que actúa como "bueno", no el que dice serlo; además de que la protagonista por antonomasia *debe de serlo*–. Ésta es la llamada "ley de la caracterización por la acción";
- de hecho, se prefiere la reiteración, en lugar de la descripción directa, verbal, prolongada, como medio de calificar a los personaje –*una y otra vez* se muestra cuán amable es uno de ellos, *una y otra vez* se ve lo "mal que se porta" otro, *una y otra vez* oímos cuánto la quieren a una

---

[95] Julio Camarena; "El cuento popular"; *Ánthropos* # 166-167 [mayo-agosto de 1995 –número monográfico sobre literatura popular, dirigido por María Cruz García de Enterría–]; pág. 32.

tercera, etc.–.

- Precisamente debido a que no puede recurrir a una prolongada enumeración de las características de cada personaje, el narrador se apoya en el uso de "tipos", "arquetipos", símbolos, atributos, epítetos, motes (apodos), y otros recursos narrativos, para simplificar la presentación de los personajes, y la comprensión rápida de su función en el relato –"Pedro de *Urdemalas*", el "Castillo de *Irás y No Volverás*", la ropa negra de la bruja, el ojo parchado del pirata, etc.–. [96] A ésta podríamos llamarla la "ley de los personajes funcionales hasta en sus nombres y apariencias", si tan sólo alguien la hubiera bautizado como a las demás–.

El cuento popular, como el mito, como el melodrama –*como toda obra de literatura popular*, finalmente–,

- se apoya en el uso de elementos formulaicos, que conforman un repertorio en constante confirmación y renovación (de ahí que manejen elementos recurrentes, estrechamente codificados por la cultura a la que pertenecen, y a una estética colectiva),
- es producido *para una sociedad* (para un "receptor colectivo"), por lo que ésta participa activamente en su creación, sea directamente (en la transmisión oral), sea indirectamente (como en la creación "comercial"); por lo mismo, se puede decir que en cierto modo, su creación es colectiva *(su creación está "abierta" al receptor).*
- *Igualmente, el cuento está abierto a la re-creación:* Pervive en variantes (en versiones) que se adaptan a las cambiantes circunstancias sociales y a las nuevas modalidades de transmisión, siempre "auto-

---

96 Julio Camarena, *op.cit.*, págs. 31 y 32.

corrigiéndose" (siempre puliendo o modificando aquellos elementos que transgreden las expectativas del receptor, que no logran agradarle, o que no tienen ya sentido en nuestros días) –ley de la autocorrección constante–,

- hace un gran uso de las oposiciones, pues gusta de contraponer opuestos –belleza/fealdad, simpatía/antipatía, riqueza/pobreza, inteligencia/tontería, etc.–, y de exagerar la caracterización de personajes y situaciones, para simplificar la descodificación de sus respectivos roles en la "historia" (ley de los opuestos),
- y polariza las acciones mostradas en función de su utilidad para la sobrevivencia ordenada y estable del grupo social –lo cual las vuelve "buenas"/"malas" según sea el caso–. Esto es sólo natural –*tenía que ser así*–, considerando la función social cumplida por el cuento popular en la sociedad. [97]

Por último, en el cuento popular, como en el melodrama,

- no se aceptan los principios y finales bruscos, pues es necesario desarrollarlos gradualmente, haciendo que el receptor pueda, primero conocer a los personajes, y después *prever el final* justo de la obra, incluso con cierto detalle, por el comportamiento o los sufrimientos vividos *durante el desarrollo* del cuento; la obra es creada con la mira puesta siempre en el final, y cada elemento previo de la narración tiene que relacionarse con él (ley de la introducción y la conclusión).
- "el centro de gravedad [de la narración] tiende a situarse siempre hacia lo posterior, [lo último]", lo que explica que –en el cuento popular– sea el menor de los hermanos, o la última de las hadas, o el último de los

---

[97] Julio Camarena, *ídem.*

pretendientes –por ejemplo–, quien encuentre la solución al conflicto. Los fracasos previos realzan el éxito del héroe, además de mantener la tensión narrativa ascendiendo, como lo exige la estructura narrativa del relato popular en nuestra cultura, conforme a la denominada "ley de popa". [98]

- Al cuento popular lo llamamos también "cuento maravilloso", porque por definición debe de maravillar al receptor, para que éste lo siga atento. Un buen cuento nunca será ni anodino, ni mediocre, ni "plano", así que, por definición, todos relatan hechos portentosos. El cuento, como el melodrama, prefiere eventos extraordinarios, pues éstos por un lado realzan el valor del personaje que es capaz de vivir conforme a los valores de la colectividad pese a las adversidades, y por el otro lado permiten al receptor ensoñarse, alejarse momentáneamente de la monotonía de su rutina cotidiana –como señala Thompson, en la cita con la que se inicia este capítulo–. Aún más: A mayores dificultades, mayor el poder y la habilidad de quien re-establece el orden justo en el mundo, contra toda esperanza humana. El autor, en cierta forma, representa en la obra, y hacia sus personajes, el mismo rol que la divinidad con respecto de la sociedad.

Además de esto, tanto en el cuento popular, como en el melodrama:

- la narración, por definición, debe de tejerse en torno a los personajes principales (ley de la concentración en torno al personaje principal),
- se establece la relación entre personajes y situaciones de naturaleza similar, por medio de una gran cantidad de rasgos comunes (ley de la presentación esquematizada); en el caso de las telenovelas, nos

---

98 Julio Camarena, *ídem*.

encontramos productores como Valentín Pimstein, que viste a los personajes de una misma familia con ropa igual, para indicar así su parentesco,

- se maneja grupos de personajes que viven en distintos grados o tiempos un mismo rol (la ley de los gemelos) , lo que permite que en un momento dado, uno retome la acción abandonada por el otro (la hija que cosecha los premios merecidos por su madre fallecida, por ejemplo, como en la telenovela *Amor en silencio* [99]),
- la narración no puede ser resumida sin relatar cuando menos una serie de escenas-hito, que representan también los momentos de mayor intensidad narrativa (ley de la plasticidad); dicho de otra manera: "el paroxismo del cuento se alcanza mediante una o varias situaciones centrales, planteadas en base a imágenes vivamente expresivas", [100]

Hay otras leyes que inciden en la creación de un cuento popular perdurable, pero sólo tres que **no** emplean el folletín y la telenovela –los melodramas de larga duración–. Se trata de:

- la ley de "unicidad del hilo conductor",[101] que requiere no narrar más "historias" en una obra, que la principal. Ahora bien, si se estudia atentamente la construcción de una telenovela, se comprende que la ruptura de la ley es sólo aparente. Si bien la longitud propia tanto del folletín como de la telenovela, exigen manejar subtramas, éstas sólo existen para sostener a la principal, para permitirle desarrollarse de

---

99 *Amor en silencio*; "historia" original de Éric Vonn y Liliana Abud, producción de Carla Estrada para Televisa, en 1988.

100 Julio Camarena, *ídem*.

101 Julio Camarena, *ídem*.

manera más natural y detallada.

- la ley de la dualidad escénica, que recomienda no presentar en una misma escena a más de dos personajes de peso –o grupos de ellos– interactuando, para facilitar la comprensión de la narración, pues de otra forma la atención del espectador se dispersaría. Otra vez, aunque la telenovela pueda darse el lujo, por su longitud, de mostrar en un momento dado, la reacción de todos los personajes a un cierto evento, ésta sin embargo habrá de ser mostrada secuencialmente. Como en cualquier obra narrativa *popular*, sólo es posible mostrar a un personaje "actante" (actuando o hablando) a la vez. Y si hay más "en escena", entonces deberán de interactuar entre sí, lógicamente.
- La ley de la tríada, que recomienda manejar siempre los mismos números para facilitar la memorización de las distintas obras. Así resulta que los reyes en los cuentos suelen tienen *tres* hijas (no dos ni ocho, que son números difíciles de recordar). La televisión permite fotografiar a cada personaje –y volvérnoslo audible–, aportándonos tanta información sobre él, que la memorización se facilita mucho. Así las cosas, el manejo de números "clave" resulta menos necesario, que en una obra de transmisión oral. Esto sin embargo no implica que la telenovela se haya apartado del todo de los números tradicionales (mnemotécnicos), que también se repiten más que los demás.

Por lo que hemos visto, del cuento popular al melodrama, y a la telenovela, hay poca distancia: La de la tecnología empleada para su transmisión: Las leyes que regulan su creación, la selección de los elementos mostrados, la morfología de su estructura, es básicamente la misma.

Mientras que el cuento popular continúa transmitiéndose de manera oral –principalmente–, el melodrama continúa adaptándose a las nuevas

modalidades de transmisión. Así es como pasó del teatro burgués del diecinueve, y del teatro de repertorio, al cuento periodístico y al folletín, a la historieta unitaria o seriada, a la novela de kiosko (*paperback*), y a los distintos formatos que lo mantienen vivo y vigente en la radio, el cine y la televisión.

3.c) *Características del melodrama*

La obra melodramática, como el cuento popular, es construida para demostrar que, naturalmente, quien mantiene una conducta destructiva, termina por destruirse a sí mismo; que todo el mundo cosecha, tarde o temprano, lo que siembra; y que nadie escapa de las consecuencias de sus actos. El melodrama, por lo mismo, nace pedagógico, y retoma la misión sociológica de la literatura, de mantener, difundir, explicar y justificar emocionalmente la visión del mundo de la sociedad para la que es creado. El melodrama nace popular, porque a todos gusta –*complace*– ver que sus ideales "valen la pena", que su visión del mundo "realmente *sirve*"; y como nace popular, el melodrama nace también con éxito comercial, cuando es explotado industrialmente.

Por su base morfológica (la del cuento popular), el melodrama se construye en torno a un principio de justicia. Y todas sus características son consecuencia del mismo. Así que, por definición, el melodrama cuenta con:

- *Un final justo*, o final "feliz" –que no es nunca un final fácil de lograr, si se construye bien–. Conseguir que cada personaje coseche lo que sembró, de manera natural, proporcional y verosímil, a pesar de cuanto el escritor haya permitido que se complicaran las cosas, es sumamente difícil –y para muchos imposible–. Y nos da la medida de la capacidad y del ingenio de un autor. Un final que no sea justo, tan sólo demuestra que la obra rebasó a su escritor, y que éste carecía de ingenio y

creatividad suficientes como para conseguir una conclusión justa. Y aclaro esto, porque hacer mal melodrama, es muy fácil: De la manga, cualquiera se puede sacar un conejo, un choque de trenes, la lotería, y "siete bodas y un funeral" –por decir algo–. No hay manera más fácil de acabar con un "malo" que "matarlo" en el penúltimo capítulo, porque es mucho más difícil hacer que caiga por sus propias obras, y en el momento preciso. Normalmente –y salvo que estemos narrando una guerra, una epidemia, o un desastre de ese calibre–, el número de muertos de un melodrama, es indirectamente proporcional a la calidad de su escritor: Mientras más "muertos", peor es el autor –pues está demostrando su incapacidad deresolver los conflictos de manera justa–.

- *Discernimiento maniqueo* del comportamiento de los personajes, en función del postulado ideológico, de la visión del mundo defendida por la obra. En el melodrama, como en el cuento popular, las acciones –y su juicio moral– caracterizarán al personaje de manera polarizada; siempre habrá "buenos" y "malos", claramente diferenciables. Si no los hay, es que –otra vez– el escritor no se enteró de lo que estaba haciendo, de por qué la sociedad lo necesita. Ahora bien, esto no significa que los personajes tengan que ser construidos de manera burda: Normalmente, ni en la vida real, ni en un buen melodrama, hay "malos" sin cuando menos un rasgo favorable, ni "buenos" sin cuando menos algún defecto, *cuando se cuenta una "historia" de gran longitud y detalle.*

- Como el cuento popular, el melodrama *emplea personajes (a) "funcionales"* –creados para cumplir cabalmente con la función narrativa que les corresponda–, *(b) "simbólicos"* –que representan entidades

abstractas, grupos e instituciones, más que a personas "reales"–, *(c) "tipo"* –descodificables clara y rápidamente por parte del público, con respecto a un repertorio propio de la cultura y el momento histórico–, y ocasional pero memorablemente *(d) "estereotípicos"* –cuando representan la quintaesencia, los ejemplos más acabados y reconocibles de los personajes "tipo"–. Tiene que ser así por dos razones: Primero, que *la obra debe ser fácilmente comprendida por toda clase de personas en una sociedad* (niños y ancianos, distintas etnias –indígenas, mestizas, emigrantes, etc.–, población rural y urbana, población analfabeta y universitaria, gente de la farándula y amas de casa, etc.), y los personajes ambiguos que hoy aplaude la literatura "de élite", "de canon", o "culta", pueden ser clasificados por determinados grupos de espectadores de manera diversa a la esperada. En las obras que dan identidad a la mayor parte de una sociedad, el personaje *debe de poder ser comprendido de la manera más unívoca posible,* por la mayoría de la gente. Segundo: Que *no puede lograrse un final justo cuando las acciones de los personajes no permiten un juicio moral claro*, a la luz de la visión del mundo que da cohesión a su sociedad.

- Búsqueda del *máximo impacto emocional*, tanto porque los sentimientos representan un lenguaje universal (un código de expresión que todos los seres humanos entendemos sin importar nuestro nivel de instrucción escolar, nuestra edad y experiencia de la vida, nuestras ideas, etc.), como porque sólo así el mensaje propuesto por la obra se grabará intensamente en la memoria del espectador –como exige la función social de la literatura, en el caso de una obra como éstas–. En el caso particular de la telenovela, mientras mayor sea el impacto emocional (sin exceder el umbral del dolor de la persona, claro está), más fácil será

retener al público, a lo largo de los 200 capítulos de una obra actual promedio.

La búsqueda del máximo impacto emocional, y de la mayor claridad en la codificación del mensaje, tienen varias consecuencias:

- El aprecio por el efectismo y la espectacularidad. Desafortunadamente, esto facilita el que los malos melodramas realmente abusen del golpe de efecto.
- El uso *verosímil* de lo improbable y absurdo, tanto como herramienta cómica (a manera de contrapunto), como porque el autor todo lo puede en su obra, y en la vida todo puede llegar a ocurrir –*Deux est machina*–, siempre y cuando cumplamos con las reglas establecidas hasta aquí. Lograr malabarismos narrativos extremos (hasta el punto del absurdo), *sin perder ni un punto de verosimilitud*, requiere de una imaginación y de una habilidad consumadas. Es mucho más difícil reunir en una escena *creíble* una lista inverosímil de elementos, que dibujar una escena anodina y mediocre, que por habitual, todos podemos creer fácilmente.
- La colaboración del melodrama con otras artes. Desde su nacimiento como género teatral, el melodrama contó con el apoyo de coros y danzas. Todo cuanto se pueda hacer por acercar la obra melodramática a la experiencia multisensorial de la realidad, y por hacerla más grata –más bella–, reforzará su atractivo, y por ende su calidad. El melodrama en este sentido, nunca será purista, pues tiende a la reunión de las distintas manifestaciones artísticas, como apoyo a una visión del mundo aceptada e interiorizada por la mayor parte de una sociedad.

Las características del melodrama, como las del cuento, son finalmente las mismas que las de la telenovela. Estudiarlas nos ha permitido explicar de dónde provienen los fenómenos descritos en el capítulo anterior, y que caracterizan a la telenovela bien escrita, y de éxito mayoritario.

A guisa de conclusión, definamos ahora sí lo que la telenovela es.

CAPÍTULO IV:
DEFINICIÓN DE LA TELENOVELA

4.a) El traje nuevo del emperador, en este caso sí era hermoso...

En México, [102] como en Colombia, Brasil, Venezuela, Perú, Argentina, y la mayor parte de Iberoamérica, las telenovelas acaparan desde hace años los primeros lugares de audiencia televisiva, y logran que el público las siga fielmente durante meses, en su diaria y fragmentada transmisión.

Su impacto en nuestras sociedades es tan amplio, que hay evidencia periodística de que los insurgentes zapatistas se levantaban de la mesa de negociaciones en Chiapas, al llegar la hora de "su" telenovela.[103] Igualmente se ha sabido –por los rehenes liberados– que los militantes del Tupac-Amaru que tomaron durante meses la Embajada del Japón en Lima, seguían diariamente y con verdadero interés, las telenovelas de su preferencia.[104] No sólo ellos: Los aparatos del poder oficial también las siguen. Y como señala

---

[102] "Éstos son los 100 programas más vistos de la televisión mexicana durante 1996" (basado en *ratings* de I.B.O.P.E.), publicado por Televisa en los principales periódicos de México, el 18 de octubre de 1996.

[103] "Más que la paz, al E.Z.L.N. le interesa una novela de la televisión"; *El Heraldo de México*, primera plana, 12 de agosto de 1996. Se trataba de la tercera y exitosa versión de *Corazón salvaje*, de la que ya hemos hablado.

[104] "Hostage takers in Peru soften"; *Daily news*, 30 de diciembre de 1996, y "Al Tupac Amaru le gustan las telenovelas"; *El Heraldo de México*, 30 de diciembre de 1996.

Ana M. López, no es difícil que un presidente o general se dejen relacionar con las telenovelas de mayor arrastre.[105]

¿Cómo explicar entonces que una especialista estadounidense publicase que el triunfo de *Los ricos también lloran* en Rusia, donde *Dallas* y *Dinasty* habían fracasado, demostraba que los rusos no sabían de calidad? Si a los rusos les gusta la telenovela –sentenció– es porque, en materia televisiva son infantes hasta tal punto, que todavía no aprenden a ir al baño...[106]

Esta comparación es resultado tanto de la incomprensión de lo nuestro, como del desconocimiento de lo que son la telenovela y los substratos culturales de los que se alimenta. Y tristemente, también en el mundo de habla hispana hay mucha gente que la desprecia, incluso entre sus creadores, por no poder comprenderla.

Para entender la telenovela, es necesario explicar cuál es su función social –la misma del cuento popular–. No es posible tampoco entender la telenovela, si no se conoce en qué consiste el melodrama –género teatral, de origen "latino" (no sajón)–. Para juzgarla es necesario antes conocer la estética colectiva (no individual) que emplea, y el acervo de elementos de los que ésta dispone.

Para juzgar su utilidad es preciso conocer de qué manera ha sido empleada para difundir conductas pro-sociales (a veces consciente, a veces inconscientemente) –cómo ha sido usada por el poder, y cómo ése uso ha sido "apropiado", mediado, o francamente rechazado por el pueblo en general, como

---

105 Ana M. López, *To be continued..., op.cit*, pág. 260.

106 Hemos resumido en esta frase, los dos párrafos introductorios de su artículo, para lo cual hemos debido parafrasearla, más que citarla. Para la lectura completa de su análisis, acudir a: Kate Balwin; "Montezuma's Revenge: Reading *Los ricos también lloran* in Russia", en *Soap operas around the world*, *op.cit.*, pág. 285.

veremos en la segunda parte de este trabajo–.

Para respetarla, se impone comprenderla como lenguaje del pueblo *latinoamericano, en oposición al lenguaje de Hollywood; y cómo este lenguaje* nuestro, se ha impuesto en el mundo entero por su propio valía. Para otorgar al "medio" en el que nació y se desarrolla, el mérito que le corresponde, es imprescindible comprender que el pueblo la consume si –y sólo si– encuentra en ella paradigmas culturales que reconozca como propios; y esto "mediado" –filtrado– por una descodificación enteramente personal, que es distinta en cada persona en tanto distinto es cada uno de nosotros.

Mucho de lo malo que se dice de la telenovela, es resultado del desconocimiento y los prejuicios. Sólo comprendiéndola se podrá lograr que, quienes pueden escribirla con calidad literaria, se lancen a la aventura de recuperarla, y de ponerla nuevamente en manos del pueblo latinoamericano –de convertirse "como los más grandes escritores de todos los tiempos", en portavoces del sentir popular, recordando la frase de Ménendez Pidal–. Porque muchos afirmaron que el pueblo estaba dispuesto a tragar todo lo que se llamara "telenovela", y los *ratings* han venido a demostrar que esto no es así.[107]

---

[107] En 1996, Televisa cambió su esquema habitual de programación, para transmitir en su canal insignia (el 2) solamente telenovelas, a lo largo de todo la tarde y noche –sin interrupción–. De las 4 a las 10 de la noche, no se difundía sino telenovelas, en capítulos de una hora de duración "al aire". El noticiero se veía obligado a esperar hasta las 10 pm para salir "al aire", y la "barra cómica" de las 8 pm, fue eliminada de la programación.

Se creía que, dado los programas de más audiencia eran las telenovelas –sin importar su calidad, la transgresión de los valores del público, el exceso de publicidad, etc.–, no tenía caso dar a la gente otras cosas. Y así, el *rating* "seguramente" subiría... No fue así. Los *ratings* han caído tanto, que en 2002 varios horarios tradicionales de telenovela han sido asignados para otros tipos de programa, como el unitario *Mujer, casos de la vida real* (producción de Silvia Pinal).

En 2002, canal 2 está transmitiendo 4 capítulos diarios de distintas telenovelas, contra los 7 que llegó a transmitir en otros tiempos. Y los *ratings* –de todo tipo de

4.b) *Definición formal de la telenovela*

La telenovela, en resumen, es:

- una obra narrativa de ficción,
- con tensión lineal creciente,
- que alcanza su clímax en el momento de la resolución del conflicto principal, tras de la cual la obra se termina –de ahí que la postura moral del personaje ante el conflicto cobre relevancia sobre la ambigüedad psicológica –o el verismo (no verosimilitud)– de su construcción–;
- difundida de manera fragmentada, en capítulos interdependientes, secuenciados, cuyo orden de transmisión no puede ser alterado sin que la obra pierda sentido,
- dramatizada y transmitida diariamente por televisión,
- pero que parte de una base escrita –el libreto–;
- construida en gran medida sobre la estructura morfológica y las leyes del cuento popular, pero con una longitud mucho mayor –razón por la cual maneja además subtramas, o "historias" secundarias a la principal–;
- que emplea las herramientas del melodrama para cumplir con su misión sociológica de justificar emocional y vivencialmente los valores, ideas y creencias de su sociedad –de la que se reconoce como portavoz, al demostrar la inherente justicia de su visión del mundo–;
- y que por lo mismo se apoya en una estética colectiva, y explota un repertorio de elementos recurrentes, estrechamente codificados, propiedad de la cultura en la que se inmerge y a la que alimenta,
- de difusión "miscelánea", dado que intercala a lo largo de cada uno de sus capítulos una cierta cantidad de opúsculos de diverso tipo

---

programas– siguen cayendo.

(propaganda política, comercial, etc.), que cubren los costos de producción y transmisión de la obra, pero con los cuales debe de mantener un cierto equilibrio (en tono, cantidad, producción, etc.) para que éstos no mermen substancialmente su recepción.

En términos prácticos, esto ha generado que:

- Dado que cumple con las leyes del cuento popular, la telenovela *debe de ser* relatada cronológicamente, con un principio, un desarrollo y una conclusión claramente distinguibles. Su duración, en consecuencia, está limitada. Idealmente no debe de sobrepasar los 120 capítulos de media hora de duración en pantalla, pero tampoco ofrecer menos de 20 capítulos.
- Idealmente, también, cada capítulo debe dividirse en tres actos, pero sin que esto limite rígidamente al escritor cuando éste perciba la necesidad de una escena más larga, o de una secuencia que exceda la duración habitual de un acto. El número ideal de escenas varía grandemente de capítulo a capítulo, y depende de la obra y de la habilidad del autor. De ninguna manera el número de escenas o de momentos climáticos, constituye una medida de la calidad de la narración. Tampoco la brevedad de los diálogos determina el éxito de la obra, sino la capacidad de los mismos de: *(a) reverberar* internamente en el público, de manera grata y en sentido pro-social (aunque lo hablado no lo haya sido), *(b)* a la vez que permiten "llevar adelante" la "historia" –desarrollarla–.
- La calidad del autor y del equipo de producción se mide por la capacidad de cada obra de atraer y retener al público sin necesidad de recurrir a recursos viscerales –como el comprar público por medio de concursos, o de "morbo"–.

- Si bien la calidad de la obra depende en gran medida de la capacidad creadora del autor, de su personalidad y experiencia de la vida, hay evidencia estadística clara de que el atractivo de una telenovela es directamente proporcional a la comunión que hay entre el público y los creadores, en cuestión de valores, ideas y creencias. Esto explica por qué la telenovela es una obra de autor, mientras que la *soap-opera* es una obra de equipo. Y por qué la justicia de los hechos relatados, irrelevante en la *soap-opera*, cobra primacía y da sentido a todas las partes de una telenovela.
- Por lo mismo, no se puede sostener que el suspenso, el asombro, o la curiosidad, sean las únicas herramientas con que el autor de telenovela puede atraer y retener a su público, ni tampoco las que definan a este formato narrativo. Baste recordar –para confirmarlo– que la publicación levemente anticipada de lo que va a ocurrir en un capítulo, no disminuye su *rating,* sino que lo aumenta.
- Dada la longitud de una telenovela promedio, la telenovela puede hacer uso del mundo de lo doméstico, de lo personal, de lo íntimo, de la convivencia diaria, pero solamente *en tanto* esto sea pertinente para el desarrollo y la resolución del conflicto principal de la obra, y en tanto el receptor pueda considerarlo como parte de una educación sentimental o de sobrevivencia, que espera de la obra.
- La telenovela promedio, es una obra altamente perecedera, que –especialmente por la evolución tecnológica– rara vez tienen una vida útil superior a los diez años, pese a su alto costo.[108] Por su filiación

---

[108] Según estimaciones de Andrew Paxman, antiguo editor de la sección latinoamericana del semanario *Variety*, producir un capítulo promedio de telenovela, cuesta en Venezuela unos $30,000 USD, en México unos $50,000 USD, y en Brasil $80,000a $100,000 USD. Estos costos varían grandemente de una obra a otra, en función del horario y público al que se dirige cada una *[en nuestra opinión personal, la*

popular, la telenovela sobrevive en variantes "autoperfeccionables", que se adaptan a las cambiantes circunstancias sociales, y a las nuevas modalidades de transmisión. De ahí que, el producir nuevas versiones de obras de éxito, sea normal y necesario, siempre que no sea lo único que se transmita.

- Se puede afirmar que en la telenovela, como en toda obra popular, el autor-individuo sacrifica su preeminencia natural, para servir de instrumento –de voz– al autor-sociedad, que de manera indirecta se convierte así en co-creador de la obra. La telenovela de calidad, por lo mismo, debe de encontrar el punto de equilibrio entre la capacidad literaria de su autor, y la voluntad creativa de la sociedad.

---

peculiar administración de las empresas de "medios", afecta negativamente los costos].

Televisa capitaliza el 60% de las exportaciones de telenovelas, y también la mayor parte de la producción (alrededor de 25 nuevas telenovelas cada año, frente a las 10 de Brasil –6, creación de la teledifusora O Globo– , 10 de Venezuela, 10 de Colombia, 6-7 de Perú, y 3 de Argentina (donde se prefiere el formato narrativo de la "tira") –comunicación escrita del 17 de octubre de 1999–.

SEGUNDA PARTE:

POLÍTICAS DEL CONTENIDO EN LA TELENOVELA MEXICANA, 1958-1984-1995-2002

CAPÍTULO I:
CONTEXTO HISTÓRICO DE LA TELENOVELA MEXICANA

1.a) *Y así nació este "corrido"...*

En el México de los años cincuenta en el que nació la televisión, florecían tanto la industria cinematográfica, como la de la radio y la de la historieta ilustrada. Se vivía una década de estabilidad y desarrollo, tanto económico como político, y el progreso y la modernidad prometidos por la Revolución Mexicana parecían –por fin– hacerse realidad para la mayoría de los mexicanos. La industria de la radio llegaba a la práctica totalidad del territorio nacional; y las radionovelas constituían uno de sus productos más apreciados. Era sólo lógico que la naciente televisión, intentase trasladar el éxito del melodrama seriado, tanto radial como de historieta, al nuevo medio de transmisión. La primera telenovela producida en México, se llamó *Senda prohibida*, de la escritora Fernanda Villeli –adaptación de otra radionovela suya de éxito generalizado–. Corría el año de 1958, los capítulos se grababan en vivo y en directo, y se transmitían en blanco y negro, por no permitir más la tecnología disponible entonces. [109]

---

[109] Como ya mencionamos en otro lugar, todos los autores coinciden en fechar el nacimiento de la telenovela mexicana en 1958, salvo Francisco Javier Torres Aguilera (*op.cit.*), que lo ubica un año antes (¡por el estudio de los *ratings*!). Manuel Bauche Alcalde, testigo de aquellos tiempos, lo sitúa el 12 de junio de 1958, por canal

Muchos programas de televisión en aquel tiempo, eran producidos, o por *"brokers"*–productoras independientes que compraban tiempo de televisión en grandes volúmenes, a un precio lógicamente más bajo, en el que después transmitían tanto su programa, como los anuncios comerciales de sus clientes–, o por las distintas agencias publicitarias, o sus clientes –como es el caso de la transnacional Colgate-Palmolive–. Esto explica la orientación comercial de la televisión mexicana, que logró sobrevivir a pesar de la conveniente sumisión del "medio" al partido gobernante.

Este fenómeno llevó a la conformación de Televisa, el gigantesco conglomerado de comunicaciones, cerca de 20 años después (el 3 de enero de 1973).[110] Televisa, un cuasi-monopolio,[111] sigue siendo (en 2002) el principal productor de telenovelas en México, y uno de los más prolíficos productores de televisión en el mundo, en cuanto al número de horas de programación grabadas cada año. Dicho en otras palabras: Los contenidos y formatos de la televisión mexicana, como los de la radio, como los del mercado de historietas, han sido modelados por tres fuerzas distintas: Una nación principalmente conservadora (cuyo consumo voluntario, espontáneo, se buscaba), un gobierno liberal y revolucionario que gozaba de un poder legal y

---

4 –co-propiedad entonces de Emilio Azcárraga Vidaurreta, y Rómulo O'Farrill ("Del teleteatro a la telenovela"; *Apuntes para una historia de la televisión mexicana, tomo II*; Miguel Ángel Sánchez Armas y María del Pilar Ramírez, coords; México, Revista Mexicana de la Comunicación y Espacio 99 –evento de vinculación de Televisa con el mundo universitario–, 1999 ; pág. 158).

110 Fecha fijada por Víctor Hugo O'Farrill, en entrevista del 2 de julio de 1997.

111 Como veremos después, la situación actual del mercado mexicano de televisión, es muy distinta. Ahora bien, cabe suponer que Televisa ha restaurado su posición cuasi-monopólica, mediante convenios de programación con las otras compañías (2001 –al parecer se repartieron las exclusivas de transmisión, como las de lso principales partidos de fut-bol sóquer–).

extra-legal cuasi-absoluto, y una economía cuasi-capitalista.

El estudio de la telenovela mexicana, en consecuencia, ofrece una visión particularmente valiosa de las políticas culturales del México pos-revolucionario, y de cómo el partido gobernante fundió sus mitos con los de su pueblo, para arraigarse establemente en el poder.

1.b) *Los mitos del progreso*

La Revolución Mexicana (1910-1921) costó al país cerca de un millón de vidas –según se acepta convencionalmente–, y pérdidas materiales incuantificables por su gran magnitud. El pueblo requería una justificación que le permitiera comprender lo que había sucedido –sus sufrimientos y pérdidas–., y el Gobierno había de dársela. Algunos lemas revolucionarios como "la tierra es de quien la trabaja", permitieron a los triunfadores de la contienda facturar una re-interpretación marxista de lo sucedido, que a su vez sirvió de fundamento ideológico para el gobierno liberal de la pos-revolución. El propio pueblo al que la Revolución vino a salvar, sin embargo, se levantó en su contra cuando se pretendió llevar la interpretación marxista de la realidad, más allá de lo que su cultura le permitía tolerar (pues se sobrepasaron límites tanto tradicionales, como económicos, y religiosos). Miles murieron, muchos miles emigraron (principalmente a los Estados Unidos), y muchos miles más se levantaron en armas. La consiguiente parálisis económica y social prácticamente invalidaron los éxitos revolucionarios, forzando a los vencedores a replantear sus estrategias. [112]

El Gobierno Revolucionario emprendió entonces la tarea de cambiar los

---

[112] Jean Meyer; *La Cristiada*; 8ª ed.; México, Siglo XXI, 1983. El alzamiento popular contra los postulados revolucionarios, vivió su fase armada de 1926 a 1929, con rebrotes tan tardíos como los de 1954 en el centro-norte del país.

valores de la sociedad mexicana, con el propósito de crearse una base de apoyo más amplia, que le permitiera asegurar su permanencia en el poder, de manera estable, y a largo plazo. [113] Era necesario encontrar algo que substituyera los valores pre-revolucionarios, a la vez que fuera lo bastante atractivo como para atraer por sí mismo al pueblo –a todos los estratos sociales, económicos, regionales, étnicos y religiosos–. Los ideales no ofrecen ventajas materiales inmediatas; así que, en su lugar, valía la pena ofrecer una meta de bienestar material posible, como el que el "progreso moderno" prometía para todos. Ningún precio parecería excesivo para conseguir esa meta, a un pueblo empobrecido y golpeado por casi veinte años de contienda. La conformidad con la propia suerte era inaceptable, ya que implicaba un rechazo a los cambios por los que todos tenían que luchar, y que traerían, con toda seguridad, el bienestar general.

Como sinónimos del progreso, el Gobierno ofreció la alfabetización, le instrucción escolar, la salud, la industrialización, la urbanización, la paz y la libertad, y el desarrollo económico. Cuanto se opusiera a ellas, era interpretado como negativo para toda la Nación. Reunidos, estos valores se convirtieron en los nuevos mitos [114] de la nueva sociedad.

---

[113] La idea de un gobierno estable y de larga permanencia, no sólo era atractiva para los que se beneficiaron eventualmente del poder, sino también para el resto de la sociedad, que había pagado un alto costo por la inestabilidad gubernamental y las revoluciones que habían asolado al país durante el siglo XIX, y nuevamente de 1910 a 1929 (la "docena trágica" y la "Cristiada").

[114] Estamos empleando el término "mitos", en el sentido de verdades cuya puesta en duda, en una determinada sociedad, implicaría una transgresión; esto es: en el sentido de verdades generalmente aceptadas en el interior de una cultura, pero que pueden parecer inexactas, o incluso falsas, a la luz de otras culturas y tiempos.

El progreso lineal, ilimitado, siempre ascendente, es difícil de comprender, *por ejemplo*, a la luz de muchas culturas asiáticas e indígenas, que comparten una visión cíclica de la vida. La visión occidental "moderna" de la vida lleva implícito, por el contrario, el dogma de la evolución ascendente, constante –lineal–, al parejo que el de

El puente entre los viejos tiempos, y los nuevos, había de establecerse sobre terreno neutral. El nuevo discurso nacional sólo podía considerar como "bueno", como "deseable", como "positivo", como "pro-social", aquello que ambas facciones coincidieran en apreciar –lo que pareciera humanamente conveniente y útil para las dos–. Bajo esta luz, los argumentos morales, obviamente, resultaban inoperantes –quedaban descalificados por definición, pues recordaban los aspectos religiosos de la lucha contra-revolucionaria, que habían minado el control de los grupos de poder, además de oponerse directamente a los fundamentos ideológicos de la Revolución–.

Una re-interpretación de la realidad de tales magnitudes, sólo podía llevarse a cabo por medios masivos: La nueva ideología había de ser transmitida y apoyada por la escuela, la prensa y el resto de los "medios" de comunicación. Estos tres –forzosamente– habían de ser controlados por el Gobierno. Y tenía que hacerse en tal manera, que no afectara la imagen democrática del país.

La inteligencia y habilidad con la que esto se llevó a cabo, con la que los escollos fueron sorteados, permitieron a México emerger dentro de la "modernidad", en un período de tiempo relativamente breve, y con pocos sobresaltos. ...Hasta que la crisis se convirtió en parte normal de nuestras vidas, tirando por tierra los sueños por los que la Nación había renunciado a tanto. O tirando por tierra, cuando menos, la posibilidad de que ese bienestar general pudiera llegar a México por obra del partido emanado de la Revolución. No es casualidad que los boicots de la población civil contra los "medios", crecieran y se fortalecieran durante los sexenios de de la Madrid y Salinas de Gortari (1982-1988, y 1988-1994), justo a continuación del último informe presidencial de López Portillo (1981) durante el que se reconoció oficialmente

---

la exaltación del individuo, por encima de la colectividad.

la llegada de "la crisis" a la vida nacional.

Las telenovelas, como ya dijimos, transmiten narraciones que "organizan la expresión verbal de la experiencia, integrando así en un nivel emocional las actividades del grupo con su visión subyacente de la vida" –como los sociólogos Mims y Lerner exigen de toda obra literaria, en un sentido lato–. Y las telenovelas, desde su nacimiento, formaron parte importante de la estrategia de la autoridad pos-revolucionaria, de formarnos dentro de la modernidad.

1.c) *Actores del control de los contenidos*

México es el único país occidental del que tenemos noticia, en el que el control de la *publicidad* dependa de la Secretaría de Salud (Dirección General de Control Sanitario de la Publicidad). Tenía que ser así, ya que si bien lo ético y lo moral quedaban fuera del discurso revolucionario, éste sí podía escudarse en la salud de la población para establecer límites. La responsabilidad del control de los contenidos *no-publicitarios* difundidos por los "medios", recaía sobre otras secretarías, como la de Educación Pública (Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas),[115] y la de Gobernación (Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía –R.T.C.–), con lo cual la responsabilidad total de este control, se diluía entre diversos actores.

Jamás se publicó un manual o reglamento que definiese lo que podía o debía de promoverse y lo que debía de ser omitido, pues esto habría constituido una aceptación pública de que la libertad de expresión –que la

---

[115] Anne Rubenstein; "The uses of failure: La Comisión Calificadora, 1944-1976", en *Bad language, naked ladies, and other threats to the Nation; a political history of comic-books in Mexico;* Durham, Londres, Duke University Press, 1998; págs. 109-132.

Revolución había enarbolado como bandera– tenía límites. Por lo menos, nosotros acudimos en repetidas ocasiones a R.T.C. a solicitarlos, tanto en persona como por escrito, sin haber recibido jamás respuesta. Así las cosas, el control de los contenidos se ha establecido de manera discrecional, no uniforme, lo que ha permitido la difusión ocasional de trabajos que han fungido como "válvulas de presión", impidiendo que una rigidez excesiva pusiese en peligro los mecanismos de supervisión.

En lo que se refiere a las telenovelas, las compañías teledifusoras han tenido que negociar con las autoridades caso por caso. R.T.C. habitualmente nombra a un inspector –ya sea para una obra, canal, o compañía determinado–, y los productores llegan a un acuerdo con él respecto de lo que puede ser mostrado a cada momento. Aún en 1997, Televisión Azteca acepta contar con un representante "de guardia" de R.T.C., que tiene la última palabra sobre lo que puede, o no, ser mostrado "al aire". [116] Y eso pese a presentarse ante la sociedad como una televisora que sí dice "la verdad" (su noticiero insignia se llama "Hechos"), pues "no se presta como Televisa a los juegos del poder."

Nacida y criada en este ambiente, Televisa –por su parte– ha estructurado su producción para buscar altos *ratings* (grandes volúmenes de público), anticipando lo que R.T.C. pueda aceptar o rechazar. Pero después de tantas décadas de condicionamiento ideológico, sus márgenes de operación se han vuelto atrozmente escasos. Con márgenes tan estrechos, Televisa ha repetido hasta el cansancio las pocas "historias" que no molestan ni a las autoridades ni a la sociedad. Y cuando ambas televisoras se han aventurado más allá de estos límites, no se ha violado ciertamente los límites del Gobierno, sino los del público. Esto ha generado una molestia real,

---

116 Genoveva Martínez, entrevista del 24 de septiembre de 1997.

acumulada, de intensidad creciente, que se ha manifestado de diversas maneras.[117]

Como el aire es propiedad de la Nación, los canales de radio y televisión en México, dependen de concesiones de uso y operación concedidas en concursos públicos frecuentemente criticados. Y estas concesiones de uso y operación pueden ser canceladas en cualquier momento a discreción de las autoridades. En lo que se refiere a los periódicos y otros medios impresos, Gobernación ejerce control extraoficialmente, limitando los suministros de papel por medio del monopolio del mismo que ejerció hasta hace poco tiempo –P.I.P.S.A.–, y también por la asignación de publicidad gubernamental pagada a las publicaciones que se mantienen dentro de los lineamientos oficiales –entre otros mecanismos extralegales frecuentemente mencionados–. La autoridad, en pocas palabras, cuenta con recursos suficientes como para asegurarse la lealtad de los "medios".

---

[117] El público, molesto, ha boicoteado en repetidas ocasiones los noticieros televisivos, particularmente durante las campañas electorales, y especialmente los de Televisa. R.T.C. ha reaccionado abriendo gradualmente los límites de lo que puede ser mostrado... Esto es: Permitiendo mostrar, no lo que la gente querría ver, sino lo que rechaza. Así ha podido tildar a la sociedad de irrazonable, pues igual protesta si se muestra "de todo", que si se le oculta algo.

Durante el primer trimestre de 1997, una campaña nacional reunió más de 4 millones de firmas –con nombre y dirección, en un país que habitualmente evita darlos por miedo a las represalias–, de gente enojada por la continua transgresión de sus valores, por parte de los "medios".

Por primera vez, la izquierda y la derecha, distintos grupos religiosos, laicos y ateos, e incluso los anunciantes, se reunieron en un esfuerzo común para pedir "entretenimiento sano que no promueva modelos de comportamiento antisociales" (Campaña "A favor de lo mejor en los 'medios' de comunicación").

De entonces para acá, más de 2000 asociaciones más, y distintas empresas, se han adherido a la campaña, lo cual demuestra que las circunstancias no han cambiado notablemente.

Nos es muy fácil ahora criticar a los "medios" por haberse sometido a los requerimientos del poder revolucionario –Televisa en particular ha sido vituperada ampliamente por su conveniente sujeción al partido oficial–, pero ellos podían perderlo todo *realmente* en cualquier momento, por un error incluso menor. Y las inversiones que podían perder no eran precisamente menores –la amenaza de la expropiación ha pendido constantemente sobre sus cabezas–. También es cierto, por el otro lado, que su sometimiento ha sido generosamente recompensado con ventajas monopólicas, laborales, fiscales y políticas. No hay por qué sorprenderse entonces –ni escandalizarse– de que el desaparecido presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo, haya llegado a llamarse a sí mismo "un soldado del PRI".[118]

Ahora bien, ¿qué tanto sabían sus empleados de lo que ocurría? Asombrosamente, mucha de la gente que trabaja en los "medios" desconoce el "código" de contenidos de R.T.C. Hasta hace pocos años, la gente de Televisa seguía los lineamientos de la empresa, aprendidos a fuerza de ensayo y equivocación, sin conocer realmente el porqué de los límites manejados. Hoy en día, dada la pérdida de vigencia de gran parte del código inicial, pocos saben ya qué puede transmitirse, y qué debe de ser evitado. A ciegas, continúan manejando el antiguo código de contenidos, a la vez que tratan de encontrar nuevas fórmulas de éxito que les permitan recuperar ventas.

Esto es verdad en lo que se refiere a los empleados de niveles bajos.

---

[118] El P.R.I., o Partido Revolucionario Institucional, ha gobernado México desde su nacimiento en la pos-revolución (bajo otro nombre), y hasta el año 2000 –cerca de 80 años–. No obstante, su gente –los grupos de poder emanados de la Revolución Mexicana– sigue controlando la mayor parte de las instituciones en 2002.

Cabe inferir esto, porque en los 2 años transcurridos desde la llegada de otro partido a la presidencia de la República, no se ha percibido un cambio substancial en la labor de R.T.C..

Los productores tienen una idea bastante más clara del porqué de cada política de la empresa, pero no osan reconocerlo abiertamente. Los propietarios, los directivos, los gerentes de supervisión literaria, los vicepresidentes de programación y producción –por el contrario– hablan de ello abiertamente, y se enorgullecen de lo mucho que han trabajado por el progreso de la Nación. Uno de ellos –Reyes de la Maza, antiguo gerente de supervisión literaria de Televisa– afirma que gracias a su labor, México ha podido convertirse en un país industrializado, y ha dejado de ser un "pueblito". Y otro de ellos –Víctor Hugo O'Farrill, vicepresidente de producción y la mente tras la época dorada de la telenovela mexicana (1984-1987)–, reconoce haber tenido en sus manos el poder de construir o destruir a su patria, y se alegra de haberlo utilizado para llevarla hacia adelante, sin dejar de divertir, de informar y de entretener a la gente.

¿Están de acuerdo con todos los límites del contenido impuestos por el poder? No necesariamente, pero son conscientes de que hay una buena razón detrás de cada uno de ellos. Y no tenía caso oponerse a las autoridades, y perder quizás la concesión y la empresa. Sujetándose a las disposiciones oficiales han podido, a la vez, ganarse la vida y ayudar a su sociedad.

En lo que se refiere a Televisión Azteca, de reciente aparición en la arena de los "medios", la gente que entrevistamos negó estar sujeta a límites del contenido. Ahora bien, esto se explica fácilmente porque se han presentado como "independientes del poder", para capitalizar el descontento popular en contra de Televisa. Como se comprende al analizar distintos casos, TV Azteca está tanto o más sujeto que su "rival", a los nuevos proyectos del poder.

1.d) *En busca de la "modernidad"*

Retomando el hilo de la "Historia", el Gobierno pos-revolucionario confió a los "medios" y la escuela –pues tanto las privadas como las públicas deben seguir los mismos programas de estudio, y hasta cierto punto los mismos libros de texto gratuitos y obligatorios– el precioso oro de la ideología; y con él la promoción de los nuevos mitos que han dado lugar a la nueva sociedad. Lo que anteriormente llamamos "sinónimos del progreso" –la alfabetización, le instrucción escolar, la salud, la industrialización, la urbanización, la paz y la libertad, y el desarrollo económico– han debido de ser mostrados *siempre* de manera positiva. Era necesario establecer una clara co-relación entre ellos y los caracteres más queridos por el público; y entre éstos y su triunfo en la vida. Por el contrario, quienes se opusieran al progreso, debían de ser mostrados de manera negativa, como individuos e instituciones nocivos para la sociedad.[119]

Simultáneamente, los valores humanos positivos, debían de ser promovidos, pues ambas partes los consideraban deseables –estos valores humanos representaron el territorio neutral en el que ambas facciones podían negociar, sin incurrir en el rechazo del otro–. De ninguna manera era posible mostrar a un varón golpeando a una mujer –suya o ajena–, o a un niño, ni

---

[119] La "superación personal" se convirtió en la meta suprema del individuo –por lo menos en lo que se ha referido a los personajes protagónicos–.

Más adelante, en los años setenta, el "realizarnos como personas" fue puesto por los "medios" en boca de todos, pues ser una persona "de bien" ya no era suficiente –como tampoco el satisfacer las necesidades de nuestros "seres queridos"–; la satisfacción interna de la persona ya no podía venir de los demás, y sólo podía originarse de su propia-complacencia. También en los años setenta, las decisiones del individuo se volvieron rígidas e inapelables –nadie podía "meterse en ellas"–, y lo mismo sucedió posteriormente en las de la pareja, cuando fue necesario promover el control de la natalidad.

casado con varias mujeres a la vez –por ejemplo–.[120]

Mas no era suficiente moverse en territorio neutral. Cuando un país se levanta después de un gran sufrimiento, todos cuantos no promueven activamente las nuevas metas nacionales, se convierten en enemigos de la sociedad. Así que los postulados e instituciones revolucionarios –la ideología revolucionaria, la nueva visión oficial de la "Historia", los cuerpos policiacos, etc.– debían de ser explicados, propuestos y defendidos, también, a cada momento.[121]

Analicemos ahora con más detalle los nuevos mitos, los sinónimos del progreso, cuyo empleo ha dado una imagen tan homogénea a las telenovelas mexicanas del siglo XX.

1.e) *Políticas del contenido hasta 1985*

- **La alfabetización** se ha mostrado siempre favorablemente, como único medio posible de superación y defensa personal. Por lo mismo, todo saber útil se ha de guardar por escrito –impreso, de preferencia–; y ya de esta forma se le ha de otorgar una mayor credibilidad y valor que el

---

[120] Este límite ha sido violado en varias ocasiones, después de la apertura de R.T.C. en 1984-1985. En *Alguna vez tendremos alas* (producción de Roberto Gómez Bolaños y Florinda Meza para Televisa), por ejemplo, un varón aparece golpeando a una mujer con saña, y en repetidas ocasiones (el villano contra un personaje co-protagónico). No son amantes ni parientes, ella tiene estudios y dinero, y él no, pero ni por eso ella lo deja –algo que jamás habría sido permitido por R.T.C. diez años antes–.

[121] Cuando nosotros trabajábamos para el programa *Qué nos pasa*, llegó una carta de un mexicano emigrado a los Estados Unidos, a quien un policía había robado sus documentos y dinero, en el Paseo de la Reforma, muy cerca del "Ángel de la Independencia". Pese al evidente interés del caso, la carta hubo de ser desechada, ya que no era posible mostrar a las fuerzas del orden faltando a su deber.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

oral. En las telenovelas, la letra impresa, en general, sólo dice "la verdad". En los últimos tiempos (desde 1987, aproximadamente) su preeminencia está siendo substituida por la de las computadoras, pues ahora son éstas – "los ordenadores"– los que tiene siempre la respuesta correcta.

- **Toda escolarización** se presenta como única vía de movilidad social, y la universidad en particular, se muestra como la puerta segura hacia el ascenso social y el mejoramiento económico –los oficios manuales y técnicos, en consecuencia, se ha visto marginados en las telenovelas–. Por lo mismo, la universidad ha de hacerse accesible a todo el mundo; y el gobierno que la promueve es automáticamente "bueno". En las telenovelas los maestros nunca se equivocan ni dicen falsedades –enseñan verdades objetivas y *científicas*, y no opiniones aleatorias e infundadas, como las que las familias y los individuos sostienen–. Los maestros de telenovela no maltratan a sus estudiantes, no abusan de su poder, son ecuánimes y generosos, y representan –junto con los médicos– los "apóstoles" de la nueva sociedad. Lógicamente, y para promover la asistencia general a la escuela oficial, los personajes con estudios, son siempre más respetados y mejor tratados que los que carecen de ellos. El hecho de que el dueño de Televisa –como muchos otros de los que construyeron el México "moderno"– hubiera administrado su imperio sin haber terminado ni el bachillerato,[122] resultaba irrelevante. El trabajo, el ahorro, la austeridad, el buen

---

[122] Hubo de regresar a México por razones personales antes de conseguir el certificado de preparatoria –"*high school*"–. No obstante, le faltaron sólo unos días para ello (Andrew Paxman y Claudia Fernández; *El "Tigre": Emilio Azcárraga y su imperio, Televisa*; México, Grijalbo, 2000; págs. 41-44).

comportamiento, la solidaridad, la amistad, la familia, y hasta la suerte –las claves de ascenso social del mundo pre-revolucionario, lógicamente, no podían compararse con la llave dorada de la instrucción oficial, que era segura, automática, e igualmente accesible para todos (garantizado...)–.

- **La salud** sólo se puede conseguir **por medio de la medicina alopática**, científica, mecanicista, moderna, materialista, o convencional –como queramos llamarla–, y de las prácticas constantes de higiene y limpieza. Y constituye el fundamento del bienestar moderno. En las telenovelas, la medicinal "tradicional" (hoy conocida como natural o "alternativa"), solamente puede resultar, ya sea inútil –un vergonzoso engaño–, o incluso mortal –como en la telenovela *Marcha nupcial* (1977)–.[123] Los médicos no se equivocan. Nunca. La auto-medicación resulta siempre dañina –el paciente ha de depender del sistema de salud, que lo protege de sí mismo–. No olvidemos que México posee una rica tradición de medicinas alternativas (hueseros, sobadores, yerberos, y sanadores de diverso tipo) que había que poner en entredicho *para enseñar a la gente a acudir al médico.* De la medicina homeopática no se ha hablado en las telenovelas, ya que por un lado, fueron los gobiernos *liberales* decimonónicos –los antecesores ideológicos del P.R.I.– los que la llevaron a México con el fin de que sirviese de contrapeso a la medicina alopática –mayoritariamente conservadora en aquel entonces–. Pero por el otro, se guía por normas claramente distintas e incluso opuestas

---

[123] A partir de 1987, con *El rincón de los prodigios*, varias telenovelas han mostrado a la medicina tradicional y a la brujería, como iguales o incluso más poderosas que la medicina alopática. Hasta ahora, sin embargo, el público las ha rechazado.

a las de la medicina alopática, que el Gobierno Revolucionario relacionaba directamente con el progreso prometido.

Los personajes de las telenovelas mexicanas (antes de 1985) no beben ni fuman, a menos que vayan a morir de ello –...aunque ocasionalmente se les permita sostener en sus manos una copa, que no pueden llevarse a la boca delante de las cámaras, durante celebraciones muy especiales–. Si tienen problemas con la bebida, sólo Alcohólicos Anónimos los puede ayudar. Los niños de telenovela se mueren de amibiasis –una enfermedad curable en nuestros días– por no haberse "lavado las manos antes de comer y después de ir al baño". La práctica de los deportes distinguen a un personaje positivo de uno negativo. En las telenovelas mexicanas no hay drogas –ni para bien, ni para mal–; nadie tiene necesidad de "fugarse" de una perfecta sociedad revolucionaria. Y de hecho, pocos lo hacían antes de la segunda mitad de la década de los noventa. [124] El mundo del progreso era un mundo "limpio", mucho menos "oloroso" que el anterior, y estaba lleno de gente calzada y esbelta. Y era un mundo en el que no había por qué sufrir; la medicina y la educación habían terminado con eso.

Frecuentemente se critica la influencia negativa de los "medios" en la sociedad –y bien está hacerlo–. Pero para ser justos es necesario también hablar de su influencia positiva. Una política estrecha de promoción de la salud a través de los "medios", ha rendido enormes frutos en nuestro país. No se puede dudar, por ejemplo, de que lemas como el que transcribimos antes –"lávese las manos antes de comer y después de ir al baño"– han permitido al Gobierno Revolucionario influir

---

[124] *Epidemiology of drug abuse in Mexico, a comparative study* (con respecto al caso estadounidense); México, Centros de Integración Juvenil, A.C. [Handbook collection, research profile, volume 3], agosto de 1992.

positivamente en los índices generales de salud, pues de nada habría servido ofrecer vacunas a la gente, si antes los "medios" y los maestros no hubieran convencido a la población de que las necesitaba.

- **La industrialización**, en las telenovelas, ha sido vista siempre de manera favorable (aunque en los noventa ha comenzado a hablarse de los problemas ecológicos, rara vez éstos han sido relacionados con la industria). Las fábricas crean riquezas, productos novedosos y necesarios, *trabajos*; y sobre todo han traído a los "pobres" campesinos a...,

- **...la fabulosa vida moderna en las ciudades**, donde pueden contar con agua potable, drenaje, electricidad, teléfono, médicos, maestros, supermercados –surtidos sobre todo de productos industrializados, como es lógico–, escuelas y universidades, y en general todas las comodidades de la vida moderna, sin las cuales "no vale la pena vivir". ¿Se han fijado, por ejemplo, en que en las telenovelas, toda la gente cocina en estufas metálicas de gas? Y nunca nadie se ha preguntado cómo esto era posible, en un país, en el que buena parte de la población utiliza corrientemente estufas de tabique, comales, parrillas eléctricas o de otro tipo, fogatas y ahujeros bajo la tierra para prepararse la comida... Esta visión del mundo, por cierto, fue la primera en caer, al principio de la década de los ochenta.[125]

Si bien la primera reacción de todos nosotros con respecto de los

---

[125] Durante los años 1980, la imagen colectiva de la ciudad, comenzó a deteriorarse. Las telenovelas comenzaron a mostrarla como inhumana, despiadada, sórdida y brutal, posiblemente para detener el éxodo de los campesinos a las ciudades, cuando en ellas ya no fue posible ofrecerles trabajo ni acomodo.

límites del contenido, es siempre negativa, debemos sin embargo recordar que la miseria del campo se vio grandemente aliviada por la inmigración a las grandes urbes que los "medios" favorecieron. Y que el nivel de vida de estos inmigrantes rurales, ha superado en mucho el de los parientes y amigos que dejaron atrás. Como señala Anne Rubenstein al hablar de la historieta ilustrada, sus autores dedicaban gran cantidad de páginas a mostrar detalladamente cómo comprar un billete de autobús que llevase al campesino a la ciudad, y qué hacer para sobrevivir una vez ahí (¡cómo cruzar la calle sin que los coches los arrollasen, por ejemplo!), lo cual no era estrictamente necesario para relatar sus "historias". Las altísimas ventas de estas revistas en su momento, sin embargo, nos demuestran que sus lectores querían leer eso –querían recibir información que les parecía útil y necesaria para su sobrevivencia y mejoramiento personal–.[126]

Tendemos hoy en día a idealizar la vida de la pequeña comunidad rural, olvidando que en nuestro país, la mujer ha sido explotada, maltratada, e incluso objeto de compra y venta, en muchas de ellas –por citar sólo un ejemplo,[127] y sin olvidar que las políticas

---

[126] Anne Rubenstein; *op.cit.*, págs. 56-62.

[127] Eugenia Revueltas, conversación telefónica, 11 de octubre de 1997, haciendo referencia a las comunidades huicholes, donde las mujeres son objeto frecuente de incesto, y son golpeadas con saña si se niegan a sostener relaciones sexuales con quien la familia o la comunidad se lo exija (*cfr.* Lourdes C. Pacheco Ladrón de Guevara, "Iolianaka: Da tus frutos madre-tierra –las huicholas–", en *La condición de la mujer indígena y sus derechos fundamentales, seminario internacional*; Patricia Galeana, comp.; México, Federación Mexicana de Mujeres Universitarias, Comisión Nacional de Derechos Humanos, Universidad Nacional Autónoma de México, y Secretaría de Gobernación), 1997; págs. 177-196.

Hechos como éstos son mejor ignorados por los "medios" (como en la telenovela *María Isabel*, donde la protagonista se presenta como huichola, por dos razones: En primer lugar, porque entre las banderas revolucionarias, se encuentra la

agrarias han depauperado el otrora riquísimo campo mexicano–.

- **La paz y la libertad** del mundo moderno. En el México de telenovela, no hay tráfico de drogas, ni secuestros, ni criminales impunes, ni corrupción, ni terroristas, ni huelgas, ni descontento social (¿cómo va a haber trabajadores descontentos en una sociedad revolucionaria perfecta?). Tampoco hay prostitución, ni homosexualidad, ni suicidio, ni aborto. [128] Ni censura, por supuesto. El sistema revolucionario, simplemente no puede fallar.

- **El bienestar material**, exclusivamente económico, ha sido mostrado en las telenovelas, siempre, como la consecuencia obligatoria de las propuestas anteriores. Otros tipos de bienestar, como el emocional, han sido mostrados como resultado lógico de éste –y casi inexistentes sin él–.

Los fundamentos ideológicos de la Revolución, constituyen el resto de las fronteras del contenido, junto con los"sinónimos del progreso" que acabamos de listar. Veamos *los principales*:

- **La democracia.** Lógicamente, el primer tabú ideológico, es el de la democracia, ya que si hubo una revolución, fue para lograr que el voto

---

de la defensa del indígena; y en segundo lugar porque las políticas del contenido más recientes, exigen mostrar una imagen positiva e impecable, de las comunidades indígenas, y de sus usos y costumbres.

128 *Lineamientos técnicos de la telenovela, op.cit.*, págs. 6 y 7.

fuera respetado –el lema de "sufragio efectivo, no reelección", nació para impedir que nadie hiciera uso del voto popular para disfrazar su dictadura–. Y como la democracia es el sistema moderno de gobierno, también es el único que puede traer progreso y desarrollo al país. Las elecciones, a juzgar por los noticieros, siempre han sido limpias en México. La democracia se ha mencionado siempre de manera positiva en las telenovelas, en las raras ocasiones en las que se ha manejado o mencionado temas políticos. Las compañías televisoras han preferido evitar el tema en la medida de lo posible, pues se trata de una cuestión ríspida, que puede molestar a la audiencia.

- **La religión.** Las creencias religiosas de la población constituyen otra fuente constante de tensiones en los "medios". Mientras que el discurso revolucionario la relaciona con el fraude, la ignorancia y la pobreza –y la ley prohíbe explícitamente todo proselitismo religioso en los "medios"–,[129] la población le otorga una credibilidad y aprecio de la que carecen las autoridades civiles.[130] Los "medios", en tanto empresas

---

[129] *Lineamientos técnicos de la telenovela, op.cit.*, págs. 6 y 7.

La religión se convirtió en una actividad legal en México, apenas en 1992 (el 28 de enero). Por lo mismo, toda violación de esta directriz, podía alterar seriamente a las autoridades, provocar la inmediata revocación de la concesión de operación de la empresa, e incluso terminar en cárcel, expulsión, u otros problemas, para las personas que incurrieran en ese crimen (el de "proselitismo religioso"). Aún desde el 2 de enero de 1992, en que la práctica religiosa se ha convertido en una actividad legal, los periódicos han considerado que toda mención de asuntos religiosos, e incluso la transmisión de ritos, resulta claramente atentatoria contra la Ley de Asociaciones Religiosas ("Claravisión: Cuatro años de transmitir televisión católica al margen de la ley"; *Crónica*, 13 de octubre de 1997).

[130] Agencia EFE; "Los latinoamericanos confían más en la Iglesia que en el ejército y el Gobierno"; *El Heraldo de México*, 6 de enero de 1996. Estos resultados se ven confirmados en países tan distantes de México como lo es Rusia –y quizás por la

comerciales, no podían ridiculizar directamente algo que su público apreciaba, aunque ellos tampoco participaran de esas creencias. Así que se buscaron un punto de equilibrio, que salvaguardara sus concesiones sin oponerse frontalmente ni a las autoridades ni al pueblo: En las telenovelas se evitó toda mención religiosa, se rechazó mostrar elementos religiosos, y se omitió que las personas puedan actuar por motivaciones religiosas –salvo que estuvieran locos–. Las bodas de los protagonistas de las telenovelas representaron la única excepción frecuente de esta política. La audiencia rechazaba las "historias" de amor que no terminaban con un matrimonio religioso. [131] Esto obligaba a las televisoras a mostrar a los novios entrando a un templo, y quizás incluso intercambiando anillos delante de un sacerdote, pero con música de fondo que impidiera oír las palabras que éste pudiera estarle dirigiendo a la pareja.

Desde el nacimiento de Televisa, además, se dejó de suspender la programación habitual en días de fiesta nacional. Si bien esto implicó restarle realce a las celebraciones oficiales, también se lo restó a las religiosas, y facilitó el convertirlas en días laborables para toda la Nación.

---

misma razón que en nuestro país–; esto es: que al denostar ambos gobiernos civiles constantemente contra la Iglesia, automáticamente la han mostrado como ajena los errores que ellos han cometido (Notimex; "No confían en los políticos"; *El Heraldo de México*, 17 de julio de 1997)–.

[131] Un ejemplo de esto: La telenovela *Si Dios me quita la vida* (1995) muestra a los protagonistas contrayendo matrimonio civil, siendo que ella se encontraba ya casada por "lo religioso" con el villano de la novela. El mensaje claro de la obra: La Iglesia no comprende ni apoya a sus fieles cuando sufren a manos de los "malvados". Ahora bien: la obra no gustó al público, a pesar de la fuerte inversión, y del elenco estelar, por lo que los *ratings* se desplomaron.

- **La propaganda política y de partidos** estaba también prohibida en las telenovelas.[132] Entre el tiempo oficial de ley que las televisoras estaban obligadas a darle a las autoridades para cubrir parte de sus impuestos, las campañas de interés social, de salud, fiscales, políticas, y electorales, y el amplio tiempo dedicado a cubrir las actividades gubernamentales en los noticieros, la televisión está ya saturada de este tipo de información. Meterla en las telenovelas, sólo podía traer problemas. Así que, simplemente, las compañías la prohibieron.

- **La propaganda comercial** también estaba prohibida en las telenovelas, así como el **mostrar billetes** reales (papel moneda de curso legal) en pantalla. No convenía mostrar cómo los seres humanos podía rebajarse y perder su dignidad por dinero, vendiendo su intimidad, su buen nombre, su familia o cualquier otra cosa de valor por conseguirlo –es decir: no convenía mostrar hasta dónde la degradación capitalista podía llevar a la persona–. Y el mostrar grandes cantidades de dinero real en las telenovelas, además, de justificar las malas acciones de los malos, podía despertar la codicia en algunos de los muchos millones de necesitados del país, e incitarlos a cometer diversas fechorías.

- Evidentemente, tampoco era posible **criticar abierta o veladamente al sistema** –o los puntos de vista oficiales sobre historia, salud reproductiva, política exterior, y un sinfín de temas– en una tribuna de tanta audiencia y arrastre emocional como la de la telenovela. El Gobierno lo permitía sólo en contextos precisos, hasta cierto punto, y por parte de intelectuales de izquierda, con el fin de que sirviera de

---

132 *Lineamientos técnicos de la telenovela, op.cit.,* págs. 6 y 7.

contrapeso a la influencia conservadora que la sociedad ejercía sobre los "medios" y la escuela.[133] De esta manera, la autoridad –y con ella el partido en el poder– se convirtió automáticamente en la opción central, equilibrada y estable, del país.

- **La identidad nacional**. El "nacionalismo revolucionario" exigía que los "medios" hicieran uso de la lengua nacional, de la bandera y el himno nacionales, y de las señales de identidad cultural que la Revolución había elegido para representar la mexicanidad (incluyendo nuestro sistema de pesos y medidas, y el rechazo de lo estadounidense y lo español). Particularmente durante ciertos períodos –como el sexenio de Luis Echeverría–, la televisión mexicana podía enorgullecerse de no utilizar expresiones extranjeras, y de mantener un mínimo de corrección lingüística. Y aún hoy, un estudio continental liderado por El Colegio de México ha puesto en evidencia una riqueza lingüística insospechada en la telenovela mexicana –que emplea un vocabulario algo más rico, y construcciones algo más complejas que los de la llamada "norma culta pan-hispánica".[134]

---

[133] La Secretaría de Educación se pudo dar el lujo de producir la película *Redes*, y de estrenarla en el Palacio de las Bellas Artes en 1936, por ejemplo.

Se trata de una película de tesis, creada para explicar, justificar y demostrar la validez de la tesis marxista de la explotación de clases, de la injusta plus-valía, y de la toma violenta del poder y los medios de producción.

La obra contó con grandes nombres: Fred Zinnemann y Emilio Gómez Muriel la dirigieron, y la música fue escrita por Silvestre Revueltas, y críticas inmejorables.

También por eso se abrió las puertas al exilio español de 1939, que permitió a la autoridad demostrar que el saber académico es de avanzada, de izquierda –no conservador–.

[134] María del Carmen Albero Molina, *op.cit.*, Conclusiones.

- **La promoción de conductas convenientes**. Se creó un número de telenovelas para promover comportamientos que la autoridad consideraba útiles para la Nación. Así es como nacieron las telenovelas "de interés social", creadas con el apoyo de distintos organismos internacionales (O.N.U., U.N.E.S.C.O., Johns Hopkins University, etc.), y bajo la teoría del "aprendizaje por la observación" de Albert Bandura. Entre ellas: *Ven conmigo, Acompáñame, Vamos juntos, Caminemos, Nosotras las mujeres*, y *Por amor* (a lo largo del período 1976-1989); así como la última de la serie: *Los hijos de nadie*, sobre el problema de los niños de la calle (1997). La mayor parte de estas obras fueron creadas para promover la planificación familiar. Ahora bien: Mientras que la primera puso más énfasis en la alfabetización de adultos –y alcanzó un *rating* comparable con el de las telenovelas de explotación comercial (32 puntos)–, las demás lograron una audiencia progresivamente menor (la segunda ya sólo fue seguida por 15 puntos de audiencia, y la última no alcanzó ni 2) –todas por debajo del promedio de *rating* para su franja horaria (para su "barra de programación")–. A pesar de ello, consta que gracias a ellas se redujo el índice de fertilidad en México, de 6.37 a 3.8 hijos por pareja, [135] en sólo 14 años –el porcentaje de parejas

---

[135] Francisco Javier Torres Aguilera, *op.cit.*, págs. 71-98 y 211-231, así como Miguel Sabido; "Towards the social use of soap-operas"; Institute for Communication Research, ponencia presentada en la Conference of the International Institute of Communications, en Estrasburgo, Francia; septiembre de 1981; y también: "Un método anticonceptivo 'de telenovela'"; *Reforma*, 1º de septiembre de 1994.

Decimos que "consta" que las telenovelas representaron la clave del éxito gubernamental, porque Kenia copió todas las estrategias del gobierno mexicano, excepto el uso de telenovelas, y no logró convencer a su población. En el momento en el que creó sus propias telenovelas pro-reducción de la natalidad, el resto de sus estrategias comenzaron por fin a rendir frutos (Irene Sabido, *apud* Héctor Rosas; "Cuando las telenovelas aprendieron a enseñar", en *La telenovela mexicana, 40 años*, parte III, suplemento extraordinario del periódico *Reforma*, 25 de septiembre de 1998,

sexualmente activas, sin embargo, aumentó de manera indirectamente proporcional, así como la inestabilidad de las mismas, por lo que el número total de nacimientos no se redujo tanto como se había esperado; el número de niños nacidos de padres adolescentes, dentro de ciclos de pobreza, además, se incrementó notablemente con el paso de los años, y en particular a partir de que R.T.C. suavizó sus controles (1984-1985)–.[136]

- No se puede decir que el Gobierno hiciera mucho respecto del abuso de la **violencia, el sexo y la desnudez, el lenguaje inapropiado, y la promoción de la familia** –temas todos éstos que preocupaban más a la sociedad– en otros "medios de difusión, como consta por los archivos de la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas. [137] Aún así, se puede afirmar que en la televisión –quizás por convicción personal de sus propietarios–, se hizo mucho más en este sentido. Hasta la caída de varios de los mitos revolucionarios, y la apertura de las políticas del contenido (que, como señalamos comenzó en 1984-1985), las telenovelas mexicanas se podían enorgullecer por favorecer un consumo familiar –por alcanzar un *share* amplio (un *rating* que reunía a personas de todas las edades, géneros, y condiciones sociales delante del televisor), gracias a que procuraban no ofender a nadie–. Esto

---

pág. 13).

[136] Como se deduce al analizar las estadísticas de "madres-niña" (menores de 14 años) recogidas por la ONU en México, pues de 1975 a 1984 el número se mantuvo muy bajo y constante, mientras que a partir de 1985, se disparó exponencialmente. Es interesante señalar que, paralelamente –también a partir de 1985–, se disparó el número de criminales *menores de edad* del fuero federal, juzgados y condenados.

[137] Anne Rubenstein, *op.cit*, págs. 109-132.

favoreció su aceptación como producto de exportación en todo el mundo, e incluso en sociedades tan estrictas como las musulmanas. Dentro de México, esto les permitió llevar el mensaje de progreso de las autoridades, a todas las familias mexicanas.

- **La mención o descripción gráfica de vísceras y sangre ante la cámara, especialmente en situaciones de violencia, el manejo gráfico o mención de heces y humores corporales, y la utilización de desnudos** no requeridos por la narración, han sido considerados siempre como de mal gusto por todos los actores sociales. En los últimos años, Televisión Azteca ha probado a levantar sus *ratings* utilizándolos, sin éxito y sí con problemas.[138] En lo que se refiere a la muerte, no ha presentado problemas, siempre que se muestre dentro de los parámetros culturales aceptables para la cultura mexicana.

En términos generales, la meta de los inspectores de R.T.C. era la de evitar cualquier material que en lugar de elevar al pueblo mexicano, pudiese favorecer su regreso a un *statu-quo-ante*. Hasta 1985, la transmisión de pornografía (blanda y dura) por televisión, estuvo prohibida, por la misma razón por la que la distribución de una colección de historietas sobre vidas de "santos" fue rechazada por la Unión de Voceadores de México: *Por "morbosa"; por favorecer la ignorancia y la barbarie, e incidir así en un retorno al México pre-revolucionario.*

---

[138] Eduardo Salvador González; "Sonia Infante responde a los ataques que recibe ahora en programa de la misma televisora donde labora"; *El Heraldo de México*, 2 de julio de 1997.

CAPÍTULO II:
ARTICULACIÓN DE INTERESES EN LA APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS DEL CONTENIDO

2.a) Final feliz, cooptación y éxito comercial

El final justo desde el punto de vista de los valores, ideas y creencias de una sociedad, produce satisfacción emocional en sus receptores, lo que explica que también lo conozcamos bajo el nombre de "final feliz". Y debido a su capacidad de producir esta satisfacción en los receptores, suele aparecer en toda obra de éxito mayoritario –y por ende: "comercial"–. Así las cosas, no es de extrañarse que los productores relacionen el final "feliz" con el éxito de ventas.

Si los anunciantes, las autoridades, los productores, y las teledifusoras trabajan para "codificar" sus mensajes conforme a la visión del mundo de la sociedad a la que se dirigen, podrán hacerlos llegar más lejos, y convencer a la gente más fácilmente de la utilidad de sus propuestas. Esto implica tomar la "recepción" de sus obras en cuenta a la hora de crearlas, mucho más de lo que se ha hecho hasta ahora. E implica jugar a lo que Gramsci denominó el juego de la "cooptación". ¿Cómo debemos llamarlo: "manipulación suave", o "negociación de metas"? Más bien: Convivencia pacífica a largo plazo de todos los actores sociales.

El control de contenidos en México, en particular hasta 1984-1985, es ejemplo de esto. Y de cómo el tener presente la cultura del público receptor,

posibilita alcanzar increíbles cotas de popularidad, tanto en el país, como en el mundo.

2.b) *La aplicación discrecional de la ley*

La inexistencia de un reglamento escrito, que publique abiertamente los límites de lo que pueden o no mostrar las telenovelas, ha forzado a las productoras y programadoras a negociar cada caso con el inspector o representante nombrado por las autoridades. Las partes toman en cuenta, por ejemplo, el porcentaje de personajes positivos y negativos en una misma obra., así como a las instituciones que representan. Si uno de los "malos" es un médico, otro médico cuando menos –pero positivo, eso sí– ha de servirle de contrapeso para no dañar la imagen y el prestigio de la medicina "moderna" en la población. La fuerza y atractivo de cada personaje también se sopesa, para asegurar que los "villanos" no vayan a resultar más gratos que los "héroes". Igualmente se discute sobre las acciones que es posible mostrar explícitamente ante las cámaras, y las que los productores han de omitir. Si el país necesita reducir su población, no se mostrará familias felices con más de tres hijos.[139] El alcance y tipo de público promedio de ese canal y horario, son tomados también en cuenta, así como las implicaciones políticas –que tienen prioridad sobre las demás–.

La televisión mexicana nació bajo la protección de las autoridades, y también bajo su férula. No es de extrañarse en consecuencia, que las transmisiones inaugurales de los distintos canales fueran generalmente eventos políticos, como el informe anual de trabajo que el presidente presenta ante las Cámaras. Pese a ello, y durante los primeros años –cuando había

---

[139] Es por eso que ya no hemos podido disfrutar del corto de la Familia Telerín, a la hora en que los niños se van a dormir.

menos televisores–, la industria mexicana de la televisión gozaba de una mayor libertad. La feroz competencia llevó a los propietarios de los canales 2, 4 y 5 –las familias Azcárraga, O'Farrill, y González Camarena– a unir fuerzas contra Canal 8 –propiedad de industriales de Monterrey–. Al final, el costo de competir abiertamente resultó tan alto, que ninguno obtenía beneficios de ello. Este estado de cosas no convenía ni siquiera a las autoridades, ya que los inversores no encontraban razón para someterse a sus requerimientos, dado que las concesiones sólo les hacían perder dinero.

Durante el sexenio de Luis Echeverría, concesionarios y autoridades se reunieron, y acordaron la creación de Televisa (3 de enero de 1973), de la cual todos eran accionistas. La competencia se dejó atrás, y comenzó la era de la colaboración.[140] Los inversores se beneficiaron por los altos precios *monopólicos* que pudieron fijar a la transmisión de anuncios comerciales, así como por innumerables ventajas fiscales, políticas y laborales. Y por el tipo de programación que comenzó a transmitirse a partir de esa fecha, cabe suponer que el Gobierno se benefició de contenidos más acordes con sus necesidades.

En octubre de 1968, cinco años antes de que naciera Televisa como programadora de las concesiones, la presión de sectores intelectuales y sindicales –*ergo*: de la izquierda nacional–, permitió la creación de Canal 13 –una teledifusora de servicio público, administrada por las autoridades–. Mientras fue operada por el Gobierno, sin embargo, nunca pudo competir en éxito comercial –en *ratings*– con Televisa. ¿Por qué? Por dos razones: En primer lugar, porque la televisora pública forzosamente había de seguir los lineamientos ideológicos del poder, sin filtro, negociación, ni mediación cultural alguna –y muchos de éstos no eran gratos así para la población–. En segundo lugar, porque no convenía a nadie que el público mayoritario se partiese en

---

140 Víctor Hugo O'Farrill, entrevista del 2 de julio de 1997.

segmentos, pues esto reduciría el volumen de público alcanzado por el monopolio privado.[141]

Es importante señalar que los *ratings* continuaron creciendo en la década de los setenta (1970), cuando se estabilizó tanto el mecanismo de control de contenidos, como el monopolio virtual de Televisa; y que se mantuvieron constantes hasta justo después de la apertura gradual de Gobernación (de R.T.C.), tras la cual comenzó su caída –y eso antes aún de que surgiera de nuevo la competencia en el mercado mexicano de la televisión, primero con el surgimiento de Multivisión (nueva modalidad de televisión de paga) en 1987, y luego con la re-estructuración, saneamiento (1989-1993) y privatización de TV Azteca–.

La apertura de R.T.C., claro está, se dio en el territorio de lo que molestaba a la gente, mucho más que en el del poder, pues éste no podía actuar contra sí mismo. Mientras mantuvieron el control del contenido en sus manos, las autoridades realmente negociaron con los distintos actores sociales; y solamente dejaron de hacerlo el día en que perdieron el control de la opinión pública. Cuando los boicots civiles las obligaron a fingir un cambio y a hacerlo notar –para demostrar así la "creciente democratización" del país–, R.T.C. optó por abrir los controles en materia de sexo y desnudez, violencia y lenguaje inapropiado (entre otros temas que la gente no podía dejar de percibir), más no significativamente en los políticos.

La campaña "A favor de lo mejor, en los 'medios' de comunicación", que cimbró a la sociedad mexicana en 1997, fue la respuesta del pueblo de México a cinco puntos: el notable incremento de violencia, sexo y desnudez, y lenguaje

---

[141] Durante el sexenio de Salinas de Gortari, tanto el Canal 7 –de reciente creación entonces–, y el Canal 13, fueron privatizados. Esto ocurrió, por lo mismo, mucho después que el período al que estamos haciendo referencia en estos momentos, en 1993.

inapropiado en los "medios", así el naciente manejo de temas relacionados con el consumo de drogas, y el diferendo con las autoridades sobre el modelo familiar ideal conforme a la cultura local.

El hecho de que la izquierda, la intelectualidad, distintos grupos religiosos, laicos y ateos, e incluso los anunciantes se hayan unido a este esfuerzo nacional, nos habla de lo lejos que las autoridades fueron en su apertura, siempre que sus fundamentos ideológicos permanecieran intocables.

México tiene una larga tradición de campañas anti-"medios". Pero nunca había sucedido que la izquierda y los anunciantes se unieran a una. Se puede sostener que, una vez que los canales públicos fueron privatizados (salvo el 11, que sigue en manos del Instituto Politécnico Nacional, y atrae a un público creciente pero muy reducido), la izquierda necesitaba recuperar espacios en la televisión. Y que uniéndose al descontento general, podían capitalizarlo de distintas maneras. Se puede argüir igualmente que los anunciantes se unieron porque cuando los canales pierden *rating*, ellos pierden dinero –¿de qué les sirve pagar tan caro por transmitir sus anuncios, si nadie los va a ver?–. Y ambos argumentos son indudablemente ciertos en un alto grado. A la luz de dichas opiniones, sin embargo, parecería que tanto la izquierda como los anunciantes constituyeran segmentos marginales que se hubieran unido a esta campaña por interés, cuando bien pueden haberlo hecho por la misma razón que el resto de sus conciudadanos: Porque se vieron igualmente expuestos a los estímulos que ofendieron al resto de los mexicanos. Los resortes estaban ahí, y habían sido accionados de tal forma que era imposible para los mexicanos el **no** reaccionar.

Quedamos entonces en que, antes de la apertura gradual de R.T.C., iniciada entre los años 1984-1985, las autoridades mexicanas presentaban la peculiaridad de que tomaban en cuenta la recepción de la obra, y su posible

éxito comercial, a la hora de decidir lo que podía o no mostrarse.

Estudiemos algunos casos.

2.c) *Articulación de los intereses de las televisoras, con los de la autoridad*

Cuando los canales 7 y 13 fueron privatizados, y nació Televisión Azteca, nació también un tipo de telenovela que era nuevo en México. Por lo mismo, sus productores –Argos Televisión– se consideran los creadores de la "telenovela disidente".[142] De todas las obras que han producido (cerca de 14, antes de que Televisión Azteca rompiera su contrato con ellos), sólo dos alcanzaron un éxito comercial notable; y el resto, en general, fracasaron en términos de ventas. Sus telenovelas de mayor éxito, *Mirada de mujer* y *Nada personal* (1997-1998, y 1996, respectivamente), alcanzaron el aprecio de segmentos sociales que frecuentemente rechazan el formato telenovela, pero no pudieron competir con tres "historias" de amor transmitidas por Televisa en esos mismos horarios: *Te sigo amando, La usurpadora*, y *Cañaveral de pasiones.*[143]

La sinopsis original de *Nada personal* llegó a nuestras manos antes de que fuera producida, a través de una fundación privada sostenida por varios anunciantes. La fundación estaba interesada en saber si la "historia" podía funcionar en el mercado. ¿Sería capaz de atraer al público mayoritario? Preguntamos cómo había llegado la sinopsis hasta ellos, y nos explicaron que Televisión Azteca había solicitado su opinión. Recientemente privatizada, la teledifusora estaba luchando contra Televisa para atraer a los anunciantes.

---

[142] Jack Epstein y Tim Padgett; *Time*, 2 de junio de 1997 (artículo de portada), págs. 36-40.

[143] Patricia E. Dávalos; "A siete años de su creación, TV Azteca no se ha podido colocar en el gusto del público"; *Crónica*, 27 de diciembre de 2000.

No sólo era importante para la nueva televisora el ganarse a los anunciantes, sino que también a ellos les convenía la apertura de nuevos espacios en la televisión, a un costo más razonable. Todos en general resentían la larga tiranía de Televisa y su "Plan Francés" (o "Versalles"), que los obligaba a pagar anualmente y por adelantado, por el tiempo que pudieran necesitar para promover sus productos, pues de otra manera el costo se incrementaba enormemente. La compañía había creado este plan para protegerse de una posible expropiación, ya que permitía a sus inversores recuperar cuando menos ese dinero, si las autoridades en cualquier momento decidían cancelar arbitrariamente sus licencias de operación, y los despojaban de sus instalaciones y equipo. Al compartir su experiencia con Televisión Azteca, los anunciantes ayudaban a levantar los *ratings* de la nueva empresa privada, y forzaban a Televisa a bajar sus precios.

Televisión Azteca, por lo mismo, había hecho llegar la sinopsis de *Nada personal* a varios de ellos, aunque *teóricamente* eso implicara comprometer los contenidos de la obra. Qué tan abiertos estuvieran a los cambios, sin embargo, entra dentro del campo de la duda, ya que la sinopsis les fue entregada con tan poca antelación, que era imposible conseguir cambios importantes.

Aún así, cuando la obra fue transmitida, pudimos percibir que los temas más difíciles, habían sido manejados de manera diversa a la planeada. Era evidente que los cambios no eran resultado de la acción de los anunciantes, aunque la coincidencia de sus opiniones pudo pesar hasta cierto punto en los productores. Según nuestras fuentes. los cambios eran consecuencia de la acción de R.T.C. –de su representante– Muchas escenas debieron ser re-escritas y re-escenificadas tan sólo unas horas antes de ser transmitidas (como "hijuelas" intercaladas a lo largo de las que sí se había podido transmitir en su versión original). Se cambió todo cuanto podía haber ofendido *demasiado* al público, y gracias a ello se alcanzó de hecho un *rating* mucho mayor que el que

habría logrado la versión original.

Entre los temas que tanto las autoridades como los anunciantes habían percibido como difíciles para el público, se encontraban la promoción activa de conductas sexuales fuera de lo estándar, la promoción de una religión no mayoritaria, el grado de violencia explícita mostrado por las cámaras, el grado de explicitud de las escenas de sexo mostradas en pantalla, y el grado de violencia lingüística. Asimismo, la sinopsis original terminaba "mal", pues no castigaba los comportamientos considerados como negativos por la cultura local (como la corrupción), y sí castigaba los comportamientos considerados pro-sociales. [144]

Si la sinopsis que leímos hubiera sido producida sin cambios, habría fracasado estruendosamente –en nuestra opinión–. ¿Por qué aceptó Televisión Azteca de las autoridades, cambios que no aceptó de sus anunciantes? Porque si no lo hubieran hecho, habrían podido perder su licencia de uso y operación. En este caso, como en muchos otros, la labor de R.T.C. sirvió a la televisora para conseguir un éxito comercial.

Analicemos una telenovela más: *La traición* (1985) nos ofrece otro buen ejemplo de cómo se negociaba los contenidos con la autoridad. La "historia" original presentaba a un villano todo-poderoso, gobernador de un estado, que

---

[144] De noviembre de 1997 a junio de 1998, se transmitió una segunda parte de esta obra –*Demasiado corazón*–. La anécdota giraba nuevamente en torno a la lucha individual, aislada y costosa del héroe contra la corrupción generalizada del poder. En el último capítulo, cuando el héroe y la heroína habían por fin triunfado en su lucha contra el mal y resuelto sus diferencias de opinión, él es asesinado por un franco-tirador. Para más INRI, la bala lo alcanza cuando ambos visitan la tumba de su padre, también sucumbido en la lucha contra el poder corrompido.

El mensaje claro de la obra era "No se opongan a la corrupción, ni luchen contra la injusticia, porque la suya es una batalla perdida." Un mensaje definitivamente "reaccionario", en una telenovela supuestamente "disidente".

abusaba de su poder en grados inimaginables, que amasaba una enorme fortuna a costa de despojos, que con su mal gobierno procuraba la miseria de su gente, y que utilizaba el poder en su beneficio y el de sus compinches. El representante de R.T.C. comprendió rápidamente que difundir esa obra podía poner en problemas al Gobierno Revolucionario, y pidió cambios importantes. Televisa entonces creó un personaje secundario, que se convirtió en el autor de todas las maldades de la "historia", y que se escondía tras el prestigio y poder del verdadero gobernador del estado –jefe del villano, pero inocente de todo mal, y naturalmente, caudillo revolucionario–. La derrota del villano por parte del héroe de la Revolución, salvó el discurso del poder, y el prestigio de los jerarcas gubernamentales. La acción del inspector salvaguardó el *statu-quo*, y permitió difundir la telenovela.[145]

Así y todo, los intereses de las autoridades y los de los concesionarios de televisión, no siempre han podido conciliarse con tanto éxito. Recordemos ahora dos de esos casos:

Antes de 1973 (y del nacimiento de Televisa), los diferentes canales competían ferozmente por el público, como ya hemos mencionado. Los programadores se percataron de que a la gente le gustaba ver "historias" de amor, en ambientes cortesanos –monárquicos–. Ahora que, puestos a producir una telenovela sobre esa base, era necesario hacer que sucediera en México, ya que además de tecnológicamente imposible en aquel tiempo, era demasiado costoso viajar a Europa para recrear ahí la narración. En esas circunstancias, la única "historia" viable, era la de Carlota y Maximiliano, los infortunados emperadores de México. Esta telenovela alcanzó un éxito inusitado de audiencia en 1965. Desafortunadamente, Benito Juárez –el prócer de la

---

[145] Fernanda Villeli, conferencia dictada en la A.M.M.P.E. (Asoc. Mundial de Mujeres Periodistas y Escritoras), el 3 de septiembre de 1992.

patria–, quedaba mal parado, puesto que decretó el fusilamiento del "bienamado" emperador en el Cerro de las Campanas. La gente reaccionó tan intensamente en contra del héroe liberal, y en favor de los emperadores, que el propio presidente de la República –Gustavo Díaz Ordaz– solicitó la presencia del dueño de la televisora y del productor de la telenovela en su despacho, para exigirles reparar el buen nombre del Benemérito de las Américas. Ambos prometieron formalmente ocuparse de ello, y crearon *La tormenta* –una telenovela dedicada solamente a restaurar el buen nombre de Juárez, y a exaltarlo debidamente–.[146] Como era de esperarse, esta segunda obra no gustó tanto a la sociedad, pero permitió a las televisoras conservar su licencia de uso y operación.

Segundo caso: En 1981-1982, una telenovela argentina transmitida por Canal 13 (entonces un canal gubernamental) cosechó una popularidad sin precedentes en esa teledifusora. [147] Se trataba de *Andrea Celeste*. Alcanzó tal popularidad, de hecho, que la rival Televisa produjo poco tiempo después una versión mexicana de la misma obra, bajo el nombre de *Chispita*.[148] ¿Qué relataban estas telenovelas? La vida de una niña huérfana que es recibida en

---

146 "40 años de la telenovela mexicana, la de mayor demanda en el mundo"; *El Heraldo de México*, 8 de junio de 1998.

147 Los canales gubernamentales gozaban de mayor libertad, dado que su alcance era mucho menor –¿quién iba a darse cuenta de lo que mostraran?–.

148 Es prácticamente imposible confirmar oficialmente los *ratings* de I.N.R.A. (los previos a 1990, especialmente), la única compañía de medición de audiencia que operaba en México en aquella época. Ni siquiera la compañía –al parecer– conserva copias de sus registros, pues las máquinas se destruyeron durante el terremoto de 1985, y los soportes magnéticos han sido corroídos por la contaminación ambiental, como nos fue mostrado en sus oficinas y en su bodega. Por esta razón, esta tesis cita solamente telenovelas que la gente, los anunciantes, y los creadores recuerdan como particularmente exitosas, o fallidas –según el caso–.

una familia, cuyo amor se gana contra toda esperanza, y en cuyo miembro se convierte el día que su amnésica madre se recupera, y se casa con el viudo jefe de familia.

Pese a sus muchos años de abandono y sufrimiento, Andrea Celeste nunca estuvo sola. Siempre que era necesario, su ángel de la guarda aparecía, y la sacaba de problemas. Esto era evidente en la versión argentina, donde el ángel se vestía "como Dios manda" (con una larga túnica color marfil), y el nombre de la protagonista –Celeste– hacía referencia a ello. En la versión mexicana, sin embargo, esto no quedaba muy claro: El ángel pre-adolescente se vestía de traje y corbata color blanco estridente, y sin alas, halo, nombre, ni nada que hiciera referencia a su origen.

El primer capítulo de la obra indicaba claramente que el jovencito era un extraterrestre,[149] proveniente de una galaxia lejana; así que las autoridades no podían acusar a la televisora de alimentar al país con mentiras y engaños. El productor de la telenovela, sin embargo, fue lo bastante astuto como para no insistir en ello durante los siguientes ...291 capítulos (cerca de 14 meses de transmisión). La gente tenía ante sus ojos suficientes pistas como para comprender al personaje dentro de su cultura y creencias, pero el Gobierno no podía acusar a la empresa de proselitismo religioso. Televisa cooperaba activamente, y como siempre, en la modernización del país.

Trece años después (1996-1997) una tercera versión de esta obra ha sido producida bajo el título de *Luz Clarita*. Los ángeles están ahora de moda, y la productora estaba segura de que incluir uno en la telenovela tendría un impacto positivo en el *rating*. Pero el permiso de hacerlo le fue denegado, sin

---

[149] *Teleguía*, resúmenes de telenovelas del lunes 15 de enero de 1982, canal 2, de 6 a 6:30 pm.

mayores explicaciones.[150] El ángel se convirtió en un hada madrina en su tercera versión. El personaje –blanco brillante, como siempre–, siguió apareciendo y desapareciendo de la nada, ...pero sin alas.

En 1999 Televisa produjo *Serafín* –la "historia", precisamente, de un alegre y travieso serafín–. El personaje pudo por fin ser mostrado como ángel, con todo y alas, pero solamente porque su "realismo" (se trataba de una elaboración informática) era comparable con el de varios muebles y ornamentos parlantes, que participaban de la historia tan activamente como él. Para colmo de contradicciones, los humanos "buenos" a los que venía a ayudar el ángel, no se comportaban conforme a la tradición religiosa mayoritaria –se divorciaban y casaban sin siquiera hacer mención de las convenciones culturales respectivas, por ejemplo–, por lo que la religión quedaba de hecho en entredicho–. La obra no fracasó, pero tampoco alcanzó un éxito como el de *Andrea Celeste*. Según Patricia Martínez Romaní –una escritora de telenovela– la productora de *Serafín* se basó en una obra suya, por la que no pagó.[151] En lo personal, nos parece difícil creer que *Serafín* y su obra tuvieran tanto en común, dado que su sinopsis original se titulaba *Más allá del amor, existe la fe* –lo cual constituye una declaración de creencia religiosa, que forzosamente había de disgustar tanto a las autoridades como a la gente de los "medios"–.

El misterio de los "ángeles mexicanos sin alas" viene a demostrar que aunque las políticas del contenido hayan cambiado a partir de 1985, no han cambiado tanto como se publica. Y viene a demostrar, además, la continuidad del anticlericalismo estatal (y del anti-catolicismo jacobino en particular) que México ha vivido en la escuela y en los "medios" a todo lo largo del siglo XX–.

---

150 Mapat, entrevista del 20 de agosto de 1997.

151 *Crónica*, 11 de agosto de 2000.

2.d) *Los intereses de los "medios", de los publicistas y de los anunciantes*

Las agencias de publicidad –y en este caso **no** nos referimos a sus clientes–, se ven forzadas a sobrevivir en una situación por demás difícil. Desarrollan su trabajo diario en medio de presiones opuestas y de gran intensidad: Por un lado sus oficinas matrices los empujan para que "se modernicen" (la mayor parte de ellas son extranjeras), pues de otra manera descalifican su trabajo. Por otro lado, el público rechaza posturas tan "adelantadas", y los clientes los presionan para que "produzcan resultados" –frecuentemente el beneficio directo de una campaña publicitaria, no se percibe claramente en las ventas inmediatas de una compañía–. Por último, las agencias están obligadas a apoyar los postulados ideológicos gubernamentales, a veces incluso gratuitamente –¿Quién no recuerda las campañas orquestadas gremialmente por las agencias, como "Pocos hijos para darles mucho", en los años setenta, o el "Empléate a ti mismo" de la década de los noventa?–.

En los inicios de la televisión, las agencias publicitarias y los anunciantes se veían forzados a demostrarle constantemente a un Gobierno renuente y autocrático, que los nuevos "medios" de comunicación realmente podían apoyar el proyecto progresista de nación, a pesar de su apertura a ciertas variables de mercado. Tanto los anunciantes como los teledifusores, se veían frecuentemente amenazados, ya fuera por la temida expropiación que pendía siempre sobre sus cabezas –se dice que el decreto llegó a ser redactado e incluso firmado por un presidente–, lo mismo que por el *también-siempre-esperado* estrechamiento de los controles del contenido, por parte de R.T.C. En nuestros días, las cosas han cambiado, y las dependencias gubernamentales representan en general el mejor cliente que una agencia publicitaria puede atraer. Ya sea para campañas de salud pública (como el

antiguo "Lávese las manos antes de comer y después de ir al baño" en los setenta, o para campañas fiscales como el "pague impuestos, no pague consecuencias" de los noventa), el Gobierno hace gran uso de sus servicios; y se ha ventilado en repetidas ocasiones el hecho de que algunos gobiernos estatales y partidos políticos, gastan más en publicidad que lo que emplean en servir al pueblo. Todo sumado, es fácil comprender por qué las agencias han deseado siempre complacer al poder.

Es igualmente cierto, sin embargo, que los anunciantes, además, han temido siempre oponerse directamente al poder, ya que el Estado podía "cobrarse la ofensa" creando nuevos impuestos para una determinada industria, o atormentándola a fuerza de inspecciones sanitarias, laborales, fiscales y de otros tipos; o bien por medio del estallamiento de "huelgas" incontrolables y costosas, que las autoridades revolucionarias podían desatar a voluntad, merced al eficiente control con el que han dirigido el mundo sindical hasta hace muy pocos años.

No obstante, es imposible negar que frecuentemente, tanto las agencias de publicidad como los anunciantes participaron voluntariamente del proyecto de nación que el gobierno revolucionario les había prometido: Las autoridades les habían ofrecido paz, progreso y modernidad, y ellos también deseaban alcanzarlos. Así que durante muchos años, cuando una empresa diseñaba una campaña para mejorar su imagen pública (más que para generar ventas), los sinónimos del progreso de los que ya hemos hablado, se hacían presentes una y otra vez en la propaganda.

Mas, si ellos también apoyaron el proyecto revolucionario, directa e indirectamente. ¿Por qué ahora se unen al resto del país, y piden un cambio?

La televisión es un negocio, y la caída de los *ratings* a partir de 1987 –hasta ahora constante e irreversible–, ha mermado sus beneficios. ¿Por qué

habrían de pagar los anunciantes precios más altos, si las televisoras están llegando a un público hasta 67% más bajo que los de la época dorada de la telenovela mexicana?[152]

La gente de los "medios", sin embargo, por su rechazo habitual a la cultura de la que se alimenta, a los valores, ideas y creencias de su público, se ha visto imposibilitada para revertir esta tendencia. Y cuando acude al "morbo" como "gancho", la caída se acentúa después de lograr –si acaso– una momentánea subida de ventas.

Incluso las agencias internacionales de publicidad reconocen que en México, jugar en los márgenes de lo que la sociedad considera aceptable, se vuelve en contra del producto anunciado.[153] La gente de "medios" brasileña

---

[152] Las franjas horarias (barras de programación) de mayor volumen de audiencia son las de las 6:30-7pm, 7:30-8pm, y 9-10pm, y mantienen un promedio histórico de 33, 33, y 34 puntos respectivamente. La programación de diciembre alcanza volúmenes mayores a los de junio, y los finales de una telenovela pueden llegar a duplicar el *rating* promedio de una "historia" (Francisco Javier Torres Aguilera, *op.cit.*).

Un punto de *rating* –simplificando para clarificar la idea–, equivale a un 1% (uno por ciento) de los hogares con televisor. Como los hogares sin televisor son muy pocos, se considera *grosso modo* que los puntos de *rating* corresponden a porcentajes totales de la población. Cabe poner en duda esto, pero aún así, dado que quien no tiene un televisor posiblemente carece de "capacidad de compra", los "medios" prefieren olvidarse de que existen.

Las "historias" de mayor éxito transmitidas entre 1984 y 1987, conforman la época dorada de la telenovela mexicana. Y en los *ratings* generales, en sus momentos de mayor éxito, llegaron a rozar los 70 puntos de audiencia. Hoy por hoy, la telenovela que alcanza los 20 puntos en horario estelar, es considerada el gran éxito del año.

[153] Roberto Gaudelli, argentino directivo de una agencia de publicidad, que ha trabajado en México un largo número de años, declaró en una entrevista:

"A la hora de escribir o de pensar campañas, éste [el sexo y otros temas difíciles] es un asunto que tocamos siempre como ...muy ríspidamente. A la hora de comentarlo con los clientes, les preocupa mucho que sus marcas, o la imagen de sus marcas, estén asociadas con cosas que pueden ser contraproducentes para algún sector [grande o pequeño] de la sociedad". Y luego añade: "No siempre hay una

desprecia abiertamente la televisión mexicana por su pudibundez, pero se ve incapaz de explicar por qué las telenovelas más baratas y "limpias" (de entre las que produce Televisa), triunfan arrolladoramente en aquel país.[154] Es claro que nunca nadie les habló en sus universidades de la funcionalidad sociológica de la literatura, y de las leyes del cuento popular. Pero ahora estamos mejor preparados para comprender por qué los anunciantes han necesitado unirse al clamor social que pide un cambio de contenidos en los "medios".

2.e) *La participación indirecta de la sociedad; el manejo de elementos religiosos*

Hemos hablado ya de cómo la autoridades, las televisoras, las agencias de publicidad y los anunciantes negociaban los contenidos de los "medios" –y por ende: de las telenovelas–. Pero, ¿y el público? ¿Acaso alguien le pidió jamás su opinión? Las campañas de opinión, tanto en favor como en contra de diversos temas, solamente han servido para algo cuando lo que se pedía formaba parte de la agenda gubernamental.[155] Todas ellas han mostrado un claro perfil conservador, cuando han sido apoyadas por el público en general; al revés de como ha ocurrido cuando las han orquestado minorías ideológicas y organismos internacionales. Así que hasta ahora, la fuerza de la sociedad ha radicado en su poder de compra. Y si bien su voz ha sido soslayada siempre que ha sido posible, su poder como consumidor, en un mercado casi

---

buena recepción [...]; de repente es incluso contraproducente el utilizar estas cosas para la imagen de determinados productos o marcas." (Canal 40-CNI [Serie "Realidades"], julio de 1998 –reportaje sobre el estado de la pornografía en México–.)

154 "El éxito de *María Mercedes* plantea interrogantes a la TV de Brasil"; *El Heraldo de México*, 18 de agosto de 1996.

155 Anne Rubenstein, *op.cit.*, "The uses of failure".

libre, ha sido notable. Para muestra, baste este botón:

México, con sus extremas diferencias regionales, su estratificación social, económica y étnica, y la gran segmentación social, se ve unificado en torno a muy pocos elementos culturales. El principal de ellos: Un catolicismo muy particular, cohesionado por el apego a la Virgen de Guadalupe. En este contexto, Televisión Azteca produjo una telenovela llamada *Tentaciones* (1998). La historia original era mucho más transgresora que la que finalmente se transmitió –revisar los artículos publicados antes de su estreno, da buen indicio de ello–. Múltiples actores y actrices prefirieron "descansar" a trabajar en ella, y no por razones religiosas, sino para no dañar su imagen, y hundir definitivamente sus carreras.

¿Qué podía parecerles tan peligroso? La telenovela cuenta la "historia" de un ministro de la fe mayoritaria (*id est:* un sacerdote católico), que se enamora de una fabulosa mujer, que además era una mujer fabulosa. Decide romper con sus votos, y renunciar al celibato para casarse con ella. Esto no habría sido tan problemático, si hubiera sido planteado conforme a la visión del mundo de la mayoría de la sociedad, y no de la manera como fue manejado. Pero encima se anunció a bombo y platillo que incluiría escenas "candentes" –explícitas– de violencia y sexo, y muchas de hecho fueron transmitidas a guisa de cápsulas promocionales y al principio de la telenovela. Así las cosas, la "historia" ya era fuerte, pero sus productores decidieron además salpimentarla añadiendo diálogos provocativos, en los que el sacerdote ponía en entredicho cuanto su fe enseñaba: "¿Por qué no puedo creer y amar?"

La obra fue transmitida a continuación del mayor éxito de su productora –*Mirada de mujer*–, y heredó su audiencia final, superior a los 20 puntos. Sumado a esto, la telenovela era transmitida justo antes del noticiero que en aquel momento contaba con el mayor *rating* nacional: *Hechos de la noche.* Adicionalmente, la obra tenía a su favor una fotografía excepcional, un elenco

sobresaliente, libretos de gran calidad, buena dirección de escena, locaciones de gran belleza; ...todo. Pese a ello, en sólo tres semanas el *rating* se desplomó hasta los 6 puntos, arrastrando consigo *toda la barra de telenovelas y los noticieros* –el tiempo más caro, y el horario más fuerte de la televisión mexicana–. Las ventas de las empresas que patrocinaban *Tentaciones*, también se desplomaron; así que la principal –Pond's– retiró su apoyo, y se fue con su presupuesto a la rival Televisa, para tratar de recuperarse. Ésta transmitía *La usurpadora* –una fantasía "blanca", apta para todo público–, que rebasó, por primera vez desde 1988 (*circa*), la barrera de los 40 puntos de *rating*. El rechazo contra *Tentaciones* fue unánime, hasta el punto de que logró reunir nuevamente al público total, en torno a una sola obra –la contraria–. La televisora culpó "a la minoría católica" (superior al 90% de la población, en el último censo) por todo esto, pero el rechazo del público **no** fue el resultado consciente de un esfuerzo organizado por nadie, sino que fue la consecuencia lógica de lo mostrado en pantalla. Cuando la gente cambia de canal, no elabora sus razones; tan sólo lo hace porque no le gusta lo que le están mostrando. La reacción era predecible. Nosotros, por lo menos, nos dimos el gusto de llamar a la televisora para avisar de lo que iba a suceder, cuando la obra llevaba sólo unos pocos capítulos "al aire". Y no somos "profetas"; cualquiera lo podía haber predicho.

En su segundo mes "en antena", la telenovela carecía de anunciantes. La compañía experimentó tal caída de ventas en todos sus horarios, que decidió recortar los más de 200 capítulos a cerca de 70 –dado que la sobrevivencia de la empresa estaba en peligro, cuesta entender por qué tardaron tanto en sacarla "del aire"–. Antes de retirarla, sin embargo, la empresa hizo un último intento, *(a)* cambiando el logo de la "historia" (un sagrado-corazón de Jesús mordisqueado) por el de una manzana mordida,

y *(b)* recortando las escenas violentas o de contenido sexual ofensivo.[156] Así y todo, el protagonista seguía siendo insultado por los transeúntes, cuando paseaba por la calle –para gran sorpresa suya, que no sabía que todavía hay quien cree en la religión–.[157]

Televisión Azteca perdió en ese trimestre, 54 millones de dólares, y cerca del 70% de su público –una audiencia que había costado "sangre, sudor y lágrimas" reunir–.[158] Y la caída ha perdurado. Difícilmente, como dijimos, este fracaso puede atribuirse a la reacción *consciente* de una minoría.

Ahora bien, ¿significa esto que el empleo "respetuoso" de elementos religiosos en una telenovela –esto es: conforme a su respaldo doctrinal, de manera justificada, y sin poner en duda a cada momento su validez–, garantiza la aceptación de la obra por parte del público? Sí y no. Antes del nacimiento de Televisa, cuando los distintos concesionarios peleaban ferozmente por el público, se llegó a producir telenovelas sobre vidas de santos, y con el bastante éxito como para llegarse a hacer múltiples versiones de la más popular de ellas: la de *San Martín de Porres.*[159] Ahora bien, un análisis

---

156 Adriana Garay; "[Se] equivocan y corrigen: TV Azteca reconoce haber errado [en] la manera de promover la telenovela; substituye el Sagrado Corazón por una manzana, y [suprime] una escena íntima [de la publicidad de *Tentaciones*]"; *Reforma*, 19 de mayo de 1998.

157 El actor que encarnó al protagonista de *Tentaciones* estaba sorprendido de que la gente todavía creyera en la religión (Ysrael Carranza Mateos; "José Ángel Llamas, agredido verbalmente por *Tentaciones*"; *Crónica*, 21 de junio de 1998). Esto pone en evidencia la desconexión casi total que hay entre la gente de los "medios" y la sociedad para la que producen.

158 "Pérdida de audiencia desploma 69% las utilidades de TV Azteca"; *Crónica*, 25 de julio de 1998.

159 Después de la formación de Televisa, sólo se volvió a producir una en 1979 –*San Martín de Porres,* naturalmente, última versión–. También desapareció la

estadístico de la aparición de elementos religiosos en dos muestras recientes (una de 1996, y otra de 1997), puso en evidencia que éstos se están manejando más, desde que a la religión le fue concedido el status de actividad legal, pero todavía de manera marginal. Y que el empleo de los mismos no garantiza el éxito de la obra, sino que potencia su éxito o fracaso (lo acentúa). [160]

---

venta de tiempo a los *brokers*. Y la aplicación de los lineamientos de R.T.C. se volvió mucho más consistente.

[160] La muestra abarcó dos semanas completas de telenovelas transmitidas por Televisa; una de enero de 1996, y otra de mayo de 1997 (años en los que la primera apertura de la censura había sido ya superada, y la religión se había convertido en una actividad legal).

El uso de elementos religiosos creció notablemente (25% más en el segundo año, que en el primero), pero permaneció marginal a la "historia" narrada. De ninguna manera se muestran como resortes de la "historia" principal; los personajes siguen sin supeditar ni limitar sus acciones por motivaciones religiosas; no se acude a los templos, salvo para el rito social del matrimonio –para participar en el evento–. Igualmente, no hay participación de seres o poderes sobrenaturales como actantes en la obra (salvo en los casos de brujería). Ni el caso de *Serafín* en 1999, ni el de *Tentaciones*, cambiaron sensiblemente este estado de cosas, dado que ambos plateaban conflictos con respecto al corpus de creencias en el que pretendían inscribirse, y en su manejo de los iconos religiosos.

Los elementos religiosos de la muestra, pudieron ser englobados dentro de cinco categorías principales:

a. **Ambiente** (misma que comprende el mostrar templos como parte del escenario natural de una ciudad),
b. **Objetos** (que abarca los crucifijos y otros objetos religiosos empleados como decoraciones),
c. **Palabras** (desde exclamaciones e invocaciones casuales como "¡Dios mío!", hasta la mención breve de oraciones e información religiosa),
d. **Ritos** (tanto la conversación sobre, como la asistencia a, ritos religiosos –bautizos, funerales, matrimonios, etc.),
e. **Personas** (esto es: personajes piadosos, ministros religiosos, monjas, misioneros, etc.)

El 85% de todos los elementos religiosos recogidos en la muestra de 1996, y el 68% de los de la muestra de 1997, pertenecen a las clasificaciones de "palabras" y "objetos". La mayoría de ellos representan exclamaciones casuales, sin verdadera

Hay que entender que el manejo de elementos religiosos, representa un peligro para las televisoras, porque su personal se ha desconectado tanto de las ideas, las creencias y los valores generales, que no saben ya manejarlos sin ofender a su público. O a las autoridades. De ahí que tampoco sepan cómo recuperarlos.

Esto se comprende mejor al analizar nuestro siguiente caso. Dibujemos primeramente el contexto en el que se dio: Los últimos días de diciembre de 1994 (por el llamado "error de diciembre"), y el principio de 1995, trajeron tal recorte en los presupuestos de publicidad de las empresas, que durante varias semanas las empresas televisoras se vieron sin clientes para sus tiempos de publicidad. Y aunque los aprovecharon para promover sus propias empresas, necesitaban hacerse de recursos para continuar operando. La falta de "demanda" forzó a las teledifusoras a bajar los precios, a la vez que sus costos de operación –normalmente cotizados en dólares de los Estados Unidos–, se dispararon por la devaluación. Así las cosas, las televisoras redujeron sus precios para allegarse clientes, y aumentaron el porcentaje de tiempo dedicado a anuncios comerciales.

El 3 de noviembre de 1995, un capítulo de una hora "al aire" de telenovela –*Lazos de amor*–, contenía 50 anuncios, intercalados a lo largo de 38 escenas-. Esto naturalmente, reducía sus posibilidades de atraer y retener al público. En noviembre de 1997, de cada 30 minutos de transmisión, por cualquiera de las dos teledifusoras, una media de 11 minutos eran dedicados a publicidad –aumentando el porcentaje de tiempo comercial, de 26.6% a 36.6% en sólo diez años–. En 2002, algunas telenovelas han llegado a

---

evidencia de convicción religiosa, así como medallas, imágenes, y crucifijos.

Las cuatro telenovelas de la muestra, que reunieron el mayor número de elementos religiosos, incluyen tanto a las dos de más éxito (*Esmeralda* –1997– y *Lazos de amor* –1996–), como a las dos más rechazadas por el público (*Pueblo chico, infierno grande*, y *Los hijos de nadie* –1997–).

contener hasta el 50% del tiempo de anuncios. Televisión Azteca está incluso mostrando "banderines" ("cintillos") y cortinas de publicidad intercalados a lo largo de sus noticieros y programas de televisión, Televisa ha añadido patrocinadores a las cortinas que llevan a un corte comercial, y ambas están cobrando a los publicistas para poner en boca de los personajes de sus telenovelas, la defensa de sus productos (el *product placement advertising* del que hablamos en la primera parte de esta tesis). Los *ratings* han continuado su constante caída, sin que nadie haga nada por detenerla. Pero, ¿cabe sorprenderse de ello, cuando uno analiza cada uno de los agravios inflingidos contra el público? El exceso de publicidad es, incontestablemente, una de las principales causas por las que la gente le está dando la espalda a los "medios".

La industria televisiva necesitaba hacer algo para atraer nuevamente al público. Así que, cerca de tres años después del reconocimiento oficial de la religión como actividad legal, recurrió a ella. ¿Qué les recordó de su existencia? El hecho de que algunas telenovelas venezolanas (como *Topacio*) y brasileñas habían sido transmitidas excepcionalmente en México en aquellos años, y habían alcanzado un éxito notable. Tanto unas como otras, abundaban en medallas, bendiciones, ministros religiosos, y conversaciones también religiosas. A continuación de aquéllas, los programadores habían importado algunas obras venezolanas más atrevidas (como *Amazonas*), pero éstas habían sido rechazadas por el público. Sea que los censores se hubieran dado cuenta del contenido religioso de las primeras, o no, el caso es que las telenovelas venezolanas fueron entonces retiradas del aire. Las primeras, sin embargo, habían dejado su impronta en el imaginario creativo de los productores, que echó mano de los elementos religiosos para intentar retener al público, cuando la situación se tornó deseperada.

En 1996 salió "al aire" *El premio mayor*. Rosario, la co-protagonista de

esta telenovela había sufrido desde su nacimiento: Había sido abandonada por sus padres, y criada por una bondadosa dama –la protagonista– que la había recibido en su casa. Ahí, sin embargo, la había atormentado el rechazo de toda la familia, que había alcanzado niveles verdaderamente patológicos con el paso de los años. Llegado el momento, Rosario se enamoró del varón más atractivo del elenco, y logró con gran esfuerzo casarse con él; ...pero sólo para perderlo poco después, cuando el hombre osó enfrentarse a unos criminales. La mujer, entonces, decidió hacerse monja para "encontrar la paz", pero tuvo que renunciar a sus aspiraciones al descubrir que estaba embarazada, y que había de cuidar a su hijo. Las circunstancias la forzaron a continuación decidir entre su vida y la del niño, y la mujer naturalmente eligió la del niño – "naturalmente" ...porque su contrato ya había terminado, y ella tenía que salir de la obra, no porque quisieran hacer eco de las recomendaciones de la religión mayoritaria–. Las telenovelas deben de recompensar el sufrimiento y los comportamientos positivos de sus personajes, conforme a ciertos parámetros culturales; y *tanto* sufrimiento merecía un premio extraordinario. Al productor sólo se le ocurrió uno a la altura de ese personaje: Que la Virgen de Guadalupe viniera en persona a la Tierra, para recogerla y llevarla consigo al Cielo. El acierto de este creador se pudo medir cuando el conmutador telefónico de la teledifusora se vino abajo, saturado por las llamadas de felicitación de la gente. La escena había tocado el corazón del público, hasta el punto de tener que repetirse ese mismo capítulo al día siguiente. Y aunque la "historia" siguió adelante, hubo llamadas que continuaron solicitando una nueva transmisión.

Lo que el productor no pudo percibir, es que acertó "de milagro" –y nunca mejor dicho que en este caso–. Su desconocimiento en materia religiosa, le impedía distinguir entre "dormición" –la manera como la Virgen llegó al Cielo–, y "muerte" –la que nos toca sufrir al resto de los seres

creados–. El productor había planeado mostrar al sufrido personaje subiendo al Cielo "lo mismo que la Virgen" –como en *La Inmaculada* de Murillo: Con los ojos abiertos, las manos en el corazón, y "vivita y coleando"–. Y sólo la falta de cooperación de la actriz despedida impidió que llevara sus planes a cabo. Así que, en su lugar, la mostraron muriendo en una cama de hospital, como todo mortal afortunado de la modernidad, y dejando ahí su cuerpo mientras su alma era acompañaba por la Virgen de Guadalupe en su camino al Cielo. Los requerimientos de producción salvaron a la telenovela de caer en la "herejía"...

2.e) *Qué tipo de telenovelas produjeron estas limitaciones*

Hemos descrito cómo los intereses de los distintos actores sociales han incidido en la creación de la telenovela mexicana, y en sus contenidos. Y si bien la opinión del público –del pueblo– ha sido la menos tomada en cuenta, ésta ha representado el factor de equilibrio cuando los intereses de los demás han entrado en conflicto. En general, *el deseo de no invadir el "territorio sagrado" de los demás actores sociales* –trátese de los mitos fundacionales del Estado Revolucionario, de los intereses comerciales de los anunciantes, o de las instituciones y símbolos apreciados por la sociedad– *ha producido una telenovela respetuosa de las creencias de todos,* en general –o por lo menos así fue hasta 1985 en que R.T.C. abrió los límites del contenido–. Ahora bien, debido a la aplicación discrecional de la ley, no se puede sostener que todas las telenovelas mexicanas reflejaran este ideal.

La telenovela mexicana se ha caracterizado además, porque en ella las mujeres detentan los roles estelares –sin importar que éstos puedan parecer frecuentemente tradicionales–. No olvidemos que nuestra sociedad favorece en alto grado la supremacía femenina en la forma del matriarcado, pues gran parte de los hogares carecen de un *pater familiae* estable. Y no olvidemos

tampoco que donde hay pobreza la mujer ha trabajado siempre, *y también*, fuera del hogar–. Como buen ejemplo de ello tenemos *La usurpadora*, que tanto éxito alcanzó en un horario en el que 4 de cada 10 espectadores son varones, y en la que la mujer triunfaba en donde los varones fracasaban, restaurando tanto la vida doméstica como económica de la familia, y sin ser por ello percibida como "menos mujer" dentro de nuestra cultura –en esta obra se oía al varón repetir: "Sí, mi vida; se hará lo que tú digas", sin que a nadie extrañara que lo hiciera–.

La mujer igualmente ocupa un lugar importante en su creación –sobre todo como escritora–, y si el fenómeno de las productoras "mujeres" es relativamente reciente, es también muy abundante. Es una verdad universalmente aceptada en la televisión mexicana, que las telenovelas con protagonistas "varones", rara vez alcanzan el éxito.

De manera similar, las confesiones religiosas rara vez se enfrentan en las telenovelas mexicanas, como sí ocurre por el contrario en las brasileñas –en *Tieta do Agreste* de Jorge Amado, q.e.p.d., por ejemplo, se dibuja la aparición de un pastor protestante en el pueblo de la protagonista, y los problemas que esto causa–. Una ventaja de que la religión sea prácticamente ignorada por el discurso televisivo, es que no se alimenta el enfrentamiento religioso –todas las confesiones han sido *casi* igualmente rechazadas–. Ahora bien, la religión en general, se deja sentir como una actitud positiva, que coadyuva a la convivencia ordenada del cuerpo social, y favorece su sobrevivencia a largo plazo.

Algo negativo que es necesario mencionar, es el hecho de que nuestras telenovelas se han negado generalmente a mostrar como prototipo de belleza, el propio de nuestra raza. Asimismo, el ideal masculino de nuestra cultura, ha sido soslayado o borrado de la pequeña pantalla, debido a que los productores

de telenovela frecuentemente no lo comparten. Irónicamente, esto ha llevado a la fama a actores no particularmente sobresalientes, por la única y exclusiva razón de que reflejan mejor el ideal de virilidad de los mexicanos.

El hecho de que las telenovelas de nuestro país eviten mostrar conflictos políticos o sociales (salvo en los trabajos recientes de Televisión Azteca, y en las telenovelas de "contenido social" producidas por el Gobierno), las ha dotado de su característico halo de fantasía, que tanto molesta a las élites culturales, pero que tanto gusta al público en general. Aún más: Esta limitación les ha impedido dibujar conflictos que habrían sido difícilmente comprendidos por otros pueblos en otras latitudes, o que habrían molestado a distintos grupos sociales –favoreciendo en consecuencia la exportación de las diversas obras–.

Los reducidos grados de violencia o sexo explícitos mostrados hasta 1984-1985, [161] han permitido a nuestras telenovelas llegar a sociedades donde

---

[161] Esto ha sido así, a pesar del disgusto del personal de los "medios", que ha luchado por cambiar los gustos del público mayoritario. Un buen ejemplo de esto, nos lo ofrece la telenovela *Tú eres mi destino* (producción de Carla Estrada para Televisa, en 2000).

Esta telenovela de ruptura utilizó a la cantante y actriz favorita del pueblo mexicano, Lucero Hogaza –"Lucerito"– para promover activamente el rechazo de los modelos de comportamiento apreciados por los mexicanos. Los protagonistas aparecieron en escenas de sexo explícito, que marcaron hitos en la historia de la televisión mexicana. La obra hubo de ser compactada y retirada "del aire" (*El Heraldo de México*, 2 de octubre de 2000). El impacto de la obra fue negativo, intenso, y perdurable, por lo que la empresa se vio obligada a retirar a esta actriz de sus telenovelas por cinco años, para procurar así restaurar su imagen –impecable hasta ese momento– (*Telenovela*, número 411, 19-25 de febrero de 2001).

Veinte años de carrera artística, se vieron derrotados por una obra construida para ir en contra de las ideas, valores y creencias de su sociedad...

No sólo la telenovela fracasó, sino que la carrera musical de Lucerito, se vio igualmente afectada, y las ventas de sus discos se desplomaron (Carlos Martínez

los productos de Estados Unidos y Europa han tenido problemas para entrar, por chocar frontalmente con las culturas locales.

Claro: Esto ha sido así mientras se cumplió realmente con los límites listados en el capítulo anterior; las cosas son distintas en nuestros días, y la caída de los *ratings* nos hace conscientes de ello. Mas eso no significa que el pueblo haya sobrevivido inmune a cerca de 80 años de condicionamiento ideológico. Paradójicamente, el sector de la población que ha asimilado la mayor parte de los "mitos" revolucionarios hasta el punto de dejar atrás totalmente los propios de su cultura, es el que presiona más activamente a las autoridades por la crisis de todas sus promesas: democracia, salud, educación universitaria general, bienestar material...

Todo sumado, se puede concluir que los límites del contenido impuestos por el Gobierno Revolucionario, han permitido a la telenovela mexicana llegar a toda la sociedad (a todas las edades, regiones, géneros, etc.), e internacionalizarse. Y se han convertido a la larga en la estrategia de mercadotecnia de mayor éxito ensayada hasta hoy.

Las rupturas de todo tipo que hemos vivido progresivamente a partir de 1985 –tanto de contenidos, como de porcentajes de publicidad intercalados, *etc.*– han incidido en *la caída de un formato narrativo*:

- que había permitido a los grupos de poder emanados de la Revolución sostenerse en el poder de manera estable y difundir su proyecto de país,
- que había permitido a las teledifusoras amasar enormes fortunas, y

---

Velasco; "Sorpresas y fracasos en el terreno discográfico en México, este año"; *El Heraldo de México*, 31 de diciembre de 2000).

Esto de nuevo prueba que el personal de los "medios" se ha apartado de la sociedad hasta tal punto, que ya no tiene noción –ni siquiera lejana– que le permita prever el resultado de una obra en el mercado.

- que había alimentado la sensibilidad artística, la educación sentimental, y el ingreso a la "modernidad", de grandes sectores de nuestra sociedad, a lo largo de más de 40 años.

Pero esta caída no tiene por qué ser irreversible. Corrigiendo todos los errores señalados a lo largo de esta obra, la telenovela mexicana puede:

(a) recuperar espacios y crecer en *rating*, tanto nacional como internacionalmente,

(b) crecer literariamente, y

(c) constituirse de nuevo en el formato narrativo preferido de la televisión mexicana.

2.f) *Epílogo: Desde 1995-1996, las cosas están cambiando...*

A partir de la primera apertura de R.T.C., las políticas del contenido han continuado cambiando. Y Televisión Azteca lleva la vanguardia, desde el lanzamiento de *Nada personal*. La directora de análisis literario nos aseguró que su compañía no maneja políticas del contenido como las listadas en esta obra. Sólo les preocupan dos cosas: que la telenovela se venda, y que el representante de R.T.C. les permita transmitirla. [162] Pese a su insistencia, esta sola frase evidencia la existencia de ellas, por su sujeción a las del poder.

El estudio atento de las obras que han transmitido, nos permite rastrear una serie políticas constantes del contenido. Los asuntos de género, de minorías, y políticos, representan su opción preferida. Retomando lo dicho por sus productores al *Time,* ellos prefieren las telenovelas disidentes, porque

---

162 Genoveva Martínez, *op.cit.*

buscan la ruptura del público con sus valores tradicionales. Los antecedentes políticos de los creadores, nos permiten clasificar a sus obras como parte del realismo narrativo contemporáneo de izquierda.

Todo ello sumado, se puede decir que Televisión Azteca, consciente del agotamiento de los modelos manejados durante los primeros treinta años de la telenovela mexicana, eligió explorar más allá de los límites del contenido que hemos estudiado. Y que probablemente prefirió arriesgarse a cosechar la furia del pueblo a la del Gobierno. La novedad de su enfoque les permitió inicialmente llamar la atención de la gente, pero se revirtió rápidamente en su contra. Desafortunadamente, y como el caso de *Tentaciones* nos indica, su estrategia ha generado problemas económicos y de rechazo de larga duración, por parte del público mayoritario al que quieren llegar.

Televisa ha dado muestras de compartir este nuevo código de contenidos, retirando de la programación trabajos cuyo lanzamiento había sido ya anunciado (como la comedia misógina *Ellos nuestros hombres*), y creando obras como *Tres mujeres* (1996-1997), y la ya mencionada *Tú eres mi destino.*

La escasa reacción de R.T.C. a estos cambios, y a otros intentos por alterar el esquema sostenido hasta 1984-1985, nos hace pensar que no sólo los mitos del progreso e ideológicos listados en esta obra han perdido vigencia para la autoridad, sino que además han sido substituidos por otros.

Y como en la ocasión anterior, éstos no han sido publicados abiertamente. Habremos de aprender sobre ellos por ensayo y equivocación, como en el pasado.

Si algo, esto viene a demostrar que las cosas han cambiado realmente poco. Pero la fórmula ha funcionado tan bien, y tan establemente, que el poder lógicamente no tiene razones para buscar otra.

Y aunque un nuevo partido llegó a la presidencia de la República en el

año 2000, los límites del contenido vigentes hasta el último día de gobierno del partido anterior, se han mantenido vigentes. En 2002, cabe suponer que los grupos de poder emanados de la Revolución Mexicana, siguen controlando los contenidos de la televisión mexicana.

REFLEXIÓN FINAL:

EL CENTRO Y LA PERIFERIA EN LA LITERATURA ACTUAL

166-A

UNA MENCIÓN OBLIGADA:
LA TELENOVELA Y EL CANON LITERARIO

Como Bloom establece, la cultura europea ha tendido a exaltar un número de obras literarias reuniéndolas en un corpus de estudio preferente: el llamado "canon literario occidental". Pero no sólo Occidente ha seguido esta práctica. Toda sociedad humana, por razones de sobrevivencia material y cultural, tiende a favorecer el estudio de ciertas obras por encima de otras. Y cada grupo humano –pongamos el caso de la literatura anarquista, por ejemplo– ha exaltado igualmente un listado preciso de obras con preferencia sobre otras: Aquellas que mejor representan y justifican emocionalmente su visión del mundo. Más que descartar *a priori* estas prácticas por su carácter frecuentemente discriminador, corresponde al pensador contextualizarlas y explicarlas debidamente, para así *mediar* su influencia de manera constructiva. Como señalaba Federico Álvarez Arregui en una entrevista,[164] el futuro de la teoría literaria no es la exclusión sino la inclusión: el eclecticismo organizado de manera tal que toda manifestación cultural encuentre su nicho, su explicación, su análisis. El análisis simplista descarta todo lo ajeno al canon; el estudio complejo por el contrario analiza tanto el

---

[164] "El futuro de la teoría literaria: ¿Y después del exceso de crítica y el olvido del texto?" (entrevistas a Arturo Souto, Federico Álvarez, Antonio Alatorre y Manuel de Ezcurdia); *La Experiencia Literaria* [Primavera 1994], pág. 19 –revista del Colegio de Letras, Facultad de Filosofía y Letras, Univ. Nal. Autónoma de México–.

canon como lo marginado, pues sólo la visión total del fenómeno literario permite la comprensión cabal de cada una de sus manifestaciones.

Aún así, se tiende en nuestros días a hablar de centro y periferia –centro en referencia con los distintos cánones y periferia con respecto a lo rechazado por ellos–, lo cual sólo prolonga en el tiempo la vieja exclusión cultural. Se habla de derrocar el canon, de substituirlo, sin pensar en que de esta forma tan sólo cambiaremos una tiranía vieja por otra nueva. La libertad se dará tan sólo cuando seamos capaces de otorgar a cada fenómeno de estudio *su* espacio, y en tanto estemos dispuestos a concederle a cada uno su valor.

En una tesis nuestra anterior, establecimos que en el lato campo de lo literario –"lato" cuando es definido desde el punto de vista de la sociología y de la antropología–, tienen cabida múltiples fenómenos que no se excluyen y que sí se interrelacionan, alimentándose y explicándose mutuamente.

En este sentido se justifica el estudio *literario* de la telenovela, así como el de múltiples otros fenómenos narrativos de ficción, como pueden ser sus antecedentes melodramáticos y seriados: la radionovela y la historieta seriada impresa en sepia –por citar dos ejemplos–, particularmente cuando su aceptación masiva ha permitido explotarlos industrialmente. En este sentido, también, se justifica el empleo de herramientas y definiciones interdisciplinarias para distinguir cada nicho literario y para delimitar el canon respectivo, pues *sola letteratura* (como paráfrasis del célebre *sola scriptura*) no lo explica todo. La conmoción estética y emocional de un receptor ideologizado ante una obra de su canon, es mucho mayor que la de quien no comparte sus valores, ideas y creencias. La representación artística de la hoz y el martillo dice mucho más al activista del comunismo, y la *Inmaculada* de Murillo al católico practicante, de lo que nunca le dirán al observador neutral. La ideología, la sociología, son en consecuencia parte importante de la

166-C

experiencia estética, y el encuadramiento de cada obra en *su* espacio de ideas permitirá comprender mucho mejor su potencial artístico.

Una última reflexión: El control de las obras transmitidas por los medios de comunicación, como hemos visto, ha fortalecido la estructura social y justificado la ideología del poder en México durante la Pos-revolución, para bien o para mal. ¿No va siendo hora de que los literatos –es decir: quienes cuentan con la formación necesaria para enseñar al resto de la sociedad a descodificar todo tipo de obras narrativas– asuman su responsabilidad social y enseñen a comprender a cada obra en su nicho? Es hora de hacer a un lado las exclusiones, y respetar las aspiraciones de los demás grupos sociales; y no como periferia, sino como integrantes con igual dignidad.

Y más vale comenzar pronto con nuestra labor, pues muchos de los grandes exponentes de "los demás" cánones están desapareciendo. Recordando la invitación de Fernando Curiel en referencia con la fotonovela rosa y la fotonovela roja, es menester poner manos a la obra antes de que no quede nada que estudiar: "Lo desaparecido, en suma, fue un lenguaje icónico-textual, estático en la novela rosa, dinámico en la roja. Pero [...] el mismo derecho que tienen a ser historiadas las especies animales y vegetales desaparecidas, lo tienen (lo reclaman) las especies culturales, esos entes simbólicos igualmente desaparecidos. Estéticas extintas" sin que el estudioso literario se haya tomado la molestia de concederles un análisis riguroso.[165] De lo que parece "mal de ojo", bien puede resultar una teoría literaria mucho más rica, comprehensiva, y respetuosa de las diferencias.[166]

---

[165] Fernando Curiel; *Fotonovela rosa, fotonovela roja*; México, Universidad Nacional Autónoma de México [Dirección de Literatura: Textos de difusión cultural; Serie El Estudio], 2001; pág. 19

[166] Fernando Curiel; *Mal de ojo: Iniciación a la literatura icónica*; México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1989

166-D

APÉNDICES:

•UN CAPÍTULO PROMEDIO DE TELENOVELA

(Capítulo 1º de *Vida robada* de Carmen Daniels, para Televisa)

Y

•EL MARCO LEGAL DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

(Gabriel Sosa Plata, en *Apuntes*
para una historia de la televisión mexicana, op.cit.)

ANEXO A LA CONFERENCIA DE MARISSA GARRIDO EN LA AMMPE SOBRE CÓMO SE ESCRIBE TELENOVELA

" VIDA ROBADA "

ORIGINAL: MARISSA GARRIDO

PRODUCTOR: CARLOS SOTOMAYOR.

CAPITULO NUMERO =1=

==========

DIR. DE ESC.:
DIR. DE CAM.:
EDIC. LIT.: ESTHER ALICIA CABRERA C.

FECHA AL AIRE:
FECHA DE GRABACION:
No. DE ESCENAS: 25, PAGS. 14
DIAS: M, T y N-1.

==========

PERSONAJES: (12)

GABRIELA
LETICIA
CARLOS
ANSELMO
RAMON
IRENE
LUPE
ANAISA
DIRECTORA
MIMI
CATA
WALTER

S E T S:

INT. OFICINA ASERRADERO. (1.M.)
INT. SALA RESIDENCIA RAMON (2.T/2.N)
INT. COMEDOR RESIDENCIA RAMON (1.N.)
INT. SALA-COMEDOR CABAÑA ANSELMO (1.N.)
INT. DORMITORIO LETY-GABY INTERNADO E.U. (1.M.,1.T.,3.N.)
INT. PASILLO INTERNADO E.U. (1.T.)
INT. DIRECCION INTERNADO E.U. (2.T.)
INT. ANG. ESCONDIDO INTERNADO E.U. (2.N.)
INT. ANG. SOTANO, INTERNADO. E.U. (1.N.)

L O C A C I O N E S:

LOC. EXT. OFICINA ASERRADERO (1.M.)

EXTRAS:

AYUDANTE-DIRECTORA

TOMAS DE UBICACION:

T.U. PANORAMICA SELVA X (1.M.)
T.U. PANORAMICA CD. X. E.U. (1.M.)
T.U. EXT. INTERNADO E.U. (1.M/1.T.)
T.U. EXT. FINCA RAMON (1.T.)
T.U. EXT. CABAÑA ANSELMO (1.T./1.N.)

==========

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PRODUCTOR: CARLOS SOTOMAYOR.

CAPITULO NUMERO =1=

167-A

VIDA ROBADA" CAPITULO NUMERO =1= HOJA No. 1

EC.	SET	DIA	PERSONAJES	SINOPSIS
.	T.U.PANORAMICA SELVA X	M-1	---------	----------
	LOC.EXT. OFNA. ASERRADERO	M-1	CARLOS(V.OFF)	CARLOS ORDENA QUE SAQUEN LA MAQUINARIA DE LA BRECHA.
.	INT. OFNA. ASERRADERO	M-1	CARLOS ANAISA	CARLOS MOLESTO DA INSTRUCCIONES POR TELEFONO.ANAISA AVISA QUE DON RAMON -- QUIERE HABLAR CON EL SO-- BRE EL REGRESO DE SU HIJA LETICIA.
.	T.U.PANORAMICA CIUDAD X E.U.	M-1		
	T.U.EXT.INTERNADO E.U.	M-1		
	INT.DORMITORIO LETY-GABY INTERNADO E.U.	M-1	LETICIA CATA MIMI GABRIELA	LETICIA ESCONDE ALGO EN LA COMODA. GABY COMENTA QUE VA A TENER QUE DEJAR EL INTERNADO POR NO PODER PAGARLO. LETICIA LA HUMILLA. ELLA RESPONDE CON -- DIGNIDAD.
-	T.U.EXT.FINCA DON RAMON ES UNA ESTUPENDA FINCA, CERCA DEL ASERRADERO.	T-1	CARLOS(V.OFF)	CARLOS PREGUNTA SI ES -- CIERTO.
	INT. SALA RESIDENCIA RAMON	T-1	CARLOS RAMON	RAMON CONFIRMA A CARLOS QUE SU HIJA, LETICIA REGRESARA PRONTO.
-	T.U.EXT.INTERNADO E.U.	T-1		
	INT.DIRECCION INTERNADO E.U.	T-1	DIRECTORA LETICIA	LA DIRECTORA COMUNICA A LETICIA QUE SU PAPA ESTA ARRUINADO Y ELLA DEBERA DEJAR EL COLEGIO.
.-	INT.SALA RESIDENCIA (CONT.SEC.)	T-1	CARLOS RAMON	CARLOS DICE A RAMON QUE GRACIAS A SU PADRE EL -- ASERRADERO ES UN BUEN NEGOCIO QUE LO PODRA AYUDAR AHORA QUE QUEBRO EN VENEZUELA. LE OFRECE SEGUIR A FRENTE COMO ING.JEFE A -- PESAR DEL PROXIMO REGRESO DE LETICIA.
	= C O M E R C I A L E S =			
	INT.DIRECCION INTERNADO E.U. (CONT.SEC.)	T-1	DIRECTORA LETICIA	LETICIA RECHAZA EL OFRECIMIENTO DE UNA BECA. PIDE SU BOLETO DE AVION OBSERVA LA CAJA FUERTE. ACUSA A GABY DE HABER ROBADO LOS PORTAMONEDAS.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SEC.	SET	DIA	PERSONAJES	SINOPSIS
13	INT.DORMITORIO LETY-GABY INTERNADO E.U. INT.PASILLO INTERNADO,E.U.	T-1	GABRIELA MIMI DIRECTORA AYUDANTE LETICIA	GABY RECOJE SU ROPA. MIMI LE OFRECE REGALARLE DE LA SUYA. LA DIRECTORA ACUSA A GABY DE HABER -- ROBADO LOS PORTAMONEDAS. LOS ENCUENTRAN ENTRE SU ROPA, AMENAZA CON ENTREGARLA A LA POLICIA. LETICIA SONRIE AL ESCUCHARLA DESDE EL PASILLO.
	= C O M E R C I A L E S =			
14	T.U.EXT.CABAÑA ANSELMO	T-1	CARLOS ANSELMO	CARLOS CONFIRMA A SU PADRE QUE LETICIA VA A REGRESAR, LO LAMENTA POR - EL.
15	INT.ANG.ESCONDIDO INTERNADO E.U.	N-1	LETICIA WALTER	LETICIA Y WALTER PLANEAN ROBAR EL DINERO DEL COLEGIO Y HACER APARECE A GABY COMO RESPONSABLE, LLEVANDOLA CON ELLOS AL HUIR DE AHI.
16.	INT.SALA RESIDENCIA RAMON	N-1	IRENE RAMON	RAMON LAMENTA TENER QUE MANDAR TRAER A LETICIA. COMENTAN QUE DE CHICA -- ERA MUY MALA, TAL VEZ POR SU COMPLEJO DE SER GORDA Y FEA. ESPERAN QUE LA OPERACION DE LA NARIZ LE HAYA AYUDADO A CAMBIAR.
17	INT.DORMITORIO LETY-GABY INTERNADO ,E.U.	N-1	GABRIELA LETICIA	LETICIA OFRECE A GABY, -- INTERCEDER A SU FAVOR CON LA DIRECTORA, EN RECUERDO DE SU AMISTAD DE NIÑA, DE CUANDO ELLA LA DEFENDIA DE LAS BURLAS DE LAS DEMA
18.	T.U.EXT.CABAÑA ANSELMO SE VE DESCUIDADA.	N-1	-----	SONIDO: AMBIENTE SELVA, - GRILLOS, ETC.
19.	INT.SALA-COMEDOR CABAÑA ANSELMO	N-1	ANSELMO CARLOS	COMENTAN QUE RAMON QUEBRO EN VENEZUELA PORQUE SU -- MUJER SE METIO EN MALOS - NEGOCIOS Y AHORA SOLO LE QUEDA EL ASERRADERO, QUE ES PROSPERO GRACIAS AL -- TRABAJO DE ELLOS DOS.
20.	INT.COMEDOR RESIDENCIA RAMON	N-1	RAMON IRENE LUPE ANAISA	IRENE Y RAMON CENAN. IRENE REGAÑA A ANAISA POR -- VESTIR PROVOCATIVAMENTE. RECUERDA RAMON QUE DESDE QUE INTERNO A LETICIA. HACE 12 AÑOS NO LA HA VUELTO A VER...

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-C

C. SET	DIA	PERSONAJES	SINOPSIS
INT.COMEDOR RESIDENCIA RAMON	N-1	(CONT.).	...TEMEN QUE NO HAYA -- CAMBIADO DE CARACTER, A PESAR DE LA OPERACION DE LA NARIZ.
INT.ANG.ESCONDIDO INTERNADO E.U.	N-1	WALTER LETICIA	WALTER DICE A LETICIA QUE YA TIENE EL DINERO,QUE -- DEJO EL LAPICERO DE GABY PARA QUE LA CULPEN DEL RO BO, Y QUE DEBEN IRSE.
INT.DORMITORIO LETY-GABY INTERNADO E.U.	N-1	GABRIELA MIMI LETICIA	LETICIA LES CUENTA QUE -- TIENE QUE DEJAR EL COLE-- GIO PORQUE SU PAPA ESTA - ARRUINADO, Y ELLA RECHAZO UNA BECA. CORRE A MIMI, - LE ADVIERTE A GABY QUE SI NO SE VA HOY, AL DIA SI-- GUIENTE ESTARA EN LA CAR- CEL.
= C O M E R C I A L E S =			
INT.SALA RESIDENCIA RAMON	N-1	IRENE RAMON CARLOS LUPE ANAISA	RAMON SE MOLESTA CON CAR LOS PORQUE NO SE SOMETE A SU AUTORIDAD. IRENE SE ENOJA AL SABER QUE CARLOS NO LA VA A ACOMPAÑAR A -- MEXICO, POR SU TRABAJO. DICE QUE ANSELMO SE PUEDE OCUPAR DE ESO. CARLOS DE- FIENDE A SU PAPA. RAMON - DICE QUE NO PUEDE CORRER- LO.
INT.DORMITORIO LETY-GABY INTERNADO E.U.	N-1	LETICIA GABRIELA	LETICIA CONVENCE A GABY PARA QUE SE VAYA CON ELLA A "LA ENCINA" Y EVITE ASI LA CARCEL. SE ADELANTA AL SOTANO A VER A WALTER.
INT.ANG.SOTANO INTERNADO E.U.	N-1	WALTER LETICIA GABRIELA	GABRIELA AGRADECE A WAL- TER Y A LETICIA SU AYUDA. SE VAN DEL COLEGIO.

FIN DEL CAPITULO NUMERO =1=

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

" VIDA ROBADA ".

CAPITULO NUMERO =1=

E N T R A D A:

CAMARA ABRE EN:

F.U. PANORAMICA SELVA. TABASCO ó X.

(O LUGAR QUE SE ELIJA PARA UBICAR EL ASERRADERO.) EN MEDIO DE UNA GRAN VEGETACION.

DISOLVENCIA A:

CARTELON.

CORTE A:

LOC.EXT. OFICINA ASERRADERO.

ES UNA CONSTRUCCION DE MADERA, EN DONDE DESPACHA CARLOS, INGENIERO-JEFE DEL ASERRADEO. TODO MUY PRIMITIVO. ESTA EN PLENA SELVA. ALGO DE MADERA, NINGUNA FUERTE CONSTRUCCION. SERA UN CUARTO GRANDE DEL INTERIOR, Y BASTANTE DESTARTALADO.

CORTE A:

INT. OFICINA ASERRADEO

TODO ES RUSTICO. HAY DOS ESCRITORIOS GRANDES; UNO PARA CARLOS Y OTRO PARA RAMON, EL DUEÑO, UNO MAS PEQUEÑO PARA LA SECRETARIA, QUE EN ESTE MOMENTO NO ESTA. CARLOS ESTA HABLANDO POR TELEFONO. ANAISA, LA HIJA DE GUPE ESPERA A QUE TERMINE DE HABLAR PARA DECIRLE ALGO. MIENTRAS TANTO LO MIRA SUMAMENTE INTERASADA. ES UNA CHIQUILLA DE DIECISEIS AÑOS PERO MUY ATRACTIVA Y COQUETA.

CARLOS CUELGA ENOJADO. ANAISA SE COQUETEA.

ESCENA 1

(MAÑANA 1)

"ASERRADERO LA ENCINA"

ESCENA 2

(MAÑANA 1)

CARLOS (V.OFF) ¡Pues me sacan esa maquinaria de la brecha a como de lugar...!

ESCENA 3

(MAÑANA 1)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CARLOS: ¿Quién dió la orden de que se llevara a la gente a la bodega?... (SE ALTERA) Pues don Ramón será el dueño del aserradeo pero el que lo maneja y da las ordenes soy yo.

CARLOS: ¿Y tú qué quieres?

ANAISA: Vengo de parte del patrón don Ramón pa'decirle que vaya a verlo.

CARLOS: ¿Por qué no me llamó por teléfono?

ANAISA: Porque anda fallando mucho el teléfono de la casa y además quiere decirle personalmente lo de la señorita Leticia.

CARLOS: ¿La hija? ¿La que estudia en Estados Unidos?

ANAISA: Esa, que parece que vuelve. ... Si, la escuincla malvada va a regresar a La Encina.

REACCION VIOLENTA DE CARLOS

CARLOS MOLESTISIMO.PENSATIVO.

CORTE A:
T.U. PANORAMICA CIUDAD X. E.U.

ESCENA 4
(MAÑANA 1)

CORTE A:
T.U. EXT. INTERNADO E.U.

ESCENA 5
(MAÑANA 1)

CORTE A:
INT.DORMITORIO LETY-GABY-INTERNADO, E.U.

ESCENA 6
(MAÑANA 1)

LETICIA, ODIOSA Y MENOS BONITA QUE GABRIELA, ENTRA CORRIENDO Y VA A ESCONDER ALGO ENTRE LA ROPA DE UN CAJON DE LA COMODA. SE VUELVE SONRIENTE YA QUE LA SIGUEN ALGUNAS COMPAÑERAS QUE AHORA VEMOS ENTRAR. SON MIMI Y CATALINA QUE LLEVAN LIBROS PARA ESTUDIAR.
CATA, LA AMIGA DE LETICIA ES MALCRIADA.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CATA: ¿Qué pasó, Leticia? Tenemos que hacer el trabajo entre las cuatro?

MIMI: (SUMISA) Yo nada más las estoy esperando.

LETICIA: ¿Y la tonta de Gabriela?

ENTRA GABRIELA PREOCUPADISIMA. PENSATIVA. SOMBRIA.

CATA: Hablando del rey de Roma y...

MIMI: Vamos a hacer el trabajo de química, Gaby.

LETICIA LE DICE A GABRIELA.
GABRIELA SE HA SENTADO QUEDANDO ANGUSTIADA. AUSENTE.

LETICIA: ¿Y ahora qué te pasa?

GABRIELA: Hace tres meses que no mandan lo de mi colegiatura y me dijo la directora que me van a sacar del internado.

MIMI SE COMPADECE Y VA JUNTO A ELLA. LETICIA Y CATALINA SE BURLAN.

LETICIA: Pobrecita... ¡Qué lástima que no tengas un padre millonario como el mío!.

GABRIELA: Déjate de burlas, leticia. Todas sabemos que eres la predilecta del colegio por todo el dinero que manda tu padre, no tienes que decirlo.

LETICIA: Mira, me das lástima, si quieres le pido a mi papá, que aunque sea como... limosna, te sostenga el internado...

(CONT...)

GABRIELA LA MIRA OFENDIDA. TIENE CARACTER. SE LEVANTA Y SALE.

GABY: Yo no acepto limosnas de nadie.

NOS QUEDAMOS CON LETICIA QUE SONRIE.

MIMI MOLESTISIMA.

CORTE A:

T.U. EXT. FINCA DON RAMON.

ES UNA ESTUPENDA FINCA, CERCA DEL ASERRADERO PERO NO EN EL ASERRADERO MISMO.

ESCENA 7

(TARDE 1)

CARLOS: (V.OFF) ¿Entonces es cierto?

CORTE A:

INT.RESIDENCIA DON RAMON

ESTA RECIEN DECORADA CON MUEBLES MUY FINOS, DE RATAN. MUCHAS PLANTAS EN EL INTERIOR, BELLOS ADORNOS Y LAMPARAS PROPIAS. SITIO TROPICAL, TODO DE MUY BUEN GUSTO, QUE REFLEJA LA PERSONALIDAD ELEGANTE Y SOFISTICADA DE IRENE, LA ESPOSA DE RAMON. RAMON HABLA CON CARLOS, QUIEN LE TIENE POCO RESPETO, EL DUEÑO ESTA BASTANTE ALTERADO.

ESCENA 8

(TARDE 1)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CARLOS: ¿Es cierto que viene a La Encina Leticia, su hija?

RAMON: (OBSCURO) Si, la tengo en un internado; en Estados Unidos, pero como estoy a un paso de la ruina, le mandé avisar que no puede seguir ahí.

CORTE A:

T.U. EXT. INTERNADO E.U.

ESCENA 9

(TARDE 1)

CORTE A:

INT. DIRECCION INTERNADO E.U.

LA DIRECTORA ES UNA MUJER AMPULOSA Y ANTIPATICA.
LETICIA LLEGA A LA DIRECCION, CORRIENDO.

ESCENA 10

(TARDE 1)

LETICIA:Me dijeron que me llamaba de urgencia, miss.

DIRECTORA: Te tengo una mala noticia, Lety. Tu padre está arruinado y tendrás que volver a...(TABASCO,MICHOACAN), (O EL LUGAR EN DONDE SE UBIQUE LA FINCA DE RAMON).

REACCION DE SORPRESA E IRA EN LETICIA QUE TANTO PRESUME DE SU DINERO Y:

167-G

RTE A:
T. RESIDENCIA RAMON
ONT.SEC.)
LOS Y RAMON HAN CAMBIADO
O SUS POSICIONES. CARLOS
MANECE SOMBRIO. RAMON EX
CA.

ESCENA 11

(TARDE 1)

RAMON:... yo sé... que usted, lógicamente, le va a tener mala voluntad a Leticia, pero...

CARLOS: Nunca la conocí, pero dejó muy amargos recuerdos.

RAMON: (LE CUESTA HUMILLARSE) Y yo lo comprendo, pero como... toda mi fortuna la perdí en Venezuela, y he regresado a ver qué puedo sacar de aquí...

CARLOS: El aserradero es un buen negocio, gracias a que mientras usted estaba en el extranjero mi padre le dedicó toda su vida.

RAMON: Y usted llegó aquí hace dos años y también ha tomado las riendas del asunto, por eso... quisiera... que después de tantos años de AQUELLO...

OS LO INTERRUMPE.

CARLOS: No entiendo, señor. ¿Piensa que por volver su... hija, y por rencor, voy a dejar abandonado esto?

RAMON: Espero que no, porque Anselmo ve el aserradero como parte de su vida.

CARLOS: Y por él seguiré aquí, a pesar del ... regreso de Leticia.

A:

=C O M E R C I A L E S=

A:
IRECCION-INTERNADO E.U.
.SEC.)
RECTORA Y LETY.
AMBIADO SUS POSICIONES.

ESCENA 12

(TARDE 1)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

DIRECTORA: ... y puedo conseguirte una beca, ya que tu padre siempre fue muy generoso con el internado.

LETICIA: (RESABIOSA) No, miss, gracias, prefiero irme a México.

DIRECTORA: (CARIÑOSA) Lo dices porque te sientes...

LETICIA: (CORTANDO) Por favor, no quiero que me tengan lástima. ¿En dónde está el boleto de avión que me mandó mi padre?

(CONT...)

LA DIRECTORA SE LO DA. VA POR EL A UN MUEBLE EN DONDE VEMOS A CAJA FUERTE ABIERTA. ELLA METERA DINERO QUE TENIA JUNTO CON EL BOLETO DE AVION. LETICIA SE FIJA MUY BIEN EN LO -- DEL DINERO.

DIRECTORA: Espera un momento... enseguida te lo doy...

LETICIA: Claro que si yo me tengo que ir, con más razón se irá Gabriela, ¿verdad?

DIRECTORA: Si tú no aceptas la beca, tal vez se la den a ella...

LETICIA: Sería muy malo para el colegio, por que Gabriela es la ladrona.

REACCION DE LA DIRECTORA.

DIRECTORA: ¿Qué dices?

LETICIA: Que Gabriela se robó los portamonedas y los tiene escondidos entre su ropa.

CORTE A:

INT.DORMITORIO LETY-GABY
INTERNADO, E.U.

GABRIELA Y MIMI. GABRIELA RECOSE UN CAMISON.

ESCENA 13

(TARDE 1)

MIMI: Si quieres te regalo uno de los -- míos, éste está... muy gastado.

GABY: Esa persona que no conozco y que -- mandaba lo de mi colegiatura, hace un año que dejó una cantidad como depósito, y ya se acabó, Sólo tengo lo que mandaba para mis gastos y que fui ahorrando. Es terrible vvir sin tener un apoyo.

MIMI: Pero volviendo a lo de tu ropa... yo puedo regalarte...

GABRIELA: No me molesta tener que recoser la mía, de veras... (SONRIE) Gracias, Mimí.

ENTRA LA DIRECTORA ACOMPAÑADA DE UNA AYUDANTE QUE NO HABLA.

DIRECTORA: Devuelve lo que te robaste, Gabriela.

GABRIELA Y MIMI SE HAN PUESTO DE PIE.

GABRIELA: No entiendo, Miss...

DIRECTORA: Entenderás cuando te diga que - te tienes que ir enseguida, porque ya se - deben varios meses de tu colegiatura, y -- porque además eres una ladrona.

LA DIRECTORA HACE SEÑAS A LA COMPAÑANTE DE QUE BUSQUE EN LOS CAJONES DE UNA COMODA.

GABRIELA: ¿Yo?

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

DIRECTORA: En caso de encontrar la evidencia de tus robos, no te irás a la calle, - sino a prisión.

ONT...)

AYUDANTE MUDA SE VUELVE -- IUNFAL A MOSTRAR TRES PORTA NEDAS (DIFERENTES) QUE HA - CONTRADO EN EL CAJON DE LA MODA EN DONDE VIMOS QUE LETI A LOS ESCONDIA, EN ESC. 7, - G. 2.

GABRIELA: ¿Por qué? No se de qué me acusa.

DIRECTORA: (TOMANDO LOS PORTAMONEDAS) ¡Tú robaste esto... Mas vale que te prepares, porque mañana te pondré en manos de la policía.

)CK EN GABRIELA. ANSIEDAD EN MI. LA DIRECTORA FIRME. DURA.

'ERCORTE A:

'. PASILLO INTERNADO, E.U.

'ICIA QUE ESCUCHO TODO, SON- PERVERSA.

TE A:

=C O M E R C I A L E S=

TE A:

. EXT. CABAÑA ANSELMO.

LOS VA LLEGANDO. ANSELMO E A SU ENCUENTRO CAMINAN CON CIERTA DIFICULTAD.

ESCENA 14

(TARDE 1)

ANSELMO: ¿Qué pasó hijo? ¿Es cierto lo que dicen de que Leticia va a regresar?

CARLOS: Es inevitable. Lo siento...

ELMO OBSCURO. PLANTEAR -- TERIO.

ANSELMO: ... Yo, he tratado de olvidar...

CARLOS: ¿Cómo vas a olvidarlo?

ANSELMO: Han pasado años, tal vez... haya cambiado...

CARLOS: Yo no la conocí, pero si es tan perversa como dicen... no lo creo.

TE A:

ANG. ESCONDIDO INTERNADO

ESCENA 15

(NOCHE 1)

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

IE. PENUMBRA. WALTER ESPERA ETICIA QUE LLEGA. LO BESA.

LETICIA: Todo está listo. Hoy estuve en la dirección y vi que la miss guardaba - más dinero en la caja fuerte.

WALTER: Entonces lo haré esta noche, -- pero... lo de echarle la culpa a Gabriela.

LETICIA: ¡Es un hecho! Nada más me falta convencerla para que se vaya con nosotros y si lo consigo, ella cargará con lo del robo.

WALTER: Estamos planeando ésto desde hace un mes. ¿Qué tal si esperamos al fin de semana que...

LETICIA: Tiene que ser hoy. Ya estaba harta del internado, pero ahora estoy peor. Hoy en la noche, Walter. Hoy mismo tenemos que hacerlo, y escapar enseguida.

:ORTE A:
.NT. SALA RESIDENCIA DON RAMON.
'AMON ACABA DE LLEGAR. BESA A RENE, SU ESPOSA, QUIEN VISTE :EGIA, (CON BUEN GUSTO), ELLA .O RECHAZA.

ESCENA 16

(NOCHE 1)

IRENE: Cuidado... me manchas el maquillaje.

AMON DECAIDO.

RAMON: Disculpa... (DERROTADO)

IRENE: ¿Y ahora qué te pasa? ¿Preocupado otra vez porque viene Leticia?

RAMON: Ojalá que entienda que la ruina que sufrí en Venezuela no me permite seguirle pagando el colegio... Ojalá pudiera, no tendríamos que... aguantarla aquí.

RENE SE SIRVE UN REFRESCO.

IRENE: Tal vez haya cambiado. De niña era tan gorda y tan fea, que tal vez con lo de la cirugía plástica en su nariz y si ha controlado su peso, haya cambiado.

RAMON: Tenía siete años cuando la mandé al internado, no la he vuelto a ver desde entonces, debe odiarme.

AMON ATORMENTADO. NO ES MALO ERO SE DEJA MANEJAR POR IRE-E.

IRENE: ¿Qué quería? ¿Que la siguieras aguantando? ¡Era un verdadero problema! ¡Caprichosa, agresiva, mala, esa es la verdad... tu hija era mala de corazón...

RAMON: (DESHECHO) No me atrevo a contradecirte... pero tal vez... como dices, sin el complejo de ser... la niña gorda gordísima que era, y ya con la nariz operada... haya cambiado...

ORTE A:
NT. DORMITORIO LETY-GABY
NTERNADO, E.U.
ETICIA HIPOCRITAMENTE CONSUE-A A GABRIELA MIENTRAS LLORA.

ESCENA 17

(NOCHE 1)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GABRIELA: (LLORA PERO TIENE CARACTER Y SE ENOJA)...

(CONT...)

ANSELMO SE SIRVE AGUA.

ANSELMO: Ssiii... don Ramón se fué a -- Venezuela después de internar a Leticia, vuelto loco por su segunda mujer, (LE -- CAE MAL) la tal Irene, se metió en malos negocios, y ésto, que lo tenía "por no - dejar", y que había puesto en mis manos. Es lo único que le queda ahora.

CARLOS: (OSCURO) Irene... esa mujer también es peligrosa.

CORTE A:

INT.COMEDOR RESIDENCIA RAMON

ESCENA 20

(NOCHE 1)

ESTAN SENTADOS A LA MESA: RAMON E IRENE.
LES SIRVE LUPE AYUDADA POR -- ANAISA QUE SIEMPRE COMO FLOR EXOTICA Y SALVAJE. ESTA DES-CALZA Y CON ROPA MUY ESCOTA-DA Y CORTA.
LUPE COMO UNA SOMBRA MISTE-RIOSA. HAY UN SECRETO EN RE-LACION A ELLA.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

IRENE: (SIEMPRE SUFICIENTE) Llévese esto, Lupe.

LUPE: Sí, señora.

RECOGE PLATO Y SE LO DA A 'NAISA. ANAISA LO TOMA DE MAL ODO. IRENE LA HA VISTO. LE - MOLESTA QUE SEA BONITA Y ATRAC TIVA.

... Hija...

IRENE: ¿Siempre tiene que andar esa niña como si fuera una salvaje? ¡Estás en una casa decente, Anaísa. vístete correcta-- mente.

ANAISA: (CON CORAJE) Sí, señora...

SE VA. LUPE SE APENA. RAMON AUSENTE.

IRENE: (A RAMON) ¿Y a tí qué te pasa?

RAMON: (ESTA MUY ENAMORADO DE IRENE HABLA SUAVEMENTE) No puedo dejar de pensar en -- cómo será Leticia ahora... en doce años no hemos vuelto a ocuparnos de ella... y eso de tener que hacerla regresar así, de im-proviso.

IRENE: Yo sólo recuerdo que ésa niñita se la pasaba inventado cosas horribles.

RAMON: Ya debe ser una señorita, tienen -- que haberla educado, aquí la madre la te-nía muy consentida, sobreprotegida, en el colegio debe haber sido totalmente diferen te.

IRENE: Pues para mí que va a volver igual que antes, gorda como un tonel, con su na-riz como pico de águila.

RAMON: (INTERRUMPE APENADO) No te burles, era gorda si, una niña muy gorda y bastante fea pero... ya la operaron.

IRENE: Esa nariz de gancho la hacía parecer un perico a la infeliz criatura.

RAMON: (MIRANDO PREOCUPADO A LUPE) Pues precisamente por eso no debes burlarte...

IRENE: Lupe, ya se puede retirar...

LUPE: Sí, señora.

LUPE HA IDO DE UN LADO A OTRO COMO UNA SOMBRA, HA HABIDO -- UNA PAUSA, LUPE SE DIRIGE HACIA LA COCINA.

RAMON: Si se fracturó la nariz y tuvieron que operarla por aquel golpe tal vez ya esté más presentable.

IRENE: No pudo haber quedado peor de lo que estaba.

RAMON: (CON VOZ MUY BAJA) No me interesa lo fea que pueda ser por fuera, si no... por dentro...

CORTE A:
INT. ANG. ESCONDIDO INTERNADO U.
LETICIA SE ACERCA.

ESCENA 21

(NOCHE 1)

WALTER: Ya tengo el dinero.

LETICIA: ¿Dejaste por ahí el lapicero de Gabriela para que piensen que fue ella la ladrona?

WALTER: Está todo arreglado, y ahora apúrate, tenemos que irnos antes de que amanezca.

CORTE A:
INT. DORMITORIO LETY-GABY
INTERNADO E.U.
GABRIELA Y MIMI EN PIJAMA. (RECORDAR QUE LA DE GABY ES ROPA TODA MUY USADA Y VIEJA. GABY PREOCUPADISIMA).

ESCENA 22

(NOCHE 1)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MIMI: No te preocupes, si Leticia fué a ver a la directora, de seguro le pidió que te ayudara.

GABRIELA: Si, eso creo yo también. Ha cambiado, se ha vuelto vanidosa pero... en recuerdo a que fuimos amigas desde niñas, -- cuando llegamos aquí.

167-M

ENTRA LETICIA FINGIENDO FURIA.

LETICIA: Hablé con la directora... ¿Y qué crees? Como ya es tarde, me pidió que ...

LETICIA: (CONT...) fuera mañana temprano, pero eso sí, me dijo que yo -- también tengo que irme de aquí, porque mi padre esta arruinado.

GABRIELA: (ANSIOSA) ¿Pero irte a dónde?

LETICIA: ¡¡A la maldita selva!! A: _____ Todavía me dijo que como un favor muy especial, me podía ayudar a conseguir una beca, pero yo también tengo orgullo como tú, Gaby, así -- es tampoco acepto limosmas.

GABRIELA: Una beca no es una limosna, y si a mi me la dieran, la tomaría feliz porque no tengo a nadie en el mundo, al salir de aquí no tendría a dónde ir.

MIMI: Eso es horrible.

LETICIA: (GROSERA) Lárgate, Mimí, me choca que siempre estés metida en este cuarto... ¡¡Lárgate, que no estoy de humor y capaz - que me desquito contigo!!!

LETICIA AMENAZADORA. MIMI SALE ATEMORIZADA.

MIMI: No, si ya me voy... Luego nos vemos, Gaby....

HA SALIDO. GABRIELA TRISTISI- \. LETICIA LE DICE SUAVEMEN- ıE, MALEVOLA.

LETICIA: No quise que oyera lo que pasó, por eso la corrí, pero... o te vas hoy o mañana estás en la cárcel.

REACCION DE GABY.

CORTE A:

=C O M E R C I A L E S=

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

CORTE A:

ESCEN 23

INT. SALA RESIDENCIA RAMON. (NOCHE 1)

IRENE Y RAMON. TOMAN CAFE SERVIDO POR LUPE Y ANAISA QUE SIGUE VISTIENDO -- IGUAL. IRENE MIRA CON PASION CONTENIDA A CARLOS. ANAISA LO NOTA Y LE TIENE CORAJE.

RAMON: ¿Entonces qué, ingeniero?

CARLOS: Que me tengo que llevar, mañana temprano, a toda la gente para sacar la maquinaria, me acaban de avisar que sigue atascada en la brecha.

IRENE REGAÑA A ANAISA POR LO BAJO SEÑALANDOLE CON CORAJE L ESCOTE Y LAS PIERNAS DES- NUDAS. LA MANDA SALIR. ANAISA SE HACE TONTA PARA VER A CARLOS. LE GUSTA TAMBIEN.

167-N

RAMON: (MOLESTO) A usted sólo le interesa la maquinaria, pero la bodega...

CARLOS: Señor, eso puede esperar... se pierde mucho dinero por no seguir los trabajos.

RAMON: (MAL MODO) Bueno, pues entonces llévese a la gente, haga lo que quiera.

CARLOS DIGNO.

CARLOS: Hasta ahora, y desde que mi padre me llamó para ayudarlo, todo lo que he hecho ha dado buenos resultados señor...

IRENE IRACUNDA CONTRA ANAISA ESTALLA.

IRENE: Te dije que fueras a vestirte como gente decente... vamos... obedece...

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

SILENCIO. LUPE SE APENA Y PIDE CON LA MIRADA A LA HIJA QUE SE VAYA. RAMON MOLESTO.

RAMON: Por favor, Irene, que lo que estamos hablando el ingeniero Medina y yo es algo delicado.

IRENE: (SE REPONE) Espero que los trabajos del... maldito aserradero no vayan a impedir que el ingeniero me acompañe a México como habíamos quedado.

CARLOS: (TERMINANTE) Pues lo siento, señora, pero no podrá ser.

IRENE: (SE ALTERA) Es que Ramón no quiere ir conmigo porque le hace daño la altura de México.

RAMON: Por ahora, lo único que tenemos es el aserradero, así es que... si el ingeniero tiene trabajo aquí...

IRENE: (GROSERA) ¿Pues qué no está su padre, el viejo Anselmo, que era el que se encargaba de todo antes de que viniera él?.

CARLOS SE ALTERA.

CARLOS: (MOLESTISIMO) Sí, señora, pero como mi padre no puede seguir trabajando, a pesar de que ha dejado toda su vida en ésto, yo me tengo que hacer cargo. Buenas noches.

CARLOS SIEMPRE SALE SIN VOLVERSE Y DEJA A LA GENTE HABLANDO SOLA. RAMON INCOMODO. IRENE ES IMPERTINENTE Y CARLOS TAMBIEN.

RAMON: Buenas noches, ingeniero.

IRENE: Pero oiga... espérese... Ingeniero...

SIN VOLVERSE DICE DE LEJOS.

CARLOS: (COMO DICIENDO YA ME DESPEDI, AQUI TERMINO TODO) ¡Buenas noches!.

(CONT...)

IRENE QUEDA FURIOSA. RAMON MOLESTO.

IRENE: Es un maleducado, tiene la costumbre de dejar a la gente con la palabra en la boca... ¡¡Tienes que llamarle la atención!!!

RAMON: No puedo echarlo, estamos en sus manos, además, recuerda lo de... Leticia con Anselmo...

CORTE A:

INT. DORMITORIO LETY-GABY. INTERNADO, E.U.

SEMIOBSCURIDAD. LAS DOS HAN ARREGLADO SU MALETA Y ESTAN VESTIDAS PARA IRSE. GABRIELA BUSCA ALGO EN SU ENORME BOLSA DE MANO.

ESCENA 24

(NOCHE 1)

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

LETICIA: Apúrate... Si no te vas con Walter y conmigo, mañana temprano te entregarán a la policía.

GABRIELA: ¿Estás segura de que vamos a necesitar el pasaporte? ¿Vamos a salir del país?

LETICIA: Mi padre mandó un pasaje de avión para que vuelva a México, yo te regalaré el tuyo y las dos nos iremos a La Encina...

GABRIELA HA GUARDADO EN BOLSA PASAPORTE. LE AGRADECE A LETICIA.

GABRIELA: Gracias, Lety... Nunca olvidaré que haces todo esto por mí... tú podrías quedarte... aunque sea con la beca...

LETICIA: ¿Y dejarte? cuando de niñas tú me defendiste y fuimos tan amigas, ¡No! Ahora es cuando te voy a demostrar mi cariño... vámonos...

GABRIELA: (RAPIDA) Se me olvidan mis libros.

LETICIA: (ENOJADA) Eres imposible... Me alcanzas en el sótano, Walter ya debe estar desesperado.

SE VA MIENTRAS GABRIELA JUNTA RAPIDA UNOS LIBROS.

CORTE A:

INT. ANG. SOTANO. INTERNADO. E.U.

EL LUGAR ESTA EN PENUMBRA. WALTER ESTA ESPERANDO. SE ACERCA LETICIA CON SU MALETA.

ESCENA 25

(NOCHE 1)

WALTER: (ANSIOSO) ¿Y Gabriela?

LETICIA: No te preocupes, ahí viene. ¿Dejaste su lapicero junto a la caja fuerte para que piensen que ella fue la que robó

WALTER: Ya te dije que si... Oye, si se queda no podremos echarle la culpa del robo...

SE ESCUCHA LA VOZ DE GABY SISEANDO.

GABRIELA: (V.OFF) Lety... ¿Estás ahí...

LETICIA: Apúrate...

LLEGA GABRIELA CON SU MALETA Y DICE AGRADECIDA Y RAPIDA A WALTER.

GABRIELA: Gracias por ayudarme, Walter...

WALTER: Leticia es tu mejor amiga y yo haría cualquier cosa por ella... Vámonos.

GABRIELA: (MUY AGRADECIDA Y ANGUSTIADA) Gracias a los dos...

LETICIA: Olvídalo, vámonos.

SALEN.

FIN DEL CAPITULO NUMERO =1=

S A L I D A A:

C R E D I T O S O

C O R T E A C O M E R C I A L E S

PRODUCTOR: SR. CARLOS SOTOMAYOR.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

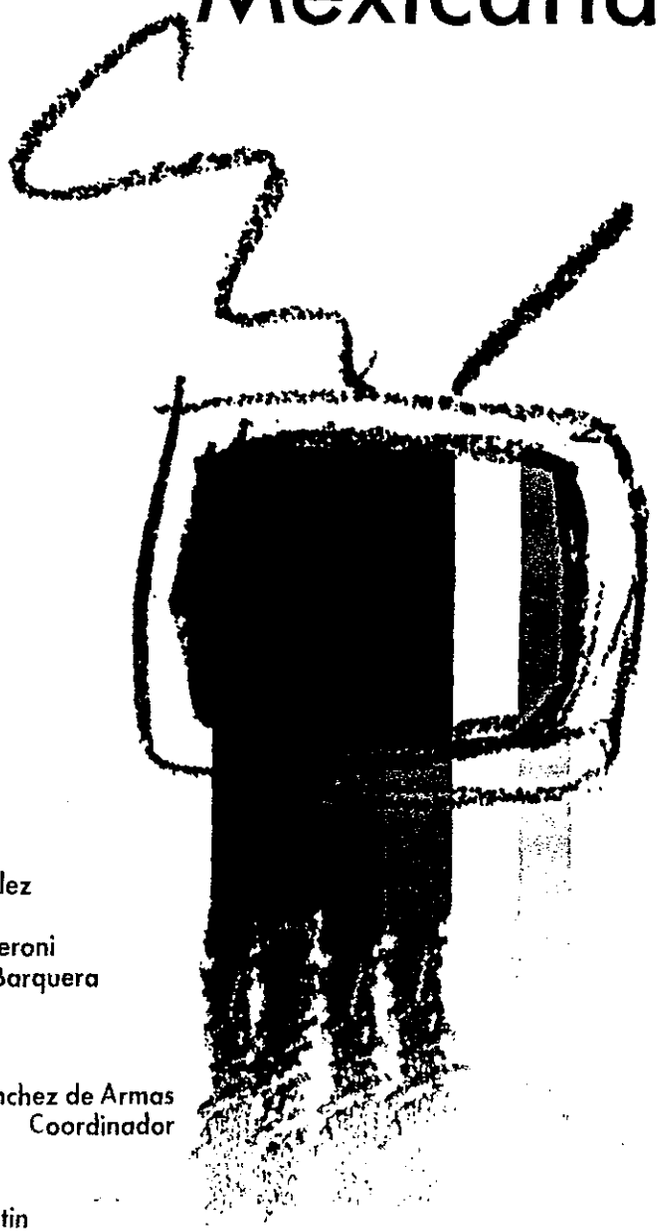
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

0-791

ESPACIO 98

revista mexicana de
COMUNICACIÓN

La Televisión Mexicana



Fernando González
Aníbal Gutiérrez
Felipe López Veneroni
Fernando Mejía Barquera
Alejandro Olmos
Héctor Parker
Perla Rodríguez
Miguel Ángel Sánchez de Armas
Coordinador

Pilar Sevilla
Gabriel Sosa
Gabriela Warkentin

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-R

EL MARCO LEGAL

Gabriel Sosa Plata

El marco jurídico aplicable a la televisión es muy amplio en el caso de México: lo conforman disposiciones constitucionales, leyes, tratados internacionales, reglamentos, decretos presidenciales, así como normas oficiales mexicanas.

En la siguiente visión global que presentamos acerca de la televisión mexicana, ofreceremos sólo una síntesis de algunos componentes de esa legislación. Para ello, hemos dividido nuestra exposición en diversos temas generales y los diferentes ordenamientos jurídicos relacionados con cada uno de ellos. Así, el lector podrá tener, según el tópico a tratar, una noción de conjunto y no una visión fragmentada de cada una de las disposiciones legales.

El autor agradece al licenciado Francisco Campuzano Lamadrid, director jurídico de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, la revisión de originales y sus atinados comentarios a este escrito.

Marco constitucional

El marco jurídico que regula a la televisión en México tiene su origen en la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* de 1917. De ella son aplicables diversos artículos que tienen relación con diversos ámbitos: desde la libertad de expresión hasta la prohibición de monopolios.

El artículo 6° se refiere a la manifestación libre de ideas, mismas que no podrán ser "objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público". Esta garantía individual es retomada para el ejercicio de la radiodifusión[1] por la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) de 1960 (art. 58).

El artículo 27 establece que corresponde a la nación el dominio directo del espacio situado sobre el territorio nacional, en el cual se incluye el espacio aéreo. Dicho espacio, como se sabe, es el elemento físico por el que se difunden las ondas electromagnéticas que hacen posible las transmisiones de radio y televisión.

En esa disposición se encuentra el origen del régimen de concesiones y permisos a que está sujeta la televisión en México, ya que al ser la nación propietaria original de los recursos naturales que existen en el territorio nacional, tiene la facultad de ceder a los particulares su explotación.

El artículo 28 señala la prohibición de monopolios y las prácticas monopólicas, tanto en actividades comerciales como industriales. La televisión, como una actividad preponderantemente industrial, también se debe sujetar a la libre competencia entre las empresas que proporcionan el servicio. La Ley Federal de Competencia Económica (LFCE) es el precepto legal que regula tal actividad, mientras que la Comisión Federal de Competencia –como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) y creado por la misma ley– es la instancia encargada de dictar las resoluciones en la materia.

El artículo 41 establece que "los partidos políticos tendrán derecho al acceso en forma permanente en los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley". Más adelante abundaremos sobre las disposiciones que en materia electoral tienen relación con la televisión.

El artículo 73, fracción XVII, dice que la expedición de leyes, reglamentos y demás disposiciones legales en materia de vías generales de comunicación, así como su aplicación, corresponde exclusivamente a autoridades de carácter federal, es decir, al Ejecutivo Federal, al Congreso de la Unión (Cámara de Diputados y Cámara de Senadores) y a los tribunales de orden federal.

Finalmente, el artículo 123 es aplicable a las empresas de televisión en el aspecto de las relaciones laborales que éstas mantienen con sus trabajadores.

De la Constitución surgen las leyes, reglamentos y demás disposiciones aplicables a la televisión, cuyos aspectos más importantes mencionaremos a continuación.

Función social de la televisión

La radio y la televisión son consideradas como "actividades de interés público", según la LFRT[2], y no como un "servicio público" como es el caso en muchos países (art. 4°).

Sergio López afirma que el concepto "actividades de interés público" no tiene una connotación clara.[3] Aún así, el *Diccionario Jurídico Mexicano* define "interés público" como "el conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los miembros de la comuni-

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

162 S

dad y protegidas mediante la intervención directa y permanente del Estado" y equipara este concepto con el de "utilidad pública".[4]

Los compromisos o funciones sociales de la televisión están definidas en los artículos 5° de la LFRT y 3° del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica (RLFRT).[5] Se establece que ambos medios electrónicos deben "contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana". Para ello, en sus transmisiones "procurarán", entre otros aspectos:

—Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.

—Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la juventud.

—Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar sus características nacionales, las costumbres, tradiciones, la propiedad en el uso del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

—Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y cooperación internacionales.

Régimen de concesiones y permisos

Como se comentó, el artículo 27 constitucional establece que corresponde a la nación el dominio del espacio situado sobre su territorio. Tal dominio es inalienable e imprescriptible y su explotación, uso o aprovechamiento por parte de particulares o sociedades constituidas, requiere de concesiones o permisos otorgados por el Ejecutivo Federal, de acuerdo con las reglas y condiciones que establezcan las leyes.

En el caso de la televisión, el otorgamiento de concesiones y permisos está basado en condiciones legales distintas, según el sistema a operar: abierto o restringido.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Televisión abierta

La LFRT determina que las estaciones comerciales requieren de concesión; mientras que las oficiales, culturales, de experimentación o de cualquier otra índole, de permiso (art. 13).

Las concesiones y los permisos son otorgados sólo a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos. La Ley de Inversión Extranjera (LIE) reitera tal exclusión de extranjeros (art. 6°, fracción III).[6] Si se trata de sociedades anónimas, éstas tendrán el carácter de nominativas.

Aunque la LFRT no establece ningún candado para ciudadanos o empresas mexicanas, la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público (art. 16) señala que estas organizaciones y los ministros de culto no podrán poseer o administrar, por sí mismas o por terceras personas, concesiones para la explotación de "estaciones de radio, televisión o cualquier tipo de telecomunicación, ni adquirir, poseer o administrar cualquiera de los medios de comunicación masiva", con excepción –según el mismo artículo– de las publicaciones de carácter religioso.[7] Este precepto también se aplica para la televisión restringida.

Las concesiones de televisión abierta se otorgan por un máximo de 30 años renovables, mientras que los permisos tienen duración indefinida.

Para obtener una concesión es necesario esperar la convocatoria que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) publica en el *Diario Oficial de la Federación (DOF)*. Una vez dado a conocer el documento, la SCT recibe las solicitudes de los interesados, junto con una serie de requisitos definidos en los artículos 17 y 18 de la LFRT.

Recibidas las propuestas, la SCT estudia cada solicitud y resuelve "a su libre juicio" cuál de ellas es seleccionada y debe continuar el trámite (art. 19). Para ello, de

acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública (art. 36, fracción III), la SCT tendrá la opinión de la Secretaría de Gobernación (SEGOB).[8]

Hecha la selección, la SCT ordena la publicación de una síntesis de la solicitud por dos veces y con intervalo de 10 días en el *DOF*, y en otro periódico en la zona donde debe operarse el canal, con el fin de dar la oportunidad para que las personas o instituciones que pudieran resultar afectadas presenten objeciones. El plazo para presentar las objeciones es de 30 días contados a partir de la última publicación. Si no existe ninguna oposición, es publicado el texto del título de concesión en el mismo *DOF*.

Las concesiones y los permisos sólo pueden traspasarse a personas físicas o morales que cumplan con los requisitos de la ley. Dicha transmisión sólo puede hacerse efectiva en un plazo no menor de tres años, a partir del inicio de operaciones (art. 26 de la LFRT).

Las causales de nulidad, caducidad y revocación de concesiones y permisos están especificadas de los artículos 29 a 39 de la LFRT. Son nulas cuando se obtengan o se expidan sin llenar los trámites respectivos. Caducan si no se inicia o no se termina la construcción de las instalaciones, no inician las transmisiones dentro de los plazos fijados y no se otorga la garantía (cierta cantidad de dinero) especificada en la ley. Y son revocadas por diversas circunstancias: desde el cambio de la ubicación del equipo transmisor sin previa autorización de la SCT hasta la suspensión, sin causa justificada, de las transmisiones por un periodo mayor de 60 días. De cualquier forma, la ley dice que podrá ser revocada por "cualquier falta de cumplimiento a la concesión" (art. 31, fracción IX).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

162-0

Televisión restringida

En el caso de la televisión restringida, en cualquiera de sus modalidades (cable, por microondas o MMDS, directa al hogar o DTH), el régimen de concesiones y permisos tiene sus bases jurídicas fundamentales en la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT) de 1995, la cual deroga en lo conducente a la Ley de Vías Generales de Comunicación (LVGC).[9]

Las concesiones se otorgan a personas físicas o morales de nacionalidad mexicana y –a diferencia de lo establecido para la televisión abierta en la LFRT– se permite una participación de inversionistas extranjeros de hasta el 49% (art. 12). Esto no resulta sorprendente si tomamos en consideración que, desde agosto de 1993, una reforma al Reglamento del Servicio de Televisión por Cable (RSTC, cuyo fundamento legal se encuentra en la LVGC), en el marco de los acuerdos del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, permitió la inversión extranjera de un porcentaje similar en dicho sistema de televisión.[10] La Ley de Inversión Extranjera, por su parte, reitera tales preceptos (art. 7, fracción III).[11]

Otra diferencia importante en la aplicación de las leyes entre un sistema de televisión abierto y uno restringido consiste en el propio procedimiento para obtener la concesión. Mientras que en el primer caso es necesario esperar la convocatoria de la SCT, en el segundo hay que someterse a diferentes mecanismos, tal como veremos a continuación.

Para los sistemas que utilizan bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico[12] (como la tecnología MMDS), se debe participar en un procedimiento de licitación pública en el que el Gobierno Federal tiene derecho a recibir una contraprestación económica por el otorgamiento de la concesión correspondiente; es decir, se debe pagar por ella (art.14 de la LFT). La SCT debe publicar perió-

dicamente las bandas de frecuencias, con sus correspondientes modalidades de uso y coberturas geográficas que serán licitadas. Las relativas a los sistemas MMDS fueron dadas a conocer en septiembre de 1997.

En el caso de la DTH, las concesiones se solicitan, con algunos requisitos previos, al Gobierno Federal y éste, por conducto de la SCT estudia la documentación y podrá requerir una contraprestación económica por el otorgamiento (art. 29 de la LFT y art. 11 del RCVS).

Si se trata de televisión por cable –cuyo sistema de operación no utiliza frecuencias del espectro radioeléctrico para llegar a sus usuarios, pero sí una red física para ofrecer sus servicios–, la concesión se puede obtener presentando también una solicitud a la SCT, misma que determina, con base en el análisis y evaluación de la documentación correspondiente, si se otorga o no, en un plazo no mayor de 120 días (arts. 24 y 25). En este caso no hay pago de por medio, salvo por los derechos correspondientes.

Es importante mencionar que para poder explotar comercialmente cualquiera de los sistemas restringidos de televisión, se deberá solicitar, además, una concesión de red pública de telecomunicaciones[13], la cual será otorgada en el mismo acto administrativo en el que se obtenga la concesión correspondiente y siempre que el interesado cumpla los requisitos establecidos en la ley. Al convertirse en redes públicas, los concesionarios deben permitir la *interconexión* e *interoperabilidad* para hacer posible que, a través de ellas, operen otros prestadores de servicios de telecomunicaciones, de manera no discriminatoria y bajo los principios de una sana competencia (arts. 41 a 49). Por ejemplo, si un concesionario de telefonía local está interesado en utilizar la infraestructura de un sistema de televisión por cable para ofrecer sus servicios en la misma localidad, el concesionario de televisión deberá firmar un convenio con el solicitante y llevar a cabo la interconexión, de acuerdo con la capacidad tecnológica existente.[14]

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167 - V

La LFT establece que una vez otorgada la concesión en cualquiera de los casos mencionados, un extracto del título respectivo se publicará en el *Diario Oficial de la Federación* a costa del interesado (arts. 18 y 26).

Las concesiones sobre bandas de frecuencias y de comunicación vía satélite se otorgan por un plazo de 20 años, mientras que las relativas a redes públicas de telecomunicaciones, por 30 años. En todas ellas existe la posibilidad de prórroga hasta por plazos iguales a los originalmente establecidos, a juicio de la SCT (arts. 19 y 27).

En el caso de los permisos, la LFT señala que éstos pueden ser otorgados para el establecimiento y explotación de comercializadoras de servicios de telecomunicaciones (sin tener el carácter de red pública)[15] y para la instalación y explotación de estaciones terrenas transmisoras (art. 31). Lo anterior significa que la LFT no contempla permisos como los concebidos en la LFRT ni en el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable (RSTC), disposiciones en las cuales se establece la posibilidad de obtenerlos siempre y cuando no se tenga propósito comercial alguno. No obstante, la LFT precisa que la SCT "procurará" que exista, en todo el territorio nacional, el acceso a redes públicas de telecomunicaciones "para la atención de servicios públicos y sociales, de las unidades de producción y de la población en general" (art. 50).

Las concesiones y permisos de televisión restringida pueden ser cedidos parcial o totalmente, siempre que se asuman las obligaciones y condiciones que establezca la SCT. Para tal efecto, la LFT advierte diferentes condiciones: el trámite debe hacerse a partir del tercer año del otorgamiento de la concesión; en caso de cederse a otro concesionario o permisionario que preste servicios similares en la misma zona geográfica, la SCT autorizará la

operación siempre y cuando exista la opinión favorable de la Comisión Federal de Competencia, y en ningún caso se "podrá ceder, gravar, dar en prenda, hipotecar o enajenar la concesión o el permiso" a ningún gobierno o Estado extranjero (arts. 35 y 36).

Las causas para la terminación y revocación de las concesiones y permisos se especifican en los artículos 37 al 40. Terminan por vencimiento en los plazos establecidos, por renuncia, liquidación o quiebra del concesionario o permisionario, por revocación o por rescate. Pueden ser revocadas por causales de obvia resolución como interrupción en el servicio sin causa justificada o sin autorización de la SCT, por negarse a cumplir con las obligaciones o condiciones establecidas en el título de concesión o por no cubrir al Gobierno Federal las contraprestaciones que se hubieren establecido.

Además de estos aspectos generales, existen diversas disposiciones de aplicación exclusiva para cada uno de los procedimientos de concesión de los sistemas restringidos de televisión. Por ejemplo, para la TV por cable, el RSTC establece que el Gobierno Federal debe recibir 15% de los ingresos mensuales de los concesionarios por concepto de suscripciones y un porcentaje similar por publicidad (art. 27).[16] También los concesionarios de este sistema de televisión quedan obligados a presentar a la SCT los contratos tipo con sus usuarios para su aprobación (arts. 28 al 31).

Los sistemas MMDS no tienen un reglamento específico, pero se les aplica el RSTC. Sin embargo, de acuerdo con el título de concesión otorgado a algunos operadores de tal sistema, éstos quedaron obligados a pagar al Gobierno Federal un 9% de sus ingresos obtenidos por suscripciones y publicidad, seis puntos menos que los concesionarios de televisión por cable.[17]

Y en relación con el DTH, cuyas empresas utilizan satélites extranjeros para cubrir y prestar servicios sobre el territorio nacional (como la empresa *DirecTV* en México), la legislación señala que las concesiones sobre derechos de emisión y recepción de señales, así como de las bandas de frecuencias asociadas a dichos artefactos espaciales, pueden otorgarse siempre y cuando se tengan firmados algunos tratados en la materia con el país de origen de la señal y dichos tratados contemplen reciprocidad para los satélites mexicanos (art. 30 de la LFT).

El primer tratado con esas características, entre México y Estados Unidos, fue firmado el 28 de abril de 1996 y aprobado por la Cámara de Senadores de nuestro país un día después. En ese documento se precisa que por cada uno de los servicios contemplados en el documento (transmisión de voz, audio, video, datos y DTH) los gobiernos de ambos países deben elaborar un protocolo específico en el que se establezcan las condiciones peculiares en que tales servicios habrán de prestarse.[18] El correspondiente al DTH fue signado el 8 de noviembre de 1996, entró en vigor el día 11 de ese mes y fue dado a conocer públicamente el 7 de abril de 1997. Algunas características de tal protocolo, fundamentalmente en lo relativo a la programación y publicidad, se retoman en apartados posteriores.

Competencias de las secretarías de Estado

Los artículos 8°, 9° y 10° de la LFRT precisan las atribuciones de las secretarías de Estado en relación con la televisión.

A la SCT le corresponde: otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión asignándoles la frecuencia respectiva; autorizar y vigilar desde el punto de vista técnico el funcionamiento y operación de las emisoras; fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales; intervenir en el arrenda-

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

miento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de emisoras, e imponer las sanciones que correspondan a la esfera de sus atribuciones.

Las tareas de la SEGOB son: vigilar que las transmisiones respeten la vida privada, la dignidad personal, la moral, no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos; vigilar que las transmisiones dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo, creatividad, solidaridad humana, el entendimiento de los valores nacionales, el interés científico, artístico y social, proporcionen diversión y coadyuven a su proceso formativo; coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal; vigilar la eficacia de las transmisiones oficiales e imponer las sanciones a que le faculta la ley.

La Secretaría de Educación Pública (SEP) tiene las siguientes atribuciones: promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión; promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico; promover el mejoramiento cultural y la propiedad en el uso del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones; intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor; extender certificados de aptitud al personal de locución que participe en las transmisiones.

Y a la Secretaría de Salud (SS) le corresponde: regular y en su caso autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas: comestibles, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, tabaco, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos, artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o curación de enfermedades, así como promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

162-X

La Ley Orgánica de la Administración Pública reitera algunas de las competencias consideradas anteriormente.

Otras disposiciones jurídicas relacionadas con las atribuciones de las secretarías son los propios reglamentos internos de las dependencias mencionadas. En ellos se especifican las funciones de los distintos departamentos que tienen relación con la TV. En el siguiente cuadro se precisan las principales áreas de competencia, según la secretaría.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES		SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA		SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN	SECRETARÍA DE SALUD
Subsecretaría de Comunicaciones		Unidad de Televisión Educativa (expedición de certificados de locutor)	Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica	Subsecretaría de Desarrollo Político	Subsecretaría de Regulación y Fomento Sanitario
Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión (TV abierta)	Dirección General de Política de Telecomunicaciones (para TV restringida, conjuntamente con la COFETEL)	Instituto Nacional del Derecho de Autor		Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC)	Dirección de Control Sanitario de la Publicidad

Otro organismo relacionado con la televisión es la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), creada por decreto en agosto de 1996 como órgano administrativo desconcentrado de la SCT, con autonomía técnica y operativa (art.1°).[19] Este organismo, cuya creación fue prevista en la LFT, tiene diversas funciones rela-

cionadas con la televisión restringida, en cuanto a aspectos fundamentalmente técnicos, operativos y de supervisión como la expedición de normas oficiales mexicanas; la elaboración de anteproyectos de adecuación, modificación y actualización de las disposiciones legales y reglamentarias; opinión sobre las solicitudes para trámites en materia de concesiones y permisos; la coordinación de los procesos de licitación para ocupar y explotar posiciones orbitales geoestacionarias y órbitas satelitales asignadas al país, con sus respectivas bandas de frecuencias y derechos de emisión y recepción, e intervención en asuntos internacionales en el ámbito de su competencia, entre otras actividades (art. 2°).

Es pertinente subrayar que el otorgamiento de las concesiones y permisos de televisión, así como la aplicación de las sanciones en caso de faltas administrativas, sigue siendo facultad exclusiva de la SCT, tal como se estableció anteriormente. En ese sentido, la COFETEL tiene funciones de carácter técnico y propositivo, en tanto que la SCT sigue tomando las decisiones finales.

La COFETEL tiene cuatro comisionados –incluido su presidente– designados por el Presidente de la República a través del secretario de Comunicaciones y Transportes (art. 3°), y de acuerdo con el Reglamento Interno de dicha comisión, esas cuatro personas constituyen el órgano supremo de decisión (art. 9°).[20] La Comisión cuenta con diversas áreas y coordinaciones administrativas internas, así como con un Consejo Consultivo, cuyo fin es proponer y opinar para el eficiente desempeño del organismo, así como realizar estudios en materia de telecomunicaciones (art. 6° del decreto y 34 del Reglamento).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tiempo del Estado

La LFRT y su reglamento disponen que las estaciones deberán transmitir 30 minutos diarios dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia oficial que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo (arts. 59 de la Ley, y 12 y 13 del Reglamento).[21] Tal dependencia, según el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, es la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC). Adicionalmente, el Estado dispone de otros espacios que son los denominados tiempos fiscales (12.5%), sobre los cuales abundaremos más adelante, debido a que éstos surgen como consecuencia de disposiciones fiscales aplicadas casi al término del sexenio de Gustavo Díaz Ordaz.

Además de los tiempos oficiales y fiscales, el Estado dispone de otros espacios para los fines que considere convenientes. Esto sucede en los sistemas de televisión por cable, en los cuales –según el RSTC– los concesionarios están obligados a instalar y reservar, para uso exclusivo del Gobierno Federal, tres canales de televisión (art. 65).

Programación

La LFRT y específicamente su reglamento, así como la Ley General de Educación (LGE) y otras reglamentaciones, incluyen, de manera muy amplia, las disposiciones respecto del contenido de la programación televisiva. Por razones de espacio haremos referencia a las más importantes y las dividiremos en los aspectos que, a nuestro juicio, son los más significativos.

Es pertinente aclarar que tales premisas son aplicables no sólo a los sistemas abiertos de televisión, sino también a los restringidos, aun cuando para estos últimos se establecen disposiciones jurídicas específicas en materia de programación.[22]

162-4

Libertad de expresión

La LFRT garantiza la libertad de expresión en la radio y la televisión, así como los derechos a recepción y a la información. Consecuentemente, tales derechos "no será(n) objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerán en los términos de la Constitución y de las leyes" (art. 58).

Transmisiones prohibidas

Sin embargo, la legislación en la materia establece limitaciones específicas, explícitamente respecto de transmisiones que causen corrupción del lenguaje; atenten contra las buenas costumbres; hagan apología de la violencia o el crimen; sean denigrantes u ofensivas contra el culto de los héroes, creencias religiosas o discriminatorias de razas; empleo de recursos de baja comicidad o sonidos ofensivos (art. 63 de la LFRT). Asimismo, prohíbe que las estaciones difundan información contraria a la seguridad del Estado o el orden público, e intercepten o difundan información no destinada al dominio público (arts. 66 de la ley y 35, 37, 38 y 39 del Reglamento).

Transmisiones obligatorias

Es obligación de las estaciones transmitir boletines de autoridades relativos a la seguridad nacional o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o con medidas destinadas a prevenir o remediar cualquier calamidad pública; transmitir mensajes de auxilio a aeronaves y embarcaciones (art. 60 de la LFRT); encadenar sus estaciones a solicitud de la autoridad, en caso de información de trascendencia social (art. 62); identificar a la estación en lapsos no mayores de 30 minutos a lo largo del día mencionando la sigla de la emisora y la localidad desde la cual transmite (art. 76).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-7

De igual forma, las estaciones tienen la obligación de incluir en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales (arts. 77 de la Ley y 4 del Reglamento).

Por su parte, la LGE establece la obligación de los medios masivos de comunicación de contribuir al logro de las finalidades previstas en los artículos 7° y 8° del mismo ordenamiento (art. 74).[23] El artículo 7° dice que la educación pública debe, entre otros aspectos, contribuir al desarrollo integral del individuo; favorecer el desarrollo de facultades para adquirir conocimientos; fortalecer la conciencia de la nacionalidad y de la soberanía; promover, sin menoscabo de las lenguas indígenas, el idioma español; infundir el conocimiento y la práctica de la democracia; promover el valor de la justicia, así como hacer conciencia de la necesidad de un aprovechamiento racional de los recursos naturales y de la protección al ambiente. A su vez, el artículo 8° define los criterios por los que se orientará la educación pública: progreso científico, lucha contra la ignorancia, democracia, aprovechamiento de los recursos del país, defensa de la independencia, acrecentamiento de la cultura y mejor convivencia humana.

La Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales establece que las frecuencias de radio y televisión incluirán en su programación diaria, dentro del tiempo que le corresponde al Estado, la ejecución del Himno Nacional al inicio y cierre de las transmisiones.[24] En el caso específico de la televisión se transmitirá, simultáneamente, la imagen de la bandera nacional (art. 41).

Según la misma ley, el Himno Nacional Mexicano podrá transmitirse íntegro o fragmentariamente, previa autorización de la Secretaría de Gobernación y con excepción de las transmisiones de ceremonias oficiales (art. 40).

Finalmente, el 24 de febrero, Día de la Bandera, se deberán transmitir programas especiales en radio y televisión destinados a difundir la historia y significación de ese símbolo patrio (art. 10). Sin embargo, la ley no precisa si el Estado o los concesionarios son obligados a transmitir dichos programas.

Programas transmitidos del extranjero

Ese tipo de programas sólo pueden transmitirse con previa autorización de la Secretaría de Gobernación (art. 65 de la LFRT y 9° de su Reglamento).

Para ello, este último reglamento, en sus artículos 14 al 17, establece los trámites a que se sujetarán los concesionarios y permisionarios interesados en estos programas.

Transmisiones en otros idiomas

Las emisoras deben utilizar el idioma español, pero la Secretaría de Gobernación autorizará, en casos especiales y tomando en consideración "la necesidad de la prestación del servicio", la transmisión en otros idiomas "siempre que a continuación se haga una versión al español, íntegra o resumida a juicio de la propia Secretaría" (arts. 75 de la Ley y 22 de su Reglamento).

Concursos y sorteos

Los programas de concursos, de preguntas y respuestas, y otros semejantes en que se ofrezcan premios, requieren de autorización y supervisión de la Secretaría de Gobernación (art. 71 de la Ley).

La aprobación se hará siempre y cuando los programas se destinen a premiar la habilidad o los conocimientos de los participantes, no sean lesivos para su dignidad personal y procuren la elevación de sus niveles culturales (arts. 18 al 21 del Reglamento).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-a

Los trámites se hacen ante la Dirección de Juegos y Sorteos de la Dirección General de Gobierno, cuando se trata de rifas o sorteos, y ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación, en el caso de concursos donde entran en juego conocimientos y habilidades.[25]

Los locutores

La LFRT establece que en las transmisiones sólo podrán trabajar los locutores que cuenten con certificado de aptitud (art. 84). Estos trabajadores deberán ser mexicanos, pero en casos especiales la Secretaría de Gobernación podrá autorizar, transitoriamente, la actuación de extranjeros (art. 85).

Hay dos categorías de locutores en función de su nivel de estudios. Los de categoría "A" deben haber concluido estudios de bachillerato; los de categoría "B", secundaria o equivalentes (art. 86).

Le ley también hace referencia a los cronistas y comentaristas quienes deben, también, ser mexicanos y presentar un certificado expedido por la SEP, que acredite su capacidad para la actividad a que se dedican (art. 89).

Para obtener los certificados mencionados existen dos posibilidades. La primera es presentando los exámenes correspondientes, de acuerdo con los parámetros o requisitos establecidos por la SEP a través de la Unidad de Televisión Educativa (UTE). Y la segunda consiste en presentar los documentos respectivos, además de una "constancia de alguna difusora que acredite su práctica como locutor", de acuerdo con los nuevos parámetros dados a conocer por la SEP en 1992.[26]

Difusión de actos religiosos

Por lo que se refiere a la difusión de actos religiosos, la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público establece que estas organizaciones podrán, "de manera extraordinaria" y con "previa autorización de la Secretaría de Gobernación", transmitir actos de culto religioso a través de medios masivos de comunicación no impresos (art. 21). Si así fuere, los organizadores, patrocinadores, propietarios o concesionarios de estaciones de radio o televisión serán corresponsables, junto con la asociación religiosa, de cumplir con las disposiciones legales en la materia.

El mismo artículo determina que en ningún caso los actos religiosos podrán difundirse en los tiempos de radio y televisión que corresponden al Estado.

Consejo Nacional de Radio y Televisión

Un aspecto interesante en la ley y reglamento de radio y televisión es la creación de un Consejo Nacional de Radio y Televisión, dependiente de la Secretaría de Gobernación.

El organismo, según los preceptos de la legislación, está integrado por representantes de las secretarías de Gobernación, de Comunicaciones y Transportes, de Educación Pública y de Salud, así como de los radiodifusores y los trabajadores (art. 90 de la LFRT).

Las atribuciones del Consejo son, entre otras, las siguientes: ser órgano de consulta del Ejecutivo Federal; elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones; llevar a cabo medidas que estime convenientes para el eficaz cumplimiento de la ley en la materia; otorgar reconocimientos al trabajo creativo, así como organizar festivales y concursos de programas y comerciales; coordinar las transmisiones y fijar los horarios de los tiempos del Estado (arts. 91 de la Ley, y 49 al 54 del Reglamento).

Si bien, como apreciamos, el espíritu de los legisladores fue buscar un organismo con pretensiones plurales (donde no sólo está representado el gobierno, sino también los industriales y los trabajadores) para la toma de decisiones en relación con la radiodifusión, en la práctica el Consejo no opera, aunque sí aparece en el organigrama de la Secretaría de Gobernación.

Ante esa situación, resulta comprensible la propuesta de diversos investigadores de dar una verdadera vida al organismo para que cumpla su función social o bien lo sugerido por diversos legisladores de sustituirlo por otro, con mayores atribuciones y representado por más sectores de la sociedad.[27]

Publicidad

Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento

De manera general, esta ley establece que debe existir un "prudente equilibrio" entre el anuncio comercial y la programación (art. 67). Este concepto queda precisado en el artículo 42 del reglamento de dicha ley, donde se advierte que, en el caso de la televisión, el tiempo destinado a la publicidad no puede exceder del 18%, y que más de la mitad de ese tiempo no deberá incluirse durante el horario de las 20:00 horas y hasta el cierre de transmisiones.

Otros lineamientos a que debe sujetarse la publicidad en televisión son las siguientes: no deben publicitarse centros de vicio; no se transmitirá propaganda que engañe al público o que cause algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de usos; en la pro-

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

gramación infantil no debe hacerse publicidad que incite a la violencia y de productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición (art. 67 de la Ley).

El reglamento establece reglas sobre el número de *spots* o tiempo de los cortes comerciales en función de las características de la programación. Por ejemplo, cuando se trata de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas, teleteatros grabados y aquellos programas que obedezcan a una continuidad natural, las interrupciones para comerciales no podrán ser más de 12 por cada hora y cada interrupción no excederá de dos minutos y medio de duración. Cuando se trate de programas que no obedezcan a una continuidad natural, las interrupciones para comerciales no podrán ser más de 15 por cada hora de transmisión y cada interrupción no excederá de dos minutos de duración (arts. 41 y 42 del Reglamento).

Por lo que se refiere a la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco, la legislación establece que los anuncios deberán abstenerse de toda exageración; tendrá que combinarse con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular; no podrán emplearse menores de edad como actores o modelos de los anuncios y no podrán ingerirse real o aparentemente frente al público los productos que se anuncian. La publicidad de bebidas alcohólicas deberá hacerse después de las 22:00 horas, en tanto que la del tabaco queda restringida "en el horario destinado a los niños" (arts. 68 de la Ley, 45 y 46 del Reglamento).

Ley Federal de Protección al Consumidor[28]

Por su parte, la Ley Federal de Protección al Consumidor contiene una serie de disposiciones cuyo objetivo es promover y proteger los derechos del consumidor a través de distintas medidas que incluyen el aspecto publicitario en los medios masivos de comunicación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

De manera particular, la ley mencionada establece que la publicidad que se difunda en los medios debe ser "veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por su inexactitud" (art. 32). Asimismo, determina que el proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio en los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad, salvo convenio contrario (art. 42).

La ley también precisa que quedan prohibidos los convenios, códigos de conducta o cualquier otra forma de colusión entre proveedores, publicistas o cualquier grupo de personas para restringir la información que se pueda proporcionar a los consumidores (art. 45). En caso de violarse alguna disposición como las mencionadas, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) puede ordenar, por una parte, la suspensión de la publicidad o, por la otra, que se realice la publicidad correctiva en la forma que se estime conveniente (art. 35).

Finalmente, la PROFECO puede hacer referencia a productos, marcas, servicios o empresas en forma específica como resultado de investigaciones a efecto de orientar y proteger el interés de los consumidores y dar a conocer dichos resultados para conocimiento del público (art. 44), tal como lo hace en algunos programas televisivos.

Ley General de Salud[29] *y Reglamento de la Ley General en Materia de Control Sanitario de la Publicidad*

En materia de publicidad de actividades, productos y servicios de salud, es la Secretaría de Salud (SS) a la que le corresponde su regulación y control (art. 300 de la LGS).

La LGS establece diferentes requisitos para esta publicidad, entre ellos, que la información contenida en

el mensaje debe ser comprobable, tener contenido orientador y educativo y no inducir a conductas nocivas para la salud que impliquen riesgo o atenten contra la seguridad o integridad física o dignidad de las personas (art. 306).

De forma más específica, el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad establece la prohibición de los llamados métodos subliminales (art. 17), así como las características a que se deberán someter los anuncios publicitarios en los siguientes rubros:

—Prestación de servicios de salud (capítulo II).

—Alimentos y bebidas no alcohólicas (capítulo III).

—Bebidas alcohólicas y tabaco (capítulo IV).

—Medicamentos y plantas medicinales (capítulo V).

—Estupefacientes y sustancias psicotrópicas (capítulo VI).

—Equipos médicos, prótesis, órtesis, ayudas funcionales, agentes de diagnóstico, insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos y de curación, y productos higiénicos (capítulo VII).

—Productos de aseo (capítulo VIII).

—Perfumería y belleza (capítulo IX).

—Servicios y procedimientos de embellecimiento (capítulo X).

—Plaguicidas, fertilizantes y sustancias tóxicas (capítulo XI).

De los productos y servicios mencionados destaca, como es comprensible, el de las bebidas alcohólicas y el tabaco.

El Reglamento precisa que no se autorizará esta publicidad cuando a juicio de la Secretaría de Salud, en coordinación con la de Gobernación, se relacione con ideas o imágenes de éxito, fama, alegría y otros; motive su consumo por razones de fiestas nacionales, cívicas o religiosas o se asocie a espectáculos musicales o eventos deportivos. Asimismo, no se permitirá cuando se utilice en ella como personajes a jóvenes menores de 25 años, se asocie con actividades propias de su edad o bien se dirija a ellos situándolos en bares, cantinas, centros de baile y discotecas.

Otro factor importante marcado por dicho reglamento es que esta publicidad no podrá ser transmitida cuando en el mensaje se manipulen directa o indirectamente estos productos, los recipientes que los contengan o se consuman real o aparentemente; a excepción de que la manipulación sea con fines demostrativos (art. 34).

Para que la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco, así como de insumos para la salud y productos tóxicos, sea autorizada, los anuncios comerciales deberán contener leyendas de advertencia de riesgos para la salud.

El reglamento establece que las leyendas que se difundan por televisión, deberán tener una duración mínima de 10 segundos, de forma horizontal, en colores contrastantes, con letra helvética regular equivalente a 40 puntos por letra, en proporción a una pantalla de 14 pulgadas. Tratándose de publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco, las leyendas deberán observar las mismas especificaciones, aunque su duración deberá ser igual a la del anuncio comercial (art. 9).

Las leyendas que deberán aparecer en el caso específico de la publicidad de tabaco son (arts. 34 bis y 34 bis.1):

—Dejar de fumar reduce importantes riesgos en la salud.

—Fumar es un factor de riesgo para el cáncer y enfisema pulmonar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-d

—Fumar durante el embarazo aumenta el riesgo de parto prematuro y de bajo peso en el recién nacido.

—Fumar es un factor de riesgo para el cáncer.

—Fumar es condicionante de enfisema pulmonar.

—Fumar durante el embarazo aumenta el riesgo de parto prematuro.

—Fumar durante el embarazo aumenta el riesgo de bajo peso en el recién nacido.

El artículo 39 dice que la inclusión de leyendas de advertencia no será exigible en la publicidad que se realice, por ejemplo, en televisión cuando en el propio mensaje, en igualdad de circunstancias, calidad, impacto y duración, se promueva la moderación en su consumo o se advierta contra los daños a la salud que su abuso ocasiona, en el caso de bebidas alcohólicas, y se desaliente su consumo (especialmente en la niñez, la adolescencia, la juventud y durante el embarazo) y los daños que ocasiona, en el caso del tabaco.

El artículo 40 señala que los horarios para la transmisión de esta publicidad serán los que autorice la Secretaría de Gobernación, de conformidad con lo dispuesto por la LFRT y su reglamento.

En cuanto a la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas –otro de los rubros de importancia–, el reglamento establece que ésta no deberá promover hábitos nocivos para la salud, atribuir características superiores a las que en realidad tiene o que afirme que alguno de los productos llena por sí solo los requerimientos nutricionales del ser humano (art. 28).

Por su parte, los anuncios de productos de bajo valor nutritivo deberán incluir leyendas precautorias de la condición del producto o en su caso utilizar las leyendas promotoras de una alimentación equilibrada (art. 29).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-e

Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria

Un elemento de importancia en esta revisión del marco legal de la publicidad en televisión tiene que ver con la creación, en 1996, del denominado Consejo Nacional de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). Esta organización, integrada por 67 anunciantes, 41 agencias de publicidad y 30 medios y asociaciones, tiene como objetivo principal promover la "libertad de expresión publicitaria con responsabilidad" y, mediante la autorregulación, proponer que los anuncios comerciales se enmarquen dentro de los principios de legalidad, honestidad, decencia, veracidad, dignidad, respeto, justa competencia y bienestar de la salud.[30]

Sin la pretensión de remplazar las leyes o reglamentos descritos, el CONAR se asume como un organismo independiente, de consenso y diálogo con el fin de evitar, entre sus propios integrantes, prácticas que afecten a empresas o consumidores y no llegar así a alguna sanción administrativa de las autoridades.

De acuerdo con ello, el CONAR funciona como árbitro y emite su veredicto a manera de recomendación, el cual puede considerar la corrección del mensaje, la suspensión provisional o el retiro definitivo del mismo.

La creación de este organismo ha sido útil para dirimir, en ciertos casos, las diferencias surgidas a partir de la explotación de la publicidad comparativa, hasta ahora no regulada por ninguna ley en la materia. Sin embargo, a juicio de algunos anunciantes, el consenso no ha sido suficiente para "sancionar los excesos", razón por la cual se hace necesario incluir ciertos límites en la legislación vigente.[31]

Publicidad en sistemas restringidos de TV

Aun cuando las leyes mencionadas son aplicables para todos los sistemas de televisión, hay disposiciones que son de exclusiva competencia de los sistemas restringidos.

El Reglamento del Servicio de Televisión por Cable prohibió, en el momento de su expedición, anuncios comerciales en la programación de este servicio. Sin embargo, 10 años después hubo una modificación en sus artículos 6, 27, 83, 84, 86 y 87, que permitió la comercialización de sus canales, previa aprobación de la SCT.[32]

De acuerdo con esas modificaciones, sólo puede introducirse publicidad en los propios canales generados localmente y no deben intercalarse dentro de la programación procedente de los canales nacionales (art. 84).

En cuanto a la programación generada en el extranjero, los concesionarios tienen la obligación de bloquear la propaganda (art. 86), a diferencia de los operadores del servicio de DTH.

Finalmente se establece que por cada hora de transmisión, las interrupciones para anuncios no podrán ser más de seis y cada interrupción no debe exceder de un minuto de duración. En eventos especiales, las interrupciones para inclusión de comerciales se harán de acuerdo con las propias interrupciones del espectáculo sin demérito del mismo.

El gobierno percibirá una participación equivalente al 15% de los ingresos tarifarios, tal como fue señalado anteriormente, así como de los derivados de la inserción de anuncios comerciales (art. 27).

En el caso de la DTH, el protocolo deja establecido, en su artículo VI, que para que éstos servicios sean "económicamente viables" no se podrán oponer restricciones "significativas" a los contenidos de la programación y la publicidad que ingresen de un país a otro por este medio.[33] Dichas restricciones no deberán ser discriminatorias y sólo se aplicarán a materiales que involucren "obscenidad, indecencia, o relativos a materias como seguridad nacional, salud y seguridad públicas".

Asimismo, se establece que cualquier requisito de contenido nacional y/o programación de interés público en estos sistemas, se limitará a una módica porción del total de los canales del sistema y no a ser cumplido por alguna señal en lo específico.

Por lo que se refiere a los sistemas MMDS, no existe una reglamentación específica, pero de acuerdo al título de concesión otorgado a los operadores de este servicio –comentado anteriormente–, éstos quedaron obligados a pagar al erario el 9% de los ingresos de suscripciones y por publicidad, además de la posibilidad de comercializar la mitad del tiempo autorizado a la televisión abierta, es decir, 9%.[34]

Derechos de autor

El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas, razón por la cual otorga su protección para que goce de las prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial.[35]

La Ley Federal del Derecho de Autor[36], reglamentaria del artículo 28 constitucional, es el precepto legal que regula estos derechos y las obras objeto de protección son: literarias; musicales, con o sin letra; dramáticas; de danza; pictóricas o de dibujo; escultóricas y de carácter plástico; relativas a caricatura e historieta; arquitectónicas; cinematográficas y demás obras audiovisuales; programas de radio y televisión; programas de cómputo; fotográficas; obras de arte aplicado que incluyan el diseño gráfico o textil, y de compilación (art. 13).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

162-P

En el caso de la televisión, la aplicación de esta ley es muy importante, ya que en ella se establecen las bases conforme a las cuales las televisoras celebran sus contratos con los actores, compositores, intérpretes y/o ejecutantes y en general con cualquier persona que realiza obras protegidas y que serán difundidas por los canales de TV. Al respecto, las televisoras tienen convenios específicos con las sociedades de autores y compositores, intérpretes, músicos y otras más, para el pago de derechos por difusión pública de obras protegidas. Algunas de estas organizaciones son la Sociedad de Autores y Compositores de la Música (SACM), Asociación Nacional de Intérpretes (ANDI), Asociación Nacional de Actores (ANDA) y la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM).

Otro punto interesante de esa ley radica en que, por primera vez en nuestra historia, aparece lo establecido en tratados internacionales: los derechos conexos de los organismos de radiodifusión (en nuestro caso, las televisoras). Estos derechos, que no afectan en modo alguno la protección de obras literarias o artísticas, se refieren a la posibilidad de que las empresas televisivas autoricen o prohíban respecto de sus emisiones: la retransmisión; la transmisión diferida; la distribución simultánea o diferida por cable o cualquier otro sistema; la fijación sobre una base material; la reproducción de las fijaciones, y la comunicación pública por cualquier medio y forma con fines directos de lucro (art. 144). Estos derechos tendrán una vigencia de 25 años a partir de la primera transmisión original del programa (art. 146).

La ley protege a los organismos de radiodifusión de aquellas personas que sin la autorización del distribuidor legítimo de la señal: descifren y/o distribuyan una señal de satélite codificada portadora de programas, o participen en la fabricación, importación, venta, arrendamiento o realización de cualquier acto que permita contar con un dispositivo o sistema que sea de ayuda para descifrar dichas señales (art. 145).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Televisión y partidos políticos

Antecedentes

La televisión se ha convertido en uno de los instrumentos más eficaces para la difusión, discusión y análisis de las propuestas de los diferentes partidos políticos, sobre todo durante los procesos electorales.

En vista de que esa mediación electrónica tiende a ser cada vez más importante, los partidos políticos han ido pugnando, desde hace más de dos décadas, por un mayor acceso a los medios con resultados hasta ahora significativos.[37]

La Ley Federal Electoral de 1973, por primera vez estableció el derecho de los partidos políticos a tener acceso gratuito a la radio y la televisión. La apertura, sin embargo, fue limitada: 10 minutos quincenales y participación en programas colectivos.[38]

Por su parte, la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE) promulgada en 1977, extendió esa garantía de forma permanente (no sólo en procesos electorales) y equidad en el acceso a los medios.[39] En su artículo 34 se establecía que el "tiempo que la Comisión Federal Electoral determine a cada uno de los partidos políticos le corresponderá igual cantidad, sin que el tiempo para cada partido sea inferior a 15 minutos mensuales".

El Código Federal Electoral (CFE) de 1987 fija en 15 minutos mensuales el tiempo asignado a cada partido político de forma permanente y reafirma que la duración de las transmisiones se incremente en periodos electorales.[40]

En 1990 entró en vigor el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) –que sustituyó al CFE–, el cual incluyó nuevas disposiciones (arts.

42 al 49).[41] Por principio estableció que el incremento en la duración de las transmisiones durante los periodos electorales se haría en forma proporcional a la fuerza de cada partido político y ya no de forma equitativa. También dispuso una serie de mecanismos para que esas organizaciones contrataran espacios en radio y televisión en el entendido que las tarifas no serían "superiores a las de la publicidad comercial".

Como resultado de la reforma electoral de 1993, el COFIPE fue reformado para introducir tres nuevas disposiciones. La primera tuvo como propósito procurar condiciones de equidad en la contratación de tiempos comerciales en radio y televisión, que hasta entonces no eran objeto de regulación alguna. Este derecho se limita exclusivamente a los periodos de campañas electorales y puntualiza que los candidatos sólo podrán hacer uso de aquellos tiempos que le asigne el partido político o la coalición a la que pertenecen. La segunda estableció un procedimiento para que los partidos políticos y concesionarios, a través de un "acuerdo de voluntades" por escrito, pudieran formalizar la contratación de espacios para la inserción de propaganda.

Y la tercera consistió en facultar a representantes del Instituto Federal Electoral (IFE) para reunirse con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) a fin de sugerir lineamientos generales para que los agremiados de esta última institución –concesionarios de estaciones de radio y televisión– guiaran el tratamiento informativo de los noticiarios en las campañas electorales.

Bajo el título "Lineamientos generales aplicables en los noticiarios de radio y televisión respecto de la información y difusión de actividades de campaña de los partidos políticos", la autoridad electoral intentó inducir, por primera vez en su historia, un comportamiento más objetivo y plural de los comunicadores, basado fundamentalmente en los siguientes parámetros: calidad uniforme en el manejo de la información, posibilidad de aclaración, sección especial para las campañas en los noticiarios, especificación de las informaciones pagadas y respeto a la vida privada de lo candidatos, entre otras recomendaciones.

El mismo año de 1994, el IFE promovió y adoptó una serie de acuerdos y medidas adicionales, entre ellas, la realización de un monitoreo de los principales noticiarios de radio y televisión con el fin de formular las recomendaciones pertinentes para hacer efectivos los lineamientos. También la autoridad electoral acordó suspender la difusión de propaganda partidista pagada en radio y televisión durante los tres días previos a la elección, con excepción de la relativa a los actos de cierre de campaña, y por 10 días para la realización y difusión de encuestas.

Nuevos lineamientos

En vísperas de los comicios de 1997, los cuatro partidos entonces representados en el Congreso de la Unión (PAN, PRD, PRI y PT) impulsaron una nueva reforma electoral que, aunque sólo fue aprobada finalmente por el PRI, incluyó importantes disposiciones en materia de acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación tras diversas modificaciones al COFIPE.[42]

Además de los 15 minutos mensuales y de su derecho a participar en un programa colectivo quincenal, los partidos políticos tendrán a su disposición 200 horas adicionales en televisión (y 250 en radio), durante el proceso electoral en que se elija al Presidente de la República. Por lo que se refiere a la elección para miembros del Congreso de la Unión, el tiempo destinado es de 100 horas en televisión (y 125 en radio). Tal espacio se puede utilizar en programas de 15, 10, 7.5 y 5 minutos, conforme a las posibilidades técnicas y horarios disponibles.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

De forma adicional a estos tiempos, el IFE estableció la adquisición de hasta 400 promocionales en televisión (y 10 mil en radio), cada uno con duración de 20 segundos para ponerlos a disposición y distribuirlos mensualmente entre los partidos políticos.

La ley establece que, en ningún caso, el costo total de los promocionales debe exceder del 20% del financiamiento público que corresponda a los partidos políticos para las campañas de elección presidencial o el 12% cuando sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión.

Tanto en el espacio destinado a los partidos políticos, a cuenta de los tiempos oficiales, como en los espacios adquiridos por el IFE (a través de los promocionales), cada partido que no tenga representación en el Congreso de la Unión podrá disponer de un 4%. El 96% restante se distribuirá entre los partidos políticos que tengan representación en el Congreso bajo el siguiente criterio: 30% de manera igualitaria y 70% en forma proporcional a su fuerza electoral.

En cuanto a la normatividad de los noticiarios en los periodos electorales, la reforma derivó en el cambio del artículo 186 del COFIPE, en el cual se establece la posibilidad de que "los partidos políticos, las coaliciones o candidatos" ejerzan "el derecho de aclaración respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos y situaciones referentes a sus actividades o atribuciones personales". Sin embargo, no se precisan las vías a las que se podrá acudir para hacer dicha aclaración, y tampoco si los concesionarios tendrán la obligación de incluirla en los espacios informativos de sus emisoras.

Asimismo, se faculta a la Comisión de Radiodifusión del IFE para realizar monitoreos muestrales de los tiempos de transmisión sobre las campañas de los partidos políticos en los noticiarios para informar al Consejo General. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión del IFE tienen a su cargo la difusión de los programas de radio y televisión de los partidos políticos, así como el trámite de las aperturas de los tiempos gratuitos, que le corresponden al Estado en las estaciones.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Régimen fiscal

El régimen fiscal al que está sujeta la televisión ha sido tradicionalmente un tema polémico. Con frecuencia se afirma que tal medio de difusión, al igual que la radio, "no paga impuestos" o que lo hace "en especie" a través de lo que se conoce como el 12.5% de tiempo fiscal.

En realidad, los concesionarios de televisión en México pagan todos los impuestos como lo hace cualquier empresa: su régimen fiscal incluye contribuciones como el Impuesto sobre la Renta, el Impuesto sobre el Producto de Trabajo y el Impuesto al Valor Agregado. Asimismo, estas empresas pagan lo que corresponde al IMSS, INFONAVIT, SAR, entre otros.

Pero curiosamente el impuesto más polémico vinculado con la televisión es el célebre 12.5%, cuyo origen data de 1969. Como se recordará, el 31 de diciembre de 1968, la Ley de Ingresos de la Federación para el año de 1969 incluyó el impuesto sobre servicios expresamente declarados de interés público por la ley en los que intervienen bienes del dominio directo de la nación. El objeto del impuesto lo constituyen "los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales". Los sujetos del impuesto son las personas que efectúen esos pagos (agencias de publicidad y anunciantes).

A pesar de que los sujetos del impuesto no son las empresas de radio y televisión sino quienes utilizan los

servicios de éstas, el gravamen declaraba "responsables solidarios" a los concesionarios y se les asignaba la obligación de retener un porcentaje de los pagos que se les hicieran por el servicio de publicidad y entregarlo a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

En la medida en que la tasa del impuesto era del 25% sobre el monto total de los pagos que recibieran (lo cual simple y sencillamente significaba que tendrían que ceder a la autoridad hacendaria el 25% de sus ingresos por el servicio de publicidad), los concesionarios decidieron negociar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, entre enero y junio de 1969, una opción más favorable a sus intereses, ya que con tal medida se iba a propiciar una retracción en la inversión publicitaria en estos medios de comunicación. Tal opción fue la de que el impuesto mencionado se consideraría cubierto si las estaciones ponían a disposición del Estado el 12.5% del tiempo diario de transmisión, con la salvedad de que dicho tiempo no es acumulable ni diferible. Es decir, que para cumplir con esa obligación fiscal basta con poner a disposición del Estado el tiempo indicado independientemente de que éste lo utilice o no.

Esta forma de pago del impuesto mencionado quedó formalizada el 1o. de julio de 1969, mediante un Acuerdo expedido por la Secretaría de Hacienda y publicado en el *Diario Oficial de la Federación*.[43]

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Aspectos técnicos

Generalmente poco atendida en los estudios que se hacen en México acerca de la televisión, la parte de la legislación que se refiere a cuestiones técnicas es fundamental para comprender aspectos vitales del desarrollo de este medio de difusión.

Tratados internacionales

En materia de telecomunicaciones y de radiodifusión, México está sujeto a un número importante de tratados y convenios internacionales, cuyos contenidos son considerados ley suprema en el país, de acuerdo con el artículo 133 de nuestra Constitución.

Entre los más importantes acuerdos se encuentra la firma del Convenio Constitutivo de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).[44]

La UIT es un organismo integrado por prácticamente todos los países del mundo, que se encarga de mantener y ampliar entre sus miembros el mejoramiento y empleo racional de los diferentes servicios de telecomunicaciones. Para ello, esta organización internacional lleva a cabo, entre otras acciones, la distribución de frecuencias del espectro radioeléctrico y el registro de asignaciones de frecuencias, a fin de evitar interferencias entre las estaciones de radiocomunicación de los distintos países.

En dicho convenio se establecen las obligaciones de los miembros de la UIT en aspectos como la utilización racional del espectro radioeléctrico y de las órbitas de los satélites geoestacionarios, llamadas y mensajes de socorro, instalaciones de los servicios de defensa nacional, suspensión de servicios internacionales, entre otros. Asimismo, se reconoce el derecho soberano de cada país de reglamentar sus telecomunicaciones, así como el de realizar convenios bilaterales (entre dos países) siempre y cuando no entren en contradicción con las disposiciones señaladas en el documento macro.

Es con base en este convenio, en su respectivo Reglamento de Radiocomunicaciones[45] y en las conclusiones de las conferencias administrativas mundiales y regionales realizadas en el mismo seno de la UIT, donde se sus-

tentan las políticas de carácter técnico y tecnológico que impulsa el Gobierno Mexicano en materia de telecomunicaciones, incluida –por supuesto– la televisión.

Televisión abierta

Normas técnicas[46]

Existen en el campo de las telecomunicaciones nueve bandas de frecuencias a cada una de las cuales –en virtud de los acuerdos internacionales logrados en la UIT– se le han asignado diversos servicios y funciones. En las bandas "más bajas" se concentran servicios para los cuales no se requiere una transmisión demasiado fina o de gran calidad sino simplemente clara. Por ejemplo, la transmisión de mensajes hablados de un punto a una nave marítima en movimiento o a un punto fijo –digamos una plataforma petrolera– requerirá ante todo de un tipo de onda que sea resistente a los fuertes vientos que soplan en alta mar; por lo tanto, una transmisión en frecuencias bajas o muy bajas es suficiente para ese fin. En cambio, si se desea enviar a esos mismos lugares mensajes más sofisticados como datos a alta velocidad, imágenes de televisión o transmisiones radiofónicas de gran calidad, se deberá utilizar otra banda de transmisión, por ejemplo la de VHF (frecuencias muy elevadas) o la de UHF (frecuencias ultra elevadas).

En México, las nueve bandas de transmisión que hemos mencionado prestan los siguientes servicios:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

BANDA DE VLF (VERY LOW FREQUENCY O FRECUENCIAS MUY BAJAS)
3-30 kilohertz: servicios de radionavegación marítima y de comunicación con puntos fijos de mar.
BANDA DE LF (LOW FREQUENCY O FRECUENCIAS BAJAS)
30-300 kilohertz: servicios de comunicación marítima a puntos fijos y naves en movimiento.
BANDA DE MF (MEDIUM FREQUENCY O FRECUENCIAS MEDIAS)
300-3000 kilohertz: servicios de radionavegación marítima, radionavegación aeronáutica, experimentación por parte de radioaficionados y radio de AM (535 a 1605 kilohertz).
BANDA DE HF (HIGH FREQUENCY O FRECUENCIAS ALTAS)
3-30 megahertz: servicios de radionavegación aeronáutica y marítima, comunicación terrestre de puntos fijos con móviles y experimentación de transmisiones por satélite por parte de radioaficionados.
BANDA DE VHF (VERY HIGH FREQUENCY O FRECUENCIAS MUY ALTAS)
30-300 megahertz: servicios de radioastronomía, investigación espacial (espacio-tierra), meteorología por satélite, radionavegación por satélite y experimentación por parte de radioaficionados. También entre los 54 y los 216 megahertz se presta el servicio de televisión abierta (canales 2 al 13), y entre los 88 a los 108 megahertz el de radiodifusión (FM).
BANDA DE UHF (ULTRA HIGH FREQUENCY O FRECUENCIAS ULTRA ELEVADAS)
300-3000 megahertz: servicios de radionavegación aeronaútica, radioastronomía, meteorología por satélite (espacio-tierra), experimentación por parte de radioaficionados y radiolocalización; entre los 470 y los 890 megahertz se transmiten señales de televisión a través de 70 canales que van del 14 al 83.
BANDA DE SHF (SUPER HIGH FREQUENCY O FRECUENCIAS SUPER ELEVADAS)
3-30 gigahertz: servicios por satélite como radiolocalización, experimentación por aficionados, radionavegación aeronáutica, enlaces de televisión o radio a través de los satélites Morelos y Solidaridad o de satélites internacionales, investigación espacial (tierra-espacio y espacio-tierra) y radioastronomía.
BANDA DE EHF (EXTREMELY HIGH FREQUENCY O FRECUENCIAS EXTRA ELEVADAS)
30-300 gigahertz: comunicaciones por satélite, radionavegación aeronáutica y marítima, comunicación por satélite a puntos fijos y en movimiento, investigación espacial, exploración de la Tierra, comunicación entre satélites y radiodifusión por satélite.
300-3000 gigahertz: no está asignada

Para comprender mejor la operación de la televisión en las bandas VHF y UHF, es conveniente revisar algunos elementos técnicos descritos en las normas técnicas aprobadas por la SCT.

En el caso de la banda VHF, las características básicas de su funcionamiento son las siguientes:

I) Los canales utilizados van del 2 al 13 y cada uno de ellos ocupa un ancho de banda de seis megahertz.

II) Entre cada canal en operación debe dejarse uno vacío con la finalidad de evitar interferencias durante las transmisiones, es decir que si, por ejemplo, el Canal 7 y el 9 se encuentran operando, el 8 debe permanecer vacío. La excepción son los canales 4 y 5 ya que existe entre ellos una separación *natural* de cuatro megahertz como puede verse en la tabla que se presenta a continuación. La separación que debe existir entre los canales ha provocado que en una ciudad como el Distrito Federal únicamente puedan existir siete canales en funcionamiento. En el Distrito Federal, como se sabe, se encuentran operando los canales 2, 4, 5, 7, 9, 11 y 13, mientras que 3, 6, 8, 10 y 12 permanecen vacíos.

POSICIÓN DE LOS CANALES DE TV EN LA BANDA VHF

CANAL	FRECUENCIA
2	54 a 60 megahertz
3	60 a 66 megahertz
4	66 a 72 megahertz
5	76 a 82 megahertz
6	82 a 88 megahertz

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La banda de los 88 a los 108 megahertz se emplea para el servicio de radiodifusión en Frecuencia Modulada.

La de los 108 a los 122 megahertz se utiliza para el servicio de aeronáutica.

La de los 122 a los 174 megahertz se emplea para el servicio de radioaficionados. Después siguen las frecuencias de TV:

CANAL	FRECUENCIA
7	174 a 180
8	180 a 186
9	186 a 192
10	192 a 198
11	198 a 204
12	204 a 210
13	210 a 216

FUENTE: Rodríguez Velázquez, Salvador. *Los espectros de frecuencias y las bandas de telecomunicaciones: características y propiedades.* SCT, Publicaciones Telecomex.

Por lo que se refiere a la banda UHF, los siguientes elementos técnicos constituyen el fundamento de su operación en México:

I) La banda incluye los canales del 14 al 83. Sin embargo, en nuestro país no todos pueden ser utilizados para el servicio de televisión dirigida al público. Desde 1974, la SCT determinó que únicamente los canales del 14 al 69 pueden emplearse para las transmisiones de TV. Ese año, el 22 de marzo, la SCT expidió el Acuerdo de Compartición de Canales de Televisión

[illegible], mientras, con los servicios de televisión educativa, radiodifusión por satélite y fijo (enlaces para televisión rural y para la televisión por cable) cuyas disposiciones básicas son las siguientes:

—Reserva el segmento de 608 a 614 megahertz (canal 37) para el servicio de radioastronomía.

—Destina el segmento comprendido entre 806 y 890 megahertz (canales 70 al 83) para enlaces de los servicios de televisión rural y televisión por cable. Actualmente, según el Cuadro de Atribución Nacional de Frecuencias de la SCT, este espacio se destina a los servicios de radiocomunicación móvil especializada en flotillas en rutas carreteras y ciudades, radiocomunicación para seguridad pública y privada, así como radiotelefonía celular para concesionarios tipo "A" y "B".[47]

La disposición de que en México sólo pueden utilizarse para el servicio de televisión dirigida al público los canales del 14 al 69 de la banda UHF, se confirmó el 15 de noviembre de 1993, cuando fueron publicadas en el *DOF* las Normas Técnicas para la Instalación y Operación de Estaciones de Televisión en la banda UHF.[48]

II) Los canales 14 al 20 (del segmento de los 470 a los 512 megahertz) lo comparten con el de la televisión los servicios fijo y móvil terrestre en aquellas poblaciones cercanas a la frontera con Estados Unidos y en las ciudades del país que tienen gran densidad de población como el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, entre otras.

III) Otro elemento técnico importante en relación con la banda UHF es que los canales que transmiten en esta banda ocupan un ancho de banda de seis megahertz, pero la separación que debe existir entre dos canales en operación es de 36 megahertz (equivalente a seis canales) y no únicamente seis megahertz (un canal) como ocurre en VHF. Así, en cualquier estado de la República sujeto a planeación pueden funcionar nueve canales de televisión (16, 22, 28, 34, 40, 46, 52, 58 y 64), pero en entidades como el Distrito Federal, donde los canales del 14 al 20 prestan, de manera compartida con la televisión, otros servicios, el número de frecuencias disponibles se reduce, ya que no se utiliza el canal 16 por la alta concentración de telecomunicaciones en la zona.

La siguiente tabla puede ayudar a entender mejor lo mencionado hasta aquí:

POSICIÓN DE LOS CANALES DE TELEVISIÓN EN LA BANDA UHF

CANAL	FRECUENCIA
14	470 a 476 megahertz
15	476 a 482 megahertz
16	486 a 488 megahertz
17	488 a 494 megahertz
18	494 a 500 megahertz
19	500 a 506 megahertz
20	506 a 512 megahertz
21	512 a 518 megahertz
22	518 a 524 megahertz
23	524 a 530 megahertz
24	530 a 536 megahertz
25	536 a 542 megahertz
26	542 a 548 megahertz
27	548 a 554 megahertz
28	554 a 560 megahertz

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

29	560 a 566 megahertz
30	566 a 572 megahertz
31	572 a 578 megahertz
32	578 a 584 megahertz
33	584 a 590 megahertz
34	590 a 596 megahertz
35	596 a 602 megahertz
36	602 a 608 megahertz
37	608 a 614 megahertz
38	614 a 620 megahertz
39	620 a 626 megahertz
40	626 a 632 megahertz
41	632 a 638 megahertz
42	638 a 644 megahertz
43	644 a 650 megahertz
44	650 a 656 megahertz
45	656 a 662 megahertz
46	662 a 668 megahertz
47	668 a 674 megahertz
48	674 a 680 megahertz
49	680 a 686 megahertz
50	686 a 692 megahertz
51	692 a 698 megahertz
52	698 a 704 megahertz

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

53	704 a 710 megahertz
54	710 a 716 megahertz
55	716 a 722 megahertz
56	722 a 728 megahertz
57	728 a 734 megahertz
58	734 a 740 megahertz
59	740 a 746 megahertz
60	746 a 752 megahertz
61	752 a 758 megahertz
62	758 a 764 megahertz
63	764 a 770 megahertz
64	770 a 776 megahertz
65	776 a 782 megahertz
66	782 a 788 megahertz
67	788 a 794 megahertz
68	794 a 800 megahertz
69	800 a 806 megahertz

NOTA: Los canales del 70 al 83 (que cubren el segmento que va de los 806 a los 890 megahertz) se dedican, como ya se indicó, a otros servicios. FUENTE: Salvador Rodríguez, *Op. Cit.*

Hasta ahora, la banda de UHF se ha empleado en México para transmitir señales de televisión abierta; sin embargo esta banda puede ser utilizada para ofrecer, en el Distrito Federal y su zona metropolitana, el servicio de televisión restringida, es decir, la que se puede captar únicamente a través del pago de una suscripción, por disposición del Acuerdo emitido por la SCT y publicado en el *DOF* en julio de 1993, en el cual se explica que para promover el interés de los industriales de la televisión por ocupar esa banda, actualmente muy poco utilizada en nuestro país, se permitirá el funcionamiento de canales por suscripción que enviarán sus transmisiones a los usuarios mediante señales codificadas.[49] Estos canales son el 46 y el 52, cuyas concesiones otorgadas a Cablevisión, filial de Televisa, están en litigio.

Por último, las normas técnicas establecen los fundamentos para que las televisoras puedan transmitir sonido estereofónico y las condiciones técnicas para que las estaciones interesadas puedan proporcionar el servicio de teletexto a través de la llamada "trama vertical suprimida'.[50]

Acuerdos bilaterales

México tiene firmados diversos convenios bilaterales, fundamentalmente con Estados Unidos, cuyo fin primordial es evitar interferencias de una señal de televisión proveniente del otro lado de la frontera.

Estos documentos son de suma importancia, ya que se precisan las condiciones técnicas que deben regir la operación de las estaciones de televisión ubicadas en ambos lados de la frontera para evitar que las señales afecten las transmisiones de otro país.

También son útiles porque se determinan, a través de listados, los canales asignados a cada uno de los países. Es decir, en el documento se precisan los canales en los que un país tiene preferencia y los estados de la República en que operarán.

El convenio relativo a la explotación de la banda VHF fue firmado en 1962[51], mientras que el de la banda UHF en 1982.[52]

Como parte de las acciones encaminadas a introducir la televisión digital, ambos países firmaron un nuevo acuerdo que les llevó a hacer una revisión de los convenios anteriores, fundamentalmente en cuanto a la distribución de nuevos canales.[53]

El propósito principal es que, con base en este documento, se trabaje en la asignación de un canal adicional a cada uno de los que el país tiene ya asignados en uno y otro lado de la frontera. En este segundo canal funcionaría la televisión digital, mientras que en el ya asignado continuaría transmitiéndose televisión *normal* o analógica NTSC.

Según lo establecido en el memorándum, ambos países trabajarán para desarrollar una tabla de canales para televisión digital en la región fronteriza "utilizando criterios de equidad y reciprocidad para ambos países con miras a firmar un nuevo acuerdo para radiodifusión de televisión en el menor tiempo posible".

En cuanto a la asignación de segundos canales para televisión digital en otros estados de la República Mexicana, el proceso iba en marcha al término de 1997. Tal avance es el que permitió a la SCT otorgar, el 5 de diciembre de 1997, a Televisa y TV Azteca un par de permisos de carácter experimental a cada empresa para iniciar el desarrollo de la nueva televisión. Los canales asignados a Televisa son el 48 de la Ciudad de México y el 24 de Guadalajara, ambos en UHF, que repetirán la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

programación del Canal 2. A Televisión Azteca se le asignaron el 53 del Distrito Federal y el 40 de Guadalajara, también de UHF, que repetirán las señales del 7 y el 13.[54]

Televisión restringida

Cable

A diferencia de la llamada televisión abierta cuyas señales son transmitidas por aire, la TV por cable basa su funcionamiento en la difusión de imágenes, audio y otros servicios (como música continua, datos, telefonía local, entre otros) a través de una línea física.

La televisión por cable, según el RSTC, es definida como un servicio que "se proporciona por suscripción mediante sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, procesadores, derivadores y accesorios, que distribuyen señales de imagen y sonido a los suscriptores del servicio" (art. 2).

Por su parte, la "Norma Oficial Mexicana [...] Especificaciones y Requerimientos para la Instalación y Operación de Sistemas de Televisión por Cable" define de una manera más amplia el potencial de un canal de televisión por cable: "Toda señal de televisión, video o audio asociados o datos que pudieran ser conducidos a través del sistema de televisión por cable".[55]

Este último documento establece, a diferencia de las normas técnicas de 1974, las condiciones para que las televisoras que manejan la tecnología del cable transmitan su audio con calidad estereofónica. Asimismo, considera el cambio tecnológico del cable coaxial (que transmite alrededor de 40 canales) por el de fibra óptica (que puede permitir hasta 500 canales).

Con la expedición de la Ley Federal de Telecomunicaciones y como consecuencia de los mismos desarrollos tecnológicos, los servicios de televisión por cable pueden convertirse en redes públicas de telecomunicaciones, lo cual les permite ofrecer nuevos servicios como Internet, telefonía local, transmisión de datos, además de audio y video. El acuerdo para que los llamados *cableros* puedan hacer el cambio de su concesión por títulos de red pública de telecomunicaciones fue dado a conocer por la COFETEL a inicios de 1996.[56]

Televisión por microondas o MMDS

El Sistema de Distribución Multipunto Multicanal (MMDS) opera por radiación multidireccional (microondas) y cubre un área de servicio sin necesidad de cableado. La recepción de la señal es posible mediante una antena direccional, un convertidor-sintonizador y un decodificador que se adapta al televisor convencional. Se le conoce también como "servicio de televisión restringido" porque sólo teniendo dichos aparatos y cubriendo una cuota mensual fijada por la empresa que lo presta es posible tener acceso a él.

En México, las señales codificadas del sistema MMDS se transmiten en el segmento de 2.5 a 2.7 gigahertz –que corresponden a la parte más alta de la banda UHF– de acuerdo con las normas técnicas de 1991.[57] Otras estipulaciones importantes señaladas en este documento son:

—Cada uno de los canales deberá ocupar un ancho de banda de 0.6 megahertz.

—"El sistema puede distribuir una o más señales [...] a receptores ubicados en los domicilios particulares de los suscriptores".

—Diseñado para una operación continua de 24 horas.

Al término de 1997, la SCT llevaba a cabo un proceso de subasta, con base en la Ley Federal de Telecomunicaciones, para otorgar concesiones de este tipo de televi-

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-0

sión. Para los efectos de este concurso, el país fue dividido en nueve regiones, dentro de las cuales hay 46 áreas básicas de servicio, mismas que estaban en la licitación. De acuerdo con las bases dadas a conocer por la Comisión Federal de Telecomunicaciones, los concesionarios de televisión por cable no estuvieron autorizados para participar, directa o indirectamente, en el concurso referido.[58]

DTH

A diferencia de los sistemas de televisión mencionados, la DTH no cuenta con ningún ordenamiento técnico específico. De cualquier forma, en el extracto de título de concesión otorgado a Grupo Galaxy Mexicana (operadora de DirecTV), se encuentran algunos datos interesantes en torno del tema.[59]

Por principio, el servicio de televisión restringida por satélite es definido como "la transmisión, vía satélite, de señales codificadas de video y audio asociado, y en la recepción directa de estas señales, mediante suscripción y pago mensual, salvo que la comisión autorice otro plazo, en el domicilio de los usuarios del servicio, a través de equipos terminales que sólo permiten el acceso a las señales que los usuarios hubieren contratado, mediante claves únicas que el concesionario otorgue a cada usuario".

Este extracto de concesión también permite ofrecer el servicio de música digital por satélite, "incluyendo la transmisión de conciertos en vivo o diferidos o de cualquier otro tipo de evento musical". Sin embargo, este servicio tiene algunas restricciones, entre ellas, transmitir programas hablados, comerciales, patrocinios, publicidad o propaganda, así como información o promoción del propio servicio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-p

En el documento también se establece la obligatoriedad de los concesionarios a presentar a la SCT, en los meses de enero y junio de cada año, un reporte de operación del servicio que incluya, entre éstos, el número de transpondedores que utiliza y el número de canales por transpondedor con que cuenta.

Otros aspectos

Satélites

La televisión ha estado estrechamente ligada al uso de los satélites desde los años sesenta para hacer llegar sus señales a grandes distancias y con una excelente calidad de imagen y sonido. Por supuesto que la utilización de dichos artefactos espaciales, por parte de las empresas de televisión, ha aumentado en la última década, al grado de que al término de 1997, 38% de la capacidad de los tres satélites mexicanos en órbita (*Morelos II, Solidaridad I y II*) era utilizada para transmisiones de televisión abierta y restringida.[60]

En el rubro legal ha habido importantes modificaciones en el uso y propiedad de los satélites que han tenido repercusiones en la televisión.

En octubr de 1997 fueron privatizados los satélites mexicanos, luego de un proceso de tres años que se inició en enero de 1995 con la modificación del artículo 28 constitucional, en el que la comunicación por satélite dejó de ser una "actividad estratggica" y se convirtió en una "actividad prioritaria" para el Estado.[61]

Los nuevos dueños de la empresa Satélites de México (SATMEX) –creada en junio de 1997 para facilitar la privatización y que controla los tres satélites, tres órbitas asignadas a México por la UIT e infraestructura de comunicación instalada en tierra– son la empresa mexicana Telefónica Autrey, socia mayoritaria, en alianza con

la estadunidense Loral Space & Communications.[62] El monto ofrecido por el 75% de las acciones de SATMEX fue de 692.4 millones de dólares. El 25% restante permanecerá en poder del gobierno, a través de Telecomunicaciones de México, el cual deberá venderlo a través de la Bolsa Mexicana de Valores en los próximos cinco años.[63]

El gobierno retuvo, durante 20 años, el 7% del sistema satelital para servicios de tipo social como salud, telefonía rural, seguridad nacional, redes privadas para las diversas dependencias, así como para la educación a distancia EDUSAT, sistema mediante el cual se difunden seis canales de programación educativa a más de 11 mil escuelas secundarias localizadas en todo el país.[64] Transcurrido ese tiempo, el gobierno continuará teniendo un espacio en el sistema satelital para sus fines, ya que la LFT y el nuevo Reglamento de Comunicación Vía Satélite (RCVS) así lo establecen (art. 55 y 29 respectivamente)[65].

En manos del gobierno también permanecen 12 telepuertos, ocho unidades móviles para eventos especiales, así como los siguientes porcentajes de acciones:

—0.19% de la Organización Mundial Internacional de Telecomunicaciones Marítimas por Satélite (Inmarsat).

—0.28% de la participación en la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT), consorcio fundado en 1964 por mandato de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el objetivo de proveer, sin discriminación, servicios internacionales públicos de telecomunicaciones; actualmente la integran más de 120 naciones y opera 20 satélites para distintos usos, lo cual lo convierte en líder en la materia.[66]

—3.95% de activos de ICO Global Communications, ambicioso proyecto de comunicación en el plano mundial, fundamentalmente para servicios de telefonía móvil y transmisión de datos, que contempla el lanzamiento de 12 satélites que comenzarán a operar a mediados del año 2000; en esta empresa participan 47 inversionistas de 44 países.[67]

Con estos porcentajes de propiedad, el gobierno mantiene una participación importante en la infraestructura mundial de satélites y constituye una opción adicional de servicios domésticos que, en el caso específico de INTELSAT, trae beneficios directos a la televisión, tanto comercial como educativa, por la cobertura que pueden alcanzar sus señales.

De cualquier forma, el RCVS señala que la SCT, previa opinión de la COFETEL, podrá autorizar a una o más personas físicas o morales mexicanas ser titulares de derechos como signatarios de las organizaciones de satélites internacionales, para prestar servicios en territorio nacional. Para ello, el reglamento dispone una serie de condiciones: que los estatutos o normas que rijan a tales organizaciones así lo permitan; que los interesados acepten pagar la contraprestación económica por el otorgamiento de la autorización y que la inversión extranjera no exceda del 49%, entre otras disposiciones (art. 21). Así pues, estos signatarios podrán prestar sus servicios sin necesidad de concesión o permiso (art. 37).

Por su parte, los nuevos dueños de los satélites han anunciado que asumen los compromisos para la construcción y el lanzamiento del satélite (probablemente llamado *Morelos III*) que contrató SATMEX en 1996, y que habrá de remplazar al *Morelos II* en 1998. Con este nuevo artefacto espacial y la obligación de lanzar otros tres satélites más, antes de terminar el año 2002, una vez obtenidas las concesiones para ocupar y explotar tres posiciones orbitales, la infraestructura satelital garantiza los proyectos de expansión y crecimiento de las diversas empresas de televisión existentes en México.[68]

Por último, es importante mencionar que con el Protocolo de Reciprocidad Satelital que México firmó con

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-9

Estados Unidos, SATMEX podrá bajar sus señales en aquel país y los satélites del país vecino lo podrán hacer, según lo estipulado, hasta 1999.

Relaciones obrero-patronales: el Contrato-Ley

La Ley Federal del Trabajo es la disposición legal de la que se desprenden todos los derechos y obligaciones en las relaciones obrero-patronales, y derivado de ésta se encuentra el Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión.

Publicado por primera vez el 30 de enero de 1976, el Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión regula las relaciones entre trabajadores y patrones de la industria (sólo radio y televisión abiertas). El contrato es revisado cada año en su aspecto salarial y cada dos años en forma integral. Está dividido en tres capítulos: el primero, relativo a disposiciones generales (arts. 1° al 86); el segundo de disposiciones específicas aplicables a radio (arts. 87 al 101); y el tercero de disposiciones específicas aplicables a televisión (arts. 102 al 126).

En las negociaciones del contenido del Contrato-Ley participan, por los trabajadores, los sindicatos mayoritarios de la industria: STIRT, SITATYR y SIEMARM, y por los patrones, la CIRT.

Organismos empresariales

Las estaciones de televisión concesionadas, constituidas por lo general en empresas, cuentan con organismos representativos para la defensa de sus intereses. La radio y televisión abiertas, así como los sistemas restringidos MMDS, son agrupados por la CIRT, mientras que los llamados *cableros* por la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable (CANITEC).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Desde 1941, año de la creación de la Ley de Cámaras de Comercio y de la Industria, y hasta 1996, en que fue abrogada esta ley, las empresas de televisión tenían la obligación de pertenecer a la cámara representativa de su actividad.[69]

Sin embargo, con la expedición de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, tal obligatoriedad fue eliminada y ahora la afiliación es voluntaria (art. 17), aunque todas ellas deben inscribirse al denominado Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) (arts. 27 al 31).[70]

La CIRT, cuyo primer presidente fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, cuenta, como todas las organizaciones similares, con estatutos aprobados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. De acuerdo con este documento –reformado por última vez en asamblea, el 17 y 18 de abril de 1997–, la CIRT es una institución pública, autónoma, de duración indefinida, a la cual están integradas "las personas físicas o morales (empresas) que tengan otorgada por el Gobierno Federal, concesión para instalar, operar y explotar comercialmente estaciones que radiodifundan servicios de radio y televisión para su recepción por el público en general y/o nuevas tecnologías de punto a multipunto que radiodistribuyan servicios de radio y televisión por medio de ondas electromagnéticas para recepción de suscriptores determinados".

Entre las funciones principales de esta organización destacan:

—Representar los intereses generales de la industria.

—Promover el desarrollo de la industria y analizar cualquier situación que afecte sus actividades.

—Nombrar a los representantes de la industria para la defensa de sus intereses en comisiones u organismos del gobierno.

—Ser órgano de consulta del Estado, constituir la representación de la industria ante las autoridades federales y locales y solicitar la expedición, modificación o derogación de leyes o disposiciones que afecten las actividades de la industria.

—Ser mediador entre sus socios en caso de conflictos.

En el caso de la CANITEC, los estatutos para su funcionamiento aún no habían sido aprobados al término del presente escrito, aunque en esencia sus fines son los mismos que los de la CIRT.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

S-191

NOTAS

1) Para los fines de esta exposición, entiéndase a la *radiodifusión* como los sistemas de radio y televisión cuyas señales están destinadas a ser libremente recibidas por el público (sistemas abiertos), mientras que los sistemas restringidos abarcan aquellas tecnologías por las que se debe pagar por sus servicios, en este caso la *televisión por cable*, la *televisión por microondas* o *MMDS* (Multipoint Multichannel Distribution System) y la televisión por satélite directa al hogar o DTH (Direct to Home).

2) "Ley Federal de Radio y Televisión", *Diario Oficial de la Federación* del 19 de enero de 1960.

3) López Ayllón, Sergio. *Derecho de la información*. México, Serie del Derecho Mexicano, Mc-Graw Hill Interamericana Editores y UNAM, p. 45.

4) *Diccionario Jurídico Mexicano*, Tomo V, p. 167. *Cit. pos.* López Ayllón, *Op. Cit.*, p. 45.

5) "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica", *Diario Oficial de la Federación*, 4 de abril de 1973.

6) La Ley de Inversión Extranjera establece que los servicios de radiodifusión, distintos de TV por cable, son actividades reservadas a mexicanos o a sociedades mexicanas. *Cfr. Diario Oficial de la Federación*, 27 de diciembre de 1993.

7) "Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público", *Diario Oficial de la Federación*, 15 de julio de 1992.

8) "Ley Orgánica de la Administración Pública", *Diario Oficial de la Federación*, 29 de diciembre de 1976.

9) El artículo 13 de la LFT señala que las concesiones o permisos para el uso, aprovechamiento o explotación de bandas de frecuencias atribuidas a los servicios de radiodifusión (radio y televisión abiertas) y su programación, estarán sujetas a lo dispuesto en la LFRT. En consecuencia, lo relativo a controles remotos o los radioenlaces punto a punto que una emisora de televisión realiza de las instalaciones donde se ubican sus estudios hasta su planta de transmisión –desde la cual se difunden las señales que pueden ser recibidas por los aparatos receptores–, se debe sujetar a lo dispuesto en la LFT. Por supuesto que esta situación ha generado una polémica jurídica, ya que el artículo 3° de la LFRT comprende no sólo lo que se conoce como estaciones radiodifusoras sino también los sistemas de cualquier naturaleza que permitan la operación de las mismas, como es el caso de las frecuencias de enlace. *Cfr.* Sosa Plata, Gabriel, "Cascada de amparos por la subasta del radioespectro", en *El Financiero*, suplemento *Dígito Cero*, núm. 9, 12 de noviembre de 1996, p. 17.

10) "Decreto por el que se reforman los artículos 10, 33 y 42 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable", en *Diario Oficial de la Federación*, 23 de agosto de 1993.

11) En México, el proceso de liberalización de la política de las telecomunicaciones comenzó en 1986 con el ingreso al GATT. Posteriormente, con la emisión de la Ley de Inversión Extranjera y la publicación el 24 de diciembre de 1993 del Tratado de Libre Comercio (TLC), en el *Diario Oficial de la Federación* comenzó el periodo de apertura actual. El TLC incluye en su apartado de "reservas" –establecidas por México en relación a las industrias culturales– una cláusula en la que se reitera un máximo del 49% de inversión extranjera en la propiedad de empresas de televisión por cable y el derecho de los mexicanos para ser los únicos que pueden recibir concesiones para la operación de este sistema. *Cfr.* Trejo Delarbre, Raúl, "Notas sobre la experiencia de México en la era del TLC", en Villanueva, Ernesto (Coord.), *Comunicación, derecho y sociedad*, México, Media Comunicación, Col. Ensayo, pp. 29-43.

12) "El espectro electromagnético es una ordenación artificial de la región del espacio aéreo por donde viajan diversos tipos de ondas electromagnéticas. El objetivo de esta ordenación es ubicar la altura y el lugar del espacio por el que pueden viajar cada una de esas ondas, así como la frecuencia y la longitud de las mismas. Según el físico escocés James Clark Maxwell (1831-1879), el espectro electromagnético está formado por los rayos gamma, los rayos X, las ondas ultravioleta, la luz visible, los rayos infrarrojos y las ondas electromagnéticas. Dentro de estas últimas se encuentran las ondas hertzianas (por Henrich Hertz, físico alemán, 1857-1894, quien las descubrió) que son la base para las telecomunicaciones. Así pues, el espectro radioeléctrico es el segmento del espectro electromagnético en el que se localizan las ondas que hacen posible este tipo de comunicación", en Mejía Barquera, Fernando, "La Comisión de Telecomunicaciones y el espectro radiofónico", en *La Crónica*, 12 de agosto de 1996, p. 16-B.

13) La Ley Federal de Telecomunicaciones define, en su artículo 3, a la *red pública de telecomunicaciones* como "la red de telecomunicaciones a través de la cual se explotan comercialmente servicios de telecomunicaciones" sin abarcar "los equipos terminales de telecomunicaciones de los usuarios ni las redes de telecomunicaciones que se encuentren más allá del punto de conexión terminal". En tanto, la *red de telecomunicaciones* es descrita como: "sistema integrado por medios de transmisión, tales como canales o circuitos que utilicen bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, enlaces satelitales, cableados, redes de transmisión eléctrica o cualquier otro medio de transmisión, así como, en su caso, centrales, dispositivos de conmutación o cualquier equipo necesario".

14) En el caso de las concesiones de televisión por cable otorgadas al amparo de la LVGC, en enero de 1996 fue dado a conocer por la COFETEL un acuerdo para que los empresarios de esta industria pudieran convertirse en redes públicas de telecomunicaciones, con base en los procedimientos especificados por la LFT, y así ofrecer servicios agregados (Internet, telefonía, transmisión de datos, entre otros), además de televisión. *Cfr. Diario Oficial de la Federación*, 5 de enero de 1996.

15) El artículo 52 de la LFT define a la comercializadora de servicios de telecomunicaciones como "toda persona que, sin ser

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

propietaria o poseedora de medios de transmisión, proporciona a terceros servicios de telecomunicaciones mediante el uso de capacidad de un concesionario de redes públicas de telecomunicaciones".

16) "Decreto por el que se reforman los artículos 6° en su fracción 1, 27, 83, 84, 86 y 87 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable", en *Diario Oficial de la Federación*, 6 de abril de 1990.

17) Según Joaquín Vargas Guajardo, presidente de MVS Comunicaciones, en el título de concesión otorgado por la SCT a Multivisión (hasta ahora no publicado en el *Diario Oficial de la Federación*), se establece no sólo la obligatoriedad de dar al gobierno el porcentaje descrito (9%) por suscripciones y publicidad, sino también una serie de disposiciones relativas, por ejemplo, al número de minutos que se pueden comercializar (equivalentes, de acuerdo con Vargas, a la mitad de los que puede comercializar la televisión). Aparte de esto, el título de concesión refiere a la LFRT, a la LVGC y al RSTC como instrumentos legales para regular el funcionamiento de este sistema de TV. *Cfr.* la entrevista de Fernando Mejía Barquera, "En MVS apostamos a la televisión de paga: JVG", en *El Nacional*, 8 de mayo de 1995, p. 39.

18) "Decreto de Promulgación del Tratado entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de los Estados Unidos de América relativo a la Transmisión y Recepción de Señales de Satélites para la Prestación de Servicios Satelitales a Usuarios en los Estados Unidos Mexicanos y en los Estados Unidos de América", *Diario Oficial de la Federación*, 8 de noviembre de 1996.

19) "Decreto por el que se crea la Comisión Federal de Telecomunicaciones", en *Diario Oficial de la Federación*, 9 de agosto de 1996.

20) "Reglamento interno de la Comisión Federal de Telecomunicaciones", *Diario Oficial de la Federación*, 9 de diciembre de 1996.

21) Ernesto Villanueva considera que el objetivo de utilizar los 30 minutos diarios para "difundir temas educativos, culturales y de orientación social", según el artículo 59 de la LFRT, no es claro. De acuerdo con el investigador, "ni la ley ni tampoco la jurisprudencia del Poder Judicial Federal ofrecen definiciones para delimitar los alcances de las nociones de 'temas educativos, culturales y de orientación social'". Por lo que se refiere al 12.5% de tiempo fiscal, la ley no establece en términos generales los rubros en que debe ser aprovechado –salvo durante los periodos de contienda electoral, según lo prevé el artículo 46 del Código Federal de Instituciones y Procedimiento Electorales–, "razón por la cual queda por entero dentro de las atribuciones discrecionales del Presidente de la República"; esto acerca a México más a los Estados autoritarios que a los Estados democráticos de derecho. *Cfr.* "Los tiempos oficiales de radio y televisión, sujetos al Poder Ejecutivo", en *El Financiero*, 14 de febrero de 1997, p. 50.

22) En virtud de algunas lagunas legales, la SCT anunció que en el primer trimestre de 1998 estaría listo un reglamento específico para los servicios de televisión restringida, con base en la Ley Federal de Telecomunicaciones.

23) La Ley General de Educación fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 13 de julio de 1993.

24) "Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales", *Diario Oficial de la Federación*, 8 de febrero de 1984.

25) "Ley Federal de Juegos y Sorteos", *Diario Oficial de la Federación*, 31 de diciembre de 1947.

26) "Acuerdo número 169, relativo a la expedición de certificados de aptitud de locutores, de cronistas y de comentaristas", *Diario Oficial de la Federación*, 14 de octubre de 1992.

27) En la propuesta de Ley Federal de Comunicación Social (LFCS), presentada por el PAN, el PRD y el PT, pero rechazada por el PRI, en la LVI Legislatura en abril de 1997, se establece –entre otros aspectos– la creación de la Comisión Nacional de Comunicación Social, como organismo público autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio. La Comisión estaría integrada por: *a)* tres representantes del Ejecutivo Federal que tengan a la comunicación social en su ámbito de competencia; *b)* tres representantes de los empresarios de los medios: prensa, radio y televisión; *c)* tres representantes de los trabajadores de los medios: prensa, radio y televisión; *d)* dos representantes de la academia y *e)* dos representantes de organizaciones civiles. Las funciones de este organismo estarían encaminadas a conocer las quejas relacionadas con la libertad de expresión y el derecho a la información, así como definir controversias entre los medios, el Estado y la sociedad. Aparte de la LFCS, los partidos de oposición presentaron las propuestas de modificación a la LFRT, entre las cuales se incluye la creación de un ente autónomo de carácter técnico denominado

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Comité de Concesiones de Radio y Televisión, cuya función sería acordar el otorgamiento y revocación de concesiones y permisos. Este comité tendría como miembros a las siguientes personas: *a)* un representante de la Comisión Federal de Telecomunicaciones; *b)* un representante de la Comisión Federal de Competencia Económica; *c)* un representante de la Comisión Nacional de Comunicación Social, que no sea representante de los concesionarios en aquella; *d)* dos representantes de los concesionarios, uno de la radio y el otro de la televisión; *e)* un miembro de la academia con dominio del área jurídica de medios de comunicación; *f)* un miembro de la academia con dominio del área técnica de medios electrónicos de comunicación; *g)* un miembro de la academia con dominio del área de periodismo o comunicación social, y *h)* un miembro de la academia con dominio del área de la educación. *Cfr.* "Iniciativa de ley que crea la Ley Federal de Comunicación Social, reglamentaria de los artículos 6° y 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos" e "Iniciativa de decreto por la cual se reforman diversos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley de Entidades Paraestatales", abril 1997.

28) Publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, el 24 de diciembre de 1992.

29) *Diario Oficial de la Federación*, el 7 de febrero de 1984. En tanto, el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad fue publicado en el *Diario Oficial* del 26 de septiembre de 1986 y modificado el 10 de junio de 1993.

30) "Inicia actividades el CONAR en pro de la libertad de expresión publicitaria", en *El Financiero*, 23 de enero de 1997, p. 21.

31) Olguín, Claudia. "Rienda suelta a la publicidad comparativa", en *El Financiero*, 3 de marzo de 1997, p. 16.

32) "Decreto por el que se reforman los artículos 6° en su fracción 1, 27, 83, 84, 86 y 87 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable", en *Diario Oficial de la Federación*, 6 de abril de 1990.

33) El protocolo fue signado el 8 de noviembre de 1996, entró en vigor el día 11 de ese mes y fue dado a conocer públicamente a través del *Diario Oficial de la Federación* el 7 de abril de 1997.

34) *Cfr.* "En MVS apostamos...", v. *supra*.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

162-V

35) La Ley Federal del Derecho de Autor señala en los artículos 19 y 20 que el derecho moral se considera unido al autor y es inalienable, imprescriptible, irrenunciable e inembargable; por lo que el autor es el único, primigenio y perpetuo titular de los derechos morales sobre las obras de su creación. Y el derecho patrimonial, según el artículo 24, es el derecho que tiene todo autor de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, en cualquier forma, dentro de los límites que establece la ley y sin menoscabo de la titularidad de los derechos morales.

36) Publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, el 24 de diciembre de 1996.

37) *Cfr.* Sosa Plata, Gabriel, "Legislación, procesos electorales y medios electrónicos en México", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 48, abril-mayo 1997, pp. 27-31

38) La Ley Federal Electoral del 2 de enero de 1973 fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, el 5 de enero de 1973.

39) La Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales fue aprobada por la Cámara de Diputados el 22 de diciembre de 1977.

40) "Código Federal Electoral", en *Diario Oficial de la Federación*, 12 de diciembre de 1987.

41) "Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales", *Diario Oficial de la Federación*, 24 de septiembre de 1990.

42) *Cfr. Diario Oficial de la Federación*, 22 de noviembre de 1996.

43) Uso oficial del 12.5% en radio y televisión, en *Diario Oficial de la Federación* del 1o. de julio de 1969.

44) "Decreto promulgatorio de la Constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones", en *Diario Oficial de la Federación*, 2 de marzo de 1992. Este convenio abrogó al "Convenio Internacional de Telecomunicaciones, Reglamento General y Protocolos Adicionales adoptados por la Conferencia de Plenipotenciarios de la Unión Internacional de Telecomunicaciones en la ciudad de Nairobi, Kenia, el 6 de noviembre de 1982", *Diario Oficial de la Federación* del 26 de enero de 1984, 29 de junio de 1984 y 29 de diciembre de 1983.

45) "Reglamento de radiocomunicaciones, apéndice al Reglamento, resoluciones y cuadros de concordancia, adoptados por la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicacio-

nes de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, hecho en Ginebra el 6 de noviembre de 1979", *Diario Oficial de la Federación* del 18 de febrero de 1983 y 22 de julio de 1983.

46) Esta parte fue retomada del trabajo *La televisión en México*, elaborado por Emilio Ávila Jiménez, Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, mimeo, 1995.

47) Datos tomados de Mendoza Villalba, Patricia. *El espectro radioeléctrico: servicio de radio y televisión*. México, tesis profesional ENEP-Aragón, UNAM, 1996.

48) "Norma Oficial Mexicana, Especificaciones y Requerimientos para la Instalación y operación de estaciones de televisión monocroma y a color (bandas VHF y UHF)", *Diario Oficial de la Federación*, 15 de noviembre de 1993. Sustituyen a la anterior norma técnica publicada en el *Diario Oficial* el 18 de enero de 1977.

49) "Acuerdo mediante el cual se autoriza utilizar a título primario para los servicios de radiodifusión de televisión o fijo la banda de frecuencias comprendida de 512 a 608 megahertz y de 614 a 806 megahertz en la zona metropolitana del Distrito Federal, para el servicio de televisión restringida", *Diario Oficial de la Federación* del 26 de julio de 1993.

50) Norma Oficial Mexicana, *Op. Cit.*

51) "Acuerdo sobre la asignación de canales de televisión a lo largo de la frontera, firmado entre los Estados Unidos de América y los Estados Unidos Mexicanos, en México, D.F., el 18 de abril de 1962", en *Diario Oficial de la Federación*, 18 de diciembre de 1962.

52) "Decreto de promulgación del Acuerdo relativo a la asignación y utilización de canales de radiodifusión para televisión en el rango de frecuencias de 470-806 megahertz (canales 14-69), a lo largo de la frontera México-Estados Unidos", en *Diario Oficial de la Federación*, 3 de diciembre de 1982, 28 de febrero de 1983 y 6 de septiembre de 1983.

53) "Memorándum de entendimiento entre la Secretaría de Comunicaciones de los Estados Unidos Mexicanos y la Federal Communications Commision de los Estados Unidos de América, relativo al uso de las bandas de 54 a 72 megahertz, de 76 a 88 megahertz, 174 a 216 megahertz y 470 a 806 megahertz, para el servicio de radiodifusión con formato de televisión digital a lo largo de la frontera común", firmado por ambos países el 21 de abril de 1997. Aún no se publica en el *Diario Oficial de la Federación*.

54) *La Jornada*, 6 de diciembre de 1997.

55) "Norma Oficial Mexicana NOM-05-SCT1-93, Especificaciones y requerimientos para la instalación y operación de sistemas de televisión por cable", *Diario Oficial de la Federación*, 17 de noviembre de 1993. Sustituyen a las Normas Técnicas que habían sido publicadas el 24 de septiembre de 1974.

56) "Acuerdo por el que se establece el procedimiento para obtener una concesión para instalar, operar o explotar redes públicas de telecomunicaciones al amparo de la Ley Federal de Telecomunicaciones", en *Diario Oficial de la Federación*, 5 de enero de 1996.

57) "Acuerdo por el que se establecen las condiciones para la instalación, operación y explotación de redes públicas de radiocomunicación fija para prestar servicio de televisión restringida", en *Diario Oficial de la Federación*, 18 de febrero de 1991.

58) "Bases de licitación para el otorgamiento de concesiones para el uso, aprovechamiento y explotación de bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para la prestación del servicio de televisión y radio restringido", en *Diario Oficial de la Federación*, 3 de septiembre de 1997.

59) "Extracto del título de concesión otorgado a favor de Grupo Galaxy Mexicana SA de CV", en *Diario Oficial de la Federación*, 29 de enero de 1997.

60) Hernández, Jaime. "Se tambalea la alianza Televisa-TV Azteca-MVS", en *El Financiero*, 26 de septiembre de 1997, p. 14.

61) La legislación mexicana en materia de comunicación satelital ha tenido cambios radicales. El 3 de febrero de 1983, hubo una modificación al artículo 28 constitucional, en el que las telecomunicaciones fueron consideradas *actividades estratégicas* a cargo del Estado. Una vez lanzado el *Morelos I*, el 17 de junio de 1985, fue expedido el Reglamento de los párrafos segundo y tercero del artículo 11 de la LVGC, donde se establece que la comunicación satelital es una actividad reservada al Estado. El 26 de noviembre del mismo año es enviado el *Morelos II*. En 1987, el carácter estatista de la comunicación por satélite tiene sus primeros cambios; fue modificado el artículo 11 de la LVGC y se permitió que los particulares instalaran sus propias estaciones terrenas para la transmisión y recepción de señales vía saté-

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-W

lite. El 17 de noviembre de 1989 se crea Telecomunicaciones de México (Telecomm), organismo gubernamental que sustituyó a la Dirección General de Telecomunicaciones de la SCT, cuya principal atribución era proporcionar los servicios de telecomunicaciones y administrar y operar el sistema nacional de satélites, entonces conformado por el *Morelos I* y el *Morelos II*. El 19 de noviembre de 1993 es lanzado el satélite *Solidaridad I* y el 7 de octubre de 1994 el *Solidaridad II*, el cual sustituyó al *Morelos I*. Menos de un año después, los cambios vinieron en cascada: la modificación al artículo 28 el 26 de enero de 1995, la aprobación de la Ley Federal de Telecomunicaciones el 15 de mayo del mismo año, la creación del Comité de Reestructuración del Sistema Satelital Mexicano el 28 de febrero de 1996 y el nacimiento de la Comisión Federal de Telecomunicaciones en agosto de ese año. *Cfr.* Sosa Plata, Gabriel. "Batalla satelital, en puerta", en *El Financiero*, suplemento *Dígito Cero*, núm. 11, 10 diciembre de 1996, pp. 16-17

62) Sobre el origen y situación actual de estas empresas puede consultarse el artículo de Fernando Mejía Barquera "Satélites mexicanos: nuevos dueños", en *La Crónica*, 27 de octubre de 1997, p. 16-B.

63) Cappi, Mario. "Se adjudica Autrey-Loral 75% de acciones de Satmex", en *El Financiero*, 25 de octubre de 1997, p. 8.

64) El convenio de creación de la red satelital, Edusat, fue firmado en mayo de 1994. *Cfr.* Fadul Gutiérrez, Ligia, Fátima Fernández Christlieb y Beatriz Solís Leree. "La otra televisión", en *Nexos*, abril 1996, pp. 89-90.

65) "Reglamento de Comunicación Vía Satélite", en *Diario Oficial de la Federación*, el 1o. de agosto de 1997.

66) México es miembro de Intelsat desde 1966; dos años después comenzó a utilizar sus servicios. El documento firmado por nuestro país lleva por título "Acuerdo relativo a la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite INTELSAT' y Acuerdo operativo relativo a la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite, abierto a firma en Washington, DC, Estados Unidos, a partir del 20 agosto de 1971", y fue publicado en el *Diario Oficial de la Federación* del 11 de diciembre de 1972 y el 7 de febrero de 1973.

67) *Cfr.* Hernández, Jaime. "México, en la órbita del ambicioso proyecto ICO", en *El Financiero*, 19 de julio de 1997, p. 9, y "Anuncia ICO Global Communications proyecto de inversión de cuatro mil mdd en telecomunicaciones", en *El Nacional*, 23 de junio de 1997, p. 30.

68) Los artículos 56 al 58 de la LFT establecen que quienes reciban una concesión para ocupar y explotar posiciones orbitales asignadas a México, tienen la obligación de poner un satélite en órbita a más tardar cinco años después de haber obtenido la concesión; también, estos concesionarios deberán establecer los centros de control y operación de los satélites respectivos en territorio nacional, y en caso de que estos satélites cubran, además de la República Mexicana, otros países, podrán explotar en ellos servicios de comunicación vía satélite, de acuerdo a la legislación que rija en esas naciones y los tratados suscritos por el Gobierno de México.

69) "Ley de Cámaras de Comercio y de la Industria", *Diario Oficial de la Federación*, 26 de agosto de 1941.

70) "Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones", aprobada en diciembre de 1996 y en vigor desde el 1o. de enero de 1997.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

X-167

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ÁVILA Jiménez, Emilio, Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata. *La televisión en México*. México, CNCA, mimeo, 1995, 188 pp.

CASAS Pérez, María de la Luz. "Estructura para el análisis de la reglamentación en medios audiovisuales", en Crovi Druetta, Delia (Coord.), *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. México, UNAM, 1996, pp. 65-79.

CREMOUX, Raúl. *La legislación mexicana en radio y televisión*. México, UAM, 1982, 192 pp.

FERNÁNDEZ, José Luis. *Derecho de la radiodifusión*. México, Olimpo, 1960.

GURRÍA Hernández, Jorge L. y José Luis Martínez Garza (Comps.). *Legislación básica en materia de telecomunicaciones*. México, Telecomm y SCT, 1992.

LÓPEZ AYLLÓN, Sergio. *Derecho de la información*. México, Colección Panorama del Derecho Mexicano, UNAM y McGraw Hill Interamericana Editores, 1997, 62 pp.

MEJÍA Barquera, Fernando. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*. México, FMB, 1988.

NOVOA Monreal, Eduardo. *El derecho como obstáculo al cambio social*. México, 11ª. Edición, Siglo XXI.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-Y

PINTO Mazal, Jorge. *Régimen legal de los medios de comunicación colectiva*. México, UNAM, 1977, 405 pp.

RODRÍGUEZ Velázquez, Salvador. *Los espectros de frecuencias y las bandas de telecomunicaciones, características y propiedades*. México, Publicaciones Telecomex, SCT, 1975.

TOUSSAINT, Florence (Coord.). *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*. México, UNAM y *La Jornada*, 1996.

VILLANUEVA, Ernesto. *El sistema jurídico de los medios de comunicación*. México, UAM-Azcapotzalco y Triana, 1995, 172 pp.

VILLANUEVA, Ernesto (Coord.) *Derecho y ética de la información. El largo camino hacia la democracia*. México, *Media Comunicación*, 1995.

VILLANUEVA, Ernesto (Coord.). *Comunicación, derecho y sociedad*. México, Col. Ensayo, *Media Comunicación*, 1997.

ABREVIATURAS

a: artículo

arts: artículos

CANITEC: Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable

CIRT: Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión

COFETEL: Comisión Federal de Telecomunicaciones

COFIPE: Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales

LARCP: Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público

LFCE: Ley Federal de Competencia Económica

LFPC: Ley Federal de Protección al Consumidor

LFRT: Ley Federal de Radio y Televisión

LFT: Ley Federal de Telecomunicaciones

LGE: Ley General de Educación

LIE: Ley de Inversión Extranjera

LVGC: Ley de Vías Generales de Comunicación

LOAP: Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

RCVS: Reglamento de Comunicación Vía Satélite

RLFRT: Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica relativo al contenido de las transmisiones de radio y televisión

RSTC: Reglamento del Servicio de Televisión por Cable

RTC: Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación

SEGOB: Secretaría de Gobernación

SEP: Secretaría de Educación Pública

SCT: Secretaría de Comunicaciones y Transportes

SHCP: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

SS: Secretaría de Salud

TLC: Tratado de Libre Comercio

UIT: Unión Internacional de Telecomunicaciones

UTE: Unidad de Televisión Educativa de la SEP

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

167-2

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

FUENTES DIRECTAS

a) *Fuentes directas*

La información reunida en esta tesis, y la interpretación que le he dado, son resultado de más de 15 años de estudiar las obras narrativas producidas por la industria mexicana de la televisión, y en particular las telenovelas. Por lo mismo, *mis conclusiones no necesariamente reflejan las opiniones de las personas a las que he entrevistado, o que generosamente me han ofrecido material de sus archivos, o comentarios sobre mi trabajo.*

Entre quienes compartieron conmigo su amplio conocimiento sobre la telenovela mexicana, se encuentran Víctor Hugo O'Farrill (2 de julio de 1997), Luis Reyes de la Maza (29 de julio de 1997), René Muñoz (20 de agosto de 1997; q.e.p.d.), Mapat (20 de agosto de 1997), Ignacio Lebrija y Emilio Larrosa (14 y 21 de agosto de 1997), Gloria López de Cruz, Genoveva Martínez (por Ignacio Durán; 24 de septiembre de 1997), Yolanda Vargas Dulché (4 de noviembre de 1998; q.e.p.d.), y Martha Carrillo (10 de septiembre de 2001). Muchas gracias a todos.

Entre las que generosamente me ayudaron a conseguir material videograbado, debo nombrar a Alejandra y Adrián Lajous (este último, q.e.p.d.), Emilio Larrosa, Claudia Padilla, Gloria López de Cruz, Ana Lilia Villarreal Cáceres y Gerardo Antonio Magaña. Igualmente mi agradecimiento a Irene González y Belén Díaz Rincón –de la Revista *Telenovela* (España)–, y a Rocío Maldonado y Yésica Contreras –que entonces laboraban para la revista *Teleguía* (México)–, quienes compartieron conmigo sus archivos y experiencia.

Tres compañías de medición de audiencias aportaron ocasionalmente información sobre *ratings*: I.N.R.A. (Jorge y Luis Mercader, Gustavo Salas), I.B.O.P.E. (Ana María Ortega, Mónica Pellicer y Aarón Silva) y Nielsen (Arturo Fernández). Distintos personajes del mundo de la publicidad compartieron conmigo, también, información referente a *ratings,* tirajes y consumo.

Quiero además recordar a quienes con su amistad, sus consejos, comentarios y experiencia, retaron, apoyaron y enriquecieron mi investigación, y apoyaron incluso la difusión de fragmentos de la misma. Por orden alfabético: Federido Álvarez Arregui, Gregorio Bartolomé, Jerome y Laschele Carter, Ubaldo Cerezo, Patrick Coleman, Inmaculada Company, Álvaro Cueva, Carlos Díez ("Carlos Serur"), Antonio Fernández Ferrer, Claire Fox, Luis Gallart, Eduardo y María Cruz García de Enterría, Santiago Genovés, Aurelio González, Francisco González Garza, Fernando

Guerra M., Francisco Guerra, Carmen del Hierro de Schmidt (q.e.p.d.), Antonio La Pastina, Yolanda Lazo de Bátiz, Jaime Litvak King, Irene Martínez Zarandona, María Teresa Miaja, Beatriz Molina, Carmen Muñoz de Cote, Víctor Hugo O'Farrill Toscano, Andrew Paxman, María Elena Pérez, Manuel Ignacio Pérez Alonso, José Antonio Pons V., Eugenia Revueltas, Anne G. Rubenstein, Guadalupe Salcedo, Donald F. Roberts, Paco Ignacio Taibo, Carmen Sánchez Téllez, Enrica Schettini-Piazza, Demetrio Sodi Pallares, Concepción Taboada, Vittorio Vaccari (q.e.p.d.), Guadalupe Valdés, Thomas W. Valente y José A. Villasana.

Quiero también recordar de manera especial a mis maestros de posgrado en la UNAM: Luis Astey, Fernando Curiel, Manuel de Ezcurdia, Margit Frenk, Guillermo Sheridan, y Arturo Souto –y en defensa de su buen nombre, debo aclarar que ellos no hablaron nunca sobre telenovelas en clase, como no fuera para descalificarlas...–; así como Rocío Fernández (C.E.L.E.).

Televisa organizó en 1985 un Concurso Nacional de Escritores de Telenovela, del cual resulté finalista. Gracias a esto, en 1987 pude tomar cursos de dramaturgia de la telenovela con José Ambriz, Wilebaldo López, Palmira Olguín, Carlos Olmos, Luis Reyes de la Maza, Carlos Téllez (q.e.p.d.) y Fernanda Villeli. A ellos, a mis compañeros de cursos, y a las demás personas con las que tuve oportunidad de colaborar en aquella empresa –Claudio Lenk, Ana María Ortega, Ester Alcaraz, Antonio Elías, Eduardo Ricalde Medina,

Carmen del Hierro de Schmidt (q.e.p.d.), Emilio Larrosa, Ignacio Lebrija y "Liz"–, un recuerdo muy especial. Sin aquel primer apoyo, esta obra no sería hoy una realidad. Deseo expresar asimismo mi reconocimiento a Fernanda Villeli, Carmen Daniels y Marisa Garrido, por las conferencias sobre dramaturgia de la telenovela, que dictaron en septiembre de 1992, en la A.M.M.P.E. (Asoc. Mundial de Mujeres Periodistas y Escritoras).

Igualmente, quiero agradecer a la dama que me siguió durante un par de meses, a finales de 1997, tras de presentar un primer esbozo de este trabajo en Washington. Si no me dio otra cosa, sus amenazas sí me hicieron pensar que, después de todo, mi interpretación de los hechos podía ser la correcta.

b) *Fuentes indirectas*

b.1) *Bibliografía:*

Allen, Robert C. ed.; *To be continued...; soap operas around the world*; Routledge, Londres y Nueva York, 1995

Albero Molina, María del Carmen; *El léxico de las telenovelas mexicanas: Filiación y densidad (un análisis estadístico)*; tesis de licenciatura en comunicaciones (Universidad Anáhuac, 1999), emanada de un estudio universitario, continental, liderado por Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios (C.E.L.L.) de El Colegio de México

Álvarez Barrientos, Joaquín y María José Rodríguez Sánchez de León, edits.; *Diccionario de literatura popular española*;; Ediciones Colegio de España,

Salamanca, 1997

Balwin, Kate; "Montezuma's Revenge: Reading *Los ricos también lloran* in Russia", en *Soap operas around the world*; Routledge, Londres y Nueva York, 1995; págs. 285-300

Bauche Alcalde, Manuel; "Del teleteatro a la telenovela"; *Apuntes para una historia de la televisión mexicana, tomo II*; Miguel Ángel Sánchez Armas y María del Pilar Ramírez, coords; México, Revista Mexicana de la Comunicación y Espacio 99 –evento de vinculación de Televisa con el mundo universitario–, 1999 ; págs. 143-165

Beristáin, Helena; *Diccionario de retórica y poética*; México, Porrúa, 1985

Brooks, Peter; "Une estétique de l'etonnement: le mélodrame"; *Poétique* # 19; págs. 340-356

Camarena, Julio; "El cuento popular"; *Ánthropos* # 166-167 [mayo-agosto de 1995 –número monográfico sobre literatura popular, dirigido por María Cruz García de Enterría–]; págs. 31-33

Centros de Integración Juvenil, *A.C.*; *Epidemiology of drug abuse in Mexico, a comparative study* (con respecto al caso estadounidense); México, Centros de Integración Juvenil, A.C. [Handbook collection, research profile, volume 3], agosto de 1992

Cid, Julio; "La telenovela cubana en la Cuba pre-revolucionaria; algunas consideraciones"; *Universidad de la Habana* #227 [enero-junio de 1986]; págs. 359-366

Cueva, Álvaro; *Lágrimas de cocodrilo*: *Historia mínima de las telenovelas en México*; Tres lunas, México, 1998

Cueva, Álvaro; *Sangre de mi sangre*; Barcelona y México, Plaza & Janés, 2001

Follain, Jean; "Il melodramma"; *La paraletteratura: Il melodramma, il romanzo popolare, il fotoromanzo, il romanzo poliziesco, il fumetto;* Noël Arnaud, Francis Lacassin y Jean Tortel, dirs.; Nápoles, Liguori Editore [Le forme del significato 20], 1977; pág. 65

García de Enterría, María Cruz; *Literaturas marginadas*; Madrid, Playor [Lectura Crítica de la Literatura Española], 1983; pág. 92

González, Jorge A.; "La cofradía de las emociones interminables; telenovela, memoria y familia"; *El consumo cultural en México*; Néstor García Canclini, coord.; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1991; págs. 295-336

Groden, Michael y Martin Kreiswirth, eds.; *The John Hopkins guide to literary theory and criticism*; The Johns Hopkins University Press, 1993

Lázaro Carreter, Fernando; *Diccionario de términos filológicos*; Madrid, Gredos [Biblioteca Románica Hispánica- Manuales 6], 1984

Lineamientos técnicos de la telenovela, documento interno de Televisa, *circa* 1988; atribuido a Carlos Díez, también conocido como "Carlos Serur"

López, Ana M.; "Our welcomed guests: *Telenovelas* in Latin America"; *To be continued...; soap operas around the world*; Robert C. Allen, ed.; Routledge, Londres y Nueva York, 1995

Makaryk, Irena R., ed. y comp.; *Encyclopedia of contemporary literary theory*; University of Toronto Press, 1997.

Martín Barbero, Jesús; "La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama, y vida cotidiana"; *Diálogos* #17, págs. 46-48

Menéndez Pidal, Ramón: *Poesía popular y poesía tradicional*; Imprenta Clarendoniana, Oxford, 1922

Meyer, Jean; *La Cristiada*; 8ª ed.; México, Siglo XXI, 1983

Mims y Lerner; *Encyclopaedia of the social sciences*; Macmillan, Nueva York, 1957; *s.v.* "literature"

Ong, Walter; *Oralidad y escritura, tecnologías de la palabra*; México, Fondo de Cultura Económica, 1987.

Ong, Walter ; *Ramus, method, and the decay of dialogue: From the art of discourse to the art of reason*; Harvard Univ. Press; Cambridge, MA, 1958

Pacheco Ladrón de Guevara, Lourdes C., "Iolianaka: Da tus frutos madre-tierra –las huicholas–", en *La condición de la mujer indígena y sus derechos fundamentales, seminario internacional*; Patricia Galeana, comp.; México, Federación Mexicana de Mujeres Universitarias, Comisión Nacional de Derechos Humanos, Universidad Nacional Autónoma de México, y Secretaría de Gobernación), 1997; págs. 177-196.

Paxman, Andrew y Claudia Fernández; *El "Tigre": Emilio Azcárraga y su imperio, Televisa*; México, Grijalbo, 2000

Plata Tasende, Ana María; *Diccionario de términos literarios –todos los términos imprescindibles para conocer y entender la literatura–*; Madrid, Espasa, 2000

Propp, Vladimir; *Morfología del cuento maravilloso*; 7ª ed.; Madrid, Fundamentos, 1987 [Arte; serie Crítica 21]

Quiroz, María Teresa y María Teresa Márquez; "Mujeres que la miran, y mujeres que son vistas" [en Perú]; *Telenovela: Ficción popular y mutaciones culturales, op.cit.*, págs. 205-221.

Ramos Trinta, Aluizio y Mónica Réctor; "Semiología de la telenovela" *(Diógenes* # 13-14 [1991]; págs. 193-202

Roura, Assumpta; *Telenovelas, pasiones de mujer –El sexo del culebrón–*; Gedisa [Grupo: La Sociedad: Ensayos, Subgrupo: Análisis de la sociedad], Barcelona, 1993

Rubenstein, Anne; "The uses of failure: La Comisión Calificadora, 1944-1976", en *Bad language, naked ladies, and other threats to the Nation; a political history of comic-books in Mexico;* Durham, Londres, Duke University Press, 1998

Ruiz Lugo, Marcela y Ariel Contreras; *Glosario de términos del arte teatral*; México, Trillas [ANUIES: Temas básicos, área de lengua y literatura 3], 1983

Sabido, Miguel; "Towards the social use of soap-operas"; Institute for Communication Research, ponencia presentada en la Conference of the International Institute of Communications, en Estrasburgo, Francia; septiembre de 1981

Sánchez Armas, Miguel Ángel, coord.; *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*; Revista Mexicana de Comunicación y Espacio 98 (programa de

vinculación entre Televisa y el mundo universitario), México, 1998

Sosa Plata, Gabriel; "El marco legal"; *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*; Revista Mexicana de Comunicación y Espacio 98 (programa de vinculación entre Televisa y el mundo universitario), México, 1998

Thompson, Stith; *The folktale*; Berkeley, Los Ángeles, Londres, University of California Press, 1977

Torres Aguilera, Francisco Javier; *Análisis histórico de la exposición a las telenovelas en México*; excelente tesis de maestría en comunicaciones (Univ. Iberoamericana –UIA–, 1991

Vargas Dulché, Yolanda; *Cristal, una parte de mi vida*; 2ª ed.; Barcelona, Ed. Argumentos de España, 1978

Verón, Eliseo y Lucrecia Escudero Chauvet, comps.; *Telenovela: Ficción popular y mutaciones culturales*; Gedisa [Colección El Mamífero Parlante], Barcelona, 1997.

Vink, Nico; "La subcultura de la clase trabajadora, y la descodificación de la novela brasileña"; *Diálogos* # 34 [septiembre de 1992

Wellek, René y Austin Warren, *Teoría literaria*; 4ª ed., Gredos [Biblioteca Románica e Hispánica 2], Madrid, 1985

b.2) ***Hemerografía:***

Canal 40-CNI; Reportaje sobre el estado de la pornografía en México [Serie "Realidades"], julio de 1998

"40 años de la telenovela mexicana, la de mayor demanda en el mundo"; *El Heraldo de México*, 8 de junio de 1998

Agencia EFE; "Los latinoamericanos confían más en la Iglesia que en el ejército y el Gobierno"; *El Heraldo de México*, 6 de enero de 1996

"Al Tupac Amaru le gustan las telenovelas"; *El Heraldo de México*, 30 de diciembre de 1996

Carranza Mateos, Ysrael; "José Ángel Llamas, agredido verbalmente por *Tentaciones*"; *Crónica*, 21 de junio de 1998

Castillejos, Silvia; "Mil 500 cuartillas de *literatura desechable*, la telenovela: el dramaturgo Carlos Olmos"; *Unomásuno*, 8 de mayo de 1987

"Claravisión: Cuatro años de transmitir televisión católica al margen de la ley"; *Crónica*, 13 de octubre de 1997

["Compactan y retiran del aire *Tú eres mi destino*]" *El Heraldo de México*, 2 de octubre de 2000

Dávalos, Patricia E.; "A siete años de su creación, TV Azteca no se ha podido colocar en el gusto del público"; *Crónica*, 27 de diciembre de 2000.

"El éxito de *María Mercedes* plantea interrogantes a la TV de Brasil"; *El Heraldo de México*, 18 de agosto de 1996

Epstein, Jack y Tim Padgett; *Time*, 2 de junio de 1997 (artículo de portada), págs. 36-40.

Garay, Adriana; "[Se] equivocan y corrigen: TV Azteca reconoce haber errado [en] la manera de promover la telenovela; substituye el Sagrado Corazón por una manzana, y [suprime] una escena íntima [de la publicidad de *Tentaciones*]"; *Reforma*, 19 de mayo de 1998.

González, Eduardo Salvador; "Sonia Infante responde a los ataques que recibe ahora en programa de la misma televisora donde labora"; *El Heraldo de México*, 2 de julio de 1997

"Hostage takers in Peru soften"; *Daily news*, 30 de diciembre de 1996

Martínez de Velasco, Carlos; "Sorpresas y fracasos en el terreno discográfico en México, este año"; *El Heraldo de México*, 31 de diciembre de 2000

"Más que la paz, al E.Z.L.N. le interesa una novela de la televisión"; *El Heraldo de México*, primera plana, 12 de agosto de 1996

["Lucero anuncia su retiro"]; *Telenovela*, número 411, 19-25 de febrero de 2001

Notimex; "No confían en los políticos"; *El Heraldo de México*, 17 de julio de 1997

"Pérdida de audiencia desploma 69% las utilidades de TV Azteca"; *Crónica*, 25 de julio de 1998

Reed, J.d.; "Make'em laugh, make'em cry, but above all: make'em wait", subtítulo del artículo "Why all the world loves a soap"; *Time*, 16 de marzo de 1987

Rosas, Héctor; "Cuando las telenovelas aprendieron a enseñar", en *La telenovela mexicana, 40 años*, parte III, suplemento extraordinario del periódico *Reforma*, 25 de septiembre de 1998, pág. 13

Sabido, Miguel; "Un método anticonceptivo 'de telenovela'"; *Reforma*, 1° de septiembre de 1994.

["Televisa pierde juicio por *Serafín*"]; *Crónica*, 11 de agosto de 2000.

Televisa; "Éstos son los 100 programas más vistos de la televisión mexicana durante 1996" (basado en *ratings* de I.B.O.P.E.), principales periódicos de México [*Reforma, El Heraldo de México, Excélsior*, etc.], 18 de octubre de 1996