

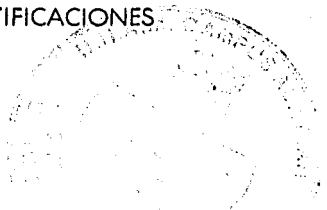
20424
11



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"**

YO SOY BETTY, LA FEA Y LAS TELEVIDENTES MEXICANAS,
UN ACERCAMIENTO A TRAVES DEL ENFOQUE DE USOS Y
GRATIFICACIONES



T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
**LICENCIADA EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA**
P R E S E N T A
MARIA DE LOS ANGELES MARLENE BARRERA PEREZ

ASESORA: MAESTRA MARIA LUISA MORALES MARTINEZ



JULIO DE 2003

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Te adoro como adoro la bóveda nocturna,
¡oh vaso de tristeza, oh gran taciturnaj,
y tanto más te amo, bella, cuanto más me reproches,
porque tú sola eres el lujo de mis noches.
Se pudiera añadir aún, irónicamente,
más que hay de mí a los cielos, aunque es
irreverente.

Al ataque me lanzo con furores insanos,
como tras un cadáver un coro de gusanos,
y ¡oh mi cruel enemiga, oh bestia implacable!,
¡hasta esa frialdad te hace más adorable!

Las flores del mal
Charles Baudelaire

Caerán las hojas secas,
tú irás entre las tumbas,
hasta encontrar la mía,
y habrá una gardenia,
igual que tu piel desnuda.
Córtala tú y adorna con ella tus cabellos,
porque esa flor, nacida para ti en mi ternura,
será áquel verso que quise haber escrito
y la frase de amor que no te dije nunca...

Póstuma
José Ángel Buesa

Dedico este trabajo:

A **Díos**, porque guía mis pasos con serena ternura hacia un sendero de esperanza.

A **Jesús, Guadalupe, Charbel, Judas, Ánima y Praga**, porque en su compañía no tengo miedo.

A mi abuelita, **Doña Virginia Pérez Rangel**, ya que son inconmesurables su sacrificio, su esfuerzo y su entrega total. Perdón por fastidiarte, por mi indiferencia, mi desesperación. Hacia donde vaya llevaré tu sonrisa, y hacia donde vayas llevarás mis "te quiero, mamá".

A mi mamá, **Sra. María de Jesús Barrera Pérez**, diamante de 50 kilates, testimonio de lucha, cordura y sinrazón. Gracias muñeca, jamás podré pagarte tu amor y las preocupaciones que te doy.

A mis niños, **Axel Bryan Jerónimo, María Cáscara y Regina Milena Carlota**, porque son angelitos que iluminan mi vida. Un beso y una mordida, tesoros.

In Memoriam, a mi querida maestra **Lupita Arciniega**, hoy me propongo fundar un partido de sueño, talleres donde reparar alas de colibríes, y espero que nos reencontremos en algún siglo y podamos entonar juntas la oración de la rana.

A la **Srita. Norma Cerna**, por estar a mi lado y por impulsarme a realizar esta investigación.

A **Doña Josefina Sandit**, por el inmenso cariño y paciencia en esas tardes de chocolate.

Al **Sr. Federico Pérez**, por ayudarme a consolar a mis pequeños hermanos desválidos.

A la **Sra. María Eugenia Rojo** y a toda su distinguida familia, (incluidos los *babies*) por su generosidad sin límite.

A la **Sra. Lilia Domínguez, Sr. Chavalo** y encantadora dinastía, por el apoyo brindado a lo largo de toda mi vida, y particularmente en circunstancias difíciles.

A la **Sra. Carmen Fragoso**, asesora de estilo y mujer de enorme valía.

A **Marina Valdés, Miguel Angel Nieto, Betty Jasqui de Romano y July Romano Jasquí**, tantos siglos, tantos mundos, tanto espacio, y coincidir...¡Gracias por su amistad!

A mi asesora, **Maestra María Luisa Morales**, quien apostó a la elaboración de esta tesis, a pesar de la inconsistencia de mi primera propuesta de investigación.

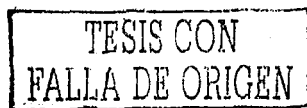
A esos extraordinarios profesores que marcaron mi formación intelectual y me devolvieron la fe en la condición humana: **Willy Pineda, Magdalena Plata, Ricardo Ingle, Carlos Gómez, Virginia Medina, Betty Zalce de Guerriff, Yolanda Aquino, Juan Manuel Morales y Jorge Olvera.**

A la **Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán**, por albergarme generosamente, porque los años que pasé en sus aulas fueron los más felices de mi vida.

A todos aquellos que coadyuvaron con soporte técnico e información.

Y en general, a todos aquellos a los que en los últimos dos años he aburrido con un alud de datos y curiosidades telenoveleras no solicitados.

4





"La belleza que atrae rara vez coincide con la belleza que enamora".
José Ortega y Gasset

ÍNDICE

	PÁG.
Introducción	I
Capítulo 1	
Una disección del género telenovela	1
1.1 Mundo de telenovela	3
1.2 Antecedentes de las telenovelas	7
1.3 La telenovela: espacio de dramatización de la cotidianidad	12
1.4 Breve historia de las telenovelas transmitidas en México	27
Capítulo 2	
La influencia de Yo soy Betty, la fea	60
2.1 La primera protagonista fea de la televisión colombiana	61
2.2 La cenicienta recorre el mundo	81
2.3 La mercadotecnia alrededor de una fea	89
2.4 Eco Moda o La Cenicienta II	93
2.5 La fealdad está en boga en Colombia	96
Capítulo 3	
El enfoque de Usos y Gratificaciones	99
3.1 Enfoque de Usos y Gratificaciones	100
3.2 Diseño del instrumento	109
3.3 Presentación de muestra	114

Capítulo 4

Las gratificaciones que Yo soy Betty, la fea otorga

a las televidentes mexicanas 120

4.1 Los usos y las gratificaciones 122

4.2 Interpretación 133

Conclusiones 156

Referencias 159

Apéndice: Cuestionario que se aplicó a las mujeres 174

7

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Introducción

"¿Cuál es el más hermoso de los espectáculos? El rostro de la mujer, expresando amor. ¿Cuál es el más suave de los perfumes? Su aliento dulce. ¿Cuál es el más agradable de los sonidos? El eco de su voz. ¿Cuál es el más exquisito de los sabores? El néctar de sus labios. ¿Cuál es el más dulce de los contactos? El de su cuerpo. ¿Cuál es la imagen más agradable? Sus encantos. ¿Cuál es la mejor gracia del mundo? Su belleza".

Kama Sutra

Todas las mujeres desean ser hermosas, pero nuestro concepto de belleza opera de acuerdo a los patrones dominantes: jóvenes, blancas, altas, con facciones finas y un cuerpo delgado y bien formado. Para ello hay miles de cirujanos plásticos dispuestos a realizar todo tipo de operaciones: quitar, poner, moldear, delinear la silueta. También existe una amplia gama de clínicas de belleza, gimnasios, spas, que combinados con tintes, cremas, inyecciones de botox, shampoos y todo tipo de cosméticos, prometen hacer la diferencia.

Y hay ropa y accesorios que devuelven una imagen distinta, pareciera que con sólo adquirirlos cambiara el estilo de vida, el rostro y retornara la juventud. El prestigio del matrimonio, el privilegio de los hombres y la utilidad de un apoyo masculino hacen que las mujeres anhelan fervientemente agradar a los hombres.

Porque como dice Erich Fromm, en la sociedad actual se persigue una pareja como si fuera un premio de caza. Y se busca a alguien atractivo, es decir, que sea popular y bastante demandado en el mercado de la personalidad. "En una cultura en la que prevalece la orientación mercantil y en la que el éxito material constituye el valor predominante, no hay en realidad motivos para sorprenderse de que las

relaciones amorosas humanas sigan el mismo esquema de intercambio que gobierna el mercado de bienes y de trabajo".

Platón lo plantea en la siguiente máxima: "Cuando un hombre ama lo bello ¿Qué es lo que desea? Que lo bello pueda ser suyo". Y las telenovelas se han preocupado por estimular a las mujeres en la búsqueda del Príncipe Azul, en lugar de centrarse en lograr su fortuna y la felicidad por mérito propio.

Las heroínas telenoveleras son voluptuosas, tienen una figura espectacular, una cabellera brillante y sedosa y mantienen una piel de bebé, aunque su vecindario esté cubierto de lodo y no tengan en qué caerse muertas.

Sufren mucho, venden Avon, las mantiene su familia adoptiva o trabajan de empleadas domésticas, es decir, se hallan al margen de una actividad como profesionistas. Su máxima aspiración es encontrar un hombre que las sostenga, así que permanecen vírgenes hasta que la llama de la pasión inunda a la pareja y llegan al altar.

Y en México, desde 1958, han sido modelo inspiracional, fuente de consejos y han aportado vivencias, tal vez no realizables en la existencia fuera de pantalla, a varias generaciones de telesufrientes, quienes reconocen que hay que sufrir para merecer y que una mujer no es mujer hasta que descubre el dolor y la traición.

En Colombia, Fernando Gaytán escribió una historia para RCN Televisión con una protagonista fea: **Yo soy Betty, la fea**. No era pionero, a lo largo de la historia de la telenovela mexicana otras mujeres alejadas de la belleza han aparecido en nuestras pantallas mexicanas. Basta recordar a **Pobre Clara**, a **Rina** o a **Lorena** en **Alcanzar una estrella**.

Pero era la primera vez que aparecía una chica fea en el país del escritor Gabriel García Márquez y fue una gran sorpresa porque la división entre guapos y feos es otra lucha de clases, a la que no se alude frecuentemente.

Hay que entender cómo son las colombianas, por más que los medios masivos de comunicación promuevan mujeres anoréxicas, las figuras siguen siendo redondas y con formas rotundas. En pocas palabras, las colombianas ¡tienen cuerpazos!

Tan exuberantes son las modelos colombianas que el diseñador de alta costura Oscar de la Renta, que mostró su colección para Balmain dentro de la feria Colombiamoda no encontraba modelos que cupieran en sus diseños realizados especialmente para bellezas lánguidas y escuálidas. Tuvo que recurrir a las modelos esbeltas, que en ese país están un poco relegadas, como Carolina Castro, una morena espectacular.

"Colombia es un país que rinde culto al busto, así como Brasil lo hace al derriere", afirma la famosa diseñadora colombiana Pepa Pombo. Y debe de ser, cuando el regalo más popular para las quinceañeras consiste en la operación para aumentar los senos. Hay historias por ahí de jovencitas que han muerto en la mesa de operaciones por buscar figuras voluptuosas.

Así, en Medellín, Bogotá y Cali es común ver a pequeñas adolescentes con bustos increíbles. "Es algo cultural. A todos los hombres colombianos les llama la atención un gran busto", expresa Arturo Tejeda, presidente de la Asociación de Diseñadores Colombianos.

La protagonista de la telenovela **Yo soy Betty, la fea**, Beatriz Aurora Pinzón Solano no muestra un generoso escote, mucho menos una pollera colorada, tampoco usa ombligueras que resalten su diminuta cintura. Por el contrario, porta una indumentaria suelta, discordante, pasada de moda, que esconde su figura flacucha y desgarbada. Su andar asemeja a un pato, tiene vello facial, un fleco grasoso y lo que la hace verdaderamente especial es un gran par de anteojos de armazón de pasta púrpura y dientes cubiertos de brackets. Su encanto radica en la diferencia con otras primeras figuras, puesto que, como sugirió Giovanni Boccaccio: "En una bandada de blancas palomas, un cuervo negro añade un aumento de belleza como no lo haría el candor de un cisne".

El argumento de **Yo soy Betty, la fea** es una adaptación de la Cenicienta. Una joven Economista que tiene un posgrado en Finanzas no encuentra un buen empleo; en una sociedad que exige una excelente presentación, la fealdad de Betty opaca su sólida preparación académica y su comprobada honestidad, por eso es una enorme satisfacción para ella trabajar como secretaria en una empresa que, paradójicamente elabora prendas de alta costura.

Betty se convierte en la mano derecha del novel presidente, Armando Mendoza, recibe su apoyo incondicional y por él se involucra en actos ilícitos: accede a maquillar los balances que son presentados en las juntas directivas, se vuelve su prestanombres en la creación de una empresa fantasma para proteger a Eco Moda en caso de un embargo, lo ayuda a comprar telas panameñas de contrabando; hasta que acumula tal cantidad de poder que Mendoza decide vencer su repugnancia y seducirla para garantizar su fidelidad, ayudado por su vicepresidente y amigo, Mario Calderón. En el juego, sus sentimientos cambian y comienza a enamorarse de ella, al punto que reflexiona sobre la posibilidad de abandonar a su prometida por Betty.

No obstante sus planes no se realizan ya que Betty descubre una carta de instrucciones, escrita por Mario Calderón donde se burla explícitamente de su relación y entiende que todo es ficticio. A partir de ese momento, Betty se derrumba, pierde interés en vivir hasta que llega un joven y rico empresario francés que se interesa genuinamente en ella.

Betty cambia de look y se enfrenta a los demonios que andan sueltos, y debe elegir entre una relación destructiva y el amor romántico, ideal...

En la historia no hay pizca de la violencia que convulsiona cotidianamente a Colombia, no hay grandes escenarios, nadie pide dinero por guardar un secreto obscuro, ni Betty tiene un pasado turbio. El relato fluye con un extraordinario manejo del sentido del humor, con personajes verosímiles que enganchan a la audiencia porque se asemejan a personas que todos conocemos: la presumida que quiere aparentar que pertenece a otra clase social, la solterona, la engañada, la casa chica, el mujeriego empedernido, el homosexual, el dicharachero, etc.

A todos los países donde llegó **Yo soy Betty La Fea** causó controversia y algunas escenas fueron comentadas al igual por ministros, actores, sacerdotes y medios masivos de comunicación. El diario estadounidense The Washington Post le dedicó un espacio en primera plana.

La popularidad de **Yo soy Betty, la Fea** se diferencia de telenovelas anteriores—donde destacan el récord memorable de teleaudiencia, como **Simplemente María** en los 70 o los éxitos de Lucía Méndez, Verónica Castro o Thalía en años más recientes—en que **Yo soy Betty, la fea** se difundió casi simultáneamente en toda la región. Es más, aunque en muchos países aún no concluye la telenovela, los medios de comunicación comentaron ampliamente el final de ésta, televisado en Colombia el martes 8 de mayo del 2001. La velocidad con que se transmiten las

noticias y la facilidad para acceder a medios de comunicación de diversos países a través de Internet lograron darle una homogeneidad nunca antes vista al público televidente latinoamericano. En ese sentido, el éxito simultáneo de **Yo soy Betty, la fea** en Colombia y Estados Unidos, o en Chile y Guatemala, se debe a la globalización. Aunque la gran mayoría del público no tenga acceso a Internet, las radios, revistas y canales de televisión de donde obtienen sus noticias están conectadas a esta red de comunicación global.

La mercadotecnia le otorgó a los bettymaníacos la posibilidad de adquirir muñecas con su imagen, videos, comics y hasta libros con las mejores frases de la protagonista...

En México no contó con una amplia aceptación, al igual que en los otros países latinoamericanos. Mientras su embrujo daba la vuelta al mundo, Televisa no le brindó un buen espacio, la arrinconó diariamente de siete a ocho de la noche por canal nueve. Realmente no querían que funcionara, sino adquirir los libretos y reeditarlos un par de años después. A petición del público entró una repetición a la frecuencia más poderosa de Televisa, con ganas de que nadie la viera, los sábados de tres a cinco de la tarde.

¿Por qué seguir las aventuras de **Betty**? En un caso práctico se investiga cuáles son las gratificaciones que un grupo de cincuenta mujeres que habitan en el municipio conurbado de Naucalpan de Juárez y tienen entre veinte y treinta años de edad obtienen de verla. En el conjunto de las mujeres estudiadas no se puede hablar de "recepción ingenua": cada espectadora sabe qué consume, cómo consumirlo y para qué. Se resalta el ejercicio de saberes que probablemente las espectadoras desconocen que poseen. El bagaje que han acumulado a lo largo de sus vidas y la visión a largo plazo de telenovelas permite que se hable con familiaridad del género, se responda un cuestionario y se identifiquen las gratificaciones otorgadas.

Yo soy Betty, la fea es también el pretexto para enlistar algunas características de la telenovela, recordar algunas de las historias que permanecen en nuestro inconsciente colectivo y conocer la reacciones que generó en distintas naciones.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PAGINACION

DISCONTINUA

Capítulo 1

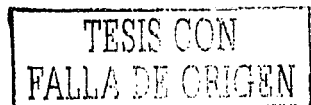
Una disección del género telenovela

"Las telenovelas están llenas de mensajes inmorales, violencias, prejuicios, tapujos, hijos ocultos, mentiras, machos muy machos y mujeres sometidas, a más de jóvenes de uno y otro sexo de una mentecatez que tira de espaldas " dice Margarita Michelena.

A propósito de las telenovelas se vierten anualmente varios ríos de tinta. Con chabacanería cada semana publicaciones faranduleras dan cuenta de las aventuras sentimentales y de la nueva talla de sostén de sus protagonistas.

Por otra parte, en el sector académico, con rigor metodológico, investigadores como Tomás López Plumarejo, Jesús Galindo, Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, Valerio Fuenzalida, Nora Mazziotti, Karla Covarrubias o Nora Mazziotti la desmenuzan desde su perspectiva particular.

Y es que como producto comunicativo la telenovela da para muchos tipos de análisis: de recepción, de contenido, examinar si x telenovela es o no feminista como se anuncia, reportajes del proceso de creación y realización; descripciones de la ardua labor de publicidad; reseñas históricas, de género; investigaciones de opinión pública, etc. porque a pesar de que algunos intelectuales dictan juicios simplistas, es género rey en la televisión latinoamericana y aunque el contenido predominante sean las historias rosas, lacrimógenas, hay un afán de enganchar al auditorio con el viejo cuento que por sus múltiples carencias, tiene que ver telenovelas que le permitan soñar con vidas ajenas e ilusionarse con experiencias que en la vida real tal vez nunca experimentará.



El fenómeno de la internacionalización de las telenovelas es relativamente reciente, ya que hasta mediados de los años setenta las series norteamericanas dominaban en forma aplastante la programación de ficción en los canales de televisión de toda Latinoamérica. El promedio de programas importados de los EE.UU -en su mayoría comedias y series melodramáticas o policíacas- ocupaba cerca del 40 % de la programación; y de otra parte, esos programas llenaban los horarios más rentables, tanto los nocturnos entre semana como a lo largo de todo el día los fines de semana.

A finales de los setentas la situación comienza a cambiar: el número de estaciones de televisión pasó de 400 a 1500, Brasil y México compraron satélite propio, las empresas de información radial y televisiva abrieron enlaces mundiales vía satélite, aparecieron antenas parabólicas hasta en los países más pobres de la región y se implantaron redes de cable, e hicieron su aparición los canales regionales de televisión.

Entonces la producción nacional empezó a crecer y a disputar a los seriados norteamericanos en los horarios estelares. Rápidamente la telenovela nacional en varios países - México, Brasil, Venezuela, Colombia, Argentina, Chile- y en los otros la telenovela brasileña, mexicana o venezolana, desplazan por completo a la producción norteamericana.

Desde ese momento, y hasta principios de los noventa, la telenovela se convierte en un enclave estratégico de la producción audiovisual latinoamericana, tanto por su peso en el mercado televisivo como por el papel que desempeña en el reconocimiento cultural de estos pueblos, ya sea en el plano nacional o en el internacional.

La industria televisiva se consolida, moderniza sus procesos e infraestructura - tanto técnicas como financieras - y sus recursos humanos: libretistas, directores, camarógrafos, sonidistas, escenógrafos, editores se especializan.

Cada país adopta su propio estilo: en la telenovela brasileña hay apertura a las historias eróticas, en la telenovela mexicana se dan niveles impensables de sufrimiento y de hijos perdidos, en la telenovela colombiana hay realismo e ironía, y la telenovela venezolana patalea un poco con el mismo esquema dramático de cebolla picada.

Queda entonces una breve disección del género y un recorrido por las telenovelas que han desfilaro por nuestras pantallas, y continuará...

1.1 Mundo de telenovela

La telenovela, igualmente conocida como culebrón, es la aportación latina al mundo de la televisión. En América Latina se hacen más de cien minutos de telenovela al año que de cine, programas cómicos o emisiones de variedades. Son el género de entretenimiento que más tiempo ocupa en la programación de los canales abiertos. Se transmiten en horarios de lunes a viernes, de lunes a sábado y hasta con resúmenes especiales para el domingo en ciertas entidades. Entran gratuitamente a nuestros hogares y soñar es un paliativo para el público de todas las clases socioeconómicas.

En México se lee poco, casi medio libro al año, y los cines se abarrotan únicamente en funciones de estreno o los miércoles que la entrada cuesta la mitad. Por lo tanto es más fácil encontrar referentes en la telenovela para interactuar con otras personas. El propio ganador del Premio Nobel, Gabriel García Márquez le dijo a Susana Cato en una entrevista a Proceso: "Yo siempre he querido escribir telenovelas, es una maravilla, llegan a más personas que un libro".

Hay anécdotas entrañables como que en China, la telenovela brasileña **Esclava Isaura** tuvo 450 millones de televidentes. En Cáceres, un pueblo de Andalucía, le hizo un monumento a María, la heroína de la telenovela argentina **Simplemente María**. En Polonia recolectaron dinero para costear una operación que le devolviera la vista a la ciega **Esmeralda**. En 1992, mientras la ex Yugoslavia se fragmentaba en un frenesí de masacre

étnica, una nota mucho más dulce sonaba en la televisión. Una telenovela mexicana conocida como **Los ricos también lloran** salía al aire en las repúblicas envueltas en un conflicto. Y cada noche la vida se detenía por unas horas.

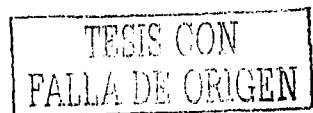
Entre el caos, Kasia Wyberko trabajaba en los Balcanes como corresponsal de Televisa, la cadena que produjo la telenovela. Wyberko recuerda que cada noche se reunían multitudes frente a las televisiones de las tiendas departamentales y no se perdían ni un subtítulo. Cada noche, una patrulla de soldados de la sección croata de Herzegovina, después de regresar de su ronda, conectaba un televisor a su generador y seguía las cuitas de Mariana.

Y es que la telenovela engancha, crea adicción, el público deja todo para ir a un seguro reencuentro con sus personajes favoritos. Cuando un latino ve una telenovela se involucra con la trama de una forma que no tiene comparación con otro género televisivo en otras partes del mundo. Hombres, mujeres, jóvenes, adultos en plenitud y niños le responden a los villanos, sugieren posibles respuestas, se aprenden los parlamentos, mandan cartas para sugerir el final, se exasperan, gritan y hasta lloran.

La telenovela genera una serie de industrias paralelas como: revistas especializadas que manejan información de las producciones y de la vida privada de los actores, emisiones de radio, programas especiales de televisión, historietas, libros, obras de teatro con los actores que recientemente participaron, discos, juguetes, conciertos, artículos promocionales, entregas de premios, páginas de Internet y suplementos especiales en los periódicos.

Los admiradores de los actores y actrices que en ellas intervienen forman clubes, intercambian chismes, coleccionan fotos y les piden autógrafos, porque así como Hollywood es la meca del Star System norteamericano, las telenovelas crean sus propios ídolos.

Es un género controvertido, algunos las desprecian, otros las aman. No es fácil reconocer en público que se ve una telenovela, es más, como se pregunta Margarita Zires en El ceremonial televisivo : "¿Cuántas veces no hemos sentido la necesidad de disculparnos



para poder comentar que vimos determinado tipo de programa que se supone no nos corresponde, ni nos pertenece, que cuestiona nuestra imagen frente a los demás?"

Delia Fiallo se defiende: "Los detractores de las telenovelas son gente que vive atada a viejos esquemas culturales. Gente que no disfruta bailar pegados, que no canta El Rey cuando se pasa de tragos, que no se pone sentimental cuando oye Adiós muchachos compañeros de mi vida, que no se emociona escuchando un buen bolero de la Guillot.

Estos aristócratas de la cultura sólo quisieran obras para el disfrute de las minorías. No entienden que las especies populares, a veces despreciadas y encarnecidas, forman parte también de nuestra cultura. No se han dado cuenta que ya resulta anticuado encerrar el concepto de cultura dentro de cánones rígidos y pensar que cultura es sólo aquello que pertenece a las artes tradicionales como la pintura, la escultura, la música clásica y la alta literatura. Cultura es más bien el producto intelectual, material y espiritual que generan los grupos sociales" precisa.

Ama y señora de la pantalla chica **Senda Prohibida** , protagonizada por Silvia Derbez, apareció el lunes 9 de junio de 1958 a las 18:30 hrs. y abrió en México el sendero del placer de ver telenovelas.

Si en 1958 alguien le hubiera planteado a los productores de televisión la posibilidad de una comunidad mundial unida por la fuerza de las telenovelas, seguramente hubiera sido calificado de loco, pero las telenovelas no sólo llegaron a ese punto, sino que lo rebasaron pisoteando nacionalidades, idiomas y culturas.

Emilio Azcárraga Milmo señaló el 15 de febrero de 1993 que "México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil"¹.

¹ Corro, Salvador "Azcárraga a pantalla: dice que como rico también llora y se erige paladín de los jodidos" Proceso, no. 850, 15 de febrero de 1993, p. 14

Esa definición de la función social de Televisa marcó la línea de sus melodramas, que de acuerdo con Carlos Monsiváis, coadyuvaron en la educación sentimental de la población a manera de un cinturón de castidad.

Para colmo, Televisa se vanagloria de que sus telenovelas dan la vuelta al mundo, que **La intrusa** fue vista en 30 naciones, entre las que se incluyen Canadá, Croacia, Estonia, Latvia, Lituania, Hungría, Israel, Filipinas e Indonesia, que **María la del barrio** apareció en 51 países, **Marimar** en 48, **María Mercedes** en 41, **Cuna de Lobos** en 27. Lo que no dice es en qué condiciones llegan, en qué horarios se transmiten y si todas tienen los mismos resultados. Evidentemente son muy pocas las producciones latinoamericanas que se programan en horarios estelares fuera de la región, y todavía menos las que provocan reacciones multitudinarias.

Aún así, hay realizaciones que triunfan en los lugares más insospechados, pero no son todas, y en más de cuarenta años de historia, jamás se han publicado noticias de que las grandes cadenas abiertas de Nueva York, Londres, Berlín y Tokio programen una a las 21:00 horas en lugar de cualquier otro género televisivo nacional. Esto ni siquiera pasa dentro del continente. En Colombia, por ejemplo, hay un acuerdo que prohíbe transmitir una telenovela extranjera en horario estelar.

Se hacen descripciones grandilocuentes de la cálida recepción al estilo de Presidente-de-país- influyente que les dan en naciones lejanas a actrices como Thalía con sus **Marías** en Filipinas o a Gabriela Spanic. El equivalente noventero de los que Verónica Castro logró una década atrás con **Los ricos también lloran** en la Unión Soviética. Cuando viajó a Moscú fue recibida con honores de Jefe de Estado. Y es que el 70% de la población rusa veía su

telenovela, la mitad de los habitantes de Moscú no se perdía un capítulo, mientras que el 20% restante lo hacía ocasionalmente².

En términos económicos la telenovela es un negocio sumamente rentable, ya que, además de los altos ingresos obtenidos por la publicidad tradicional, bloques de comerciales de 5 a 7 minutos, los anunciantes descubrieron en 1987 que tienen otra veta para aumentar los recursos: pueden pagar presencia de marca, con los personajes levantando la botella o el frasco frente a la cámara, en una situación que normalmente pasa inadvertida.

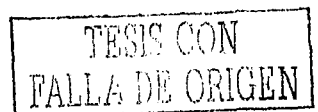
Carrusel y **Mi pequeña Soledad** fueron las primeras telenovelas que mostraron abiertamente marcas como Pepsi Cola, Café Diplomático y Crema C de Pond's. En las producciones recientes como **Serafín**, los niños consumen productos Nestlé, las modelos de **Yo soy Betty la fea** usan shampoo Pantene y los ricos de **Siempre te amaré** beben licores de Bacardí.

Otra estrategia consiste en vender las cortinillas de entrada y salida a marcas prestigiadas, como lo hizo **Pobre Clara** con la pasta Colgate o **Mirada de mujer** con el Instituto Pond's.

1.2 Antecedentes de las telenovelas

Los melodramas televisivos deben ser vistos como un género heredero de manifestaciones anteriores a la irrupción de los medios masivos de comunicación. Hay que entender al melodrama como una manifestación eminentemente teatral que emplea resortes dramáticos y trucos sentimentales, así como juegos anecdóticos provenientes de los clásicos, evidentemente adaptados y simplificados; el rasgo escénico habrá de marcarlo y definirlo, aunque posteriormente sea ofrecido al espectador a través de otros medios. Alguna vez Jesús Martín Barbero indicó que hay "una estructura dramática y una actuación que exhiben descarada y efectivamente los sentimientos, exigiendo en todo momento del público una respuesta".

² Carlos Fuentes opina que en sociedades hambrientas de narración y hartas de *slogans*, como China y los países de lo que un día fue la URSS, el melodrama es una droga de satisfacción garantizada.



El melodrama tiene sus antecedentes en el teatro musical, en el siglo XVIII. Surge como una clara reacción contra el uso de la música formal y una búsqueda del sentimiento y expresión nueva en el texto cantado.

El melodrama se originó con la ópera. El término lo introdujo Rousseau para referirse a un tipo de drama en el cual las palabras y la música en vez de caminar juntas se presentan sucesivamente y donde la frase hablada es de cierta manera enunciada y preparada por la frase musical. Se trataba de un espectáculo elitista, de acceso reservado para las clases privilegiadas. El gobierno permitía que el pueblo hiciera escenificaciones sólo que sin diálogos, ni hablados ni cantados, so pretexto de no corromper el verdadero teatro.

En este sentido la Revolución Francesa permitió que la gente irrumpiera en el escenario político y teatral, con todo el cúmulo de experiencias vividas en la batalla se exaltó su imaginación y se desbordó en las representaciones.

Nora Mazziotti menciona en "Intertextualidades en la telenovela argentina: melodrama y costumbrismo" que entre las características de esos melodramas se encuentran el énfasis en la actuación con el uso de maquillaje y la mirada de los histriones, al que se agrega el juego de luz y sombras, sumado a la música que incide en las distintas situaciones representadas.

Aquí empieza el desquebrajamiento de la armonía familiar, desfilarán entonces madres solteras, desgracias al por mayor, separación de la familia y aquellos que personifican al bien serán enviados a la cárcel, a un hospital o vivirán una situación sumamente desagradable hasta que aparezcan cartas, testigos, revivan muertos o se les revele su verdadera identidad que los regrese a su feliz estado inicial.

A mediados del siglo XIX nació el folletín, primer tipo de texto escrito de comunicación del pueblo y para el pueblo, de expresión de sus inquietudes y sentires. Este medio influyó de modo determinante en la evolución del melodrama, permitió la libertad de expresión creativa, difundió contenidos característicos del teatro y creó un público interclasista.

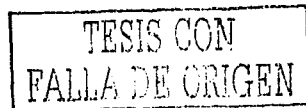
El folletín produjo excelentes obras. Basta mencionar a Los Miserables de Victor Hugo, Grandes Ilusiones, Oliver Twist y David Copperfield de Charles Dickens; Los tres mosqueteros, Veinte años después, El hombre de la máscara de hierro y El conde de Montecristo de Alejandro Dumas, entre otros.

Con el surgimiento de la radio, en los años veinte, el melodrama encuentra otro espacio más de aprobación social y de expresión emotiva. América Latina es pionera del radioteatro. Paralela al desarrollo de la radio crece la diversidad temática de expresiones: historias de arrabal porteño, novelas históricas, radioteatro policial, infantil, la adaptación de clásicos de la literatura al cine, hasta el éxito de las historias de amor que inundaron las emisoras de América Latina.³

Se cuenta que los dueños de las tabacaleras se percataron de lo mucho que les interesaban los radioteatros a sus trabajadores, que laboraban muy contentos mientras las escuchaban. El formato se prestaba, se emitía cinco veces a la semana y los empleados, como no tenían radio en sus hogares, acudían presurosos a sus centros de trabajo para saber en qué iban.

Félix B. Cagnet immortaliza **El derecho de nacer**, 314 capítulos de veinte minutos cada uno, que arrojan una duración total de 6280 minutos. 104 horas de transmisión: un récord jamás superado en la historia del melodrama radiofónico. La conmovedora historia de Elena del Junco, una linda joven de la más aristocrática sociedad, primogénita del aristocrático, chapado a la antigua y no menos rígido don Rafael del Junco, quien enamorada del peor

3 Covarrubias, Karla et al. Cuéntame en qué se quedó. P. 159-160



enemigo de don Rafael se entrega a él en un rapto de amor, de locura, de éxtasis, de inexperiencia, y concibe en sus entrañas un ser inocente, un angelito, una criatura de Dios a la que por cobardes prejuicios sociales el canalla seductor desea privar de la existencia.

¡Jamás lo permitiré! - responde Elena, iracunda- Esta criatura que palpita ya en mis entrañas es una víctima de nuestro pecado, es inocente y tiene..tiene... -titubea Elena como tomando bríos-¡el derecho de nacer! Luego esa inconmesurable negra, Mamá Dolores que obedeciendo las súplicas bañadas en llanto de la niña Elena toma en sus manos de santa al angelito que al fin nació , y para librarlo de las pérdidas planes del implacable don Rafael huye lejos, lejos, luego de jurar solemnemente a su niña Elena , en nombre de la Virgen de la Caridad del Cobre, velar por él como una madre y no decirle a nadie nunca, cuál es su origen...¿Qué pasará? ¿Revelará por fin Mamá Dolores a Albertico Limonta quién es su madre ¿Morirá don Rafael del Junco sin arrepentirse de su villanía? ¿Colgará los hábitos Sor Elena de la Caridad para casarse con el guapisimo Jorge Luis Armenteros? Frente a tan angustioso interrogante, con los ojos en crisis, y el corazón hecho polvo, un público sediente de lágrimas y decidido a apechugar con problemas que no son los suyos, se prende como una lapa a los increíble avatares de la historia.⁴

Otro antecedente es el ciclo de oro del cine mexicano. "El melodrama fílmico es el alma máter del infortunio y la gran escuela de comportamiento en situaciones límite. De los años treinta a los cincuenta, el cine no se da tregua en la tarea de afirmar a su público en la religión de la desdicha, que si ocurre es porque Dios quiso" dice el escritor Carlos Monsiváis. Se llega al paroxismo de las desventuras en la pantalla grande: "un recién nacido que depositan en un bote de basura (**Victimas del pecado**); un padre que acuna a un hijo carbonizado (**Ustedes los ricos**); una madre que le suplica a su hijo obedezca en todo a su padre, un canalla borracho y abusivo (**La oveja negra**); una joven inocente y engañada que se convierte en sacerdotisa del pecado y termina de ofrenda ritual a la sífilis (**Santa**); un boxeador de enormes facultades que no se decide a ganar porque su origen humilde lo inmoviliza en el ring (**Campeón sin corona**); una pareja de indígenas de Xochimilco destruidos por el rumor y prejuicio (**María Candelaria**)".

⁴ Monsiváis, Carlos, A ustedes les consta, p.270-273

Es imprescindible recordar a las soap operas, seriales de larga duración, originalmente destinados a las mujeres, que abordan temas de la vida cotidiana. El género se originó en los seriales americanos de radio de los años treinta y luego saltó a la televisión

Tomás López Plumarejo en su Aproximación a la telenovela resume las características de la soap opera:

- El manejo particular del tiempo y el espacio (los sucesos tienden a atenuarse más que a condensarse, como ocurre en otros tipos de narrativa)
- El mundo es más que nada un mundo de interiores y conversación.
- El acontecer se dispersa a propósito de una comunidad, y no exclusivamente en función de protagonistas, tal como ocurre en la mayoría de las narrativas.
- Es una narrativa fragmentada en series y subfragmentada en fisuras igualmente rematadas de suspenso para dar paso a los anuncios de televisión.
- Su normativa de textualización ofrece la posibilidad de nunca terminar.
- Cada capítulo contribuye a sedimentar una complicada historia de vinculaciones entre los miembros de su comunidad.

Las soap operas son totalmente auspiciadas por la misma compañía que la produce, generalmente multinacionales fabricantes de detergentes y comestibles (Procter&Gamble posee seis). El protagonista es una comunidad cambiante. Sus actores principales son tan prescindibles como cualquier componente del equipo de producción. Se transmiten de mañana o en la tarde, en lo que se supone el horario de menor audiencia, para una público más que nada femenino (de 18 a 49 años) . Muriel G. Cantor y Suzanne Pingree precisan en The soap opera que es difícil perderse una escena crucial pues los diálogos entre los personajes ofrecen un recordatorio de los eventos ocurridos y hay un ritmo lento y abundancia de flash backs.

Las soap operas exitosas pueden continuar por muchos años, como **The guiding light** que empezó en 1952 y concluyó en 1987, así que los nuevos televidentes pueden estar seguros de unirse en cualquier etapa del serial. Álvaro Cueva afirma que la historia está abierta

" hasta que se mueren todos, incluidos los productores y el dueño del canal de televisión". Casi siempre están filmadas y entre los eventos recurrentes se hallan: cortejos, matrimonios, separaciones, muertes y desapariciones. El chisme es una llave maestra de este tipo de programas, frecuentemente ausente de otros géneros. Los espectadores están en una posición omnisciente, saben más que cualquier personaje.

La estructura de las soaps es compleja y no hay una última palabra sobre ningún aspecto. Involucra múltiples perspectivas y no hay consenso: la ambivalencia y la contradicción son sus características. No hay un sólo héroe y el amplio rango de personajes ofrece al público una variada gama de elección con quién identificarse.

Los televidentes se involucran con los personajes. Construyen representaciones de ellos los cuales deben reflejar el balance del público entre la estructura del programa y el conocimiento social. Los personajes de las soap operas se vuelven reales para la gente y por consecuencia constituyen una extensión de sus redes sociales y parte de su vida cotidiana.⁵

1.3 La telenovela: espacio de dramatización de la cotidianidad

"Actores mediocres, cuando no pésimos, decorados ridículos, un ritmo cinematográfico lento con repetición de situaciones y diálogos, improvisaciones en el guión que dan al traste con situaciones del capítulo anterior, historias aparentemente absurdas, una historia matriz que se va resolviendo bajo la batuta de unos ingredientes a todas luces fundamentales: amores, odios, celos, lealtades y traiciones; historias paralelas y/o subrogadas a la principal, culto al

⁵ Livingstone, Sonia, Making sense of television, the psychology of audience interpretation, p.60

clasicismo, todo ello con unos costes de producción bajísimos , dan como resultado unos beneficios tan atractivos como inesperados" plantea Assumpta Roura.

La telenovela es una dramatización y representación de la vida cotidiana, con todos los problemas, conflictos, resoluciones, comportamientos. Cada episodio acaba con una revelación o situación clave que deja al auditorio en suspenso hasta el siguiente capítulo. Tiene todos los recursos narrativos suficientes para hablar de la vida, auxiliada de la ficción. Es un tipo de narración y representación electrónica que permite a inmensas audiencias transclasisistas y transculturales satisfacer sus expectativas de disfrutar o aburrirse, de llorar o divertirse, de comentar o criticar lo que están viendo, día a día, frente a su televisor.

La telenovela es un género de la industria cultural y para Nora Mazziotti constituye un buen ejemplo de cómo transformar las reglas, recrear, hacer parodias y seguir siendo telenovela. Aunque desde hace 40 años cuenta la historia de amor entre una chica pobre y un galán adinerado, puede relatarla de muchos modos. En **Café con aroma de mujer** cruzó la historia de Gaviota, una recolectora de café, con los altibajos de los precios en las bolsas internacionales, graficados en la computadora de Sebastián. En tanto que en **Pantanal** se abordó el tema de la preservación del ecosistema y en **Yo soy Betty, la fea** se habló del infortunio de nacer poco agraciado en una sociedad interesada por una atractiva apariencia física. Algunas de ellas incorporan sucesos actuales , lenguajes propios del cine y la violencia para atraer audiencia.

Dice Jesús González Requena que para conseguirlo se recurre a todas las técnicas del impacto espectacular: apelación en la más estricta línea kitsch a todos los fetiches de la cultura de masas: dinero, violencia, sexo, cuerpos deseables y por ello hay publicitarios plenos de look y de light, estructura narrativa muy compleja, orquestada en múltiples personajes enlazados en una intensa red de conflictos.

Se puede hablar de al menos 45 tipos diferentes de telenovelas mexicanas, que Álvaro Cueva clasifica por orden alfabético: biográficas, campiranas, clásicas o literarias, cómicas, de ciencia ficción, de enfermedades o defectos físicos, de enigma, de época, de gemelas, de juzgado, de millonarios, de oficio, de personaje o destinales, de protagonista masculino, de protagonista negativa, de referencia cinematográfica, de superación personal, deportivas, didácticas, ecológicas, empates, escolares, esotéricas o de terror, experimentales, fársicas, feministas, folclor urbano, híbridas, históricas, independientes, infantiles, juveniles, médicas, multigeneracionales, musicales, para adultos, policíacas, políticas o de denuncia, populacheras, refritos, religiosas, rosas, semanales o miniserias, super producciones y tradicionales.

Lo único que estas producciones tienen en común es la continuidad, el melodrama, la pasión y la conclusión. Esto significa que son historias fragmentadas en emisiones de media o una hora, con dosis lacrimógenas en las que abundan los sentimientos encontrados, que aunque las tramas sean estiradas al máximo deben terminar en un momento dado. No se requiere de ninguna preparación especial para entenderla, ya que se usa un lenguaje coloquial y se escuchan sentencias, juicios y opiniones en boca de ciertos personajes cargados de una fuerte legitimidad social, como los sacerdotes, abogados, médicos o maestros.

No hay forma de perderse la reacción de un personaje. Hay primeros planos intercalados con algún plano medio que termina de situarlos dentro de la acción. La cámara se centra en la expresión facial y en la posición de los interlocutores que juegan una escena de charla íntima. Los gestos y miradas son importantes, algunos se ve claramente que sufren y otros permanecen impávidos. Abundan las conversaciones.

1.3.1 La caracterización de los personajes de telenovela

Ignacio H. De la Mota define a los personajes en su Diccionario de la Comunicación como: "cada uno de los seres humanos, sobrenaturales o simbólicos, ideados por el escritor, y que como dotados de vida propia, toman parte en la acción narrativa".

"En las telenovelas mexicanas uno se pregunta de dónde son esas familias todas rubias y perfectas, de Irlanda será, porque de aquí no" cuestionó José Gutiérrez Vivó durante la mesa especial de discriminación transmitida el 19 de septiembre de 2001, cuando conversó con Xóchitl Gálvez y Gilberto Rincón Gallardo sobre los estereotipos del color de la piel y la pertenencia a un clase social determinada.

¿Cómo caracterizan a hombres y mujeres reales en la pantalla? El vestuario, peinado, maquillaje y actitud se encuentra sujeto al rol que desempeñen en la trama.

Los personajes de una telenovela se clasifican en protagonistas, antagonistas, villanos y aliados.

El protagonista se distingue por su bondad, nobleza, decencia, generosidad, virtuosismo, inocencia, propensión al sacrificio, paciencia, sensibilidad, capacidad para soportar condiciones humillantes. Es el eje de la historia. "Si la telenovela se compone de 200 capítulos, eso quiere decir que hay 200 noticias para la protagonista: 2 buenas (cuando conoce al protagonista y cuando se casa con él) y 198 noticias malas" refiere el libretista Fernando Gaytán. Esa inocente mujer derrama gruesos lagrimones que quedan detenidos en sus mejillas. No ahorra exhalaciones ni suspiros. Sigue maquillada en la intimidad y nunca se quita las pestañas postizas. Y usa medias rotas.

El antagonista pone obstáculos en la relación de la pareja estelar y forma triángulos.

El villano causa conflictos, intriga, tiene complejos y traumas que no se explotan abiertamente. Las villanas se ríen, son sexys y beben champagne, los hombres las desean. Jesús Martín Barbero lo identifica, en su artículo "Matrices culturales de la telenovela", como el perseguidor o agresor, y lo describe como la personificación del mal y del vicio, del seductor que fascina a la víctima, del embrujo.⁶

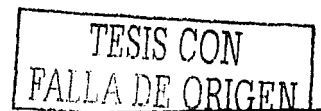
En tanto que el aliado parece no tener vida propia, siempre está dispuesto a escuchar y aconsejar y resolverles problemas a sus amigos. Puede encarnarse en el sacerdote, la comadre, manina (como denominaba cariñosamente Rosa Salvaje a su madrina), Mamá Hada o vecino de cuadra.

Todos los personajes representan simbólicamente valores sociales: generalmente los pobres, la bondad, la sinceridad, la humildad; los ricos, la deshonestidad, el egoísmo; los jóvenes, la superación; las mujeres, la sencillez, la femineidad, la ternura; los hombres, la fuerza, la gallardía, el poder. Aunque los personajes femenino y masculino pueden escenificar valores contrarios, dependiendo del papel que tengan.

Si nos enfocamos a las diferencias de género, ellos sí tienen derecho a ejercer una profesión. Ellos sí pueden trabajar en oficinas amplias, con sofás de piel y cuadros de Coronel en la pared. Ellos saborean las mieles del poder y el éxito.

Los hombres no son tan decididos en asuntos amorosos como en los negocios; por el contrario, aunque aparenten ser machos y busquen dominar a las hembras, en el fondo son pusilánimes, bobos, torpes, consentidos, indecisos, mimados e impotentes, fácilmente manipulables por las mujeres que le rodean: mamás, novias, amantes y la princesa.

6 Villanueva, Mario, "Los villanos" Revista Digital Opera Mundi, no. 3, México, D. F., 20 de agosto de 2000.



Los hombres que usan vaselina al peinarse nos remiten a una persona dominada por su madre; en cambio si lleva cabello largo, intuimos que es un aventurero como el Juan del Diablo de **Corazón Salvaje**, los chicos rebeldes pueden arreglarse el pelo a la moda. Un hombre usa bigote como prueba de que ha llegado a la madurez.

Los galanes por lo regular portan sacos o traje completo. Lo llevan a todos lados, hasta a la universidad, ya que demuestran que están al tanto de las últimas tendencias y tienen clase.

El dramaturgo Alberto Dallal afirma que se presenta al género femenino como simple objeto sexual: " las telenovelas presentan personajes femeninos cursis, melodramáticos, limitados socialmente, caídos en ese engaño cultural y social básico que se refiere al papel sufriente, limitado económicamente, incapaz de reivindicación, que se regodea en torno a la mujer buena y sacrificada, herida sangrante dentro de la familia. Se trata de un mito que en la actualidad se ofrece ya evidentemente como la cara opuesta de la realidad ".⁷

Estas mujeres de ficción aprenden que para ser felices hay que ser amadas, para ser amadas hay que esperar que Cupido las fleche con el Príncipe Azul, y se debe adoptar una actitud que atraiga a los varones.

Ser femenina es mostrarse pasiva, dócil, dulce y sumisa, porque a los hombres los asustan las féminas con carácter, audaces, inteligentes y cultas, así que es adecuado prestar mucha atención cuando habla la contraparte masculina y ponerse nerviosa, bajar la mirada o ya de plano como último recurso para mostrar interés, no falla asombrarse y abrir la boca.

Se aprecia que los sujetos del sexo femenino pueden fantasear sobre su próxima relación sentimental porque les sobra el tiempo libre. Son amas de casa , venden Fuller, Avon, flores

⁷ Carlos Monsiváis en su ponencia "Las mitologías femeninas y las telenovelas de ruptura", en el marco del Primer Encuentro Internacional de Telenovelas, realizado en Caracas, Venezuela, afirmó que realmente se han generado farsas sobre el papel sufriente de las heroínas telenoveleras, herencia del cine. Los personajes de algunas telenovelas latinoamericanas echan por tierra viejos estereotipos de mujeres incapaces.

o quesadillas o de plano viven de sus rentas. No se presenta la imagen de una ejecutiva de alto nivel que haya alcanzado la meta por su propio esfuerzo, sino que es la empresa de su familia o de su enfermo marido rico. Si es adinerada se dedica a visitar amigas y a ir de compras.

Yolande Le Gallo considera que es indispensable que las mujeres de la ficción sean bellas, estén bien peinadas y resalten su feminidad con el maquillaje, especialmente el lápiz labial y el delineador.

Ellas tienen piel blanca, cabellos rubios o castaños, en la mayoría de los casos son esbeltas y elegantes. Aquí hay diferencias entre el arreglo personal de las heroínas y las villanas:

Las heroínas visten colores claros, casi no usan maquillaje y por lo general se recogen el cabello, a veces se dejan un delicado fleco en la frente.

El cabello suelto es privilegio de las villanas, quienes suelen portar prendas en colores oscuros y pueden mostrar sus atributos corporales en ceñidas minifaldas o vestidos con aberturas.

Cuando las señoras sobrepasan los cuarenta años su cabello se halla recogido en un elaborado chongo o impecable peinado de salón.

Cabe resaltar que ellas pueden cambiar su apariencia física si su relación con los hombres lo requiere. Cuando una mujer transita de la belleza a la fealdad primero debe usar anteojos, peinarse mal y emplear ropa que la opaca, para que sea muy notorio cuando cambia los arzones por pupilentes o lasik, se hace la cirugía plástica y toma cursos de modelaje y personalidad.



Si dividimos por clase social encontramos que para nuestras telenovelas los personajes ricos merecen llevar un nombre extravagante y apellido de rancio abolengo, al estilo Rotschild, Del Villar, Espinosa de los Monteros. Entre esas villanas con billetera abultada hallamos a aquellas que en el nombre llevan la sentencia: Digna, Malvina, Mística, Livia, Catalina.

En contraposición, los descamisados son conocidos por su nombre (es garantía de éxito si el nombre de la heroína es una advocación de la Virgen María) o apodo y casi no se mencionan los apellidos.

La gente humilde siempre está sucia, atascada de mugre y su ropa tiene hoyos. Dentro de la pobreza extrema los únicos de piel blanca fueron alejados al nacer de su familia y quieren regresar a su sitio de origen.

Los adinerados tienen un aspecto pulcro, con piel perfecta, sin barritos.

Las casas de las familias ricas son ostentosas, amplias, con enormes jardines, siempre hay una buena escalera, último recurso para que alguien indeseable ruede y desaparezca.

Los solteros viven en departamentos.

Para los pobres están las vecindades, mal iluminadas, con paredes agrietadas y pintura descascarada.

Individuos de medios limitados pueden tener como morada chozas, jacales, o casas en colonias populacheras.

La Ciudad de México, escenario de tantas historias, de Acuerdo con el censo realizado por el INEGI en el año 2000, tiene más de 8 millones y medio de habitantes, y hay una gran cantidad de oferta hospitalaria y de bufetes jurídicos. En las situaciones telenoveleras es increíble como se dan encuentros casuales en centros de salud y en el despacho del abogado. Como si el profesional en cuestión fuera el único ejemplar de su especie.

1.3.2 Argumento

"El corazón de todos los hombres tiene una cáscara de sensiblería, todos somos, -quién más, quién menos, un poco cursis. Todos nacimos ¡con el sagrado derecho de llorar! precisa irónicamente Vicente Leñero en la crónica "El derecho de llorar" incluida en la recopilación de Carlos Monsiváis A ustedes les consta.

Los argumentos de esas historias lacrimógenas están basados en su mayoría en seis historias: La Cenicienta, Romeo y Julieta, El príncipe y el mendigo, Cumbres borrascosas, Crimen y castigo y Madame Bovary.⁸

No hay telenovela sin historia de amor. Al menos eso defienden los productores. Habría que cuestionarse qué entienden por amor. Se pregona que hay que sufrir para disfrutar del juego lúdico lúbrico. Los personajes se relacionan sentimentalmente por múltiples razones: deseos de venganza, infidelidad, calumnia, ambición de poder, frustraciones seniles, deseo de alcanzar un status, acumular riquezas o porque genuinamente se siente un interés por la persona.

Esto último ocurre frecuentemente con la pareja central. La carne llama, chico encuentra chica, chico pierde chica ya que las circunstancias impiden que los amorosos jueguen el largo juego del amor. Lo que los separa puede ser una causa externa como la familia o una señora arrogante, o una cultura, o una causa natural o un defecto físico, o el destino que

⁸ Gaytán, Fernando, Seminario Melodrama e Identidad: La Telenovela Colombiana, 23 de Junio de 1999 - Bogotá, Colombia

tiene marcados viajes y trayectos desconocidos, o problemas de adaptación del personaje que le impide amar o ser comprendido. Hay mucho dolor y desconfianza. El hombre debe elegir entre dar rienda suelta a sus pasiones o perder su herencia.

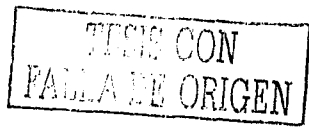
La lucha de clases es un conflicto vital, todos insultan a la pobre niña, hija de nadie o de padre desconocido, por sus orígenes humildes; de esta discriminación nace el deseo del ascenso social como clave fundamental para que la protagonista tenga una motivación por qué vivir. Para las mujeres, el amor es el único medio con el que se puede salir de la pobreza. Paradójicamente "se muestra la sociedad injusta que impide el amor imposible, pero no interesa si la sociedad mata de hambre a los hombres ⁹..." refiere un poblador de Nueva La Habana.

Entra en escena el villano, saca una pistola de lugares inimaginables y dispara a sangre fría o la sensual mujer fácilmente ingresa al hospital disfrazada de enfermera e inyecta veneno a la víctima.¹⁰

Conocer los orígenes es fundamental. Es lo que Peter Books denomina el drama del reconocimiento. Hay muchos familiares que desconocen el paradero de los suyos. Cuántas damas deambulan por los foros de las televisoras en la búsqueda del hijo perdido. Ya pertenecen a la alta sociedad cuando su auto se detiene en un semáforo, sienten el llamado de la sangre y se dan cuenta que la humilde chiquilla que vende flores trae puestos los aretes que le colocó a su hija bastarda antes que fuera arrebatada de sus brazos.

⁹ Como decía Roland Barthes, "se vacía lo real de los fenómenos sociales y se deja el sistema inocente: lo purifican". Así, pues, la telenovela y sus formulas cumplen una doble función: permitir la rápida producción de estas series, respondiendo con ello a unos intereses económicos, y garantizar una visión del mundo que se ajuste a los intereses sociales de las clases dominantes, que finalmente detentan el poder y la propiedad de los medios de comunicación.

¹⁰ Los asesinatos televisivos y los insultos entre personajes cumplen con las más variadas funciones psicológicas en el espectador, le sirven de catarsis a muchas personas y, honestamente, resulta preferible pensar en una sociedad desahogando sus tensiones frente al monitor que agrediendo a otras personas a su paso por la calle.



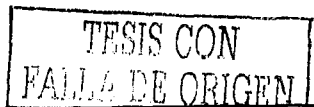
Esas pobres mujeres han sufrido mucho. En la juventud se dejaron llevar por el hombre que les prometía la corte celestial, le entregaron su virginidad y Dios las castigó con un embarazo no deseado. Desde luego sus padres, orgullosos, provienen de una familia distinguida y un nieto nacido fuera del matrimonio impediría que las casaran con un joven de su misma posición económica

Afortunadamente abundan personas de buen corazón , quienes no obstante su precaria condición económica están dispuestas a cargar con el hijo del pecado. Esos seres angelicales saben guardar el secreto hasta el momento propicio en que se reconoce la identidad.

La consigna es : "Alégrate, porque tu padre no es tu padre". Más o menos en la mitad de la telenovela, uno de los personajes le dice al otro, con gran dramatismo y un whisky en la mano: "Te voy a contar la verdad: tu padre no es tu padre". La música surge de repente formando un telón. La escena se interrumpe y aparece en la pantalla una gigantesca tableta que cae con un movimiento sinuoso en un vaso de agua y una voz dice: "Alka Seltzer, qué pronto alivio". El telespectador será sometido luego a un interludio de desodorante y jabones para regresar al hombre del whisky que continúa: "Has vivido en el engaño". Sube de nuevo la cortina musical ¹¹.

La revelación de la identidad tiene carácter de reparación justiciera que también viene del melodrama. No basta con que la identidad sea reconocida, tiene que serlo públicamente. Y debe implicar el castigo a los culpables. Esa es la lógica y la ética del melodrama: que los alineados en el bien disfruten junto con los protagonistas del triunfo del amor, de la revelación de la identidad. Y que los que ejercieron el mal reciban su castigo. Esa reparación justiciera es la que otorga sentido y redime a los protagonistas de toda la cadena de

¹¹ Bibliowicz, Azriel, "Las telenovelas: ¿hijas bastardas de la literatura?" consultado en [www.banrep.gov.co/blaavirtual/ boleti4/bof50-51/50-indbo.pdf](http://www.banrep.gov.co/blaavirtual/boleti4/bof50-51/50-indbo.pdf) el 18 de enero de 2002 a las 15:30 hrs.



sustituciones, accidentes, postergaciones, dolores inmerecidos, peligros y amenazas que les ocurrieron de manera arbitraria.¹²

En los últimos capítulos todos los problemas se solucionan y se descubren las acciones delictivas, ya que esta es otra característica argumental: el final feliz.

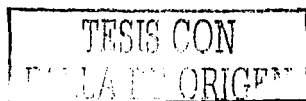
De ninguna manera y bajo ningún pretexto, se permitirá que los villanos mueran de muerte natural: siempre han de caerse por un barranco de dos mil metros, perecer aplastados por un tren al trabársele un pie en los rieles, o cuando menos asesinados por sus propios cómplices. Correlativamente, si por desgracia debe fallecer algún personaje con valores morales, no morirá de una enfermedad vulgar como la pulmonía o la cirrosis hepática, sino de un mal misterioso desconocido para la ciencia médica; o bien morirán heroicamente al interponerse para recibir un balazo destinado al ser amado o al tirarse bajo las ruedas de un camión para salvar la vida de un cieguito.

Chico reencuentra chica. Por alguna razón, los desenlaces más recordados incluyen a la protagonista ataviada con un hermoso vestido blanco, entrando a la iglesia del brazo de su padre o un amigo, mientras se escuchan los acordes de la Marcha Nupcial, y su amado la espera extasiado ante el altar, ante la mirada benevolente de parientes y amistades. Luego el sacerdote indica que el novio puede besar a la señorita y la galaxia se detiene a contemplar a la nueva pareja.

Nadie dice que esta sea la mejor manera de terminar una telenovela, sólo constituye una opción entre muchas. Pero el público se entristece cuando hay otro fin distinto¹³. " De ahí

¹² Mazziotti, Nora, pág. 15

¹³ En algunas ocasiones cuando los finales son ambiguos o no terminan de satisfacer al público, se crean programas unitarios en los cuales la industria y la audiencia se encuentran y discuten sobre un objeto coproducido. Por ejemplo, en 1993 Televisa transmitió el especial de **Dos mujeres, un camino** bajo la forma de un documental con presentador en vivo en el estudio, que comentaba las imágenes al aire. Se ofrecían tres finales diferentes al original, siguiendo, según afirmó la conductora, lo sugerido por el público. Cada uno de los finales (grabados con los protagonistas de la telenovela) fue comentado por la conductora que, sentada sobre un escritorio y con una escenografía sencilla, miraba a la cámara e interrogaba a la audiencia sobre las alternativas de resolución propuestas.



que el teleauditorio de la telenovela **Gabriel y Gabriela** protestara ante su desenlace. No se supo con quién se había casado Gabriela. El público se sentía defraudado. Se estaban violando las expectativas que ha creado el género" dice Margarita Zires.

A lo largo de los capítulos de la brasileña **Tieta** se veía la evolución de un pueblo miserable que se convierte en una zona turística con hoteles importantes, en tanto su población se desprende de sus prejuicios, desafortunadamente al final las dunas devoran la villa y no sobrevivió ningún habitante.

En **El candidato** el dinosaurio de la clase política, Juventino, empujaba a su yerno a la silla presidencial, al tiempo que pistola en mano, hacía que su amante bailara el jarabe tapatío junto a la piscina y le implorara perdón por haberlo traicionado con su hijo. El remate consistió en ver al suspirante y a su compañera emitir su voto y la leyenda: "Vamos todos a votar" cerró las incógnitas.

Doña Flor y sus dos maridos, basada en la novela del desaparecido escritor brasileño Jorge Amado, concluye con una celebración popular, Flor camina en medio de su segundo marido y Vadinho, su adorado primer esposo desnudo.

1.3.3 Los íconos religiosos

En las creaciones latinoamericanas, se halla una religiosidad exagerada, nunca falta el cuadro de la Virgencita de Guadalupe, o el San Judas Tadeo. En el caso de los melodramas

Años más tarde se presentó **Lazos de amor: El desenlace**, editado sin un presentador, mostraba la siguiente estructura: en la primera parte los autores Jorge Lozano y Teresa Medina reunidos con la responsable de la telenovela resumen el argumento destacando que nunca antes se había hecho una telenovela con trillizas. Esta y otras recreaciones están intercaladas con algunas de las escenas más importantes y con las opiniones de actores, técnicos y productores. A continuación se incorporan testimonios de periodistas gráficos, expertos (pediatra, psicóloga, astróloga), y figuras del medio artístico aunque no hayan participado en la factura de la telenovela, así como miembros de la audiencia, que opinan sobre la historia, los personajes y sobre todo, el final.

que se graban en México, tanta gente reza con la esperanza de que la Virgen de Guadalupe le resuelva la vida que tal vez podría decirse que es una invitación a la paciencia exacerbada, a creer en los milagros por encima del progreso y del trabajo en equipo.

Esto también se encuentra en las telenovelas de la India, obviamente con sus propias deidades.

1.3.4. Actores y cantantes: el binomio ideal

Hay que diferenciar entre los galanes y los actores de carácter que llevan la carga melodramática de la trama. Cuando la naturaleza no le dotó a uno del don de la belleza hay que aprender a actuar para no estancarse eternamente en el papel de la sirvienta o del caporal de la hacienda. El actor de carácter no nace en la telenovela, se hace en el escenario por excelencia: el teatro y demuestra su capacidad en cada intervención, sin tener que pelar los ojos y echarse gotitas para derramar lágrimas. Desafortunadamente no lleva el rol estelar, ese queda para los jóvenes y hermosos.

Parafraseando a Stanislavski: "La telenovela, en cuanto a la publicidad y a su aspecto espectacular, atrae a mucha gente que no quiere, precisamente, sino capitalizar su belleza o hacer carrera, aprovechando la ignorancia del público, sus gustos viciados, favoritismo, intrigas, falso éxito y muchos otros medios que nadie tienen que ver con el arte de la creación". De allí que tantos advenedizos aparezcan en la pantalla. ¹⁴

¹⁴ Lo novedoso es integrar en los elencos a individuos de reality show que no tienen la mínima capacidad histriónica y se creen talentosos a más no poder. Los resultados en pantalla son desastrosos. Desde 1929 George Méliès, el mago del cine se quejaba de los avatares para encontrar una estrella, "son muy escasas las que actúan bien. Muchas son bonitas, inteligentes, con una excelente presencia, llevan bien cualquier tipo de ropa, pero cuando se ven obligadas a filmar una escena algo difícil, ¡Ay! ¡Tres veces ay! Quién no ha visto los sudores que invaden entonces al que dirige la escena, no ha visto nada".



La apariencia del actor, su sex appeal, su personalidad cuentan mucho en nuestras telenovelas. Las actrices se desbordan de sus escotes en ceñidas blusas y los jóvenes se pasean en entallados pantalones o muestran el torso desnudo.

Siempre resulta atractivo que un cantante famoso, llámese Andrea Bocelli, Alejandro Fernández, Juan Gabriel o Luis Miguel interprete el tema central. El público identifica rápidamente la telenovela, pero en ocasiones por más canciones, galanes extranjeros con cuerpos moldeados en gimnasio, bikinis, minifaldas y escenas apasionadas que se incluyan, el rating está deprimido, así que se recurre al viejo truco de que los artistas de moda debuten en la historia. Como ocurrió con el grupo Bronco en **Dos mujeres, un camino**, con Christian Castro en **Las secretas intenciones** o Chayanne en **Volver a empezar**.

O sucede al revés, actrices y actores debutan como cantantes dentro de la propia narración interpretando el tema musical de la telenovela. Esto conlleva una gran publicidad a través de radio, televisión, prensa, revistas del corazón y famosos clubes nocturnos, donde la telenovela, el intérprete y la música quedan interpublicados.

Convertir a un actor sin voz en cantante como gancho de marketing resulta, la más de las veces, intrascendente. Pero es un recurso promocional que se sabe sumamente efectivo. Poco importa después la eventual desaparición del novel cantante.

1.3.5 Los tipos de planos

La telenovela es un mundo de reacciones. Los personajes se dirigen la palabra todo el tiempo y son en tanto hablan. Existen muy pocos planos donde no se converse, de preferencia en la sala, lugar de reunión por excelencia. Un rostro es una voz y una voz es un rostro.

Hay primeros planos intercalados con algún plano medio que termina de situarlos dentro de la acción. En la telenovela mexicana hay tomas de la fachada de las casas, que no exigen mucha imaginación en el espectador.

No hay forma de perderse la reacción de un personaje. La cámara se centra en la expresión facial y en la posición de los interlocutores que juegan una escena de charla íntima. Los gestos y miradas son importantes, algunos se ve claramente que sufren y otros permanecen impávidos.

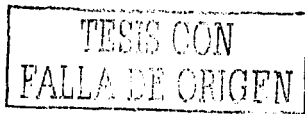
Los rostros retratados se observan y se buscan con la mirada tratando de conectar o rehuir el contacto. Ojos contra ojos que muestran y ocultan las pasiones en juego.

1.4 Breve historia de las telenovelas transmitidas en México

Recorrer la historia de la telenovela es como hojear el álbum familiar de todo un país.

En 1958, en un México muy diferente al de hoy, en el que los televisores eran preciada posesión de pocos privilegiados, los dramas seriados empezaron a conquistar al teleauditorio. Los televisores eran grandes consolas de madera, tela y vidrio, y siempre estaban adornadas con excelente gusto. No faltaba la carpetita tejida, la estatuilla del Sagrado Corazón de Jesús o la muñeca de porcelana, había que engalanar al aparato que funcionaba con bulbos, susceptibles desde luego, de fundirse.

Otro tipo de mujeres eran las heroínas, otras las características de sus conflictos...otras, muy distintas eran las formas de enamorar, seducir o impactar a un público que también era



diferente del actual. Sin embargo, a pesar de darse en un contexto tan cambiante, el romance entre espectadores y teledramas ha logrado mantenerse hasta el presente.

En esos primeros aparatos se anunció un antecedente inmediato de la telenovela, el teatro por televisión, o teleteatro, pionero en América Latina que se inicia con el **Teatro de la fantasía** presentado el 2 de septiembre de 1950. La primera obra representada antes las cámaras de XHTV-Canal 4 fue escrita por Rafael Bernal. Se llamó **La carta** y duró sólo 20 minutos.

Un año después los teleteatros ya pasaban dos veces por semana. Bautizados así por el crítico teatral Armando de María y Campos, eran obras de teatro adaptadas a los esquemas de televisión, se incluían cortes comerciales que daban el tiempo justo a los actores para cambiarse de ropa, puesto que todo era en vivo. La utilería, escenografía y coreografía eran rudimentarias, se notaba el truco, las tomas eran estáticas, simples, faltaba coordinación entre actores, director, camarógrafos.

En los años posteriores se registró un aumento en la producción de teleteatros, el canal 2 le entró a la realización de estos programas y el público seguía las historias del **Teatro Selecto Packard**, **Arriba el Telón**, **Teatro Relámpago**, **Teleteatro de Fernando Soler**, la **Telecomedia de Manolo Fábregas**, el **Teleteatro Sevillano de Anita Blanch**, el **Teatro de Ángel Garza**, el **Teatro Colgate de los viernes**, **Teatro Anaconda Nacional**, **Teatro Ford**, **Teatro Café Oro**, **En Escena**, **Rambal y su teleteatro** y el **Teleteatro de María Teresa Montoya**.

Paulatinamente fueron aumentando los tiempos de duración 50 minutos, una hora, una hora y media, hasta que el 30 de agosto de 1953 ya se anuncia un teleteatro seriado semanalmente con una telecomedia de la Lotería Nacional a las 21:30 horas.¹⁵

¹⁵ Galindo Berrueta, María del Carmen, La telenovela de refuerzo de valores sociales, Tesis, Universidad Iberoamericana, México, 1985, p.36



Cabe mencionar que el primer experimento de algo parecido a la telenovela se debe a la productora y directora de televisión Brígida Alexander. **Ángeles de la calle** fue una adaptación para televisión de la radionovela del cubano Félix B. Caignet con un capítulo semanal con duración de una hora entre marzo de 1952 y julio de 1955.¹⁶

¿Cuál era la programación de todos los canales en 1958, el año que se estrenó la primera telenovela? Canal 5 presentaba **Chabelo y Gamboin** (Xavier López y Ramiro Gamboin), mientras el canal 2 exhibía películas mexicanas hasta las 7 de la noche. La nueva diversión telenovelerera estaba limitada. Canal 4 (el que la creó) apenas alcanzaba cobertura a las zonas de Veracruz y Jalisco.¹⁷

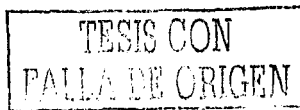
Emilio Azcárraga Vidaurreta, tras comprobar el buen funcionamiento de las radionovelas en la XEW y de recibir sus frutos económicos, decidió aventurarse con la realización de las telenovelas. La compañía jabonera Colgate Palmolive a través de su Director de Publicidad, Sr. Jesús González Obregón contactó a Fernanda Villeli, una de las mejores escritoras de radionovelas y le ordenó que escribiera una historia completa en 50 capítulos de media hora, de lunes a viernes, para el horario vespertino. El resultado: **Senda Prohibida**, la primera telenovela mexicana..

Silvia Derbez era la protagonista. La acompañaban Francisco Jambrina y Dalia Íñiguez. El tema: la "querida" de un señor de billetes que ocultaba su doble vida y es un ejemplo familiar. A cambio de caricias y mimos, la astuta provinciana recibe regalitos y va juntando alhajas. El "viejito verde" queda en la ruina por culpa de sus pasiones pero, su esposa, que sabe ser señora, lo saca del fango con su amor.¹⁸

¹⁶ "La telenovela, esa cuarentona", Suplemento especial, La Jornada, 12 de diciembre de 1997

¹⁷ TV Notas no. 249, Agosto 7 de 2001,

¹⁸ Gudinni, Alfredo, pág.79



En un principio, como comenta la propia Villeli, las telenovelas eran las mismas historias que alguna vez se emitieron por las ondas herzianas: "Lo que hicimos fue llevar la radio a la televisión. Hubo ligeras modificaciones. Prácticamente sobre la marcha estábamos inventando la telenovela. Era un poco la combinación de los elementos de la radio con la visión del cine".

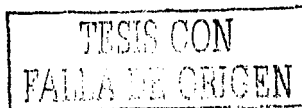
Fue tal el éxito obtenido con **Senda prohibida** que Silvia Derbez se vio obligada a salir de las instalaciones de Televisión custodiada por elementos de la policía de la ciudad de México. El público enfurecido le arrojaba objetos y la insultaba por las villanías de su personaje.

Gutierritos, el segundo ensayo fue escrito por Estela Calderón y protagonizado por Rafael Banquells, María Teresa Rivas y Mauricio Garcés. La vida de uno de los pocos hombres en el rol principal ya había sido radionovela, brinca a la televisión y luego llega hasta el cine.

Esta historia transmitida durante 10 semanas de 1958 cuenta las desventuras de Ángel Gutiérrez, un hombre débil que recibe insultos y humillaciones en todos lados y es apoyado sólo por su amigo Jorge. Su esposa, Rosita le grita: "Mírate al espejo... ¡No sueñes más! ¿Cuándo bajarás de las nubes para pisar la tierra? Tú sí que eres la vergüenza de tus hijos y la mía... ¿Cómo fui capaz de entregar mi juventud a un hombre como tú? ¡Eres un fracasado! Un pobre diablo. Tal y como todos te dicen: un Gutierritos."¹⁹

Siguieron producciones como **Un paso al abismo** (1958), **Cadenas de amor**, **Ha llegado un extraño** y la primera versión de **Teresa**, la hija perversa, ambiciosa y ordinaria encarnada por Maricruz Oliver.

¹⁹ Gudinni, Alfredo, pág..368



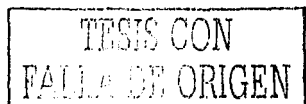
Aquellos melodramas eran en blanco y negro, sin apuntador electrónico. Los actores tenían la obligación de aprenderse los capítulos de memoria, la mayoría venían de cine y teatro, no nacieron con las telenovelas, pero una ayudadita no cae nada mal a nadie y de vez en cuando se requería de un soplón detrás de las puertas y muebles. Un capítulo era una representación teatral. Los cambios de ropa eran incómodos y extravagantes. Un actor, en diez minutos, representaba dos escenas: una con traje de etiqueta y otra en su alcoba. ¿Cómo le hacía? Debajo del traje llevaba la pijama.

Posteriormente nació la telenovela grabada en kinescopio, bajo el título de **El precio del cielo**, de Fernanda Villeli, protagonizada por María Teresa Montoya. Se transmitió del 13 de agosto al 12 de octubre de 1959, por canal 4, a las 18:30 horas. La historia se desarrollaba a partir de una anciana, su perro y un milagro en la Villa de Guadalupe.

En 1960, gracias al éxito inicial de las telenovelas, Emilio Azcárraga Vidaurreta ordenó que se destinaran tres foros para la producción de las obras. Una de las primeras que tuvo set exclusivo fue **Conflicto** con Carmelita Molina. En ese año se estrenaron: **Casa de Odio** de Estela Calderón, la primera telenovela matutina que por su escaso auditorio no invitó a más productores a la barra de los buenos días, **María Guadalupe** con Luz María Aguilar y Alejandro Ciangherotti y **La Telaraña** con Miguel Manzano y Angelines Fernández pasaba a las 5 de la tarde. Entre las pioneras del canal 2 se encuentra **El enemigo**, con Anita Blanch y Augusto Benedico. A la misma hora, el 4 competía con **La Sospecha** actuada por Carlos López Moctezuma.²⁰

Después el apuntador electrónico y el video-tape cambiaron la mecánica de producción porque los actores no tenían que memorizar más los diálogos y si se equivocaban existía la posibilidad de borrar el error y repetir la escena hasta que quedara bien. Se introdujeron nuevas temáticas, la producción se encamina a la exportación continental, y se exhiben con regularidad en Colombia, Chile, Perú, Argentina y Centroamérica.

²⁰ Tvnotas no. 226, Febrero 27 de 2001,



Entre 1958 y 1961 las telenovelas reemplazaron los espacios que cubrían los teleteatros y se convirtieron en el formato dramático más importante del país.

Escritores y productores acordaron suprimir los besos entre las parejas. Las "escenas fuertes" se limitaban a mirarse, tomarse de las manos y si acaso darse algún beso en la mejilla. El único beso en los labios, en muchas ocasiones, llegó a darse en el último capítulo de la historia, mientras aparecía la palabra FIN.

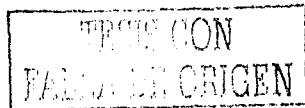
Después de la Revolución Cubana de 1959, varias novelistas se exiliaron y escribieron para la televisión mexicana, Caridad Bravo Adams, tabasqueña criada en Cuba fue una de las principales. La otra fue Delia Fiallo, radicada en Miami, quien produjo una cadena de éxitos para Venevisión, más tarde para RCTV y eventualmente para Televisa.

En 1960 Luz María Aguilar encarnó a la primera María de la historia, en advocación a la Virgen de Guadalupe.

En 1961 Ernesto Alonso creó la primera barra de telenovelas para canal 2 con el original nombre genérico de **La Comedia Humana** (elegido por Honoré de Balzac en 1840 para agrupar un análisis de las pasiones que atormentan al individuo). Desde entonces el público comenzó a emplear el término "comedias" como sinónimo de telenovelas.

Niebla con Amparo Rivelles fue la última telenovela transmitida en el canal 4.

El productor chileno Valentín Pimstein encontró la pareja adecuada en Yolanda Vargas Dulché, que había triunfado como escritora de historietas, publicadas bajo el sello de Lágrimas y Risas. Los dos se especializaban en mujeres de recursos limitados que se vuelven ricas, y sus adaptaciones de las historietas lograron algunas de las telenovelas de mayor audiencia. El calvario de **María Isabel**, una india que se casa con su patrón, empezó en abril de 1966 a las 18:00 hrs. por el 2. Silvia Pinal y José Suárez conmovieron y no sólo las trabajadoras domésticas estaban al tanto de sus aventuras, las dueñas de la casa también encendían el televisor.



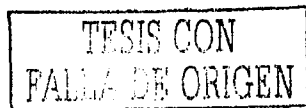
Fanny Cano protagonizó **Rubi**, asimismo **Yesenia**, la historia de la chiquilla abandonada por su abuelo con unos gitanos que se vuelve una mujer despampanante, y le roba el novio a una niña bien, sin saber que es su media hermana.

Por otra parte, Maricruz Olivier en **El dolor de vivir** se convirtió en una de las actrices jóvenes más importantes.

En 1962 el público siguió la primera serie de 100 capítulos, **Las momias de Guanajuato** (antes duraban entre 40 y 60) , el reconocido productor Ernesto Alonso se puso en contacto con los escritores Guadalupe Dueñas, autora de Tiene la noche un árbol, Inés Arredondo, Miguel Sabido y Vicente Leñero, en aquel entonces creador de radionovelas de Palmolive para la W, quería dignificar el género con plumas creativas, no sin temor de la crítica aceptaron, sin embargo se escondieron bajo el seudónimo de Escritores Asociados. El maestro Vicente Leñero recuerda el argumento que les propuso el señor telenovela , basado en el cuento Guía en la muerte de Dueñas: "Un supuesto guía de turistas, que parece arrancado del más allá conduce por el museo de las momias de Guanajuato a un grupo de visitantes. Les muestra una por una las momias y cuenta, o inventa, sus historias. Ahí estaba el quid, según Ernesto: plantear al guía, su recorrido, e inventar y encadenar historias de diez capítulos: dos semanas de duración para cada una. Serían tantas historias como quisiéramos, como aguantara la serie, según el rating. Ubicáramos la acción retrospectiva a fines del XIX o principios del XX, para que se usaran muebles y ropa de época, que tanto gustaban a Ernesto. La serie resultó un éxito de rating. Duramos más de un año , toda la familia artística del momento pasó por ahí, convertida en momia de Guanajuato".²¹

Ya que tenía amarrados a estos hombres de letras, de una vez Alonso se aventuró a hacer las telenovelas históricas, la primera fue **Sor Juana Inés de la Cruz** .

²¹ La Jornada Semanal, 24 de noviembre de 1996



Maximiliano y Carlota presentaba amablemente la figura del emperador y casi culpaba a Don Benito Juárez de interrumpir la tierna historia de amor y volver loca a Carlota.

Con locaciones en el Castillo de Chapultepec, **La tormenta**, tenía un elenco de 120 conformado por Ignacio López Tarso, Columba Domínguez, Amparo Rivelles y José Carlos Ruiz. El libreto fue escrito por Eduardo Lizalde y Miguel Sabido, que en 91 capítulos honraba la figura del Benemérito de las Américas, al tiempo que contaba las desventuras de una familia compuesta por un indígena casado con una aristócrata y sus hijos. Transmitida de julio a diciembre de 1967, costó \$800 mil dólares e incluyó a contingentes del Ejército como extras en las batallas.

El **carruaje** no tuvo, como su antecesora, una historia ficticia entremezclada con acontecimientos históricos. Se limitó a relatar la vida de don Benito Juárez.

Silvia Pinal debutó en el melodrama casero en **Los caudillos**. José Alonso interpretó a Francisco Xavier Mina.

María Félix realizó su única telenovela en la primavera de 1969. Era una manera de sanar las heridas que había dejado, el 2 de octubre del año anterior, la cruel matanza de estudiantes en la Plaza de las Tres Culturas, en Tlatelolco. **La Constitución** debía distraer a la gente, hacer un llamado nacional a la unión y a las buenas costumbres. Relataba la historia de una mujer adinerada que se involucra en la causa de los desposeídos y hacía patente que la Carta Magna resolvería las injusticias sociales.

El consorcio de Azcárraga coprodujo con la televisión de Lima **El ciego** e ingresaron las telenovelas extranjeras. Las primeras fueron precisamente peruanas como **Ayúdame tú**, **Santa Rosa de Lima**, **La mujer de aquella noche** y **Renzo el Gitano**.

No hay que dejar pasar a la primera telenovela de humor negro, **Doña Macabra**, escrita por Hugo Argüelles. En ella participaron Amparo Rivelles, Enrique Rambal, Ofelia Guilmáin y Carmen Montejo.

Otra inolvidable de estos años es la versión peruana de **Simplemente María** con Saby Kamalich y Ricardo Blume. Fue escrita originalmente para la televisión argentina por Celia Alcántara. La mayor televisora peruana, Panamericana, compró los derechos y realizó una superproducción de 315 capítulos.

Empezó en diciembre de 1969 en el horario de 18:45 a 19:45 hrs. Dejó dos legados: una audiencia satisfecha de ver a una mujer ganarse la vida y progresar por sus propios méritos en la costura y la venta multitudinaria de máquinas de coser Singer, asimismo, como a la entrada de la casa rica había una mesa con un espejo, estos artículos fueron adquiridos por centenares en los almacenes.

Algunos diálogos fueron considerados inapropiados para los castos oídos de los mexicanos y fueron suprimidos por la jefa del Departamento de Telenovelas de la Secretaría de Gobernación, una mujer que daría mucho de qué hablar en el siguiente sexenio y afectaría profundamente al cine nacional: doña Margarita López Portillo, La pésima musa.

Una adaptación de la novela de Oscar Wilde, **El retrato de Dorian Grey**, apareció en la pantalla, con Enrique Álvarez Félix, del 10 de julio al 24 de septiembre de 1969 de las 18:45 a las 19:15 hrs.

En ese mismo año se hizo una recreación de un clásico de Julio Verne, **De la tierra a la luna**.

En el nacimiento de las telenovelas ningún actor se encargaba del desafine en los créditos. Simplemente se tomaban prestados los fondos musicales de películas extranjeras como

Historia de amor. El tema de Francis Lai, adornó los créditos de **Velo de novia**. Parece que se presentaron problemas con las editoras musicales y tuvieron que prescindir de los supuestos servicios.

Uno de los primeros productores que apoyó temas musicales interpretados por ídolos de la radio fue Mr. Telenovela, Ernesto Alonso. En **La Mentira** Pepe Jara cantó "Se te olvida" de Álvaro Carrillo.

El canal independiente, el 8, se especializaba en importaciones y coproducciones como **El adorable profesor Aldao**, con la participación de Julio Alemán. Gloria Marín actuó en **La maldición de la blonda**.

Bajo la batuta de Luis de Llano Palmer produjo, en enero de 1972, **Los hermanos coraje** para el horario de las 21:30 hrs. Los apasionados romances en los que se involucraban Julissa (quien tenía tres personalidades) y los tres protagonistas (Fernando Larrañaga, Jaime Fernández y Jorge Lavat) hicieron que hasta se publicaran en los diarios cartas de protestas de algunos sectores del público.

En **Corona de Lágrimas** una madre de familia luchaba por mantener unida a su familia, inmersa en una adversa situación económica. Uno de sus hijos aspiraba a salir de la pobreza y ocultó su humilde situación. Por interés contrajo nupcias con Olguita, una niña riquilla y caprichosa, pero gorda y fea. En la iglesia las reinitas de Polanco susurraron: "¡Todo un señor galán! ¿Cuánto le habrá costado, querida?". Más adelante se complica su existencia y los descendientes vuelven arrepentidos para regodearse en la pobreza al lado de su cabecita blanca, encarnada por Doña Prudencia Griffel.

En 1972 se funda Televisa como una empresa que agrupa a todos los canales de la televisión privada y empieza a exportar sus culebrones a Asia. El código de ética de sus telenovelas indicaba que no ningún personaje podía hablar de dinero, de su salario, del precio de algún artículo; tampoco era permitido mencionar a ningún político y mucho menos al presidente. Terrorismo, guerrillas o golpes de estado no podían aparecer en el guión. No

podía criticarse a la Iglesia, ni al Ejército Mexicano, no podían presentarse personajes homosexuales o que alguien fumara abiertamente. No se permitían malas palabras, ni sexo o cuerpos desnudos. Se rechazaba el uso de la medicina tradicional y se fomentaba la confianza en los galenos.

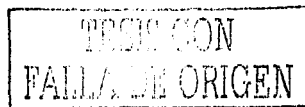
Angélica María se anotó otro éxito en su carrera como la **Muchacha italiana viene a casarse**. Se programaron **Aquí esta Felipe Reyes**, **Me llamo Martina Sola**, **El edificio de enfrente** y **Las Fieras**. Desde Venezuela, **Peregrina** y **Señorita Elena** invadieron el canal 2, luego llegó una historia que causó sensación a las 16:00 hrs.; **Esmeralda** con Lupita Ferrer y José Bardina.

En 1974 sale la primera telenovela infantil²², **Mundo de Juguete**, adaptada de la argentina **Papá corazón** por Luis Reyes de la Maza, con la pequeña Graciela Mauri aconsejada por la abuelita de México, doña Sara García. Duró casi tres años.

Los chiquillos en la pantalla, simpáticos por el simple hecho de ser niños actores fueron bien recibidos. La fórmula estaba establecida: niños jugando a los héroes en un mundo de adultos. Dio resultado y las telenovelas infantiles que hemos visto pasar por la pantalla televisiva han sido copia de un primer intento por demás original. Se tomaron las historias paralelas de un primer experimento y los escritores se encargaron de hacerlas conflicto central. Se incorporaron ancianos, perros, canciones y escenas con elementos fantásticos como globos aerostáticos, magos y mucha imaginación.²³

²² Por sus características, **La recogida** de Julio Porter, con las actuaciones de la niña María Fernanda Ayenza y Berta Moss como villana, le disputa el título como la primera telenovela infantil, el problema es que se transmitía los domingos de 1971 a los 22:00 hrs., cuando ya los infantiles estaban en cama.

²³ Entre las tramas para niños destacan a lo largo de la historia: **Chispita Carrusel**, **El abuelo y yo** con Jorge Martínez de Hoyos, el pequeño Gael García Bernal y Ludwika Paleta, **La picara soñadora**, **Azul, Luz Clarita**, **Gotita de amor**, **El niño que vino del mar**, **Serafin**, **El diario de Daniela**, **Carita de ángel**, **María Belén** y **Amigos x siempre**. A principios del nuevo milenio ésta última reunió a miles de pequeños que presenciaron el capítulo final y bailaron con sus personajes favoritos, no sólo en el Estadio Azteca, sino en foros monumentales de Monterrey y Guadalajara.



La telenovela más larga jamás transmitida en México empezó el 12 de junio de 1971 a las 19:00 hrs. y culminó el 23 de febrero de 1973. ¡805 capítulos! Transcurrió en un salón de belleza, donde las dependientas derraman lágrimas y comparten alegrías con las clientas, quienes pronto descubren que **El amor tiene cara de mujer**.

De Yolanda Vargas Dulché surgió la idea de que una chica se disfrazara de muchacho. Plasmada primero en las Lágrimas, **Gabriel y Gabriela** con Ana Martín tuvo un final insólito, que rompió los patrones de la época.

A cinco años de su creación, Televisa tomó una decisión trascendental: abrir permanentemente el horario nocturno del Canal 2 a la transmisión de telenovelas. Era una propuesta arriesgada que rompía con los esquemas copiados de Estados Unidos. Tenían que seleccionar algo interesante para dejar buen sabor de boca a un público acostumbrado a ver noticieros, comedias y programas de variedades. El Mago Pimstein adaptó una radionovela de Inés Rodena para el horario de las 21:00 hrs. con elenco de renombre como Ofelia Medina, Enrique Álvarez Félix, Carlos Ancira, María Rubio, Magda Guzmán, Rosa María Moreno y la popular encueratriz del cine nacional de ficheras: Sasha Montenegro.

Ofelia Medina caracterizó a la primera heroína deforme, **Rina**, una jorobada que vendía billetes de lotería y muñecas de trapo, quién súbitamente se convertía en la heredera de un millonario desahuciado que había decidido dejarle su fortuna para atormentar a su familia. La telenovela mantuvo la tensión dramática con el personaje satánico de doña Rafaela ya que tenía reminiscencias de El exorcista.

A Miguel Sabido se le ocurrió que podía combinar el melodrama televisivo con un mensaje útil para la vida cotidiana (muy a la moda del sexenio echeverrista) entonces inician las telenovelas de refuerzo social, en 1975 **Ven conmigo** fomenta la educación abierta para adultos, le siguieron **Acompáñame** (1977) cuyo eje central era promover la planificación familiar, **Vamos juntos** (1979) que proponía el desarrollo integral del niño a través de una paternidad responsable. En 1980 nacieron **El combate**, orientación a la educación para los

adultos y **Caminemos**, dirigida a inculcar valores de educación sexual para los adolescentes. **Nosotras las mujeres** hablaba de la igualdad de los sexos. La séptima, **Por amor**, tuvo un rating de 9.8 puntos. Televisa recibió el Premio Anual a la Excelencia en Nueva York y otros países subdesarrollados como la India ²⁴, Kenia y Tanzania adoptaron la fórmula del productor.

Lucía Méndez debutó en **Viviana**, que la convirtió en estrella. En 1980 Azcárraga eligió para ella un papel tremendo, el de la prostituta **La Colorina**, nunca una heroína se había dedicado a vender su amor. Margarita López Portillo presionó para que la quitaran, únicamente la cambiaron a canal 4 a las 23:00 hrs., hubo un desastre financiero por los anunciantes y regresó al 2.

La noche que terminó, Jacobo Zabludovsky mencionó que la ciudad estaba paralizada por conocer cuál de los tres hijos adoptivos era el verdadero descendiente de la dama de la noche.

Raúl Velasco bautizó a Lucía Méndez como "la reina de las telenovelas", salvo que entre estas dos producciones surgió una que tendría mayor impacto internacional, estelarizada por una actriz de apariencia dimetralmente opuesta, con quien surgió entonces una sonada rivalidad farandulera.

En 1979 apareció la hija pródiga de Valentín Pimstein, el orgullo de la empresa, **Los ricos también lloran**, como producto de relleno a las siete de la noche. Esta serie, con la célebre pareja de Verónica Castro y Rogelio Guerra, fue cambiada de horario a las 21:30 hrs. Duró 11 meses al aire y terminó el 2 de marzo de 1980. Se vendió a 72 países, con lo que se convirtió en el mayor éxito de exportación de todos los tiempos.

²⁴ **Hum Log** fue un ejemplo de telenovela prodesarrollo hindú. Salió al aire del 7 de julio de 1984 al 17 de diciembre de 1985. En su trama abordó una situación más equitativa para las mujeres, la armonía de la familia, planificación familiar, dote matrimonial y alcoholismo

Amparo Rivelles, Carmen Montejo y Silvia Derbez perdieron los tronos de la maternidad por culpa de las chamacas, las que intentaron que el público se tragara el cuento de que son mamás de hijos de su misma generación. A sus veintitantos años la Castro salió de mamá de Guillermo Capetillo, lo que asimismo hizo la Méndez y ha sido imitada por otras actrices mamás insólitas.

La telenovela rosa inspirada en **La cenicienta** siempre ha sido el caballito de batalla de Televisa. Pero hubo una época en que el criterio selectivo de la empresa era más elástico y sus directivos se aventuraban a producir telenovelas de mejor factura. En los años ochenta cuando Víctor Hugo O'Farrill tenía a su cargo la producción de telenovelas en San Ángel, el género evolucionó y se ofreció al televidente una mayor diversidad temática. Los productos abrieron sus puertas a talentos formados en el teatro universitario y el cine estatal, que hicieron telenovelas en donde la intuición del escritor y el talento del director importaban más que la fidelidad a un rígido cartabón mercantil.

Como todos los empresarios del espectáculo, O'Farrill buscaba el éxito comercial y exigía resultados, pero no imponía lineamientos dramáticos, quizá porque Televisa dominaba el mercado sin competidores (Imevisión era un botín sexenal de funcionarios corruptos) y podía darse el lujo de experimentar con telenovelas de diversos géneros (el realismo mágico, la novela fantástica, el thriller, la novela costumbrista), que muchas veces ocuparon los primeros lugares de audiencia, superando a los melodramas de cenicientas.

Por ejemplo, en **El Maleficio**, Enrique de Martino vendió su alma al diablo y empujó a su mujer a la locura. Al final la casa donde vive se incendia, no se supo si falleció o se fue al más allá, lo que siempre dio la esperanza de una continuación.

Por otra parte, Ana Martín produjo **La pasión de Isabela**, ambientada en los años 40, con esa nostalgia por los tiempos en que uno se enamoraba con las canciones de la XEW. El

reparto de actores teatrales era de la talla de Héctor Bonilla, Ana Ofelia Murguía y Tito Vasconcelos.

El director de cine Gonzalo Martínez creó **La gloria y el infierno**, estelarizada por Héctor Bonilla y Ofelia Medina. No hubo apuntador, los escenarios eran costosos y complació al público más selectivo.

Ana Martín dio vida a una geisha en **El pecado de Oyuki**. El presupuesto fue sumamente ostentoso, la señora Martín hizo un viajecito exploratorio a Japón y se trajo un kimono de 10 mil dólares.

En este período el gobierno se da cuenta que la Ciudad de México estaba creciendo a pasos agigantados y aparece el medio urbano, con el que sería el gran universo de las telenovelas: el mundo corporativo con sus oficinas deshumanizadas y sus largos pasillos donde se entretejen romances e intrigas. Todos estos espacios tenían un fin común: eludir el mundo urbano y la calle. La metrópolis se erguía amenazante tras las ventanas de los vehículos y las paredes de las áreas de los ricos, pero se evitaba mostrarla. Apenas se esbozaban los arrabales y vecindades miserables de donde los pobres debían huir a otros lugares igualmente cerrados, pero más acogedores y seguros.²⁵

También había vida fuera de Televisa y Telerey elaboró algunas telenovelas. Los actores Angélica María y Raúl Vale produjeron para Telerey, **Lupita**, protagonizada por su hija, Angélica Vale. Luego la vendieron a Brasil.

En el imperio de Azcárraga contraatacaron en el mismo horario con **Esperándote**, con la niña Nalleli Jiménez en el papel de Gusanito, al lado de José Elías Jiménez y Rebeca Rambal.

²⁵ Venant, María Eugenia, "Tragedia urbanas: la calle como protagonista de telenovelas" consultado en www.univision.com el 27 de noviembre de 2001 a las 18:00 hrs.



El triunfal retorno de Vero Castro en **Rosa salvaje** fue una puntada fársica de Valentín Pimstein. Las dos hermanas se vestían y peinaban igual, el auto de la familia tenía el escudo oficial y la Manina bañaba a la salvaje Rosa en una cubeta de aluminio, aunque se supone que ya era una joven.

Ana Colchero conducía programas de videos musicales e informativos en Imevisión hasta que debutó en **Los años perdidos**, de Telerey, Televisa la compró y la enlató.

En 1986 la capital apenas se recuperaba de los estragos de los terremotos, el gobierno delamadrista mostró su incapacidad para satisfacer las demandas de los damnificados, la sociedad civil se organizó para ayudar y en medio de la carestía y la ya acostumbrada recesión económica surge **Cuna de Lobos**, escrita por Carlos Olmos y dirigida por Carlos Téllez.

La figura estelar no era la tuerta Catalina Creel, quien se robó la telenovela con su parche en el ojo, combinado impecablemente con su vestimenta, y sus atrocidades. Fue heroína nacional, no dejaba de sorprender... en alguna barda apareció pintada la leyenda "Catalina Creel para presidenta". Si alguien le estorbaba lo eliminaba sádicamente, en una ocasión arrojó a un policía a su alberca y lo remató al lanzar la podadora eléctrica.

La superproducción histórica **Senda de gloria** utilizó setecientos actores, cinco mil extras, incluyendo miembros de la fuerza policiaca de la Ciudad de México, y costó cinco mil millones de pesos. Trajeron el vestuario de Europa y se grabó un par de semanas en Palacio Nacional. Se convocó a historiadores militares para discutir sobre los uniformes, la manera en qué saludaban los soldados y la forma en que sonaban las trompetas. El Instituto Mexicano del Seguro Social fue coproductor, gracias a que le condonó a Televisa una porción de las contribuciones de sus trabajadores a cambio de un crédito.

Fausto Zerón-Medina en ocasiones tomó diálogos directamente de las minutas de reuniones importantes.

La telenovela pretendía cubrir un periodo de veintiún años: de 1917 a 1938, cuando el Presidente Lázaro Cárdenas expropió los pozos petroleros de México a compañías extranjeras. Fueron años intensos para el partido político que gobernó setenta años. "Querían glorificar a Lázaro Cárdenas como uno de los santos seculares de la revolución, como Juárez" señala Zerón-Medina.

Senda de gloria se presentó por primera vez a mediados de 1987 y alcanzó buen rating. El historiador comenta que la gente lo detenía en la calle para felicitarlo por su trabajo. Donde trabajaba en ese entonces un día su jefe insistió en que se escondiera, seguro que sería aprisionado después de un episodio que mostraba a uno de los líderes del régimen ordenando una masacre en los años veinte.

La gente de Televisa estaba tan orgullosa que a la siguiente primavera hizo episodios de dos horas para una emisión sabatina.

Pero ocurrió algo entre las dos transmisiones. Una escisión importantísima en el partido en el poder, Cuauhtémoc Cárdenas se inconformó con la decisión oficial de postular a Carlos Salinas de Gortari y se salió del partido, junto a otras camaradas conformó el Frente Democrático Nacional y se lanzó como candidato a la Presidencia. Era la primera fisura significativa en la dictadura perfecta. Cárdenas encabezó una peregrinación mesiánica por cientos de pueblos pequeños y grandes ciudades, y se apoyó en aquellos lugares donde su señor padre era considerado como casi santo por darle tierra a los campesinos y nacionalizar el petróleo. Obviamente Jacobo Zabludovsky quiso tapar el sol con un dedo y mostraba tomas cerradas del suspirante con algunas personas a su alrededor, olvidando las concentraciones multitudinarias que lo respaldaban.

Después, el 6 de julio de 1988, México se volcó en las urnas. Esa noche, como los resultados de la votación de la capital fueron los primeros en llegar al centro de conteo,

Cárdenas tomó la delantera y de algún modo lo imposible parecía ocurrir. De repente se cayó el sistema computarizado de conteo, cuando éste revivió, el candidato Salinas iba a la delantera. El mes de julio hubo una gran confrontación y los oponentes al PRI salieron a protestar a las calles. México estuvo al borde de una guerra civil por la ilegitimidad del declarado vencedor.

Mientras tanto **Senda de Gloria** había estado trabajando cada sábado en los primeros años de la construcción del moderno estado mexicano, y para julio, cuando las calles rebosaban de descontento, se acercaba el apogeo de Lázaro Cárdenas. De repente el ambiente político cambió radicalmente de una propaganda que legitimaba al establishment, a algo que hacía exactamente lo contrario: glorificar al progenitor del principal apóstata del gobierno. Era casi como vitorear al ingeniero.

Bruscamente se cortó la retransmisión, se dejaron escenas inconclusas. Se olvidó al Tata Cárdenas. No se dio ninguna explicación de una reedición difícil de creer, como Zerón-Medina dijo a Proceso: "Cárdenas, el héroe, se ha vuelto incómodo y el sistema que contribuyó a construir su monumento, ahora lo esconde".

Destacan los siguientes títulos: **El derecho de nacer** con Verónica Castro; **Bodas de odio**; **La traición**; **Tiempo de amar**; **Bianca Vidal**; **Amor en silencio** ; **El extraño retorno de Diana Salazar** abordaba la reencarnación de una pareja quemada viva en los tiempos de la Santa Inquisición; **De Pura Sangre**; **Vivir un poco**; **El camino secreto** reafirmaba la extraordinaria capacidad histriónica de Carlos Ancira.

El canal 5, vínculo tradicional con las caricaturas y series de acción norteamericanas también le entró a la proyección de telenovelas, justo a la misma hora en que en el canal de las estrellas pasaba las suyas. El propósito era establecer competencias y satisfacer la gran demanda del público ávido de lágrimas ajenas. En vez de ver a Magnum se podía contemplar a Sonia Braga en **Días de Baile**, admirar los bikinis de Maribel Guardia y Angélica Cháin en **Seducción**, **Lista Negra**, un resumen de **La Colorina** o la venezolana

Topacio con Grecia Colmenares. No hubo el éxito esperado y mejor regresaron a la barra de aventuras americanas.

El Canal 13 se dio a la tarea de producir adaptaciones de obras de la literatura universal, dando forma a telenovelas como **El fístol del diablo**, **Los Pardaillán** y **La montaña mágica**, entre otras.

Lamentablemente la escasa cobertura a lo largo y ancho del territorio nacional de esta señal televisiva y la preferencia de las familias por las historias del Canal 2 de Televisa, dieron al traste con este proyecto y, por si fuera poco, nuestro sistema métrico sexenal hizo su acostumbrado giro y el proyecto cambió considerablemente hacia el final del periodo.²⁶

En 1985 aparece la primera telenovela juvenil²⁷, **Pobre juventud** que trataba el tema del pandillerismo. Al año siguiente llega **Quinceañera** a la pantalla, Adela Noriega y Thaila bailaron el tradicional vals al compás de "ahora despierta la ilusión que en mí dormía y poco a poco se muere la niña, empieza la aventura de la vida".²⁸

²⁶ Guadarrama, Luis Alfonso, "Géneros televisivos en México, un paseo por cuatro décadas" consultado en <http://convergencia.uamex.mx/rev19/pdf/guadarrama.PDF> el 14 de febrero de 2002 a las 15:00 hrs.

²⁷ No hay muchas referencias a **Amor por televisión**, telenovela producida por Imevisión, idea de un grupo de intelectuales que parodiaba a una chica fea que se enamora del galán de las telenovelas. A manera de abismo se cuestionaba el medio adentro de otro medio y se hacía una fuerte crítica social. Televisa la pirateó años después.

²⁸ En **Quinceañera**, por primera vez la calle es vista como cómplice y testigo. En la calle la adolescente Maricruz, camino al colegio de monjas donde estudia, es asediada por el maleante Memo, cree haber sido violada, a su madre le roban el dinero para su fiesta de cumpleaños, la otra protagonista Beatriz pierde a su hijo en un accidente y se resuelve el difícil problema del embarazo adolescente sin recurrir a un aborto. Siguió **Morir para vivir** y **Alcanzar una estrella** Mariana Garza caracterizó a Lorena, una preparatoriana nerd que usaba lentes de fondo de botella y escribía pasionarias cartas a Eduardo, su cantante favorito hasta que él la descubre, le cambia la imagen y se aman con locura mientras saborean las mieles de la fama.

Luego vinieron los adolescentes estrellas en **Alcanzar una estrella II** con Ricky Martín antes de ser ídolo mundial, **Muchachitas**, **Mágica Juventud**. **Baila conmigo** tuvo su programa radiofónico en la extinta Estéreo 102 los viernes a las 7 de la noche, **para recrear la fantasía de aquellos que soñaban con la ambientación de los años sesenta**, con autos de colección y chamarras de cuero, **Agujetas de color de rosa**, **Canción de amor**, **Confidente de secundaria**, **Mi pequeña traviesa**, **Preciosa**, **Soñadoras**, **DKDA**, **Sueños de juventud** y **Amigas y Rivalés**, la contribución de Emilio Larrosa en la que se recorre desde los barriales de Chalco, infectados de lodo y bandidos, hasta el esplendor de Los Angeles donde los ilegales mexicanos creen conseguir el "sueño americano".

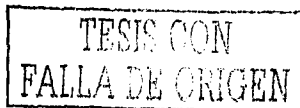
Imevisión, bajo la administración de Romeo Flores Caballero trató de competir con la importación de melodramas de Brasil, **Tieta**, de Chile **¿Te conté?**, de Venezuela **La revancha**, de Colombia, **Música**, **Maestro** y hasta breves experimentos de China y Miami.

En los noventa se estandarizan los horarios de transmisión: a las 17:00 títulos infantiles; a las 18:00 para adolescentes; a las 19:00 títulos para mayores, que pueden incluir suspenso, intrigas. A las 21:00 las telenovelas de mayor calidad²⁹.

De esta década se recuerdan: **Cadenas de amargura**; en **Amor de nadie** por primera vez un personaje muere de SIDA; el grupo Bronco debutó en **Dos Mujeres y un Camino**, donde el productor Emilio Larrosa exploró un universo desconocido para las telenovelas: el mundo de las carreteras y los trailers; **Mi pequeña Soledad** mostró que la popularidad de Verónica Castro estaba en declive; en el inicio de **En carne propia**, Gonzalo Vega tenía una prótesis metálica de su mano izquierda y ahogó en la pecera a su propia esposa, Angélica Aragón.

Valentín Pimstein capitalizó las curvas de Thalia, un espléndido producto terminado de la mercadotecnia. Como cantante es seductora, provocativa, como actriz se mimetiza en la niña buena que le reza a la Virgencita para que la ayude. Logró llevarla a la cima, como había hecho con Verónica Castro. Su billetera **María Mercedes** incluyó elementos fársicos: Mística, una antagonista, viajaba en motocicleta con un traje de piel tipo pantera rosa y al descender lucía un ajustado vestido negro de lentejuelas, no fue una vez, fue toda la telenovela. Para desmentir los rumores que nunca se cambiaba, en una ocasión abrió su closet y enseñó que tenía un buen número de ellos, idénticos.

²⁹ José Ángel Cortés precisa que una telenovela bien programada, con un argumento notable, arrastra a una audiencia fiel durante largos períodos de tiempo, muy rediticios para la construcción y consolidación de determinadas franjas horarias.



Más adelante la mancuerna repitió en la trilogía exitosa con **Marimar** y **María la del barrio**. Enrique Serna, argumentista de **En carne propia** decía del chileno judío: "conoce muy bien al televidente porque él mismo lo ha embrutecido, y si nadie lo detiene le dará marialgo hasta el fin de los tiempos".

En 1996 la hoy señora Mottola viajó a Filipinas, donde fue agasajada por el pueblo, y el Presidente Fidel Ramos la alabó por el impactó de su cenicienta.

En este período se produjeron: **De frente al Sol** con su continuación **Más allá del puente**; **Pueblo chico, Infierno grande**; en la última ambientación de época de Yolanda Vargas Dulché, **Alondra** con Ana Colchero, una dama tenía amorios con un hombre mayor, casado; Yuri hizo pareja romántica con Chayanne en **Volver a empezar**; una parodia de los clichés telenoveleros, **No tengo madre**, con Eugenio Derbez fue recortada al mes y medio.

Una semana después que el presidente Zedillo fue electo, se presentó **Imperio de cristal**, una coproducción con empresarios norteamericanos, se hizo una versión paralela en inglés, **The crystal empire**, dirigida al público sajón. Nunca salió al aire, entendieron que el mercado norteamericano busca otras cualidades en una soap opera. María Rubio, Ignacio López Tarso, Rebecca Jones, Alejandro Camacho y Ari Telch aparecieron en esta versión moderna que recordaba la historia romana de Augusto y su astuta mujer Livia, aquí también había un joven Claudio que aparentaba una deficiencia mental.

Aún hay más: **La Dueña**; **Mujeres engañadas**; **Morelia**; **Bajo un mismo rostro**; **La usurpadora** con Gabriela Spanic en doble interpretación; **Lazos de amor**, con Lucero, incluía por primera vez un equipo de trillizas; pese a que **Marisol** tenía charrasqueada media cara , oculta con su rubia cabellera, poseía un sex appeal natural, vendía flores y desconocía la existencia de un abuelo rico.

Miguel Sabido contraatacó con la telenovela didáctica, ahora el tema era la cruenta lucha que día a día enfrentan los niños de la calle, **Los hijos de nadie**.

El **premio mayor y Salud, dinero y amor**, con Huicho Domínguez en su papel de recién salido de pobre, contienen escenas de antología en una burla a los nuevos ricos que no le quitan el plástico a la sala para que sus amigos vean que es nueva. En el primer episodio una pareja queda atrapada en un embotellamiento de tránsito causado por una manifestación. Es la primera vez que el descontento del pueblo mexicano aparece retratado en una telenovela.

Las loas al dictador don Porfirio Díaz pudieron tener eco únicamente en un sexenio como el de Carlos Salinas de Gortari. **El vuelo del Águila** fue revisada por Enrique Krauze, tuvo imprecisiones históricas; al final el paquete de videocassettes se vendió con 30% de descuento en las tiendas departamentales.

En 1994 salió al aire, en canal 2 por única vez, un teledrama extranjero a las 17:00 hrs. La argentina **Apasionada**, con Susu Pecorado y Dario Granidetti, narraba un amor imposible entre un hombre adinerado y una cabaretera, que luego de cinco años cristalizan su pasión.

La jaula de oro, producida por José Rendón y escrita por María Zarattini, reconocía que las mujeres casadas también tienen derecho a disfrutar las relaciones sexuales y usó por primera vez en pantalla el término orgasmo .

Tv Azteca nace en 1993 a partir de la venta de un paquete de medios estatales a la iniciativa privada. Entre lo ofertado se contaba Imevisión. Estaba formada por los canales 22 de UHF y el 7 y el 13 en VHF, ambos con su red nacional. Debido a que un grupo de 800 intelectuales encabezados por Carlos Monsiváis y Héctor Aguilar Camín pidieron al gobierno que el 22 se quedara como una señal para la cultura, la oferta eliminó al canal en UHF.

Además se ofrecieron a la venta los cines de Cotsa, los canales de Monterrey y de Chihuahua, los Estudios América y el periódico El Nacional.

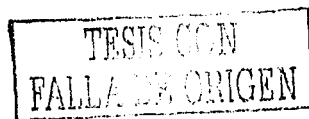
La Televisión Azteca de Ricardo Salinas Pliego comenzó a operar simplemente con lo que le había dejado Imevisión: las instalaciones, 90 repetidoras de los canales 13 y 7 con la misma señal, y la programación comprada y propia con la cual había transmitido Imevisión durante los meses previos a su desincorporación.³⁰

En un principio transmitió telenovelas de Telemundo, como **Marielena** o la confirmación de que hay veces que la esposa es más bella que la amante; en una gozosa anécdota de época, la rubia brasileña **Doña Bella** comparte la cama con el lugarteniente negro, Antonio, al que hay que reconocer que la cartera le brindaba un atractivo especial; Lucía Méndez hizo en Miami **Señora Tentación**, ambientada en los años cuarenta, que no llamó particularmente la atención.

Sin embargo, muy pronto se dieron cuenta que para competir hay que ofrecer algo distinto, no las mismas series que podían ser vistas tanto en Televisa como en Multivisión y Cablevisión. Aunque sus primeras telenovelas tales como: **El Peñón del Amaranto** , **A flor de piel** y **Con toda el alma** pretendían mostrar escenas más realistas, al final cayeron en tramas absurdas, donde abundaron los balazos, las pasiones desbordadas y las primeras escenas de personajes en el sanitario.

El 24 de mayo de 1996 el Primer Mandatario de la Nación inauguró el Centro de Producción Azteca Digital. Acto seguido, le ofrecieron una comida donde manifestó su agrado por la sana competencia, puesto que se creaba "una fuente de empleo de la que, sin duda, surgirán productos que sigan enalteciendo esa vertiente de la creatividad mexicana, que han sido las telenovelas, porque debemos reconocer: México se ha ganado un lugar muy especial en la industria del entretenimiento, gracias a sus telenovelas".

³⁰ Florence Toussaint, op.cit



Le tomaron la palabra, Telemundo, la productora independiente Argos Televisión y la televisora del Ajusco firmaron un convenio para grabar una telenovela propia, con un argumento distinto. Los realizadores: un equipo de primera, Epigmenio Ibarra, un ex-corresponsal de guerra en El Salvador y Nicaragua, María Auxiliadora Barrios, que diseñaba propaganda para Movimiento al Socialismo, el partido de izquierda en Venezuela, y otro venezolano, Hernán Vera que dirigía una estación de radio clandestina para las guerrillas.

El resultado fue **Nada Personal**, un melodrama que impactó desde el primer capítulo, tanto por su singular trama como por las gozosas escenas apasionadas y los originales encuadres. Antonio Serrano, su director escénico precisó: "Nosotros cambiamos las reglas de la telenovela. La telenovela ha sido no solamente la educación sentimental de la gente, sino además la educación visual. Ambas partes han sido muy torpemente hechas, muy al aventón, muy simplonas, historias malas con encuadres sin sentido".

Epigmenio Ibarra le confió, en entrevista exclusiva a la estudiante universitaria Marina Valdés: "Lo importante es que el público observa situaciones reales, creíbles. Si hay una escena en la colonia Roma, se ven las casas, se miran los periódicos que venden allí, la gente. Buscamos que el público se identifique, discuta y reflexione".

Raúl de los Reyes, un abogado honesto, está a punto de ocupar la Procuraduría General de la República y se propone transparentar la institución, mas es asesinado junto con su pequeña hija Lolita. Su compadre, Fernando Gómez, "El Águila Real", el jefe del Grupo de Operaciones Especiales, es el autor intelectual del crimen. Milagrosamente su primogénita Camila sobrevive al atentado y se convierte en el chivo expiatorio del móvil del asesinato, la acusan de vender drogas y es encarcelada injustamente. Dos hombres, el periodista Luis Mario Gómez y el policía Alfonso Carbajal, luchan por aclarar el homicidio, limpiar su imagen pública y conquistarla.

El triángulo amoroso sirve de pretexto para incluir una crítica severa a la procuración de justicia y a las condiciones sociopolíticas existentes en el país. Elsa Grajales, la fiscal especial del caso De los Reyes, es una belleza maquiavélica, hambrienta de poder, que brinca de cama en cama con tal de conseguir sus objetivos. En las penumbras aparece un señor X, cercano al presidente, encargado del trabajo sucio, muy parecido a Joseph Marie Córdoba Montoya. Y ocasionalmente aparece una vidente, muy similar a la célebre "Paca".

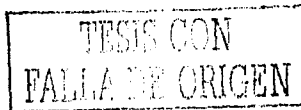
Treinta y dos capítulos antes de que terminara, Ana Colchero argumentó que no estaba de acuerdo con el giro que se le dio a su personaje y abandonó la telenovela³¹; tras el escándalo aumentó el rating de 11 a 13 puntos, Christianne Gout la suplió. En el capítulo final Carlos Monsiváis lanzó una disertación sobre el arte mexicano.

La desorganización que imperaba en Televisa culminó con la salida de Valentín Pimstein, y la telenovela con mayor aceptación, **Cañaveral de pasiones** captaba el interés de menos de la mitad de la audiencia que uno o dos años antes se había contabilizado. Jaime Dávila, que se desempeñaba antes como presidente de Univisión, estaba al mando de la nueva programación y tomó las riendas para que el canal 2 volviera a ser el vínculo de unión de la gran familia mexicana. Contrató a estrellas sudamericanas y cubanas y readaptó los horarios de la barra de telenovelas: a las 16:00 hrs. infantiles, a las 17:00 hrs. para el público más tradicional, a las 18:00 hrs. llegaron los programas de concursos, seguidos por un producto dirigido a los jóvenes, algo clásico para toda la familia a las 20:00 hrs. y a las 21:00 la telenovela estelar.

³¹ La telenovela **Nada Personal** si fue censurada. Se omitieron los diálogos en los que se hacía referencia a que el narcotráfico era la base del gobierno del sexenio (ante) pasado, afirmó Hugo Rodríguez, quien dirigió las locaciones hasta mediados de 1996.

El personaje del Señor X, explicó, estaba planteado para que el público lo asociara con la imagen de Carlos Salinas de Gortari y a través de él, se dijera que la base de la economía de su gobierno era el tráfico de drogas.

De acuerdo con el periódico **Reforma** si hubo modificaciones en la trama de la telenovela, por ejemplo, Camila descubriría que Elsa Grajales mantenía relaciones sentimentales con su papá y confesaría públicamente que su padre estuvo involucrado en negocios turbios. Y pensaban agregarle una hija perdida ¡de 17 años! a Luis Mario que sólo contaba con treinta.



Gracias a su relación con Argos hubo producciones exitosas como **Demasiado Corazón**, la historia del comandante Alfonso Carbajal (extraído de **Nada Personal**) quien es asesinado en el último capítulo; todo hacía suponer que un sacerdote iba a "colgar los hábitos" por culpa de una mujer en **Tentaciones**, pero no pasó nada porque la telenovela salió del aire ante las protestas de un sector conservador del público.

El éxito real llegó con **Mirada de Mujer**, una adaptación de **Señora Isabel**, (protagonizada originalmente por Judy Henríquez, la esposa del escritor colombiano Bernardo Romero) con Angelica Aragón, Ari Telch, Margarita Gralía y Fernando Luján. La historia de María Inés Domínguez, una señora cincuentona engañada por el marido que se consigue un amante ocurrente y guapo veinte años menor, al que no le importan sus estrías ni la celulitis, sino sus ojos. Novedosa en el tratamiento de la familia y la circunstancia femenina³² trató temas como el acoso sexual de una mujer a un hombre, la bulimia, el alcoholismo y el aborto. Tuvo tanta popularidad que fue la primera, en la historia de la televisión mexicana en superar el rating más alto de Televisa, con 24.3 puntos.

En el Ajusco siguió la importación de telenovelas, a las 23:30 hrs. la colombiana Margarita Rosa de Francisco aparecía en el canal 13 con **Hombres**, Danna García, Ana María Orozco y Julián Arango hacían de las suyas en **Perro Amor**. Asimismo **La potra Zaina** cabalgó en las televisiones aztecas.

³² El siguiente diálogo entre Mamá Elena (la madre de María Inés, temible figura autoritaria y encarnación de valores tradicionales y reaccionarios) y su yerno, Ignacio San Millán, cuando intentan lograr que el matrimonio se reconcilie, ilustra la actitud que se esperaba de ella:

- ¿Sabes qué, Ignacio?, tú caíste en la trampa, te dejaste llevar por la pasión de la novedad. ¿Sabes cuál fue tu mayor estupidez? Tu mayor estupidez fue haberlo confesado. Esas cosas no se dicen, Ignacio, había que negarlo siempre.

- Nunca la había engañado y pensé que ser honesto, era lo mejor.
- El corazón es ciego, mientras los ojos no ven, Ignacio. Los ojos de María Inés hubieran podido permanecer cerrados hasta que tu capricho se hubiera extinguido.

- Sí, sí, la verdad es que me dejé llevar.
- Y ella ha cometido el error de no sentarse y esperar. Éste es un país de hombres, no cabe duda. Pero no quisiera que mi hija lo convierta en un planeta de mujeres, porque esto pasa en todas partes del planeta. ¡Ah! cuando se tienen cincuenta años, la obligación de una mujer desaparece, el placer no cuenta...

La televisora diseñó telenovelas como **Perla**; **Te dejaré de amar**; **Marea Brava**; **Tric-trac**, con un simpático perro que hablaba; **Al norte del corazón** ; **Señora**; **Ellas inocentes o culpables**; **Jacaranday**; **Catalina y Sebastián** ; **Tío Alberto**; **Tres veces Sofía**; **La calle de las novias** tuvo como director de escena al director de cine, Jaime Humberto Hermosillo. Su primera recreación de época, **Azul Tequila** con Víctor González y Barbara Mori fue exportada a un canal regional propiedad de la BBC de Londres.

En la búsqueda de audiencia **Azteca** cayó en el absurdo y en los lugares comunes de los que tanto había murmurado. Argos, la revolucionaria también produjo más melodramas con el tema de la infidelidad para un mercado ya acostumbrado a ver mujeres sufriendo por el que se fue con una más joven como **El amor de mi vida** y **Todo por amor** en la que a Carmen, la protagonista, le agregaron que su hija Mina era sexoservidora de lujo. En **La vida en el espejo** el hijo de Santiago sale del closet y reconoce que es gay, ante la mirada atónita de su familia.

Para los amantes del género telenovela, hartos de seguir las aventuras en pañales de niños y jóvenes, el canal 40 tiene otras opciones. Héctor Abadie Vázquez, jefe de programación de esta televisora, vituperada por el solo hecho de considerar que la audiencia es inteligente, indica por qué programan obras de Red Globo: " Lo que nos interesa es que la gente conozca tres cosas, otro tipo de producciones a las que está acostumbrada, obras de la literatura universal y que vea superproducciones bien ambientadas con buenos actores".

La mujer del presidente hablaba de crímenes políticos; en horario nocturno hicieron su aparición las brasileñas eróticas **Graciosa**, en la que la lesbiana Leticia desea compartir el lecho con su fogosa prima Graciosa, sólo que ésta satisface sus necesidades con Silvio, prometido de la primera; **Doña Flor y sus dos maridos** destaca el realismo mágico presente en la cultura latinoamericana; **Hilda Huracán**, una niña bien, cancela su boda con el hombre perfecto para dedicarse a la prostitución, sólo que se enamora de un joven

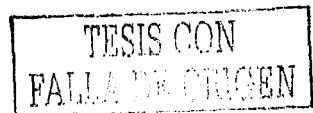
prohibido, virtuoso, conocido como el Santo y **El regreso de Hilda** marca la nueva tentación al novicio.

Por otra parte en CNI hubo espacio para volver a ver a José Ángel Llamas en **Cara o Cruz**³³

No sólo cambió el régimen priísta, muchos de los tabúes cayeron en la empresa que comanda Emilio Azcárraga Jean, hay nuevos argumentos, escenas candentes brotan del televisor y ya hasta se habla de la figura presidencial, Erik del Castillo, simpatizante y promotor del voto por las botas, en una escena de **Amigas y Rivales**, fue abordado por los reporteros antes de entrar a una función de ópera a las afueras del Palacio de Bellas Artes, y habló de la recuperación económica y la confianza que se debe depositar en el presidente Fox. Se admiten escenas liberales, la escena más chocante la protagonizó Cynthia Klitbo al orinar sonoramente enfrente de Lucero en **Mi Destino Eres Tú**, en **Abrázame muy fuerte** José María se suicidó para liberar a su esposa virgen de las ataduras de un matrimonio fracasado, y un sacerdote lo describió como un acto de generosidad. La curandera Matea le practica a su hija un aborto en **Ramona**. Pero cortaron **Atrévete a olvidarme**, anunciada como un melodrama "erótico" con "temática muy fuerte" que incluía, un semidesnudo de Adriana Fonseca, escenas de misticismo, amor, "traición y política", según rezaban los publirreportajes aparecidos en la prensa.

Chucho Gallegos considera que los nuevos reyes del rating en el Castillo de las Estrellas son los productores Emilio Larrosa, Juan Osorio, Carla Estrada y Salvador Mejía. "Larrosa es el más audaz, y le importan poco los medios si a cambio consigue rating. No le importa si la telenovela se apega o no al género y a veces cae en lo burdo y hasta en lo fársico involuntario. Osorio también es osado, intrépido y hace locuras atrevidas como lo que

³³ En el año 2000 Argos y Tv Azteca se separaron en buenos términos, la productora quería tener más control sobre sus productos y anunció una alianza con Telemundo. Realizaron una coproducción dirigida al público latino que habita en Estados Unidos, **Cara o Cruz** con José Ángel Llamas, Ana de la Reguera y Patricia Pereyra. La historia se centra en una joven que enviuda en la noche de bodas y decide transformar su vida, así que simula ser otra persona. Sus afectos se ven divididos entre su vecino y un antiguo pretendiente, amigo de su esposo.

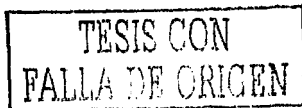


presentó en **Salomé**, pero sus cambios y ajustes son dentro del género del melodrama. Carla tiene olfato para saber escoger sus historias y la sensibilidad para conjuntar estrellas en su elenco, sobre todo en sus protagonistas. Mejía, con menos experiencia titular como productor que los mencionados, es muy cuidadoso. No se la juega."

La tijera del raiting desapareció a **Agua y aceite** de la mancuerna de Humberto Zurita y Christian Bach, anunciada como crítica al mundo periodístico. Salió del canal 13 un mes después de su arranque, en enero de 2002, los protagonistas afirman que estaba en su mejor momento, Elisa Salinas, productora general del consorcio de Ricardo Salinas Pliego, argumentó que casi nadie la veía .

En Televisa la última producción de antología, **El manantial**, fue producida por Carla Estrada y contó con Adela Noriega, Mauricio Islas, Karyme Llozano y la cantante Daniela Romo. Joaquín López Dóriga anunció su conclusión como noticia de ocho columnas en El noticiero. Desde **Cuna de lobos**, cuando Guillermo Ochoa entrevistó a María Rubio y a Carlos Olmos en **Nuestro mundo** no se había visto que un periodista importante del Castillo de las Estrellas se vinculara así con un melodrama.

Del mismo modo que una telenovela puede provocar polémica , invocar a los miembros de la Liga de la Decencia o tranquilizar a las buenas conciencias, se agota al poco tiempo de su transmisión. Lo cuai permite que una misma cadena recicle su menú de títulos cada cinco, diez o quince años, sin mayor problema. Al fin que no todos vieron las versiones originales. El género es fugaz, salvo contadas excepciones de éxitos internacionales o que guardan relación con vivencias personales , el espectador tiende a olvidar los nombres, el elenco y los detalles de las telenovelas que ve.



Cabe recordar algunos de los célebres *refritos*³⁴ de telenovelas: **La sonrisa del diablo** con Maricruz Olivier y años más tarde con Rebeca Jones; **Corazón Salvaje** protagonizada por Enrique Lizalde, Jacqueline Andere, Julissa y Enrique Álvarez Félix había sido transmitida durante la década de los sesenta, fue reemplazada en 1978, estelarizada por Angélica María, Fernando Allende, Martín Cortés y Susana Dosamantes; para 1993 Juan del Diablo fue interpretado por Eduardo Palomo, Aimée por Ana Colchero y Mónica fue encarnada por Edith González; Pedro Infante y Emilia Guiú dijeron en cine que hay que amar a los **Angelitos negros**, en telenovela Laura Flores asegura **El alma no tiene color**; la **Esmeralda** de Lupita Ferrer resurgió en los años ochenta, bautizada como **Topacio** con la venezolana Grecia Colmenares, diez años después Leticia Calderón la hizo nuevamente; **La Zulianita** de Lupita Ferrer acabó como **Morelia**; **Cristal** evolucionó hasta volverse en 1999 **El privilegio de amar** con Helena Rojo y Adela Noriega; **Tú o Nadie** con Lucía Méndez y Andrés García terminó en **Acapulco, cuerpo y alma**; **Teresa** volvió varias veces, una de ellas con la ahora célebre Salma Hayek, hasta adoptar el nombre de **El cuarto mandamiento**.

El clásico del melodrama **El derecho de nacer** se hizo para la televisión mexicana en 1965 con María Rivas y en 1982 con Verónica Castro, y se grabó por tercera vez con Kate del Castillo en el año 2001.³⁵

A pesar de su corta vida al aire, en Tv Azteca ya hicieron recalentados, Bernardo Romero niega que **Mirada de Mujer** sea un refrito, sostiene que reescribió **Señora Isabel** y la enriqueció; **Chiquititas** era una idea argentina y **Cuando seas mía** es copia de **Café con aroma de mujer**, exitosa telenovela colombiana escrita por Fernando Gaytán aparecida en 1995.

³⁴ En el lenguaje televisivo, un *refrito* es una telenovela, seriado, o miniserie hecha años atrás y que por obra y gracia de los genios de la televisión, se desempolva del baúl de los éxitos que marcaron una época y dieron mucho de qué hablar...

³⁵ En este *refrito* se vieron obligados a introducir problemas de drogadicción, romances no contemplados originalmente y otras truculencias para captar la atención de los espectadores, porque a diferencia de los años cuarenta, no es escándalo ver la pluralidad racial de la nana negra con el niño blanco, el público ya conoce los métodos anticonceptivos, nadie se desgarró las vestiduras por perder la virginidad, las hijas adolescentes no se someten a los caprichos de sus padres y mucho menos se enclaustran en conventos para expiar culpas.

El 28 de agosto de 2000 entró al aire **Yo soy Betty, la fea** a las 19:30 hrs. por el canal 9. Es la primera telenovela colombiana que compra Televisa. También Tv Azteca se mostró interesada en adquirirla.

A partir del 24 de febrero de 2001 repitieron la historia en cadena nacional por el canal 2 los sábados de 15:00 a 17:00 hrs. ; después la retransmitieron entre semana a partir del 23 de junio, no obstante la suspendieron, asimismo cortaron los capítulos de otra colombiana **¿Por qué diablos?** con enredos de narcotráfico y amores prohibidos casi incestuosos, **La Baby sister** pasó en turno matutino en el canal 4 .

¿Hacia dónde va el melodrama televisivo de nuestro país? La telenovela mexicana parece haber agotado sus viejos y anquilosados esquemas y requerir de una profunda y radical renovación, que le permita enfrentar el nuevo milenio y sobrevivir a los desafíos que se avecinan: la globalización socioeconómica, los cambios políticos y sociales del país, la televisión digital de alta definición, el considerable aumento de las opciones en la programación televisiva gratuita, la televisión por cable y la televisión directa al hogar con unos 150 canales que ofrecen desde pornografía hasta religión.³⁶

Por supuesto que existen otros tópicos telenovelables³⁷, Jenaro Villamil asevera : “El gran melodrama de las telenovelas mexicanas, en especial las de Televisa, es que sigue

³⁶ Dopico, Raúl, “La telenovela mexicana en el tercer milenio” consultado en <http://www.etcetera.com.mx/1998/274/dr0274.htm> el 17 de febrero de 2002 a las 10:30 hrs.

³⁷ La cadena Rede Globo produjo en octubre de 2001 un melodrama denominado **El Cion**, donde el personaje central es duplicado por descuido de un científico, quien logra ocultarlo durante años. **El Cion** es la historia de Jade (Giovanna Antonelli), una joven musulmana que nació y creció en Brasil pero quien por cosas del destino, se ve obligada a mudarse a Marruecos, un mundo que encontrará fascinante pero donde se le prohibirá amar. Jade experimenta las dificultades de adaptarse a una nueva cultura y a una nueva vida. Es en estas tierras lejanas, donde conoce al brasileño Lucas (Murilo Benício), quien se encuentra viajando por el país junto a su hermano gemelo, Diogo, su padre, Leonidas (Reginaldo Faria), la novia de éste, Yvette (Vera Fischer) y Albieri (Juca de Oliveira), un científico amigo de la familia. Jade y Lucas se enamoran a primera vista, desatando una pasión sin fronteras y dando así comienzo a una inolvidable historia de amor prohibido y a una lucha por una felicidad que parece inalcanzable.

Mientras Jade y Lucas continúan su idilio, Diogo, a raíz de un desacuerdo con su padre, decide regresar a Brasil exponiéndose así a un terrible accidente que termina con su vida. La inmensa tristeza que agobia a la familia, incluyendo al científico Albieri, padrino de Diogo, impulsa a éste a decidirse a cumplir con su sueño: el

pensando sus guiones y la búsqueda de rating en términos de una sociedad tradicionalista, cuando el erotismo o el antierotismo de sus propias audiencias es característico de una sociedad postradicalista. Los problemas ahora no están instalados sólo en los códigos de la doble moral o del sexismo iluso. No son sólo de índole pornográfico o genital, sino del placer asolado que se niega, de falta de comunicación lúdica y de condiciones para el disfrute.

Por otro lado está el rezago de la televisión frente a la oferta de los otros medios masivos. ¿Qué le puede decir a un joven mexicano la historia de un prostíbulo, el desnudo de una actriz o los casos sugeridos de homosexualismo entre protagonistas que no le haya dicho el Internet, el cine americano o las otras telenovelas latinoamericanas e, incluso, las propias películas mexicanas recientes como **Perfume de violetas**, **Amores perros** o **Y tu mamá también**?

¿En qué propuesta erótica está pensando la principal empresa televisiva cuando promueve el consumismo porno de Niurka, que incluye la venta de una "loción de feromonas" y otras excentricidades para eliminar la eyaculación precoz o la disfunción eréctil?"

Hay una audiencia selectiva cada vez más creciente que maneja información de los ratings, expresa sus inquietudes a través del correo electrónico, está al tanto de las novedades de la farándula y no se limita a contemplar, sufrir y callar, sino que exige respeto y más imágenes en alta definición, más sonido estéreo, más estrellas, más diversidad temática y hasta el empleo de los recursos tradicionales melodramáticos ya explotados hasta el cansancio.

Omar Raúl Martínez, director de la Revista Mexicana de Comunicación estima que las viejas fórmulas aún son capaces de generar ingresos. " Gran parte de los productores y anunciantes querrán siempre apostar por las fórmulas trilladas en contenido, pero seguras en cuanto a finanzas. La búsqueda y la experimentación son vías poco frecuentadas en la

de crear el primer clon humano. Utilizando las células de Lucas, Albieri le da vida a Leandro, El Clon, quien desafiará las leyes de la humanidad y sufrirá tratando de descubrir su lugar en el mundo.

televisión mexicana. Se vive a costa de los esquemas de ayer o de esquemas copiados del extranjero”.

Álvaro Cueva reflexiona :“Creo que las telenovelas mexicanas fueron las mejores del mundo y ahora necesitan replantearse para recuperar el liderazgo que están compartiendo. México, en 1993 apostó por la cultura del rating y esto obligó a los productores a pensar más en las cifras que en el público. Si nos damos cuenta, tenemos producciones muy llamativas que pueden tener los ojos del televidente pegados en la pantalla, pero son producciones huecas, que ya no le llegan a la gente.

Es increíble que una telenovela como **Yo soy Betty, la fea**, atrapara al público de tal forma, con un costo infinitamente inferior al de cualquier telenovela mexicana. Y es que Betty tiene ese sabor que nosotros tuvimos en algún momento y que se nos ha olvidado por pensar en el rating”.

El escritor José Agustín declara que "en el fondo es necesario un cambio de mentalidad en todos los que tienen que ver de una manera u otra con las telenovelas. Acabar de entender que comercialidad de ninguna manera significa baja calidad, y que productos artísticos y enriquecedores pueden resultar altamente exitosos, penetrantes y también lucrativos. Que el género admite toda la creatividad, imaginación, inventiva, profundidad, experimentación y ludismo. El público en México se ha desarrollado mucho, las telenovelas ya no son nada más el territorio de señoras adictas al melodrama de baja calidad, y le interesan a mucha gente sensible. De hecho México está listo para grandes telenovelas” .

Capítulo 2

La influencia de Yo soy Betty, la fea

"Secretaria, secretaria, la que escucha, escribe y calla, la que hizo de un despacho tu morada, casi esposa, buen soldado y enfermera, un poquito enamorada". Las actividades de Beatriz Aurora Pinzón Solano, la asistente de Presidencia de Eco Moda, se ajustan a la letra de esta vieja canción de Mocedades, el problema es que Betty no estudió comercio, sino que se tituló con honores de Economía e hizo un posgrado en Finanzas, recomendada por el rector de la universidad encontró un trabajo en el Banco de Montreal. Cuando quedó desempleada batalló mucho para colocarse nuevamente. La causa: sus grandes anteojos rojos con armazón de pasta, sus brackets, un fleco grasoso pegado en la frente, abundante vello facial, un guardarropa casi monjil que incluye faldas largas, blusas de manga larga con chalecos que no combinan y una risa de pato.

En una sociedad que exige una excelente presentación, la fealdad de Betty opaca su sólida preparación académica y su comprobada honestidad, por eso es una enorme satisfacción para ella trabajar en una empresa que, paradójicamente elabora prendas de alta costura.

Betty se convierte en la mano derecha del novel presidente, Armando Mendoza, recibe su apoyo incondicional y por él se involucra en actos ilícitos: accede a maquillar los balances que son presentados en las juntas directivas, se vuelve su prestanombres en la creación de una empresa fantasma para proteger a Eco Moda en caso de un embargo, lo ayuda a comprar telas panameñas de contrabando, hasta que acumula tal cantidad de poder que Mendoza decide vencer su repugnancia y seducirla para garantizar su fidelidad, ayudado por su vicepresidente y amigo, Mario Calderón. En el juego, sus sentimientos cambian y comienza a enamorarse de ella, al punto que reflexiona sobre la posibilidad de abandonar a su prometida por Betty.

No obstante sus planes no se realizan ya que Betty descubre una carta de instrucciones, escrita por Mario Calderón donde se burla explícitamente de su relación y entiende que todo es ficticio. A partir de ese momento, Betty se derrumba, pierde interés en vivir hasta que llega un joven y rico empresario francés que se interesa genuinamente en ella.

Betty cambia de look y se enfrenta a los demonios que andan sueltos, y debe elegir entre una relación destructiva y el amor romántico, ideal...

Hay que destacar la diferencia entre **Yo soy Betty, la fea** y otras tramas con figura estelar sumamente distante de la perfección física, como por ejemplo **Alcanzar una estrella**, o en el celuloide, **Pasión de amor** de Ettore Scola, es el manejo humorístico que hace su figura estelar de su apariencia física, no se autoengaña, ni se compadece, mucho menos es complaciente a la hora de hablar de sí misma, por el contrario, es autocrítica despiadada: "¿Sabe que descubre un hombre en mi mirada? ¡Que tengo 2.5 de miopía y 3.2 de astigmatismo!".

2.1 La primera protagonista fea de la televisión colombiana

"Cuando apareció en la pequeña pantalla hace 16 meses, Betty tenía atributos nunca antes vistos en un una heroína de telenovela latinoamericana: lentes, cabello grasoso pegado a la frente, brackets, bigotillo, y no se alejaba del título del show, realmente era fea.

Desde entonces, la telenovela nocturna de media hora se ha vuelto un hitazo y un fenómeno social. Betty ha adornado las cubiertas de las más importantes publicaciones de la nación –una nombrándola Persona del año- y ha sido comentada hasta por influyentes columnistas políticos y el mismo presidente durante las situaciones controvertidas de la trama.(...)

"Tradicionalmente la televisión colombiana ha enseñado que la gente fea es pobre y de origen indígena, los guapos y ricos son europeos - dice Fernando Gaytán³⁸, el creador de **Yo soy Betty, la fea**. Y solo las pobres bellisimas salen de sus circunstancias sociales, frecuentemente casándose con el dueño de la hacienda o el presidente de la compañía en lugar que por sus propios logros.

Ahora con la cirugía plástica se puede reparar cualquier defecto o problema con la apariencia y se ha vuelto una obligación ser hermosa, continúa Gaytán, Así es que las únicas mujeres que son feas hoy en día deben ser pobres " mencionó The Washington Post en su portada del lunes 26 de febrero de 2001.

Como lo precisa el artículo del diario estadounidense, la revista colombiana Cambio, dirigida por Gabriel García Márquez eligió a Betty, la protagonista de **Yo soy Betty, la fea** como el personaje del año 2000.

"Desde los tiempos del Chapulín Colorado, no había surgido una heroína tan latinoamericana, es decir, tan antiheroína. Y por eso, esta fea, valiente, guerrera y mujer de clase media tiene méritos de sobra para ser el personaje de un año caótico, en un país donde muy pocos se atrevieron a tanto" opina Cambio.

Yo soy Betty la fea también mereció hace poco figurar entre los titulares de un diario británico, The Guardian. En la sección de internacionales, en la que Colombia pocas veces aparece por razones culturales, los británicos pudieron leer sobre una telenovela que nunca verán pero que domina los ratings.³⁹

³⁸ En la presentación de la telenovela en México el apellido del autor está escrito con y, no ocurre lo mismo en el resto de países donde se emite.

³⁹ "La belleza no lo es todo" consultado en http://www.bbc.co.uk/spanish/news000921betty_shtm1 el 31 de mayo de 2001 a las 12:49 hrs.

Más allá de **Café con aroma de mujer**, **La potra Zaina** y **Perro amor**, Colombia no era un gran exportador de telenovelas. El mercado está dominado por las brasileñas, las mexicanas y las venezolanas.⁴⁰

La popularidad de **Betty La Fea** se diferencia de telenovelas anteriores—donde destacan el récord memorable de teleaudiencia de **Simplemente María** en los 70 o los éxitos de Lucía Méndez, Verónica Castro o Thalía en años más recientes—en que **Betty la Fea** se difundió casi simultáneamente en toda la región. Es más, aunque en muchos países aún no concluye la novela, los medios de comunicación difundieron ampliamente el final de ésta, televisado en Colombia el martes 8 de mayo (del 2001). La velocidad con que se transmiten las noticias y la facilidad para acceder a medios de comunicación de diversos países a través de Internet lograron darle una homogeneidad nunca antes vista al público televidente latinoamericano. En ese sentido, el éxito simultáneo de **Betty la Fea** en Colombia y Estados Unidos, o en Chile y Guatemala, se debe a la globalización. Aunque la gran mayoría de los televidentes no tenga acceso a Internet, los radios, revistas y canales de televisión donde obtienen sus noticias están conectadas a esta red de comunicación global.⁴¹

Los televidentes crearon foros para discutir el argumento e intercambiar noticias de los actores. Surgieron páginas dedicadas a **Betty**, que ofrecían desde la letra de la canción interpretada originalmente por Yolanda Rayo (Se dice de mí) hasta al menos 15 propuestas de capítulos alternativos o la oportunidad de leer una historia interactiva.

⁴⁰ Aunque el éxito de estas últimas va disminuyendo. Historias como **Cristal**, **La dama de Rosa**, **Topacio** y **Bellísima** aparecen apenas como un recuerdo de un éxito en los 80, cuando las productoras locales RCTV y Marte Tv llegaron a colocar en el mercado cerca de 100 mil horas de producción romántica.

Están invadidos ahora de producciones mexicanas, brasileñas y colombianas. Cuya irrupción ha provocado un verdadero terremoto de reacciones sin precedentes en el mundo de las telecomunicaciones en Venezuela. Las quejas de escritores y actores que defienden su derecho al trabajo y exponen además las bondades del negocio telenovelesco han llegado hasta la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados, el Ministerio del Trabajo y el Ministerio de Transporte y Comunicaciones.

"Luchan por sobrevivir a la competencia", Reforma, Viernes 10 de agosto del 2001, Gente 21E

⁴¹ Navia, Patricio. "Betty, la fea y la globalización, ni las telenovelas se salvan" consultado en http://www.lavox.com/politica/051101163251_phtml el 9 de abril de 2002 a las 20:00 hrs.

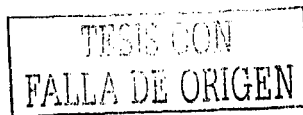
Nadie podría negar que la propuesta era osada. Desde que se transmitió por primera vez una telenovela en Colombia, en marzo de 1963, con los 24 capítulos de **En nombre del amor**, han desfilado heroínas de telenovela bobas, inteligentes, inocentes, traviesas, manipuladoras, acosadoras, locas, místicas, menores de edad, maduras, intelectuales, reflexivas, audaces, calculadoras, minusválidas, devoradoras, pobres, millonarias... ¿pero feas?⁴² Su escritor, un buen día reflexionó: "En todas partes del mundo hay más feas que bonitas. Por lo tanto, una historia con una protagonista fea, tiene que funcionar". Pero iba contra la regla de oro del arte de las telenovelas, que ordena que la protagonista le guste tanto a los hombres como a las mujeres.⁴³ La heroína de telenovela debe ser a la vez el objeto de deseo que todo hombre quisiera poseer y el que toda mujer quisiera encarnar.

Alfredo González, guionista de Caracol TV, la rival de RCN, dispara la clave del éxito: "En países donde falta la comida, como los nuestros, y las mujeres ahorran para hacerse la liposucción, en una sociedad siliconada, de pronto aparece una heroína fea. Con ella se pueden identificar el grueso de las mujeres, que no son bonitas y que sólo se tienen a sí mismas para salir adelante".

Colombia, la cuna de la cumbia, se halla cubierta por grandes selvas vírgenes (casi el 50% de su territorio); tiene casi cuarenta millones de habitantes, la exportación de café asciende a mil 123 millones de dólares. Posee en su subsuelo ricas minas de carbón, sus reservas son las mayores de Latinoamérica y es el primer productor de esmeraldas, consideradas por los especialistas como las más hermosas y puras del mundo. Cada año aglutina a los

⁴² En el capítulo anterior se aludió a las protagonistas feas mexicanas, quienes vendían algo, estudiaban arduamente, vivían de sus rentas o eran empleadas del hogar, no trabajaban en oficina. Quizá la más parecida es Lorena en **Alcanzar una estrella**, físicamente más linda que Betty.

⁴³ Gaytán no es ningún novato. **Café con aroma de mujer** es su primer trabajo dentro del género: un retrato de la realidad social colombiana, sostenido por una investigación periodística rigurosa, regida por las reglas del nuevo periodismo. Para este guión, Gaytán elaboró una larga crónica sobre una familia, que luego pasó al terreno de la ficción. **Guajira** es una historia de amor en el marco de una mina de carbón. Gaytán inserta el romance en un contexto suburbano real, allí donde se produce un encuentro curioso entre las tradiciones populares de una zona tropical y la irrupción de nuevas tecnologías. **Carolina Barrantes** cruza el melodrama con el género gótico, el misterio. (Tomado de <http://www.pagina12.com.ar/2001/01-04/01-04-14/pag23.htm>)



mejores diseñadores nacionales e internacionales en Colombiamoda, un evento que atrae a aquellos interesados en conocer las propuestas frescas y pintorescas de Pepa Pombo.

Este país regaló a la humanidad artistas invaluableles como el escritor Gabriel García Márquez o el pintor Fernando Botero, sin embargo es reconocido por muchos por ser el mayor productor mundial de cocaína, por la corrupción que ha permeado a todas las capas políticas, por cruentas luchas que le cuestan al gobierno mil 500 millones de dólares al año, por combatir desde hace 38 años a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia y por los secuestros, que ya no extrañan a nadie.

En 1980 fueron reportados en Colombia 44 plagios. Esa cifra en el 2001 se alcanzó en 15 horas. Ahora cada tres horas hay un plagio.

El Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), la unidad policiaca investigadora dependiente de la Presidencia de la República, ha calculado que el secuestro le ha dado a las guerrillas colombianas mil 500 millones de dólares de ganancias entre 1991 y 1999. Pero no es el único lado de ganancias en medio de la desgracia.

Las compañías aseguradoras ganan lo propio. Las primas impuestas en Colombia son de las más altas en el mundo. Según Pax Christi, organismo no gubernamental, en su estudio "La industria del secuestro en Colombia ¿Tiene que ver con nosotros?", publicado a fines del 2001, "una prima anual para una familia de 5 miembros oscila entre los 18 mil y 30 mil dólares por año, y cubre una póliza de rescate hasta de un millón de dólares. Primas de 70 mil corresponden a pólizas de 5 millones de dólares", e incluso hay compañías que ofrecen cobertura de 50 millones de dólares por seguro contra pérdidas en caso de eventual secuestro o extorsión.⁴⁴

Y es que el Estado no garantiza nada, ni la muerte. De ésta se encargan las fuerzas irregulares. Las guerrillas y los paramilitares. Los sicarios del narco y los delinquentes

⁴⁴ Zamarripa, Roberto, "Colombia, país cautivo", Reforma, pág. 17A, Sábado 6 de abril del 2002.



comunes. El Ministerio de la Defensa en su informe de la guerra en el año 2001 dijo que en ese año los paramilitares asesinaron a mil 28 personas y la guerrilla fue responsable de mil 60 muertes.⁴⁵

" Los colombianos somos la **Betty la Fea** del mundo. Cuando viajamos nos miran mal, nos piden visados, nos acusan de ser traficantes o guerrilleros", precisa Jorge Enrique Abello, quien representa a Armando, el jefe de Betty.

Con **Yo soy Betty, la fea**, el mundo de la moda y de la sofisticación cosmopolita exporta otra imagen de Bogotá y de Colombia, aquella de los conciertos y las exposiciones de Picasso y Botero. Aquella que muchos colombianos reclaman como necesaria para evitar percepciones maniqueas. En este sentido intenta romper el estereotipo cultural de Colombia, para replantearlo con una imagen que acaso suene ajena y alienante para los que se empeñan en perpetuar prejuicios y en ver monocromáticamente nuestras complejas sociedades. Esta es una "historia blanca" ⁴⁶ de contralectura a la abundante e innegable serie de signos violentos y terroríficos que han azotado por muchas décadas al país.⁴⁷

Gaytán ha dicho que utiliza la oficina de Eco Moda como "espacio para contar la historia de esa Colombia que se levanta a trabajar, que viaja en autobús, que sale de rumba, que tiene hijos, que vive en un país atroz".

Ahora bien, ha dejado de lado las tragedias porque, como dice "yo no quiero que a Armando lo secuestren por un platal, que a Betty la violen en un bus o que a Marcela le

⁴⁵ Zamarripa, Roberto, "La ruleta colombiana", *Reforma*, Enfoque, pág. 12, 7 de abril de 2002.

⁴⁶ El periodista y crítico colombiano Omar Rincón difiere de esa postura. Para él no solamente Betty es fea: "Es mucho más fea la oficina en la que vive y trabaja. Eco Moda es una selva de falsedad, abusos de poder, recesión, balances financieros negativos, injusticias, malos manejos, acoso sexual y corrupción. Eco Moda es una parodia de Colombia".

⁴⁷ Ulchur Collazos, Iván "Betty, la fea: la suerte de la inteligencia" *Chasqui* No. 71 consultado en <http://www.comunica.org/chasqui/index.html> el 30 de agosto de 2001 a las 17:20 hrs.

hagan el paseo millonario. Eso también es necesario mostrarlo, pero se lo dejó a otras series porque, repito, Betty es la verdadera zona de distensión del país".

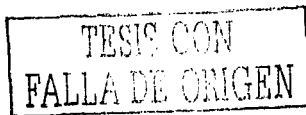
Jesús Martín Barbero⁴⁸ apunta que "García Márquez no se cansa de repetirlo: en el país del realismo mágico la realidad desborda a la ficción, y últimamente la desborda en tal grado que 'en un país así a los novelistas no nos queda más remedio que cambiar de oficio'.

En la televisión sin embargo sucede algo extraño: mientras los noticieros se llenan de **fantasma tecnológica** y se espectacularizan a sí mismos hasta volverse increíbles, es en las novelas y los seriados donde el país se relata y se deja ver. En los noticieros la modernización se agota en una **parafernalia electrónica** y escenográfica mediante la cual el vetetismo político o farandulero y el parroquialismo se hacen pasar por realidad, o peor aun se transmutan en una hiperrealidad que nos escamotea la empobrecida y dramática realidad que vivimos. Debe ser por la dramaticidad de que se carga el vivir cotidiano en Colombia, por lo que es en la telenovela, y los seriados semanales, donde se hace posible representar la historia (con minúsculas) de lo que sucede, sus mezclas de pesadilla con milagros, las hibridaciones de su transformación y sus anacronías, las ortodoxias de su modernización y las desviaciones de su modernidad".⁴⁹

Santiago Coronado agrega que: "Desplazado de los noticieros, pero también de los programas de opinión, el análisis de los problemas del país se ha refugiado en los *dramatizados* y en las telenovelas. Dicho de otra manera: los informativos pertenecen cada vez más al mundo de la ficción mientras que la ficción aumenta su interés por recrear la realidad.

⁴⁸ En este trabajo las referencias del autor se consideran importante por sus contribuciones sobre telenovela y vida cotidiana en Colombia.

⁴⁹ Martín Barbero, Jesús, "Televisión, entre lo local y lo global", Textos de las I Jornadas sobre Televisión, Diciembre de 1999 consultado en <http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/Barbero1.htm> el 31 de mayo de 2001 a las 12:00 hrs.



El fenómeno no es nuevo. Desde la década de los 70 el *dramatizado*⁵⁰ colombiano empezó a mirar con bastante lucidez lo que los informativos dejaban a un lado por su banalidad. Mientras el narcotráfico y sus pavorosas influencias sobre la vida social contaban en los medios como hechos, en obras como **Amar y Vivir** se dibujaban como procesos; mientras los barrios populares apenas aparecían en los noticieros, series como **La historia de Tita** ya mostraban las redes de solidaridad que se crean en los inquilinatos, las luchas tenaces que tienen que sobrellevar los pobres día a día. **Los Victorinos** exploró las relaciones entre clases sociales y delincuencia. **Sueños y espejo** la crueldad del secuestro, **La mujer del presidente** los desastres de la impunidad, **Tiempos difíciles** los sufrimientos de la población civil atenzada por todos los actores de la guerra.

"Sin infulas intelectuales ni apasionamientos ideológicos. **Yo soy Betty, la fea** ya empezó a producir comentarios sobre la imagen de la mujer, la unión de belleza y trabajo, los verdaderos alcances de lo light. De esa manera lo que aparece frívolo enseña, lo que se supone superficial aporta a la controversia social.

Ese papel lo están cumpliendo los *dramatizados* y las telenovelas. Porque los noticieros hace mucho tiempo perdieron su rumbo y se farandulizaron y los programas de opinión se hundieron, o en los horarios de noctámbulos o en su propia mediocridad " .⁵¹

En realidad en **Betty** hay muchos elementos de cuento de hadas: el príncipe, la princesa, la misma protagonista , vista como el patito feo, el lobo, el camino al bosque y el bosque.

⁵⁰ Mauricio Navas Talero (uno de los libretistas de **La mujer del presidente**) se apoya en la definición de película de ficción dada por Eugene Vale en su libro *The Techniques of Screen and Television Writing* para proponer que el dramatizado es "básicamente una historia contada a la audiencia a través de una serie de fotografías en movimiento donde se nos permite distinguir tres elementos:

1. La historia: que es lo que es dicho.
2. La audiencia: que es a quien se le cuenta la historia.
3. Una serie de imágenes en movimiento: que es el medio por el cual la historia es contada".

Navas Talero Mauricio, "Televisión y salud mental" consultado en <http://www.losmauricios.com/menuopinion.htm> el 20 de mayo de 2002 a las 14:11hrs.

⁵¹ Coronado. Santiago, "La historia como ficción", *El Tiempo*, 15 de noviembre de 1999 cit. en <http://www.losmauricios.com/invitados.htm>, consultado el 24 de mayo de 2001 a las 16:30 hrs.



"Esta telenovela fue una producción experimental de Radio Cadena Nacional Televisión. Fue un proyecto que se inició con un muy bajo perfil, porque no tenemos a las grandes vedettes, ni un gran presupuesto. El lanzamiento se hizo solamente basado en la historia, pero tampoco se hizo gala de que iba a cambiar el rumbo de las telenovelas, fue una promoción más bien modesta basada en el drama de una fea. Hay una empresa en quiebra, hay unos empleados con el miedo de quedarse sin puesto⁵², y todo el aspecto laboral es muy típico de la empresa latinoamericana" señala Fernando Gaytán.

Fue un gran acierto insertar a Beatriz Aurora Pinzón Solano en la búsqueda de un empleo como secretaria en una empresa bogotana, Eco Moda, con 1050 empleados, y mostrar que aunque su Hoja de Vida mostraba una sólida preparación académica (es Economista con un posgrado en Finanzas) y tuviera experiencia laboral en el Banco de Montreal, era rechazada por sus lentes con armazón de pasta, brackets, fleco grasoso, abundante vello facial, voz de pitillo, y ropa pasada de moda.

En un principio se mostraron renuentes a contratarla porque la imagen es importante en un mundo competitivo. Consideramos el aspecto no sólo como fuente de placer o de vergüenza, sino como fuente de información de lo que es la persona.

Aunque la retribución económica sea bajísima, el mercado laboral latinoamericano requiere que las secretarías, recepcionistas y hasta las agentes de ventas tengan excelente presentación y proyecten una imagen agradable a sus clientes.⁵³

Los jefes de Eco Moda reconocen que las secretarías del Cuartel de las Feas cobran menos. No fue una genial ocurrencia del escritor. Hay estudios que indican que los

⁵² De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística en Colombia 16.649.000 personas tienen trabajo, mientras que 2.939.000 están desocupadas, de una población económicamente activa de 19,6 millones.

⁵³ Un ejemplo de esto lo tenemos en el anuncio publicado el domingo 21 de abril de 2002 en la sección de avisos clasificados de Reforma. Aeromar solicita una ejecutiva de ventas y pide que la candidata tenga "apariencia distinguida y agradable a la vista. No más de talla 34, ni menos de 1.55 m. de estatura". Asimismo la agencia Adecco busca en: <http://jobsearch.occ.com.mx/getiob.asp?ss=&JobID=207007.htm> una Asistente de Dirección que no esté pasada de peso ni tenga acné.

empleadores anteponen la belleza a la capacidad a la hora de seleccionar empleados. De acuerdo con la página de la reclutadora irlandesa de empleos por Internet Irishjobs.ie, un estudio reciente en Inglaterra sugiere la labor estética que acentúa la apariencia física como un aspecto importante a la hora de contratar personal. Damian Kelly, un líder en empleo en Inglaterra dice: " El lookism⁵⁴ nos afecta potencialmente. Recientemente un reporte sugiere que las mujeres delgadas ganan 10% más que otras más gorditas desempeñando el mismo trabajo."

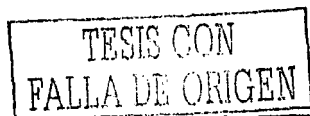
Se cita otra investigación, "Belleza y Éxito en los negocios", conducida por Daniel Hamermesh y Jeff Biddle en los Estados Unidos, las personas atractivas o por encima del promedio obtienen ingresos superiores en un 5%, en tanto que quienes se encuentran por abajo del promedio ganan 9% menos.

Steven Jeffes, autor del libro Apariencia es todo, menciona que las personas atractivas tienen de 2 a 5 probabilidades más de ser contratadas y ganan de 12 a 16 % más. Por el otro lado, se establece que las personas que no son tan atractivas tienen de 2 a 4 posibilidades más de ser removidos y es extremadamente probable que se les ignore para un ascenso. ⁵⁵

La telenovela desarrolló como tema principal, al lado del amoroso, el bienestar de la empresa. Sacar adelante a Eco Moda es tan importante como el amor de los protagonistas. Y no es sino hasta que Betty comprende que si abandona la fábrica, ésta se disolverá, que decide reconciliarse con Armando. El ex Presidente, por su parte, está decidido a renunciar a su amor por Betty con tal de que la empresa no se hunda. A veces pareciera que Eco

⁵⁴ Art Lex, un diccionario de arte define al lookism como: "Prejuicio o discriminación en los terrenos de la apariencia. Subestimar a una persona cuya apariencia se aleja del ideal (demasiado lejos de las modelos) o sobreestimar a una persona porque su apariencia es suficientemente buena. La apariencia se refiere también a la figura, color, textura, expresiones faciales o corporales, estilo del peinado. De acuerdo con <http://www.artlex.com/ArtLex/Li.html> una persona que practica el lookism es un lookista. La referencia más temprana se halla en el Washington Post Magazine en 1978, el cual reporta que la gente con sobrepeso lo acuñó como un término defensivo.

⁵⁵ "La fea verdad acerca de la paga " consultado en <http://www.exp.ie/advice/lookism.html> el 17 de junio de 2002 a las 18.10 hrs.



Moda es más importante que la vida personal de los protagonistas.

El espacio privado de la fábrica Eco Moda invade y desborda al público. La oficina, la sala de baño y toda la factoría se convierten en los lugares donde se discuten los problemas personales, donde se desarrollan los enfrentamientos y las declaraciones de amor. Esto llega a su clímax con la reconciliación de la pareja, tratada como asunto público frente a todo el personal y con la intervención de los empleados.

Y es que la empresa es un móvil fundamental para los actos de los protagonistas, además reconoce una realidad cada día más palpable: que la oficina se ha convertido en el lugar donde entre las dificultades laborales de cada día, surgen los estrechos lazos de amistad, odio y hasta el amor " Por ejemplo, en el cuartel de las feas se representa no sólo la grandeza y la incondicionalidad de los amigos, sino también el país de las roscas, de las mafias, que trasciende la simple solidaridad", explica la actriz Paula Peña, quien interpreta a Sofía.

No obstante, no debemos olvidar que la empresa es vista aquí como símbolo familiar. La empresa es la tradición y es por este pasado familiar por el que Marcela también le pide a Betty que vuelva con Armando. La familia es uno de los valores primordiales de la telenovela, y esto se establece tanto en la rigidez de Don Hermes como en la salvación de la empresa.

Por otra parte, para María Elena Venant, Eco Moda refleja muchos comportamientos administrativos en el mundo real. Roberto y su familia aparentemente son buenos patrones, cariñosos y protectores. Roberto y Margarita aparentan estar preocupados por Inesita, pero permiten que Hugo la abuse despiadadamente. Marcela comprende a sus empleadas, defiende a Aura María del acoso sexual de Gutiérrez pero no lo corta de raíz. Sin embargo a los gerentes no les importa capacitar a sus empleadas.

Cuando Marcela discute con Betty, a raíz de la cachetada a Armando, lo hace desde el punto de vista de la superioridad de clases. Un argumento inaudito entre dos profesionales modernas. Marcela dio a entender que por ser de clase baja, Betty no podía defenderse de la agresión de Armando. Un concepto medieval. De nuevo, la humildad pasiva de Betty y su incapacidad para defenderse invitan al sadismo de la amargada Marcela.

Los empleados de Eco Moda, dominados por personas con esa mentalidad patriarcal, son explotados, mal pagados, expuestos a acosos e injusticias, sus quejas no tienen oído, y finalmente se les puede expulsar de forma arbitraria y humillante. ¿Que terrible, verdad? Pero así es la vida de un empleado en América Latina. A mí me parece poco ético que se obligue a una persona a trabajar horas extras y no se le pague. Que se contrate a alguien, y que después tanto el personal como la administración se dediquen a burlarse de su aspecto físico tampoco es muy moral.⁵⁶

La revista Dinero no toma a la ligera la crisis de Eco Moda, porque es el referente empresarial para muchos colombianos. La producción muestra los peligros que afrontan las empresas familiares, en el momento de la transición. Hay un mal gerente, con un equipo de *yes men* que secundan todas sus ideas, y una junta que acepta información parcial y maquillada, y no evalúa la gestión de su presidente. El único que cumple ese papel es Daniel, el malo del paseo.

El clima organizacional está viciado por la conducta de sus directivos. Ante la falta de una junta activa, Armando concentra el poder y lo ejerce a gritos y a puerta cerrada. Esta cultura impregna toda la organización.

El diseño es la fortaleza y la debilidad de Eco Moda. La compañía anticipa la moda. Sin embargo, el diseño está concentrado en una sola persona. Por eso, aunque Armando parece controlar la empresa, el verdadero poder lo ejerce Hugo Lombardi, el diseñador. De

⁵⁶ Venant, María Elena, "Las relaciones laborales en Betty" consultado en http://enrodaaje.tripod.com/4las_relaciones_laborales_en_betty.htm el 9 de abril de 2002 a las 12:38 hrs.

hecho, es permanente la amenaza de Lombardi de retirarse y su actitud se convierte en un chantaje para obtener lo que quiere.

Dinero estudió con asesores de empresas y académicos el problema de Eco Moda y encontró que la salida de la empresa es reducir la exposición al riesgo que representa Hugo Lombardi y crear un departamento de diseño que ande solo. Además, podría hacer maquila y diseñar un plan exportador. A la empresa le falta desarrollarse en un contexto internacional, para lo cual debería conseguir un aliado estratégico. ¿Será capaz Armando de sacar adelante la empresa? En la vida real, no. Este gerente carece de las habilidades básicas: no tiene valores, experiencia de vida, conocimiento integral del negocio ni facilidades para comunicarse con su entorno. Y como si fuera poco, su soberbia le impide asesorarse.

Con un personaje de estas características es muy difícil hacer un cambio drástico en el gobierno de la empresa. O, si se hace, que prospere. Aquí aparece la magia de la ficción, porque el libretista puede "enternecer" el corazón de Armando y hacerlo cambiar: podría aprender de sus errores y convertirse en un mejor gerente.⁵⁷

Varios televidentes resumieron en el Foro Comunidad Telenovelas de Univisión las características más sobresalientes:

- 1.- La protagonista no es tonta, estudió y tiene un título universitario. Ya tuvo relaciones sexuales y no quedó embarazada la primera vez.
- 2.- No existen malos demasiados malos. No hay villanas con los ojos pelones amenazando y matando gente.
- 3.- No hay parentescos sorpresa, Betty no es el producto de un "desliz del Sr Mendoza y su mamá".
- 4.- No hay nadie pidiendo dinero por guardar silencio acerca de algo.

⁵⁷ "Ecomoda: solo la salva el libretista" consultado en www.dinero.com/larevista/104/NEGOCIOS.asp el 16 de agosto de 2001 a las 10:30 hrs

- 5.- No tiene escenografías en mansiones y edificios descomunales ni grandes escenarios en exteriores.
- 6.- No hay una transformación relámpago en Betty de tímida y fea (aunque inteligente) a despampante come-hombres y vengativa queriendo "destruir" a todos.
- 7.- Las tragedias brillan por su ausencia, pero sí tiene el humor necesario para calmar el stress sin dejar a un lado su trama principal.
- 8.- Su argumento es impredecible, nadie sabe lo que va a pasar...
- 9.- No hay 4 empleadas del servicio hermosas, maquilladas y vestidas como las muchachas de Playboy
- 10.- No hay hermanos o hermanas gemelas que no se conocen y uno suplanta al otro.'

El director de esta ficción se enfocó más en la emotividad de los personajes que en los encuadres. En lo que se respecta a espacios vemos que Betty no habita en una vecindad, sino en un barrio de clase media. Por sus propias características emocionales, su habitación es oscura y encerrada, sin vía de escape, es decir, una ventana que ayudara a alegrar un poco el cuarto.

Eco Moda tenía que ser un gran acuario, donde todos vieran a todos (con la excepción de los gerentes que tienen despachos privados). Los pasillos se convirtieron en escaparates, pequeñas Vías Venetto de envidia y deseo, de admiración y solidaridad.

En cuanto al vestuario Marcela, Doña Margarita y Patricia Fernández emplean costosos modelos exclusivos. Mariana porta ropa muy vistosa, que resalta su piel negra. Las del Cuartel están vestidas como cualquier secretaria de bajos recursos, repiten prendas y accesorios.⁵⁸

En Estados Unidos existen organizaciones que se encargan de recolectar ropa de segunda mano en buenas condiciones, de mujeres profesionistas con recursos económicos, para

⁵⁸ Berta, la chismosa requirió atención especial pues había que hacerle lipoescultura. En días previos a la supuesta cirugía, Rosita Cabal acentuó aún más sus rellenos para hacerla aparecer mucho más gorda. Luego vino la cirugía plástica que consistió en quitarle todo eso de encima, fajaría en plástico y ponerle vestidos oscuros que la hicieron ver más delgada. De esta forma se logró sorprender al público con una Bertha más entallada. Que al poco tiempo tuvo que ocultar su embarazo en la vida real con blusas amplias y sacos.

darla a las aspirantes a un empleo. Paradójicamente Betty no lució un buen traje sastre o un atuendo formal, según los ortodoxos conocedores de la moda, ni siquiera el día que la entrevistaron en Eco Moda, una empresa de alta costura. La vestuarista del personaje, Rosita Cabal, la describe como una mujer que no se viste sino que se tapa, de allí que siempre cubra sus piernas con gruesas mallas y chalecos.

La ropa de Beatriz Pinzón no se mandó a diseñar como ocurre generalmente con los protagonistas de las telenovelas. La diseñadora de modas prefirió ir de compras a los almacenes populares de Bogotá, donde la ropa es más barata. En esos sitios escogió los colores menos favorecedores, como la gama de tonos otoñales que va del verde al ocre. Adquirió piezas sueltas, como faldas anchas y blusas pasadas de moda en tallas más grandes que van de la ocho a la diez, y que contrastan con la seis que viste la actriz. Sus medias fueron elegidas para ocultar, antes de que cambie no enseña las piernas. Los zapatos son de un número diferente y extraplanos, hecho que la hace más propensa a los tropezones.⁵⁹

La fea secretaria llegó en buen momento: 1999 fue uno de los peores años para la economía colombiana que presentó un -4.3 por ciento de crecimiento. Como no podía ser de otra manera, las personas requerían un paliativo para sobrevivir y divertirse entre tantos conflictos, y la Bettymania se extendió rápidamente. En el año 2000 se llevó cuatro estatuillas: Mejor Telenovela, Mejor Libreto, Mejor Actriz Principal (Ana María Orozco) y Revelación Artística (Julio César Herrera) en los premios India Catalina, el máximo galardón de la televisión colombiana, entregados en el marco del Festival Internacional de Cine de Cartagena, Colombia.

Ese mismo año, los lectores del periódico El Tiempo galardonaron a la producción con los Premios TV elenco a la Mejor Telenovela, Mejor Director (Mario Ribero), Mejor Libretista

⁵⁹ Gaitán, Carlos Fernando, "¿Quién viste a Betty, la fea?" consultado en <http://www.colarte.arts.co/recuentos/Modas/CabalRosita/recuento.htm?nomartista=Cabal,Rosita&idartista=709> el 3 de abril de 2002 a las 11:13 hrs



(Fernando Gaytán), Mejor Actor (Jorge Enrique Abello), Mejor Actriz (Ana María Orozco), Mejor Actor de reparto (Mario Duarte) y Mejor Actriz de reparto (Lorna Paz).

En diversas ocasiones Betty desató debates y airadas protestas en editoriales y columnas de opinión.

Cuando Eco Moda atraviesa por una crisis económica, a causa del reemplazo de materiales de primera calidad por telas corrientes y se da un desplome de las ventas; Armando le suplica a su mano derecha que maquille y presente en la junta directiva los informes. Teme que las deudas contraídas no puedan ser pagadas y les hagan un concurso de acreedores - procedimiento que liquida el patrimonio del deudor para satisfacer con su producto, a la totalidad de los acreedores que demuestren sus títulos de crédito - así que le pide a Betty que registre una empresa fantasma a su nombre, con capital personal para que sea la primera en demandar y no se pierda un centavo. Betty acepta, nace Inversiones Terra Moda.

"Se ha dicho que Betty es la reivindicación de las feas y la expresión de una colombiana modelo. Nada más alejado de la realidad. La Betty de la novela no sólo no es modelo, sino que debería estar en La Modelo o el Buen Pastor (dos cárceles de Bogotá), como casi todos los demás protagonistas", escribió Alfonso Gómez Méndez, Fiscal General de la Nación, en un artículo publicado en el periódico El Tiempo.

A la luz del Código Penal, concluyó que Armando y Betty debieron haber ido a prisión por haber "maquillado" los balances de Eco Moda y que La Peliteñida, a pesar de ser la más antipática de la novela, era una de las pocas que no había violado la ley en 19 meses.

El Ministro de Hacienda del país, Juan Manuel Santos, aseguró frente a la prensa nacional que a las finanzas del país no se les podía ocultar la verdad, como lo hizo Betty en su

empresa. Fanny Kertzman, jefe de la dirección de impuestos, participó con sus sabuesos en la telenovela, advirtiendo al público los peligros de evadir sus responsabilidades tributarias.⁶⁰

Posteriormente, en la búsqueda de nuevos proveedores, una empresa le ofrece a Betty un soborno de \$80 mil dólares. En ese momento la familia Pinzón tiene severos apuros económicos, su padre dejó de laborar por un recorte de personal en la compañía donde prestó sus servicios como contador treinta años. No es fácil que un hombre de más de 55 años consiga trabajo, están pagando un auto y tienen hipotecada la casa. Más de uno anunció que dejaría de pertenecer a su club de admiradores si cedía a la tentación del dinero fácil. "Ahí lo que hizo Gaytán fue mostrar que la corrupción tiene un entorno, unas presiones, una aceptación social y presionó a Betty porque el papá iba a perder la casa que había estado pagando toda la vida", explicó la actriz Natalia Ramírez.

El controlador general de la República pidió públicamente a la joven que lo rechazara. Incluso se dice que el presidente Andres Pastrana escribió al guionista para solicitarle que Betty no contraviniera las normas morales.⁶¹ Pero, curiosamente, ni a Gaytán, ni a los actores, les gustó que los columnistas del país hayan tocado el tema y menos que hubieran amenazado con dejar de verla en caso de que Betty hubiera cedido a la tentación. "Eso es una muestra de la doble moral del país", dijo Gaytán. "¡Cómo se escandalizan con 80 mil dólares de una empresa privada cuando al país se lo roban a diario, a borbotones, en la más absoluta impunidad!".

Mario Ribero, el director escénico cuenta : " ¡Es curioso pero después de aplaudirnos por el tratamiento de la realidad, reaccionaban cuando esa realidad aparecía. La mejor explicación me la dio un hermano que es juez, quien dijo: ¡Gran pendejo, esos personajes ya no les

⁶⁰ "La suerte de la fea..." consultado en <http://www.revistapoder.com/NR/exeres/128F2B00-BC5D-43A6-95ED-1A923570646E.htm>, el 2 de febrero de 2002 a las 13:30 hrs.

⁶¹ En ese momento el Congreso estaba envuelto en un escándalo de corrupción multimillonario y malversación de fondos en la conservación del inmueble que alberga al Poder Legislativo, que culminó con la renuncia y posterior encarcelamiento de Armando Pomarico, Presidente del Congreso y Octavio Carmona, Vicepresidente.

pertenecen a ustedes...¡ En este despacho he visto miles de casos de secretarías que por salvar a un jefe, han ido a la cárcel.... "

A estas protestas se sumó la actriz Celmira Luzardo, quien representa al hada madrina de la fea: "¡Cómo estará de mal el país que tiene que buscar la reivindicación en los personajes de la ficción!".

"¿Por qué los colombianos somos tan morales en la ficción y tan corruptos en la realidad?", se planteó Germán Rey, experto colombiano en medios de comunicación, cuando se dio esta polémica.

El día que Betty rechazó la mordida, los colombianos festejaron en cafeterías, plazas y calles, enarbolando banderas nacionales. Como si fuera un hecho real, los periódicos editorializaron que la decisión de la fea simbolizaba el espíritu colombiano de honestidad y trabajo.⁶²

Betty se involucra en una relación clandestina con Armando. Mario Calderón fue el orquestador del romance ya que estaba al tanto del poder que detentaba la fea, con varios pagarés en las manos y temía que les hiciera una jugarreta y se apoderara de la empresa. La relación se estrechó y surgieron apasionados debates sobre si debían compartir o no el lecho. Algunos sostenían que Betty debía mantenerse virgen hasta que contrajera nupcias.

Llegó el momento esperado, Armando y la joven se registran con nombre falso en un hotel de paso. Una vez en la habitación él titubea, tiene escrúpulos en arrebatarle la virginidad la noche de su cumpleaños : "Aspiré a mucho con usted. Ya eran demasiado los besos, que saliera conmigo. Esto es demasiado para mí". El Doctor replica que lo está malinterpretando, ella responde triste : "No, yo lo entiendo, el hecho que yo lo ame no significa que tenga que hacer el amor conmigo", "No, no es eso. Yo sí la deseo" murmura conmovido "No quiero que lo haga por lástima", " No, lo voy a hacer porque la amo".

⁶² Montaña, Conrado, "La telenovela que glorifica a las feas", Contenido, no. 453, marzo 2001, pág. 110

Para sorpresa del auditorio Betty ya había probado las mieles del amor con un novio de su juventud, que la engañó sólo para ganar una apuesta. Al día siguiente El Tiempo cabeceó en primera plana: "Betty la Fea no era virgen".

El reconocido sacerdote Alberto Linero (conductor del programa radial El minuto de Dios, en Barranquilla) se escandalizó y compartió su opinión con El Tiempo: "Valores como la castidad y la virginidad se cuestionan y desprecian. Pero sin duda tendrá que hacerse el esfuerzo de recuperarlos porque la felicidad es mucho más que un buen orgasmo"

Luego vino el dilema, Betty conquistó a Armando con su apariencia desaliñada, ¿Seguiría fea toda la telenovela o se convertiría en una mujer hermosa? El público defendió ambas posturas, si permanecía fea sería la predominancia de la inteligencia sobre la belleza, si cambiaba sería el clásico cuento del patito feo.

El escritor confesó: "Éste es uno de los puntos más conflictivos que tengo en este momento en la historia. Las encuestas muestran que el 90% de la gente quiere que se transforme. La gente quiere que se vuelva bella y se vengue de quienes la trataron mal. Por otro lado, las feas dicen que me matan si la transformo porque sería una traición al personaje y a la historia... sinceramente, el problema es terrible". Y en un viaje a Cartagena cambió...

En ese derroche de mar y color Betty conoce a un francés atractivo y adinerado que parece interesarse genuinamente en ella, sin importarle su apariencia física. Toma fuerzas para enfrentarse con los demonios que andaban sueltos en Bogotá y retorna a Eco Moda con un nuevo look.

Ahora Betty debía decidir entre su viejo amor y la posibilidad de ser feliz con un hombre que la respetaba y admiraba.

"Si la protagonista no hubiera dejado de ser vulnerable para convertirse en una mujer fuerte, firme y bella que defiende su dignidad, por más buena que hubiera sido para los ojos de los especialistas, hubiera decepcionado a sus admiradores " expresa el crítico mexicano Álvaro Cueva.

La historia empezó a alargarse. " Para televidentes y periodistas de espectáculos, el personaje que interpreta la actriz Ana María Orozco cambió desde hace varias semanas su fealdad inicial por una carga quizá más pesada: el aburrimiento " reportó el enviado especial de Reforma, Francisco Betancourt.

Desde luego que el escritor Fernando Gaytán y la productora RCN cayeron en errores garrafales, como repetir algunos chistes hasta que se volvieron insoportables: el "¡desgraciado!" de la "Peliteñida", así como sus pleitos con Sandra; los espionajes de Bertha, las "metidas de pata" de Sofia y las intervenciones de Aura María en plan de tonta. El Cuartel de las Feas entorpecía la posible reconciliación con sus intrigas. Se desarrollaron algunos personajes secundarios –lo cual en principio parecía una buena solución de relleno– pero fueron abandonados sin una conclusión y no aparecieron en Eco Moda, en una total falta de cuidado y continuidad.

Después de resistir los incontables flashbacks y el consiguiente tedio, el final se acelera indiscriminadamente, la pareja central se reúne y personajes de la importancia de Marcela y Patricia Fernández fueron eliminados en menos de diez segundos, en una carrera hacia el ascensor. Después del estiramiento aparece un título de "meses después", y en tres días atestiguamos noviazgo formal y de manita sudada, matrimonio e hijos.

En el desenlace Betty y Armando escuchan emocionados los acordes de Somos Novios, en voz de Armando Manzanero y Olga Tañón, en tanto que el sacerdote oficiante, Alberto Linares y la concurrencia allí reunida atestiguan el triunfo del amor. Nueve meses después, los amigos y familiares del nuevo matrimonio van a la Clínica Renaissance a conocer a Camila, su primera hija. El abuelo repite la misma frase que dijera años atrás en esa misma clínica "Tan linda", secundado por el orgulloso padre, que besa a Betty y le susurra al oído

"Te quedó divina". Sin embargo, el rostro de los presentes delata que la pequeña no es tan hermosa..

El final nos ofrece lo mismo de siempre: las mujeres no pueden encontrar la verdadera felicidad solas. Necesitan un hombre que las ayude a cumplir sus sueños. El mensaje es tan obvio y reaccionario que ha provocado airadas reacciones y artículos que acusan al show de criminal por engañar al público.

Quizá el peor crimen de Betty sea que perdió la oportunidad de llevar el género latino más popular al siglo veintiuno. Mientras los cineastas de Latinoamérica luchan por poder rodar unas pocas películas, el público queda a merced de la pantalla chica. Y, cuando se les prometió un personaje nuevo que rompería estereotipos, y millones se sentaron a ver, lo que obtuvieron fue la misma vieja historia de la Cenicienta.⁶³

2.2 La cenicienta recorre el mundo

El cuento de hadas se vendió a 22 países, incluida toda América y llegó a España, Israel, Hungría, Polonia y Rumania. Se convirtió en la primera producción latinoamericana adquirida por un canal estadounidense. La cadena NBC compró los derechos a través de la agencia William Morris que representa los intereses de RCN en los Estados Unidos.

La versión en inglés, una comedia de media hora cuyos libretos serán escritos por Alexa Junge, la exitosa libretista de la serie *Friends*, se está preparando para ser lanzada en el mercado norteamericano.⁶⁴

⁶³ Hernández, Sandra, "Que se mueran los feos" consultado en <http://www.pagina12.com.ar/2001/supl/radar/01-06/01-06-17/pagina3.htm> el 9 de abril de 2002 a las 15:30 hrs.

⁶⁴ " NBC de Estados Unidos compra derechos de Betty, la fea " consultado en www.commsearch.com/noticiasrg.htm el 12 de marzo de 2002 a las 18:30 hrs.

Hay que añadir que a mediados de junio (de 2001), Univision Communications Inc., la cadena número uno en lengua hispana en Estados Unidos, compró a RCN los derechos para emitir **Betty, la fea** y su esperada continuación, **Eco Moda**.⁶⁵

En Costa Rica la Sala Constitucional rechazó un recurso de amparo interpuesto por Alberto Cabezas Villalobos, un estudiante de psicología que demandó la suspensión de la telenovela porque se sentía discriminado como feo y consideraba que se promovía una cultura donde fealdad equivale a brutez. El melodrama siguió y obtuvo una respuesta positiva del auditorio.

Kike de Heredia, un reconocido músico costarricense se apresta a lanzar su nuevo tema "Yo soy Beto, el feo" a ritmo de cumbia para envolver al público que día a día sigue la vida de la colombiana Beatriz Pinzón.

Como parte de esta fiebre, la empresa Guarever Producciones transmitió una parodia del exitoso drama colombiano bajo el nombre de **Yetty, la furrís** con conocidos actores y actrices costarricenses. Entre cuyos personajes figuran Beatriz Panzón (Betty), Germando (Armando) y Teacomoda (en referencia a **Eco Moda**). "Esto es un vacilón que hemos ambientado en la realidad costarricense", apuntó el director Gustavo Rojas,⁶⁶ que consta solamente de tres capítulos transmitidos en el programa **Las aventuras de Emeterio**, que emite Repretel canal 6 los lunes a las 8:30 p. m.

En Chile, en el primer segmento del horario de mayor sintonía televisiva (de 20:00 a 21:00 hrs.) pasan dos telenovelas nacionales, una hecha en y transmitida por el canal nacional y la otra por y en el canal de la Universidad Católica. Cada principio de año hay una guerra de telenovelas, según explica Paula Miranda, durante el primer semestre del año antepasado

65 "¿Betty bilingüe?" en *Reforma*, Gente 5E, Sábado 11 de agosto del 2001.

66 "Betty, la fea comienza a dejar huella" consultado en www.terra.com.mx/entretenimiento/articulo/068043/ el 8 de abril de 2002 a las 12:00 con información anexada de Parra Aranava, Ana María, "Betty: la musa más fea" consultado en www.nacion.com/viva/2001/mayo/31/espec3.html el 9 de abril de 2002 a las 15:53 hrs.

el canal nacional llegó a duplicar en sintonía la emisión del canal católico. La telenovela inspirada en el mundo gitano **Romané** batió records históricos de audiencias llegando a marcar 48 puntos en sus primeros días de emisión y llegando a 51 puntos en la trasmisión del último capítulo, y en forma simultánea a la emisión de sus últimos capítulos se publicitó exitosamente la telenovela del segundo semestre: **Santo Ladrón**. Por su parte, el canal católico, que ya había empezado la producción de su segunda telenovela, **Corazón Pirata**, decidió suspender la empresa, temiendo otro avasallador éxito de la telenovela del canal nacional. Entonces el canal 13 apostó en horario estelar a una telenovela extranjera, con éxito probado en Colombia. Compró entonces los derechos para transmitir **Yo soy Betty, la fea**. Y superó en rating a la competencia desde el tercer capítulo. De inmediato, los grandes periódicos chilenos publicaron extensos artículos sobre el fenómeno **Betty**. La telenovela interrumpió la transmisión durante los meses de verano, para que la gente se fuera tranquila de vacaciones, sin miedo a perderse ningún capítulo.

Así, la proyección del negocio hizo ingresar en nuestro hogares a **Yo soy Betty, la fea**, no sólo por el alto rating logrado en Colombia, sino por los éxitos económicos que había evidenciado en el mercado local, salvando de la quiebra al canal que la produjo. Éste invierte por cada capítulo 40 a 50 mil dólares y recupera y tiene ganancias sólo en su comercialización interna, pues los precios de exportación no se corresponden con los de esa comercialización interna. Así, **Yo soy Betty, la fea**, habría salvado de la quiebra no sólo al mercado colombiano, en crisis desde la privatización de canales y productoras, sino también al canal católico chileno, el que tenía sólo pérdidas en sus últimas producciones⁶⁷.

La "Primera Dama de la televisión chilena" , Cecilia Bolocco, lanzó una versión en su programa Viva el lunes, **Chechi la Fea** está dividida en siete capítulos, cada uno entre dos y cuatro minutos de duración, especialmente preparados para Internet , fue filmada en los mismos estudios donde se produjo la serie televisiva original en Colombia.

⁶⁷ Miranda, Paula, "Lo popular desde los usos sociales: Yo soy Betty, la fea", Revista de la Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile , No. 17, verano 2001 consultado en <http://www.uchile.cl/facultades/filosofia/publicaciones/cyber/cyber17/tx1.html> el



"Se busca una secretaria horrible, bilingüe, triunfadora, creativa, eficaz, al estilo **Betty, la fea**" se llegó a leer en los anuncios clasificados de los periódicos de Santiago.

"Nuevamente una producción colombiana desata una guerra entre los canales de televisión nacional", destacó 11 de junio el diario ecuatoriano Hoy. Entre el 29 de mayo y 4 de junio, la producción alcanzó un rating de 45,8%, tan solo comparado con la aceptación que obtuvo **Café con aroma de mujer**. Según la firma estadounidense Ibope Time Ecuador, se considera que un programa de transmisión nocturna puede llegar a alcanzar una buena aceptación si recibe un rating de 20 puntos, pero **La Fea** -acotó- rebasó todos los promedios. **Yo soy Betty, la fea**, que es el tema favorito de discusión de los ecuatorianos, sale al aire por Gamavisión durante una hora a partir de las 21:00 locales, el horario en que habitualmente otros canales transmiten otras producciones latinoamericanas.

El impacto de la telenovela obligó a canales como Ecuavisa a extender media hora su programa principal de la noche, la serie brasileña **Pecado capital**, que sale entre las 20:30 y las 22:00 hrs. locales.

"No se deje engañar por mujeres feas", es el comercial escogido por el canal SÍTV para un programa de modelaje de trajes de baño mientras el espacio humorístico "Se parecen pero no son", incorporó a **Betty** entre sus personajes con el nombre de **Elsa la fea**. De su lado, Teleamazonas publicitó con "No la veas tan fea" la serie chilena **Romané**. El nivel de sintonía obligó a reajustar los costos de las cuñas publicitarias en Gamavisión. El costo de los espacios comerciales, ahora de 600 dólares, se elevará a mil dólares a partir del próximo 1 de julio.

Gamavisión de momento está de fiesta y aseguró que "el rating de **Betty la fea**, todos los canales lo desean".⁶⁸ Y para que nadie se la perdiera, transmitió un resumen los fines de semana.

⁶⁸ "Betty, la fea" consultado en http://www.mw.nl/sp/toolbar/radioenlace_160600.html el 21 de mayo de 2001 a las 15.00 hrs.

La cadena Globo adquirió los derechos de emisión en Brasil, para impedir que el Sistema Brasileño de Televisión (SBT), su principal rival, los comprara. Desde la década de los 60 no adquiría los derechos de una producción extranjera. En los últimos años, SBT ha logrado robarle importantes puntos de audiencia gracias a la emisión de algunos culebrones mexicanos y venezolanos. La telenovela no obtuvo la misma atención que en otros países.

En México entró al aire el 28 de agosto de 2000 a las 19:30 hrs. por el canal 9. Es la primera telenovela colombiana que compra Televisa. También Tv Azteca se mostró interesada en adquirirla. La televisora del Ajusco había transmitido antes las colombianas **Café con aroma de mujer, Puerta Grande, Guajira, Prisionera del amor, Perro Amor, La Potra Zaina, Hombres y Las Juanas.**⁶⁹

La empresa de Salinas Pliego creó una versión propia, **El amor no es como lo pintan** con Alicia Ramírez, una ejecutiva de 23 años muy simpática, inteligente (tiene un postgrado en Finanzas y habla cuatro idiomas) que no consigue una pareja debido a su fealdad; ante la amenaza de demandarlos por plagio le rellenaron con situaciones insólitas de herederos desconocidos.

Betty no logró el mismo interés en el público mexicano que en el resto de América, por la poca difusión que le dio la televisora, Fernando Gaytán explica por qué: "La razón es que la televisora sólo estaba interesada en adquirir los libretos pero para comprarlos, tenían que comprar la producción y transmitirla en horario prime-time.

" Ellos cumplieron con eso, pero su finalidad no era que funcionara, sino hacer su propia versión en cuatro o cinco años, de ahí que no exista el interés de que tenga el rating que registra en otros países y que la hayan programado en el canal 9, pero aún así funciona",

⁶⁹ Esta telenovela se transmitió en 1999 en horario para desvelados, (00:30 hrs.) sobresale por el manejo del humor del escritor Bernardo Romero, el mismo de **Mirada de Mujer**. Cuando las cinco protagonistas se casan sale a cuadro un supuesto guerrillero anunciando que la lucha se detiene para no arruinar la boda.

sentenció. De ahí que no exista la oferta para que la protagonista o algún otro actor del elenco venga a México para hacer promoción, destacó el escritor. "La invitación tendría que ser de parte de Televisa, pero que yo sepa, ni siquiera se ha hablado de la posibilidad", aseveró.

A partir del 24 de febrero de 2001 repitieron la historia en cadena nacional por el canal 2⁷⁰ los sábados de 15:00 a 17:00 hrs., después la retransmitieron en el 9 entre semana a partir del 23 de junio, luego la suspendieron.

Gaytán comentó al semanario Proceso que estudiaba con detalle cada uno de los temas que introducía. "Y para ello consulta a diferentes funcionarios del gobierno. Con el ministro de Comercio Exterior, si en un capítulo se habla de exportaciones; con el director de Impuestos y Aduanas, si se toca el tema del contrabando; con el ministro de Relaciones Exteriores o con embajadores, si trata de la integración de Colombia con otros países" reportó Sandra Bibiana Florez en " Yo soy Betty, la fea, embajadora de Colombia".

En Perú también hay un gran número de "adictos a Betty". Aprovechando la popularidad de este singular personaje, un canal de TV lanzó un concurso para buscar a la joven más parecida a la protagonista de **Betty, la fea**.

En Puerto Rico, la telenovela colombiana sacudió a los televidentes del país, a punto que sus seguidores, apenas empezada la historia, ya empezaron a debatir si a la protagonista será "asesinada" con toques de belleza y elegancia ⁷¹. Y este fue el primer país en transmitir la secuela, **Eco Moda**, en señal abierta.

⁷⁰ La última vez que una telenovela extranjera se vio en el Canal de las Estrellas fue en 1994 con **Apasionada**.

⁷¹ "La Bettymania: el orgullo de Colombia" consultado en <http://www.terra.com/especiales/bettylafea/bettymania2.htm> el 3 de julio de 2001 a las 13:20 hrs.

En El Salvador el canal 4 lanzó el concurso "Personifica a Betty, la fea" cuyo premio consistió en un viaje a Bogotá, Colombia, para conocer y cenar con el actor Jorge Enrique Abello. Asimismo en Nicaragua la estación de radio La Pachanguera lanzó una convocatoria a mujeres entre 20 y 30 años, con un grado académico mínimo de tercer año para hallar a la doble de Betty, el premio consistía en mil dólares y un viaje al Caribe.

En la Madre Patria, Teleprograma, una de las más importantes publicaciones del espectáculo, dio a conocer que la fea ganó en la categoría Mejor Telenovela 2001. Estos premios son entregados por los lectores, que la prefirieron por encima de las producciones españolas. El secreto y Esencia de poder.

El premio, que llega a su versión 30 y que consiste en una estatuilla TP de oro, fue recibido por una imitadora de Betty que se ha ganado el corazón de los televidentes con su participación en el programa matinal De buena mañana, emitido por Antena 3⁷². El 17 de mayo de 2002 se transmitió el ansiado final en horario estelar de las 20:00 hrs. Inmediatamente después la tropa reapareció en la saga, **Eco Moda**.

También llegó a Hungría. Una particularidad más de las telenovelas latinoamericanas es que son dobladas. Todas, sin excepción y las voces que se eligen en muchas ocasiones no tienen semejanza en absoluto, con la voz original. Se utiliza simplemente una voz, para que el húngaro pueda identificarse con el personaje, según explicó Zsuzsanna Jung, encargada de elegir las telenovelas en el RTL Klub, uno de los canales comerciales.⁷³

El canal que la transmitió en Rumania, ACASA registró un índice de audiencia de 17.9 de rating dentro del segmento de población compuesto por las mujeres entre los 16 y 49 años que viven en la ciudad, según datos proporcionados por CSOP-TNS (Centro de Sondeo de

⁷² "Betty embellece en tierra española" consultado en <http://elpais-cali.terra.com.co/historico/ene232002/EVE/D523N1.html> el 28 de febrero de 2002 a las 11:00 hrs.

⁷³ Nagy, Attila "Los húngaros sueñan con las telenovelas latinoamericanas", Reportaje consultado en http://www.rnw.nl/sp/toolbar/radioenface_20-.html el 30 de abril de 2002 a las 12:00 hrs.

la Opinión Pública). Fue vista a nivel nacional por cerca de 1,212,000 televidentes tanto del nivel urbano como rural ⁷⁴.

En Malasia la cadena NTV7 comenzó a transmitirla en español (al igual que lo ha hecho con otras producciones como **La usurpadora**, **Mis tres hermanas** y **María Mercedes**) a partir del 17 de junio de 2002 a las 16:30 hrs.

En China se emite desde el 9 de agosto de 2002, a la par con **Mariu** y **Carita pintada**, dos recordados seriados venezolanos, por el canal 8 de la Televisión Central de China (CCTV). Los responsables de Encore Internacional, la compañía que los distribuye en dicha nación ⁷⁵ señalaron que el éxito de los culebrones en este país se ha basado en una adaptación a los gustos de la audiencia oriental. Se ofrecen versiones resumidas de estas largas series ya que, según los expertos, el público chino no sigue las telenovelas durante meses o incluso años, como ocurre en Latinoamérica.

"Los diálogos, graciosos e inteligentes, han traído aire fresco a la televisión", comentó un televidente respecto a la novela colombiana. Al respecto del éxito de **Betty la fea**, el embajador de Colombia en China dijo que se debe a que la serie "revela la realidad de la vida, en la que lo más importante para una secretaria es la inteligencia, la eficiencia y sus dotes para decidir".

74 "Betty, la fea" consultado en www.terra.com.co/telenovelas/chismes/ el 1 de abril a las 01:44 hrs.

⁷⁵ Las primeras telenovelas latinoamericanas llegaron a China en los años 80, en forma de producciones brasileñas y mexicanas, y aunque tuvieron un éxito similar a las actuales fueron eclipsadas por series estadounidenses, como *Dallas* y *Dinastía*.

Los expertos en la televisión de este país asiático señalan que aquellas primeras series de México y Brasil fueron el modelo en el que se fijaron los realizadores chinos para rodar sus primeras telenovelas, un género que hoy en día tiene tanto éxito que posee un canal propio en la televisión nacional.

2.3 La mercadotecnia alrededor de una fea

RCN Televisión⁷⁶ presume que Betty superó en rating con 54,7 puntos a los partidos Colombia-Argentina y Colombia-Brasil, que obtuvieron 46,1 y 45,3 puntos respectivamente en plena eliminatoria del Mundial de fútbol.

Con esta producción RCN vendió a 35 millones de pesos el minuto, una cifra record en el campo de la publicidad colombiana y facturó 280 millones de pesos diariamente, sin contar con la publicidad disfrazada de autos, telefonos y bebidas que aparecieron en escena.⁷⁷

Desfilaron marcas como la línea de productos para el cuidado del cabello Pantene, los cosméticos Max Factor, Orbitel y Telecom. Betty adquirió un coche Mercedes Benz, aconsejada por Nicolás. Luego le dedicaron 6 minutos a la compra de un automóvil Skoda, y el colmo fue la adquisición de un celular Comcel y un par de medias Ritchie para la Peliteñida..

Gabriel Reyes, presidente de RCN, dice que a raíz de su éxito, se aprovechó para desarrollar en la televisión colombiana el Product Placement, un esquema publicitario que explota comercialmente los contenidos de un dramatizado.

⁷⁶ Su historia se remonta a los años 50 cuando un grupo de empresarios, incursionó en la radio y fundó la Radio Cadena Nacional. En 1967 participó por primera vez en una licitación para televisión, se le adjudicó una hora de programación diaria, que fue repartida entre la comedia nacional El Hogar y la comedia extranjera Hechizada. Sin embargo en 1969 se retiró de la televisión para continuar con la radio.

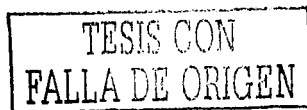
En septiembre de 1973 RCN Radio fue adquirida por el empresario santandereano Carlos Ardila. Tres años después se reinauguró la programadora de televisión. Más adelante incursionó en los dramatizados con la serie Cusumbo y en 1984 se estrenó El Taita, primera telenovela nacional realizada completamente en exteriores.

En la nueva ley de televisión de 1995, se permitió la operación de canales nacionales privados; RCN TV participó en la licitación, y ganó una de las dos adjudicaciones de los canales privados.

A partir de 1997 se inició el montaje y la puesta en marcha del Canal RCN, que cuenta actualmente con una sede propia en Santafé de Bogotá, la cual tiene una extensión de 24.000 metros cuadrados, donde se encuentran 4 estudios. Asimismo posee salas de postproducción digitales, y no lineales, efectos digitales y grabadores tridimensionales. Para grabaciones en exteriores cuenta con 3 unidades móviles y tiene estudios para los noticieros, salas de edición y transmisión de señal vía satélite.

"Historia del canal RCN. Nosotros hacemos los programas, la gente hace los éxitos" consultado en <http://www.rcntv.com/historia/Historia.htm> el 19 de octubre de 2001 a las 17:00 hrs.

⁷⁷ "Un final que vale oro", Reforma, 2 de mayo de 2001, Gente 1E



"En todas las historias hay elementos importantes como un carro o un celular que hacen parte del juego dramático. Sería una tontería no aprovecharlos con fines comerciales. Posiblemente hubo un exceso, pero la escena era necesaria" añade Gaytán.

Ana María Orozco, la actriz que daba vida a **Betty** se convirtió en una de las mejores pagadas de su país al ganar, de acuerdo con agencias internacionales, 25 mil dólares mensuales. Lo sorprendente es que la colombiana sólo obtenía la sexta parte de las percepciones mensuales de una de las más importantes estrellas mexicanas: Thalia.⁷⁸

Como un regalo de Navidad se hizo una adaptación de la historia en cuatro capítulos, representada por niños, que llevó como título **Bettyta, la fea**, con Alejandra Botero como la miniprotagonista.

Ningún éxito actual escapa al marketing y **Betty** tiene todos los ingredientes para no ser una excepción a esta regla. La colombiana Yolanda Caro obtuvo los derechos para producir una muñeca de unos 60 cm, con el cuerpo de trapo y la cara y las manos hechos de plástico. Contrató los servicios de la Fábrica Nacional de Muñecos. Como no podía ser de otra manera, se produjo un tremendo éxito de ventas basado en la facilísima caricaturización del personaje: cejas espesas, bigote, ropa demodée...

La empresa estadounidense Uno Productions se apresuró en darle a la idea un "toque americano": convertir a Betty y su troupé en la competencia directa de la Barbie. Se proyectan dos modelos: la Betty fea y la Betty guapa. Por añadidura, aparecerán los demás personajes y la correspondiente lista de accesorios.⁷⁹

⁷⁸ "Dime quién es y te dire cuánto gana", Reforma, 25 de junio de 2001, Gente 1E

⁷⁹ "Fenómeno Betty: ¿Quieres jugar con Betty?" consultado en <http://www.antena3tv.com/betty/web/index.htm> el 3 de marzo de 2002 a las 11:20

Circula un álbum de estampas coleccionables, que se vende en tiendas departamentales, mide 30 centímetros de largo por 20 de ancho. Su costo es de \$2,000 pesos colombianos, aproximadamente \$10 pesos mexicanos.⁶⁰

Los españoles que quieran conservar los mejores momentos pueden adquirir la telenovela en 10 videocassettes a un precio de 2.80 euros.

Y en un intento por descifrar las causas que la llevaron al éxito José Luis Méndez, catedrático de la Universidad de Puerto Rico y especialista en los estudios sociológicos de la literatura, se aventuró, a lo largo de ocho sugestivos capítulos, a examinar el escenario de lucha que encierra la telenovela en la publicación El irresistible encanto de Betty la fea, que distribuye en exclusivo Merino & Sánchez a partir de enero de 2002.

A pesar de que **Betty** ya salió del aire en Colombia, su presencia se siente todavía. La actividad comercial ilegal alrededor de la fea es uno de los termómetros de esa extraña vitalidad. Los servicios de seguridad del canal RCN han realizado exitosos operativos antipiratería relacionados con productos de **Betty** en Colombia, Costa Rica, Honduras, Guatemala, Argentina, Venezuela y Panamá. Los "avivatos" han tratado de comercializar sin autorización millonarias producciones de libros, álbumes de estampas coleccionables, muñecas, revistas, videos, afiches etc.⁶¹

Y La Superintendencia de Industria y Comercio, Entidad Adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico (Superindustria), que se encarga de otorgar las patentes comerciales, rechazó la solicitud de un comerciante que aspiraba a obtener el registro del nombre **Eco Moda**, la ficticia empresa de los Mendoza y los Valencia. Aunque no se conocen las razones, se sabe que RCN argumentó, entre otras cosas, que las normas internacionales hacen extensivo los derechos intelectuales a los lugares y personajes de una producción artística. RCN sostuvo además ante la Superindustria que una norma del Pacto Andino hace

⁶⁰ " No es fea... ¡es fenómeno mundial !", Tvynovelas, año XXIII, no. 20, pág. 22

⁶¹ "La suerte de la fea..." consultado en <http://www.revistapoder.com/NR/exeres/128F2B00-BC5D-43A6-95ED-1A923570646E.htm> el 2 de febrero de 2002 a las 13:30 hrs.



irregistrable una marca cuando sea idéntica o similar a obras o personajes simbólicos. Luego, por lo pronto, **Eco Moda** seguirá siendo un nombre que existe sólo en la ficción ⁸²

Tanta es la fascinación que genera **Betty** a todo el que se le cruza, que figuras populares de la TV latinoamericana tampoco pudieron resistir la tentación de estar cerca.

En el transcurso de la telenovela aparecieron personajes como: la ex-Miss Universo chilena Cecilia Bolocco de Menem; el cantante Franco de Vita; el presentador Gino Molinari; la peruana Gisela Valcárcel; el maquillista venezolano Vladimir Utrera; los cantantes venezolanos Franco de Vita y Ricardo Montaner; la actriz mexicana Laura Flores; Mario Duarte, rockero que interpreta en la historia a Nicolás Mora; José Gabriel Ortiz, conductor del Talk Show con más alto rating de la televisión colombiana: **Yo, José Gabriel**; la actriz brasileña Thais Araujo⁸³; la actriz venezolana Scarlet Ortiz encarnó a la rival de Betty; la diseñadora colombiana Bettina Spitz le diseñó su vestido de novia, mientras que Armando Manzanero y Olga Tañón cantaron en la ceremonia religiosa en la que el Padre Alberto dio su bendición.

El mismo presidente Andrés Pastrana aprovechó su popularidad para dirigirse a la nación durante el receso de la telenovela e informar sobre los avances del proceso de paz con guerrillas izquierdistas. Según Terra Colombia se rumora que se le extendió una invitación al Primer Mandatario y a su esposa, Nohra Puyana para que intervinieran en ella, el gobernante declinó participar, la señora no respondió oficialmente (hay quien afirma que se molestó), a pesar de eso el dirigente apareció brevemente en una escena sin diálogo alguno donde saluda de mano a Betty en una ceremonia naval. Pastrana presenció el final de **Betty**, acompañado por sus hijos, y deploró que terminara "porque **Betty** era la verdadera zona de distensión del país".

⁸² "Eco Moda sigue en manos de Betty II ", consultado en <http://www.lanota.com.co/confidencias.php> el 3 de abril de 2002 a las 10:00 hrs.

⁸³ Protagonista de **Xica**, producción brasileña de la cadena Manchete que abordaba la vida de una cortesana del siglo XVIII.

La lista de invitados también podría haber incluido a dos candidatas a la Alcaldía de Bogotá, pero finalmente la producción entendió que no sería apropiado hacerlo.

2.4 Eco Moda o La Cenicienta II

Las dos principales cadenas televisoras en español en la Unión Americana, Univisión y Telemundo (que transmitió **Betty** para la comunidad hispana en el país de las hamburguesas) lucharon por conseguir los derechos para producir la continuación de **Betty**. Triunfó Univisión.

Eco Moda dura una hora y se emitió desde el 2 de diciembre de 2001 al 2 de junio de 2002 en Miami y por cable los domingos a las ocho de la noche, hora local. Nuevamente con los libretos de Fernando Gaytán, la dirección de Mario Ribero y la mayor parte del reparto anterior, esta continuación al estilo sitcom americano muestra a Betty como presidenta de **Eco Moda**, felizmente casada con Armando, con su pequeña hija Camila ya de un año de edad.

Eco Moda busca expandir sus operaciones más allá de las fronteras colombianas. Entonces llega Mario Calderón con nuevos socios para desarrollar planes y estrategias. Una de ellas es la mexicana Gabriela Garza, bellísima y muy influyente en el ámbito textil.

Por otra parte Kenneth es un especialista de modas de los Estados Unidos, es un ejecutivo exigente que implementa cambios en la organización, los cuales provocan desconcierto en el relajado ambiente laboral al que están acostumbrados los astutos empleados.

La vida de los personajes ha sufrido modificaciones, el Cuartel de Las Feas no se acostumbra a ver a Betty como jefa y mujer casada y la trata como a una compinche. Su

madre sobreprotege a su niña. Cuando aparece Gabriela Garza, Betty duda de la fidelidad de su esposo.

Atrás quedó el mujeriego, Don Armando está entregado por completo a su familia, mas no se siente muy cómodo con el éxito de Betty y le fastidia la constante presencia de sus suegros, Nicolás y el Cuartel en su hogar. Michel llega a saludar a Betty y resurgen los celos (al punto de ir a buscarlo a su hotel, sólo para encontrarlo en la cama...con otra mujer).

Nicolás Mora está viviendo su adolescencia tardía. La pandilla de Román, que antes lo molestaba, lo busca constantemente para rumbear, ya que saben que tiene la chequera disponible.

Aura María, Sandra y Mariana comparten un apartamento, los conflictos surgen cuando "Pechuguín" se va de jueрга y les encarga a su hijo. Marcela Valencia vive en el exterior y no quiere saber de nadie. Hugo Lombardi regresa como diseñador estrella, luego de conocer a un jeque árabe, a un irresistible italiano y a un misterioso hindú .

La argentina Lorena Meritano y el estadounidense Geoffrey W. Deakin interpretan a los nuevos aliados comerciales en una secuela que se graba también en escenarios y locaciones internacionales como Estados Unidos, Argentina, México, Chile y Venezuela, la trama lo justifica ya que la fábrica busca nuevos mercados. "La participación de actores extranjeros es una forma de internacionalización tanto de la trama como de la serie", explica Fernando Gaytán.

Los detractores de esta segunda parte precisan que el ritmo de **Eco Moda** es lento, Betty perdió la gracia que la caracterizaba, ya es hermosa y cumplió su sueño. Los pleitos de Freddy y Aura María dejaron de causar gracia. Falta la quejumbrosa peliteñida.

Siempre dicen que segundas partes nunca son iguales al original, pero en el caso de **Eco Moda**, el resultado no es ni siquiera un pariente lejano del original. Para ser francos, es un absoluto desastre.

Después de ver dos capítulos del seriado de una hora entendemos muy bien por qué RCN no ha querido estrenar este programa en Colombia después de todos los bombos y platillos que acompañaron las nuevas contrataciones multimillonarias de casi todos sus actores principales y del famoso Cuartel de las Feas. Aunque dicen que no hay hijo bobo ni feo, este nuevo descendiente del canal RCN es definitivamente un esperpento. Aunque nosotros nunca estuvimos muy entusiastas sobre el proyecto de revivir a **Betty** en un seriado, sinceramente nunca esperábamos un programa tan soso, aburrido y sin interés.

Definitivamente, como lo dijimos antes, **Betty** murió felizmente en su último capítulo de la telenovela y nunca se debería haber pensado en seguir exprimiendo la misma historia porque ya no había ni personajes ni historia para desarrollar.

Betty y Armando perdieron todas sus características especiales al terminar la novela. Ya no hay verdaderos conflictos entre ellos ya que se supone que "vivieron felices" como en todos los cuentos de hadas y tratar de volverlos otra cosa terminaría en convertir el seriado en algo diferente y melodramático, muy alejado del tono cómico que logró (y agradó) tanto al público. Así es que, aún con sus multimillonarios sueldos a cuestas, Ana María Orozco (Betty) y Jorge Enrique Abello (Armando) se volvieron casi unos extras en su propio programa y ya no son los ejes de la poquita trama que queda.⁸⁴

Realmente uno de los aciertos de **Eco Moda** llegó al final cuando Armando reconoce públicamente que en la empresa todo el mundo hace lo que quiere, pues los empleados pasan el tiempo comiendo chicharrones y tomando tintos. Asimismo cuando expone un plan para reducir al máximo los gastos de operación propone que para dejar de pagar horas extras, el personal realice el trabajo que le corresponde en las horas que pasa en la oficina.

⁸⁴ " El spin-off de Betty, la fea, ni sombra del original" consultado en enrodaje.tripod.com/4el_spinoff_de_betty.htm el 18 de marzo de 2002 a las 17:00 hrs.

suprimir las llamadas de los empleados al exterior, a celulares e incluso las llamadas locales, lo que provoca que El Cuartel de las Feas se muestre angustiado y hasta ofendido, porque siente genuinamente que sí trabaja.

2.5 La fealdad está en boga en Colombia

Pese a las limitaciones técnicas que hay en Colombia para la realización de dibujos animados, RCN lanzó al aire la caricatura de **Yo soy Betty, la fea**. **Betty Toons** recrea la infancia de Betty, Armando, Nicolás, Mario, Marcela, la Peliteñida, Freddy y el Cuartel de las feas, en un salón de clases y cuenta las experiencias que a diario enfrentan los niños en su universo escolar. Se puede decir que es la producción colombiana que, hasta ahora, tiene mejor factura. Cuenta con un buen manejo del humor y la historia, tierna, les llega fácil a los niños y, por qué no, a los adultos. Más allá del trabajo de mercadeo, es una buena idea la de mantener así vigentes a los queridos personajes de **Yo soy Betty, la fea**.

Cuando todo parecía indicar que ningún otro personaje de la TV colombiana podría llenar el espacio vacío dejado por **Betty, la fea**, llegó a las pantallas mexicanas **Pedro, el escamoso** primero vía canal 52 de Multivisión y después en septiembre en señal abierta por Galavisión. **Pedro Coral**, un hombre escamoso, vivo y enamorado obligado a huir de su pueblo por un problema de faldas, llega a la ciudad a luchar por un futuro que cada vez aparece más incierto. La suerte lo acompaña e ingresa a trabajar como chofer en una empresa, sin sospechar que allí conocerá a la mujer de su vida: **Paula Dávila**, un amor imposible por el simple hecho de que ella está locamente enamorada de su jefe, **César Luis Freydel**, dueño y señor de la empresa donde **Pedro** también trabaja-

Pedro se convierte en el confidente de **Paula** pero su corazón lo traiciona y se enamora, aún sabiendo que ella está entregada a su relación con **César Luis**. Sin embargo, el despecho cambia el destino de **Paula**, quien en una noche de desesperación y gracias al

abandono en el que la dejó su novio, acaba en los brazos de **Pedro**, su chofer, quien ni corto ni perezoso, movido por su amor, aprovecha la situación.....

Pedro llegó con sus botas, su ropa apretada, su melena y su baile ocurrente para dar vida a un nuevo ícono de la pantalla chica, y para poner en lo más alto la reputación de los escamosos, una raza que existe en todas partes, en cada esquina, en cada oficina, aún aunque no lleve el cabello largo ni los pantalones cortos.⁸⁵

El protagonista de la producción de Tv Caracol, la competencia de RCN Televisión, podríamos decir que es la versión masculina de **Betty**. Un antihéroe que tiene continuamente problemas y que con frecuencia los resuelve gracias a la ayuda de las mujeres, se enamora de su jefa y sostiene un romance con ella.

Y aunque al final ninguna de las dos telenovelas pudo romper el hechizo del desenlace tradicional, al menos hicieron reflexionar a una sociedad altamente preocupada por la imagen, donde un buen regalo para una quinceañera es obsequiarle una cirugía plástica para aumentarle el volumen de los senos, porque como manifiesta Omar Rincón "una colombiana prefiere que le digan puta a que le digan fea y un colombiano prefiere que le digan que tiene el pipí chiquito a que conduce mal su auto...".

" Estos programas han roto la versión clásica de la telenovela latinoamericana, porque el héroe, tanto en esta serie como en el caso de **Betty**, no es rico, no domina el mundo y es incluso un poco tonto" precisa la socióloga de la Universidad Nacional de Bogotá, Florence Thomas.

⁸⁵ "El fenómeno: la sorpresa de Pedro" consultado en <http://www.terra.com/ocio/television/especiales/escamoso/fenomeno.html> el 15 de abril de 2002 a las 14:37 hrs.

" Parecería como si la sociedad colombiana estuviera pidiendo ver una relación diferente entre hombres y mujeres, donde el hombre es más vulnerable y la mujer lo dirige " concluye. Porque efectivamente, en otras producciones las mujeres asesoran a los hombres solamente en asuntos amorosos y no se involucran en negocios y en alta dirección.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

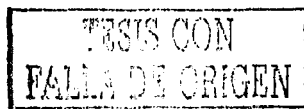
Capítulo 3

El enfoque de Usos y Gratificaciones

En algún programa de Textos y pretextos en el canal 22, la escritora de telenovelas Fernanda Villeli reconoció que ningún premio Nobel tiene el público de las telenovelas. No miente, ver telenovelas se ha convertido en un hábito que tiene sus raíces desde la infancia y el grado de adhesión varía según el género⁸⁶.

Aunque mucha gente cree que las telenovelas son productos comunicativos enfocados exclusivamente a las mujeres. Es parte del mito, nada más lejos de la realidad. También los varones gozan las telenovelas. A lo largo de la historia los protagonistas masculinos han sido escasos, siempre se recuerda más a la heroína sufriente que al célebre **Gutierritos**, a **Dorian Grey**, a **San Martín de Porres**, a la figura de Don Benito Juárez en **El carruaje**, al **Padre Gallo**, a Octavio Muriel de **En carne propia**, a Don Porfirio Díaz en **El vuelo del águila** y al todopoderoso señor **Candidato**. Hay excepciones, desde luego. Según Juan José Gurrola en las reuniones de las altas esferas políticas se hablaba de **El Maleficio**. Los homicidios de Catalina Creel en **Cuna de Lobos** atrajeron un importante auditorio masculino. **Nada Personal** encantó a los señores con sus alusiones a los dolorosos sucesos de la vida política nacional, las primeras groserías pronunciadas en una telenovela y gozosas escenas en el lecho entre Camila y Luis Mario. **Demasiado Corazón** estaba planteada más como una telenovela para hombres, con mucha acción y con una mujer mordiendo el trapito en una apasionada relación sexual. La pareja conformada por María Inés Domínguez de San Millán y Alejandro Salas, desigual a todas luces por la diferencia de edad y estilos de vida en **Mirada de Mujer** fue tema de conversación y creó polémica entre los hombres.

⁸⁶ Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista apuntan en *La televisión y el niño*, una investigación sobre los usos que hacen los pequeños de la televisión, que las telenovelas se hallan entre los programas predilectos de las niñas, aunque con un mínimo porcentaje, y hay una divergencia con los varoncitos, que expresan su desagrado por el género.



Los productores también buscan llamar la atención de ellos. Basta ver que en las telenovelas recientes hay dosis cada vez mayores de violencia, señoritas enfundadas en prendas diminutas que muestran generosos escotes y espléndidas piernas, al tiempo que aumenta la intensidad de las escenas de cama, o cuando todo lo anterior falla, el elenco entero va a la playa, a lucirse en bikini.

Las mujeres constituyen el target o público meta de las telenovelas. "Si Dios fuera mujer vería telenovelas", proclama grandilocuentemente Berta Rincón, analista adscrita a la vicepresidencia de Televisa, quién continúa: "La telenovela es el más universal de los intentos de la mujer como forma de oponerse al fracaso universal".

La enorme popularidad de las telenovelas es un asunto complejo. El presente trabajo desea comprender qué gratificaciones encuentran las mujeres mexicanas entre veinte y treinta años para usar la telenovela **Yo soy Betty, la fea** difundida primero a las siete de la noche por el canal nueve y luego en un horario sabatino de tres a cinco de la tarde en el Canal de las Estrellas. Para descubrirlo, esta investigación se basa en la Teoría de Usos y Gratificaciones, la cual fundamentalmente deriva de los principales postulados de la corriente funcionalista.

3.1 Enfoque de Usos y Gratificaciones

La investigación basada en Usos y Gratificaciones parte del principio psicológico que la percepción humana no es un proceso pasivo que únicamente registra, sino un proceso activo que organiza y estructura, así las gratificaciones que encuentran las personas son el resultado de procesos psicológicos activos.



Para esta teoría el individuo no es un robot que recibe sin chistar lo que le dan los medios masivos de comunicación, sino un sujeto que tiene un cuerpo de creencias, valores, intereses, asociaciones, que lo disponen a buscar el uso de un medio para gratificar sus necesidades⁸⁷, y un medio constituye una opción entre otras muchas para pasar un momento agradable. Un individuo puede elegir entre ir al cine, al teatro, visitar un museo, leer, dar un paseo, charlar con sus vecinos, escuchar música, ver una telenovela, oír la radio o revisar un medio impreso o electrónico.

Desde este enfoque teórico, los usos de los medios pueden vincularse con el uso de los contenidos, con la mera exposición y con el contexto el cual los sujetos se exponen a los medios. Cada una de estas formas se relaciona con las necesidades que el sujeto desea satisfacer: informarse, evadirse, relacionarse con otras personas, entre otras. Así, cada persona -dadas sus características individuales, sus motivaciones o su personalidad- asocia el uso de un medio con la gratificación de alguna necesidad.

Digamos que una mujer, como usuaria de un medio, exhibe una conducta: la de ver telenovela, haciendo de ésta un uso -generalmente intencional en términos de cantidad y

⁸⁷ Una de las maneras de explicar la conducta humana es la que se remonta a las necesidades y motivaciones. De acuerdo con Abraham Maslow el ser humano experimenta necesidades, una necesidad no satisfecha es lo que causa o motiva la acción de una persona. Las necesidades surgen a partir de ciertas deficiencias y el individuo siempre busca reestablecer un equilibrio físico o psicológico.

Según la pirámide elaborada por Maslow las necesidades se dividen en:

- Necesidades fisiológicas: son prioritarias para el individuo y se encuentran directamente relacionadas con su supervivencia: la alimentación, el saciar la sed, el mantenimiento de una temperatura corporal adecuada, el sexo, la maternidad.

- Necesidades de seguridad: se relacionan con el temor de los individuos a perder el control de su vida y están íntimamente ligadas al miedo, miedo a lo desconocido, a la anarquía...

Con su satisfacción se busca la creación y mantenimiento de un estado de orden y seguridad. Dentro de éstas encontramos la necesidad de estabilidad, la de tener orden y la de tener protección, entre otras.

- Necesidades sociales: una vez satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad, la motivación se da por las necesidades sociales. El ser humano requiere compañía, comunicarse con otras personas, establecer amistad con ellas, manifestar y recibir afecto, vivir en comunidad, pertenecer a un grupo y sentirse aceptado dentro de él, entre otras.

- Necesidades de reconocimiento: también conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima. Este grupo radica en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener prestigio y destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.

- Necesidades de autosuperación: también conocidas como de autorrealización o autoactualización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

calidad, y fundamenta su decisión en la relación entre la cantidad de recompensa y la energía requerida. La recompensa o gratificación es algo que el receptor percibe como compensatorio o satisfactorio.

Las gratificaciones pueden ser obtenidas del contenido de un medio (por ejemplo, ver un programa específico), de la familiaridad con un género desde el medio (ver telenovelas), de la exposición general al medio (ver televisión) y del contexto social en que es usado (ver televisión con la familia).

Por lo tanto esta perspectiva cambió la pregunta que orientaba los estudios: de cuestionarse sobre lo que los medios hacían con la gente, se consideró lo que la gente hacía con los medios.

Katz, Blumler y Gurevitch establecen las premisas teóricas del enfoque:

- 1.- Se concibe al público como activo, se supone que un importante porcentaje de la exposición a los medios tiene una meta explícita por parte del receptor: "buena parte del consumo de los medios masivos puede ser considerada como una respuesta a las necesidades sentidas por el miembro de la audiencia, ya que, dadas las disposiciones psicológicas y los papeles sociales, el espectador, oyente o lector individual, experimenta o confía experimentar alguna forma de satisfacción de necesidades mediante sus conductas en el uso de los medios".
- 2.- En el proceso de la comunicación masiva, es el miembro del público el que activamente selecciona mensajes que desde su perspectiva pueden satisfacer sus necesidades y proporcionarle gratificación. Esto contradice la influencia de los medios, ya que es la gente la que los escoge en forma selectiva.
- 3.- Los medios compiten con otras fuentes de necesidades: "las necesidades atendidas por la comunicación de masas constituyen un segmento de la más amplia gama de necesidades humanas, y desde luego varía el grado en que pueden ser adecuadamente satisfechas por el consumo de los medios masivos".

4.- Se supone que las metas en la exposición a los medios sólo pueden descubrirse preguntándose a los receptores, y que estos están conscientes de ellas como para reportarlas: "las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre su interés y su motivo en casos determinados, o cuando menos para reconocerlos cuando se ven confrontados con ellos en una formulación verbal inteligible y familiar".

5.- La calidad y la relevancia social de los mensajes de los medios no debe juzgarse de antemano, sino en función de los usos que le dan los miembros del público.

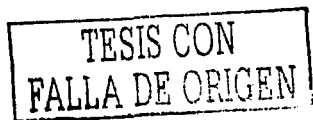
Entre las investigaciones teóricas de Usos y Gratificaciones que sirven a los propósitos del presente trabajo encontramos que son útiles las aportaciones de Herta Herzog, quién a principios de los años cuarenta hizo un estudio para determinar por qué escuchaban radionovelas las amas de casa. Según la investigadora las gratificaciones obtenidas eran tres: escape emocional, obtención de sugerencias sobre cómo enfrentar ciertos problemas, y deseos de experimentar lo mismo que los protagonistas.

Asimismo se retoma la labor de Lundberg y Hulten, los que indagaron la experiencia del lector, del radioescucha y del televidente y afirmaron que en el proceso de comunicación colectiva es el receptor quien decide la iniciación de ese proceso.

En esta misma nación, Rosengren y Windahl examinaron el papel de los medios como una alternativa funcional para otras actividades gratificantes productivas, explorando las implicaciones del uso del medio como sustituto activo, como escape y la naturaleza de la relación para-social entre el auditorio y varios "inputs" del contenido de los medios.

En Finlandia, Nordstreng reportó que una de las principales necesidades que llevan a usar los medios de comunicación colectiva es la de contacto social.

En 1969 Wiebe sugirió que las telenovelas sustituyen relaciones interpersonales primarias deficientes. Según la propuesta de este autor los individuos usan la televisión con una



función escapista, ya que los medios les proporcionan tres categorías de mensajes (en relación con tres aspectos de la socialización):

- Mensajes directivos, tales como programas informativos y educacionales que llaman al aprendizaje.
- Mantenimiento de mensajes. Estos son los mensajes que revisan o elaboran lo que la gente ya sabe.
- Y finalmente, los mensajes restaurativos. Estos –de acuerdo con Wiebe– son la clase de mensaje que las personas tienden a buscar en los medios. Frecuentemente envuelven simbolismo, metáfora y fantasía, y la función del mecanismo es la de proveer símbolos de desquite contra las figuras autoritarias.

Por otra parte en 1972 Francesco Alberoni en su obra La élite sin poder: Búsqueda sociológica sobre el divismo se preguntó cómo explicar la existencia de hombres y de mujeres que, sin ocupar posiciones institucionales, capturan el interés y la admiración colectiva, incidiendo de alguna manera en la modelación de los comportamientos de los individuos y de los grupos en la sociedad.

Según Alberoni, existe una diferencia substancial entre las imágenes y las expectativas de interés que despiertan "los divos" de lo que llama "élite-sin-poder" –artistas de teatro y de cine, atletas, futbolistas, etc. -, y de las que suscitan los divos de la élite con poder : jefes de Estado y de Gobierno, líderes políticos, etc.- Según sus hipótesis, confirmadas en la Italia de los años sesenta, el público no tenía curiosidad por conocer la vida privada de los políticos. En tanto que sí se interesa en lo concerniente a los actores y deportistas.

En 1974 Cazaneuve halló que debido a la forma como está estructurada la sociedad hay muchas personas que carecen de las satisfacciones materiales, y las compensan al identificarse con estrellas; por lo que no es muy difícil que se evadan con la ficción televisiva. En tanto que para Hazard los altos niveles de ansiedad conducen a una baja participación cultural y también a la elección de contenido fantasioso, como las telenovelas.

Casi siempre se considera a las telenovelas como el ejemplo clásico de contenido escapista. Katz y Faulkes encontraron en 1962 que la relación entre su contenido y la audiencia es más compleja. Una elección de escape del mundo real por parte de una mujer es un punto de anclaje para otra. Algunas variables sociales y psicológicas influyen en las gratificaciones que las telenovelas otorgan.

Por ejemplo, Herzog (1944), Lloyd y Henry (1948), y Katzman (1972) encontraron que a menor educación formal en una mujer, será mayor la probabilidad de considerar a las telenovelas como una ayuda. Siguiendo con los hallazgos de estas investigaciones se percibe que las mujeres de ingresos más altos son menos susceptibles de ver telenovelas, y si las siguen, no es muy posible que jueguen un rol significativo en sus vidas.

Las pesquisas de Azard (1967) y Wiebe (1969) muestran que las mujeres que están aisladas o que tienen una menor participación cultural, son más afectas a ver telenovelas. Mientras que Lloyd y Henry (1948) sostienen que las telenovelas actúan como mitos y cuentos que integran la vida de las mujeres en los valores de la comunidad.

Downing efectuó un análisis de contenido de telenovelas y encontró que 84% de los 300 capítulos monitoreados se inclina al amor romántico, 15% a problemas sociales y a la comunidad y 6% a asuntos mundiales.

El estudio Katzman (1972) arrojó que en el mundo telenovelesco, las personas siempre aparecen en interiores, casi siempre en la sala, donde los personajes discuten problemas, especulan, terminan relaciones amorosas y se reconcilian, o se dicen verdades.

Janos (Time, 1976) observó que hay una dosis mayor de realismo en las telenovelas. Se abordan tópicos como el incesto, el aborto, la drogadicción y las enfermedades de transmisión sexual, mezcladas con los viejos temas familiares e infelices.

Kinzer (1973) postula que en realidad persiste la división maniquea entre acciones correctas e incorrectas, la vieja noción de crimen y castigo continúa presente, por más

realista que parezca la trama (¿o alguien ha olvidado el final que tuvo Paulina en **Mirada de Mujer?**).

Joseph Torrow (1974) encontró que los personajes femeninos en las telenovelas en ocasiones aconsejan a los hombres, mas únicamente en el terreno sentimental. De esta manera, las estructuras fundamentales culturales no son violadas, en tanto que las expectativas y deseos de la audiencia femenina de verse plasmadas en los roles centrales, son gratificados.

El sacrificio y las penas de las heroínas de telenovelas brindan dosis de adrenalina a sus tranquilas existencias, sobre todo cuando tienen que cuidar a hombres atados a sillas de ruedas, ciegos, con amnesia u otras enfermedades. Las mujeres parecen no tener ocupaciones más emocionantes. Katzman (1972) concluyó que el 60% de los personajes masculinos realizan actividades profesionales, contra un 5% de las mujeres.

Edmonson y Rounds (1973) precisan que los personajes de las telenovelas son de clase media, ni agobiados por la pobreza ni en la máxima riqueza. Tampoco son ignorantes, ni bien educados, son personas con quienes se supone que se debe identificar la audiencia.⁸⁸

Cada ejemplo importante de la investigación sobre Usos y Gratificaciones ha otorgado su propia tipología, en un intento de identificar las distintas necesidades y gratificaciones que la gente deriva del uso de los medios.

Para esta investigación se considera particularmente importantes la tipología de uso de medios formulada por Dennis Mc Quail, que propone que los medios gratifican las necesidades de:

⁸⁸ Como en muchos otros, en este punto hay una divergencia entre las soap operas y las telenovelas hechas en Latinoamérica. En nuestras producciones los pobres están casi en la miseria y los ricos tienen más dinero que Carlos Slim.

1.- Información

- Descubrir eventos relevantes y las condiciones de los alrededores inmediatos, la sociedad y el mundo que lo circunda.
- Búsqueda de consejos sobre asuntos prácticos u opinión y toma de decisiones.
- Satisfacer curiosidad e interés general.
- Aprendizaje: autoeducación
- Ganar un sentido de seguridad a través del conocimiento

2.- Identidad Personal

- Reforzar los valores personales.
- Encontrar modelos de conducta
- Identificarse con otros así de valiosos (en los medios)
- Ganar perspicacia

3.- Integración e Interacción Social

- Ponerse en el lugar de los otros, empatía social
- Identificación con los otros y ganar un sentido de pertenencia.
- Encontrar bases para la conversación y la interacción social.
- Tener un sustituto de una compañía real.
- Ayudar a sobrellevar los roles sociales.
- Asegurarse de estar conectado con familia, amigos y sociedad.

4.- Entretenimiento

- Escaparse de los problemas o divertirse.
- Relajamiento
- Goce estético
- Pasar el tiempo
- Descarga emocional
- Despertar sexual

A lo anterior habrá que agregarle elementos de la tipología desarrollada por Richard Kilborn en torno al uso de telenovelas, tales como:

- Parte regular de la rutina doméstica y el entretenimiento visto como recompensa por el trabajo efectuado.
- Plataforma de lanzamiento para interacción social y personal.
- Satisfacción de necesidades individuales: una manera de elegir entre estar solo o una duradera soledad impuesta.
- Identificación e involucramiento con personajes (tal vez catártica).
- Fantasía escapista.
- Enfocarse al debate sobre temas específicos.
- Un tipo de juego crítico que involucra conocimiento de las reglas y convenciones del género.

Vale añadir que hay quien acusa a Usos y Gratificaciones de ser una teoría psicologista, que se ha alejado del texto. Elihu Katz reconoció en una entrevista con E. Otero "He estado un poco desalentado con Usos y Gratificaciones por su olvido del texto. Aunque lo he retomado recientemente por ejemplo en la investigación sobre la serie Dallas. Originalmente el enfoque no tenía ese énfasis psicológico; lo adquirió en la aplicación que mucha gente hizo de la idea. No hay problema en decir que una pandilla usa la música rock para identificarse como miembros del grupo y que este otro grupo usa los blues para hacer lo mismo. Eso es sociológico. El tenor psicologista que tomó Usos y Gratificaciones en su desarrollo ha sido tal vez, otro factor a considerar para explicar el abandono de los sociólogos."

En México no se ha investigado mucho desde este enfoque, hay algunas tesis de la Universidad Anáhuac, escritas en la década de los setenta, como las de Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista, y la de Déborah Elkes, publicadas posteriormente en forma de

libro, La televisión y el niño⁸⁹; un artículo sobre las gratificaciones que otorga ver telenovelas publicado en la Revista Mexicana de Comunicación, escrito también por Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista, que se limita a hacer un recuento de pesquisas previas sin entrar en un caso práctico; y un estudio de la ENEP Acatlán donde Flor Rubio y Diana Álvarez se abocan a las gratificaciones de los iconos religiosos.

No se ha indagado sobre las gratificaciones que otorga el ver una telenovela, por lo tanto este trabajo pretende llenar un espacio que no ha sido estudiado en el contexto mexicano y abrir brecha a futuros interesados en el tema.

En este sentido la hipótesis de esta investigación establece que las mujeres entre 20 y 30 años que viven en el municipio de Naucalpan de Juárez usan la telenovela *Yo soy Betty, la fea* porque gratifican su necesidad de evasión, de interrelación social y de identificación con los personajes.

3.2 Diseño del instrumento

En los estudios de motivaciones de consumo de medios el interés se centra, por un lado, en las razones profundas que subyacen a la elección de lo que se ve, y por otro lado, en las necesidades radicadas que la televisión intenta satisfacer. Sus referentes teóricos son el enfoque psicosociológico en la definición de elecciones de consumo, y los estudios de usos y gratificaciones, que constituyen la referencia principal de todas las metodologías de investigación sobre motivaciones y necesidades.

Las técnicas de investigación se dividen en términos generales en dos grandes grupos: las cuantitativas y las cualitativas.

⁸⁹ Los autores indagaron sobre los usos que hacen los infantes de la televisión, mediante la aplicación de un cuestionario en diversas zonas de la Ciudad de México. Descubrieron que los chiquillos de las clases más humildes ven televisión por hábito, entretenimiento, excitación, compañía, evasión, aprendizaje, aventura y para reír; en tanto que aquellos que pertenecen a la clase alta lo hacen para aprender, por hábito, excitación, evasión, interrelación social, acción y también para reír.



Las primeras se basan en observaciones cuantificables y susceptibles de tratamiento estadístico. Buscan detectar tendencias generalizables en el comportamiento y en las actitudes de las personas, de tal manera que cualquier investigador, siguiendo el mismo protocolo de investigación, llegue a los mismos resultados. Tienden a restringirse a la observación de las conductas o actitudes manifiestas. Entre otras, las técnicas cuantitativas son el experimento en laboratorio, la encuesta y el análisis de contenido.

Las técnicas cualitativas, por el contrario, rechazan la cuantificación y la generalización de los hallazgos a grupos muy amplios de personas. Prefieren profundizar en pocos casos y tratan de penetrar en los niveles connotativos y latentes de las personas o de los mensajes de los medios. La entrevista en profundidad, la historia oral, la observación participante y los análisis semiótico y estructuralista son técnicas cualitativas.

En la presente investigación se elige la aplicación de un cuestionario en una muestra restringida a 50 mujeres mexicanas que radiquen en el municipio conurbado Naucalpan de Juárez, en el Estado de México, cuyas edades fluctuen entre los veinte y los treinta años de edad.

El cuestionario consiste en una serie preestablecida, invariable para toda la muestra, de situaciones o estímulos facilitados verbalmente a los individuos en privado, con el fin de obtener de cada entrevistado un cuadro informativo relativo al tema de la investigación y comparable, punto por punto, con el de los otros individuos de la muestra.

Hay tres tipos fundamentales de pregunta:

- Preguntas cerradas,
- Preguntas abiertas
- Preguntas estructuradas (o de respuestas codificadas de antemano)

Las preguntas cerradas plantean una alternativa muy limitada, generalmente binaria (por ejemplo con preguntas que es posible responder con un sí o un no). Este tipo de preguntas

se utiliza para recoger datos elementales, que se puedan exponer esquemáticamente: actitud sobre determinadas opiniones, anotación de comportamientos.

Generalmente en la economía del cuestionario las preguntas cerradas hacen de filtro o sirven para introducir preguntas a otra preguntas abiertas o estructuradas.

Las preguntas abiertas son preguntas cuya respuesta no está en absoluto codificada de antemano, y cuyo contenido o cuya forma se deja, por lo tanto, al libre albedrío del entrevistado. De este modo se recogen pensamientos y valoraciones espontáneas y sin estructurar, que a continuación se analizan y se agregan en torno a núcleos temáticos comunes, con el fin de poder cuantificar todo aquello que sea evidente y que constituye naturalmente, el objetivo principal del cuestionario.

Está claro que el trabajo que se requiere para analizar y cuantificar los datos recogidos a través de preguntas abiertas es decididamente mucho mayor que el que requieren las preguntas cerradas. Sin embargo éste es el único modo de obtener, mediante un cuestionario, valoraciones inmediatas que no sean esquemáticas, como las valoraciones relativas a las actitudes complejas y a la orientación de los valores.

Las preguntas estructuradas son cuestiones que presentan diferentes respuestas codificadas previamente, que el analista define a través de un trabajo teórico o de una primera fase de exploración práctica. Tienen la doble ventaja de que condicionan menos que las respuestas cerradas y, al mismo tiempo, orientan la respuesta de los entrevistados, quienes frente a una respuesta abierta, pueden advertir la incomodidad de tener que expresar directa y libremente sus propias opiniones, sin tener un croquis de referencia.

Constituyen, pues, un camino intermedio que permite conservar buena parte de la fuerza tanto de las preguntas cerradas como de las abiertas.

Para fines estadísticos se incluyen preguntas abiertas que cuestionan la edad, la escolaridad, el estado civil y la colonia dónde vive la encuestada. Posteriormente se agregan

preguntas estructuradas que pretenden conocer el tiempo de exposición a la telenovela, las actividades que se realizan mientras se ve la producción y en compañía de quién las mujeres ven las telenovelas, para después seguir con preguntas estructuradas que directamente indagan sobre las gratificaciones al usar la telenovela **Yo soy Betty, la fea**. En el siguiente cuadro se detallan el índice, la definición operacional y la medición de las preguntas incluidas

DEFINICIONES OPERACIONALES Y MEDICION DE INDICES CONTENIDOS EN LOS CUESTIONARIOS

Índice	Definición operacional	Medición
Intensidad de uso de la telenovela	Número de horas que una mujer dedica a ver telenovelas	1. Menos de 1 hora 2. 1 ó 2 horas 3. 3 ó 4 horas 4. 5 horas o más
Nivel de atención	Actividad de la mujer mientras está viendo las telenovelas	1. Como 2. atiendo a la familia 3. hago el quehacer 4. hago la tarea 5. me siento y la observo atentamente
Acompañamiento	En compañía de quién ve la mujer las telenovelas	1. Sola 2. con mi pareja 3. con mi familia 4. con mis amigos
Gratificación al utilizar	La satisfacción que siente la mujer al ver	1. siempre

<p>la telenovela como evasión</p>	<p>la telenovela "porque me río mucho", "porque me entusiasmo mucho", "porque me entretiene mucho", "para pasar el tiempo", "porque se me olvidan los problemas que tengo" y "porque no me siento sola"</p>	<p>2. a veces 3. casi nunca</p>
<p>Gratificación al utilizar la telenovela como interrelación social</p>	<p>La satisfacción que siente la mujer al ver la telenovela " porque puedo platicar con mis amigas de lo que pasó en el capítulo anterior", "porque mis amigas y familiares podemos contar nuestras propias experiencias a partir de lo que pasa en la historia" y "porque encuentro que algunos personajes se parecen a personas que conozco"</p>	
<p>Gratificación al utilizar la telenovela como identificación con los personajes</p>	<p>La identificación que siente la mujer con los personajes femeninos y por qué</p>	<p>Betty Marcela Patricia Bertha Aura María Mariana Sandra Inés Jenny Sofía Catalina Doña Margarita</p>

		Doña Julia
	La identificación que siente la mujer con los personajes masculinos y por qué	Armando Daniel Valencia Mario Calderón Hugo Lombardi Freddy Michel Nicolás Don Hermes
	La satisfacción que siente la mujer al ver la telenovela " porque he tenido experiencias similares a las que allí se presentan" y "porque me gustaría ser como algunos de los personajes que allí se presentan"	Siempre a veces casi nunca

3.3 Presentación de muestra

En Metodología de la Investigación se entiende por muestra una parte representativa de la población. Aunque en ocasiones, para estudios exploratorios, el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso y se acude a métodos no probabilísticos, con la certeza de que la muestra extraída quizás no sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En general se seleccionan a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando que la muestra sea representativa.

Para el presente trabajo se eligió elaborar un muestreo por cuotas, también denominado en ocasiones "accidental". Este se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y/o de los individuos más "representativos" o "adecuados" para los fines de la investigación. Mantiene, por tanto, semejanzas con el muestreo aleatorio estratificado⁹⁰, pero no tiene el carácter de aleatoriedad de aquél.

En este tipo de muestreo se fijan unas "cuotas" que consisten en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones. Una vez determinada la cuota se eligen los primeros que se encuentren que cumplan esas características. Este método se utiliza mucho en las encuestas de opinión y fue el elegido para aplicar el cuestionario para conocer las gratificaciones que otorga la telenovela **Yo soy Betty, la fea** a mujeres entre veinte y treinta años que viven en el municipio de Naucalpan de Juárez, Estado de México.

La encuesta (ver Apéndice) se realizó de forma directa en dos etapas, la primera comprendió del 17 al 20 de septiembre de 2002 y se realizó en las inmediaciones del mercado de la colonia popular El Molinito y la encuestadora se desplazó hasta la zona bancaria y la calle Clavel de dicha área.

En la segunda fase la investigadora se ubicó del 21 al 23 de septiembre de 2002 a las afueras del Super y Panadería La Abeja Satélite, con domicilio Boulevard Manuel Ávila

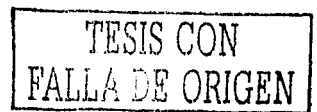
⁹⁰ **Muestreo aleatorio estratificado:** Consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí (estratos) que poseen gran homogeneidad respecto a alguna característica (se puede estratificar, por ejemplo, según la profesión, el municipio de residencia, el sexo, el estado civil, etc). Lo que se pretende con este tipo de muestreo es asegurarse de que todos los estratos de interés estarán representados adecuadamente en la muestra. Cada estrato funciona independientemente, pudiendo aplicarse dentro de ellos el muestreo aleatorio simple o el estratificado para elegir los elementos concretos que formarán parte de la muestra. En ocasiones las dificultades que plantean son demasiado grandes, pues exige un conocimiento detallado de la población. (tamaño geográfico, sexos, edades,...).

La distribución de la muestra en función de los diferentes estratos se denomina afijación, y puede ser de diferentes tipos:

Afijación Simple: A cada estrato le corresponde igual número de elementos muestrales.

Afijación Proporcional: La distribución se hace de acuerdo con el peso (tamaño) de la población en cada estrato.

Afijación Óptima: Se tiene en cuenta la previsible dispersión de los resultados, de modo que se considera la proporción y la desviación típica. Tiene poca aplicación ya que no se suele conocer la desviación.



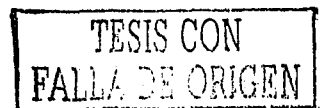
Camacho 1385, Fraccionamiento La Florida, en el área residencial de las inmediaciones de Ciudad Satélite.

El nombre de Naucalpan significa en náhuatl "lugar de las cuatro casas". El municipio se transforma en una destacada zona a partir de la década de los cincuenta, cuando la población de la Ciudad de México comenzó a emigrar hacia el Estado de México, motivada por la prohibición legal de la creación de más fraccionamientos residenciales e industriales en el Distrito Federal.

Miguel Alemán Velasco, hijo del expresidente, a sus 24 años halló las puertas abiertas en los negocios. Mediante una serie de operaciones relámpago compró a 10 pesos el metro cuadrado y así creó Ciudad Satélite, con su compañía Urbanización Nacional. El empresario se reservó 60 mil metros cuadrados para levantar su propia residencia y para fines comerciales. Así nace en 1957 Ciudad Satélite, con una extensión territorial de 5 millones 664 mil 245 metros, y en un principio por más comerciales con marcianitos que salieran en televisión, la gente tenía miedo de adquirir una propiedad en una zona tan alejada. Se necesitaba una obra arquitectónica que diera la bienvenida a los visitantes y mostrara la grandilocuencia del proyecto. El arquitecto Luis Barragán y Matías Goeritz, uno de los mejores representantes de la escultura geométrica de grandes dimensiones, fueron los encargados de la construcción de las cinco Torres de Satélite, símbolo de lo que un día fuera la vanguardista Ciudad Satélite, con sus circuitos circulares, y sus múltiples servicios, planeados para no tener que desplazarse hasta el Distrito Federal.

Con el transcurso del tiempo se incrementó la población de la región, se construyeron muchas colonias y fraccionamientos residenciales que albergaban a individuos de distintos estratos socioeconómicos.

En el año de 1969, la Ciudad de México puso en servicio la primera línea de transporte masivo para el estado vecino. Para transportar al grueso de la población se incrementó el



transporte público a base de camiones y combis. El 22 de agosto de 1984 se construyó la terminal Cuatro Caminos en los límites de la capital y el municipio.

Años más tarde en lugar de delfines y ballenas se introdujeron los microbuses. La creación de nuevas rutas, el aumento desmesurado de unidades y la sobrepoblación demandante de un medio de transporte generó a la larga el caos vehicular en el Boulevard Manuel Ávila Camacho, mejor conocido como Periférico, donde diariamente millones de habitantes pierden varias horas de su vida en atravesar un breve tramo.

Entre los datos generales del municipio hay que recordar que Naucalpan está situado al noreste del Estado de México, se localiza entre los paralelos de 19° 31' 18" y 19° 23' 48" y 99° 21' 42" de longitud oeste del Meridiano de Greenwich.

Limita al norte con los municipios de Atizapán y Tlalnepantla, al sur con el municipio de Huixquilucan, al oeste y suroeste con el Distrito Federal; al oeste y noreste con Jolotzingo y Xonacatlán de Lerma. El municipio se extiende en 149.86 kilómetros cuadrados, su clima es templado sub- húmedo y se encuentra a 2 mil 298 metros sobre el nivel del mar.

La fauna propia de la región ha desaparecido por la creciente mancha urbana, sin embargo podemos apreciar en los lugares boscosos, ardillas, mapaches, lagartijas, insectos diversos y ratas de campo que abundan en las áreas suburbanas, también habitan aves como el salta pared, dominicos, cardenales, gorriones y golondrinas.

La flora en la zona boscosa, se compone de coníferas como el eucalipto, encinos, y en la zona urbana y suburbana, de pirules y pasto duro.

Naucalpan tiene 18 pueblos, 5 fraccionamientos industriales, 2 fraccionamientos campestres, 70 fraccionamientos residenciales y 119 colonias. Al lado de las elegantes

construcciones de Ciudad Satélite, Echegaray, La Florida y Lomas de Tecamachalco hay asentamientos irregulares en zonas con pendientes abruptas. Muchas de las barrancas han sido absorbidas por la mancha urbana, y las humildes colonias establecidas a su alrededor carecen de los servicios más indispensables, principalmente en la zona sur y norponiente del municipio, donde los asentamientos están sobre minas abandonadas.

Naucalpan aporta al PIB más que 18 Estados y su PIB per capita es mayor que 31 Estados. El municipio se encuentra en la región socioeconómica "A", donde el salario mínimo es el más alto a nivel nacional, situación debida a la cercanía con el Distrito Federal. Esta condición no ha logrado resolver los profundos desequilibrios sociales existentes, por una parte está la VIP, glamorosa, divertida, bulliciosa que acude a restaurantes y bares para divertirse, que puede pagar \$4,000 pesos por una toalla, \$1,700 dólares por un bolso Louis Vuitton o \$350 dólares por un pantalón Moschino en Presidente Masaryk. Son los actores fundamentales de los libros de Guadalupe Loaeza, la gente bien, de piel blanca y tipo decente. Paralelamente están aquellos que pertenecen a la clase media, frecuentan sitios con precios más accesibles, compran toallas Royal Velvet o La Josefina y en los últimos años han visto disminuido su poder adquisitivo en cerca de 9%. Y finalmente los descamisados de la Madre Martita de Celaya, los de abajo, la capa más ancha de la población, en distintos niveles de pobreza, que va desde la moderada hasta la extrema, a los que no les llegan los \$758 del gasto per cápita para la superación de la pobreza (palabra de Fox), que muchas veces no tienen ni para adquirir una toalla usada y hacen hasta lo imposible por subsistir, y alimentarse aunque sea una o dos veces al día, ya no con platillos gourmet sino con un mendrugo de bolillo y un agua de hierbas maldesignada té. Esos, que no tienen una vivienda digna y que son discriminados por nacos y por prietos, también contribuyen con sus impuestos y su fuerza de trabajo echa a andar la maquinaria capitalista, desafortunadamente su familia no conoce el bienestar más que por televisión.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Geografía y Estadística, dependiente del gobierno federal, del total de 97, 483,412 habitantes en los Estados Unidos Mexicanos hay casi nueve millones de individuos del sexo femenino entre veinte y treinta años; de las cuales cerca de

doscientas mil mujeres habitan en Naucalpan de Juárez, el municipio que ofrece el mayor número de empleos formales de todo el estado. Esto se debe que, en comparación con Ecatepec y Nezahualcóyotl, cuenta con más y mayores empresas establecidas legalmente.

Y es una zona principalmente de gente joven donde las féminas conforman alrededor del 35% de la población económicamente activa. Para los fines de esta investigación se seleccionó un grupo de individuos del sexo femenino entre veinte y treinta años porque las personas de ese rango de edad ya empezaron a trabajar⁹¹ y pueden sentir mayor empatía con los personajes de **Yo soy Betty, la fea**, cuya historia transcurre precisamente en una oficina, espacio fundamental de socialización. En ese sitio hay una convivencia estrecha y cotidiana, y se es más auténtico cuando se labora.

⁹¹ El crecimiento de la participación laboral a edades tempranas es un fenómeno que sucede más en el campo que en la ciudad, y es más acentuado en los hombres que en las mujeres.

Se debe reconocer que a partir de los veinticinco años de edad hay un descenso de la participación femenina en el mercado laboral y esto se relaciona con el hecho de que a esas edades muchas mujeres se dedican a las tareas domésticas y de cuidado de los hijos. Sin embargo, el que esa disminución sea leve e incluso a edades mayores se produzca un repunte posterior, indica que una proporción creciente de mujeres no abandona ya el mercado de trabajo por empajamiento o reproducción

Capítulo 4

Las gratificaciones que Yo soy Betty, la fea otorga a las televidentes mexicanas

Yo soy Betty, la fea fue la telenovela más exitosa en Latinoamérica durante los años 2000 y 2001. A casi todos los países donde llegó fue primer lugar en sintonía. Cuando una telenovela tiene tanto éxito, esto no se debe sólo al hecho de trabajar sobre el género del melodrama, reinventar una fórmula industrial, crear maneras conocidas de interpelar los públicos. Una telenovela tiene éxito continental porque ha llevado a los televidentes a identificarse, a reconocerse, a encontrarse en sus historias.

Yo soy Betty, la fea tuvo un buen arranque en buena medida gracias a su protagonista, una heroína no convencional; la mujer lineal y llena de bondad y convicciones ha perdido credibilidad en la medida que los miembros del sexo femenino, en todos los niveles culturales y socioeconómicos, ya no aceptan tan fácilmente los patrones esquemáticos y simplistas de la buena-buena y la mala-mala. Pudo haber sido una mejor telenovela, pero retornó a la fórmula clásica, al eterno femenino que asocia felicidad con matrimonio e hijos.

La pareja central **Betty-Armando** reproduce el trillado esquema de gran amor entre la chica pobre, buena, trabajadora que le profesa un amor idolátrico a un niño bonito, de clase pudiente, mujeriego y dominante, al que le profesa un amor idolátrico y considera como a Dios, portador de toda luz y toda dicha. Si bien se pretende que dicha relación personifique la intensidad y la profundidad del amor, sólo demuestra el vacío y la desesperación de la adoradora **Betty**.

Cuando nacieron las mujeres encuestadas, las protagonistas de este trabajo, ya existía una gran tradición de al menos 14 años de telenovelas mexicanas. A lo largo de sus vidas la telenovela (fundamentalmente de Televisa porque Tv Azteca es joven aún), con sus fórmulas maniqueas y su contenido repetitivo ha emitido juicios y ha dado la pauta de cómo entender y qué esperar del amor y la sociedad en general.

Según Carlos Monsiváis, Emilio Azcárraga Milmo contribuyó decisivamente a inventar "el centro del hogar" en México. En alguna entrevista el finado "Tigre" le confió a la televisión española: "la televisión es el punto de reunión de todas las familias, une a las familias, unifica a los criterios, trae una cosa importantísima que es el entretenimiento".

La empresa de San Ángel ofrece al pueblo de México un cúmulo de imágenes entrañables, impresiones y referencias disponibles con sólo admirar a sus artistas, reírse de los chistes de Ortiz de Pinedo, Ramones, "La Chupitos" o emocionarse con sus telenovelas. Sobre estas últimas, Televisa no se preocupó por hacer una evasión enriquecedora, se limitó al mero entretenimiento, con sus lugares comunes y sus diálogos acartonados.

En este sentido investigar las gratificaciones que otorga **Yo soy Betty, la fea** en las mujeres entre veinte y treinta años que habitan en Naucalpan significa pensar y comprender las formas cómo es México y cómo se está redibujando la identidad en estas épocas de euforia globalizada y miseria localizada.

En un caso práctico se indagó cuáles son las gratificaciones que un grupo de cincuenta mujeres que habitan en el municipio conurbado de Naucalpan de Juárez y tienen entre veinte y treinta años de edad obtienen de verla. En el conjunto de las mujeres estudiadas no se puede hablar de "recepción ingenua": cada espectadora sabe qué consume, cómo consumirlo y para qué. Se resalta el ejercicio de saberes que probablemente las espectadoras desconocen que poseen. El bagaje que han acumulado a lo largo de sus vidas y la visión a largo plazo de telenovelas permite que se hable con familiaridad del género, se responda un cuestionario y se identifiquen las gratificaciones otorgadas.

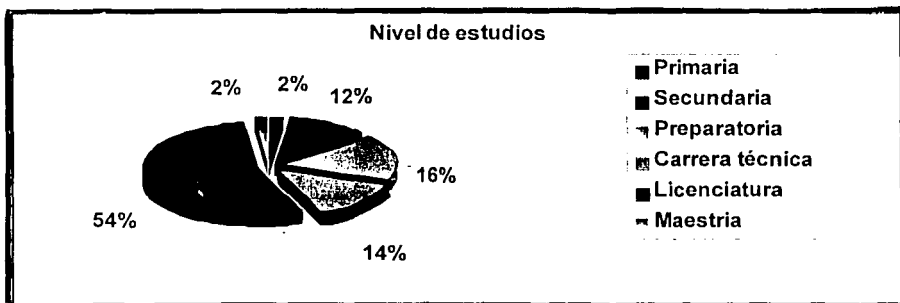
De los resultados se deduce que las mujeres se inclinan principalmente por las gratificaciones de la interrelación social y la identificación con los personajes, además de la evasión.

Yo soy Betty, la fea generó pautas de conversación en la charla cotidiana porque contó los dramas éticos y vitales de los ciudadanos de países en vías de desarrollo en forma de

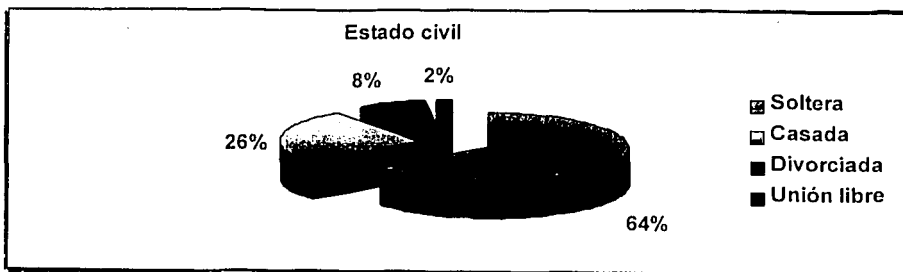
comedia, lo que hacía que uno asistiera a la pantalla para divertirse y no para llorar o sufrir. Reivindicó el humor como clave narrativa para las historias en tiempos difíciles puesto que en nuestras sociedades, tan saqueadas y vituperadas, es más gozoso para el gran público, incluidos hombres y mujeres por igual, debatir sobre la castidad de un personaje, o la posibilidad de aceptar un soborno, que sobre el paradero de los dictadores, los segundos pisos, las escapadas amorosas de los gobernadores del sureste a la Semana de la Moda en Milán, los nuevos aeropuertos, el origen de los recursos para las campañas electorales o los beneficios reales de los regímenes políticos actuales.

4.1 Los usos y las gratificaciones

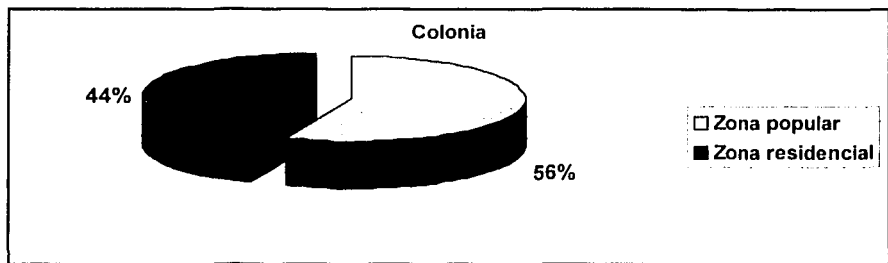
Los sujetos de la investigación tienen en su mayoría, como se muestra en el cuadro inferior, escolaridad de Licenciatura. En contraste, solamente una persona tiene estudios de primaria.



En la gráfica se aprecia que la mayor parte de las mujeres son solteras.

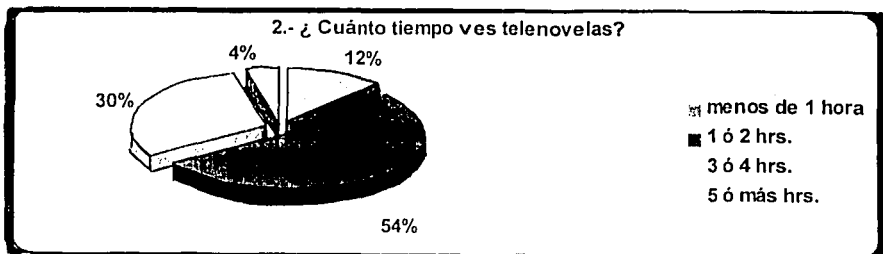


En lo que respecta a la colonia un 56% habita en colonias urbano-populares tales como: El Molinito, El Torito, La Cuevita, Loma Taurina, Zomeyucan, Izcalli Chamapa y Los Remedios. Por otro lado 44% de las mujeres encuestadas viven en fraccionamientos residenciales como La Florida, Cd. Satélite, Boulevares, Fuentes de Satélite, Echegaray, Lomas Verdes, El Parque, Pastores y Jardines de la Florida.

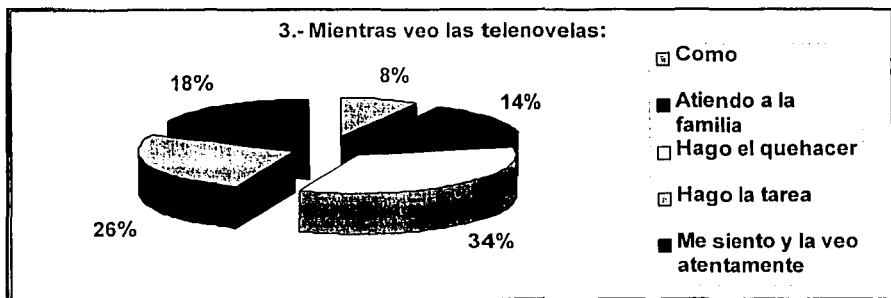


El 100% de las mujeres declaró que ve telenovelas.

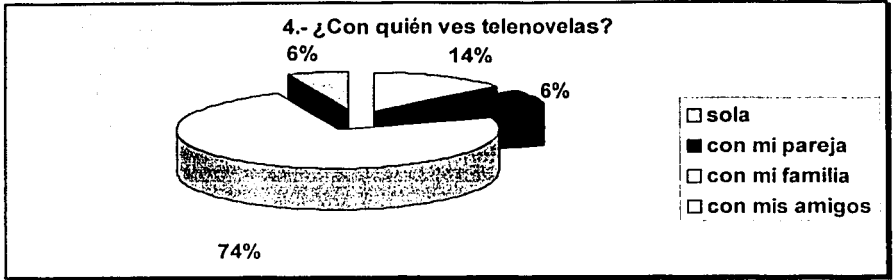
Los resultados de la encuesta arrojaron que más de la mitad de las mujeres encuestadas ve las telenovelas entre 1 y 2 horas, en tanto que un 30% declaró verlas 3 ó 4 horas; un 12% la ve menos de 1 hora y sólo el 4% se mantiene 5 o más horas frente al televisor. Como lo muestra la siguiente gráfica:



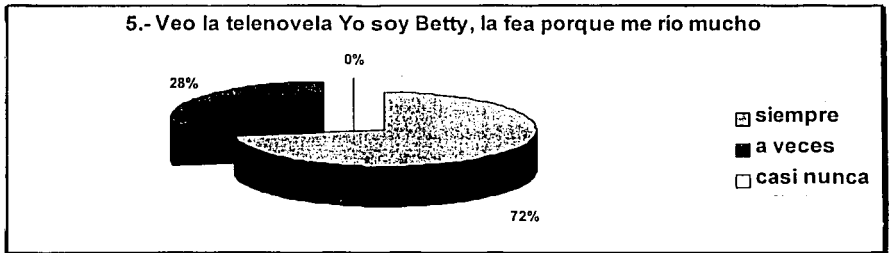
Por otra parte se reporta que casi la mitad de las mujeres mientras ve las telenovelas realiza labores domésticas, tales como: hacer el quehacer (34%) o atender a la familia (14%), mientras que un 8% manifiesta ver las telenovelas mientras come, contra un 26% que hace la tarea al tiempo que ve su historia favorita. Únicamente un 18% reportó que se sienta a observarla atentamente.



Un 82 % de las mujeres ve telenovelas en un entorno familiar o de pareja, en tanto que quienes la ven sin compañía conforman un 14% de la población, y un 6% corresponde a la categoría de quienes la ven con amigos.

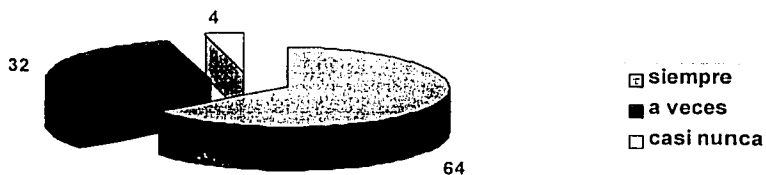


La mayoría de las mujeres encuestadas declaró que ve la telenovela *Yo soy Betty, la fea* porque se ríe mucho.



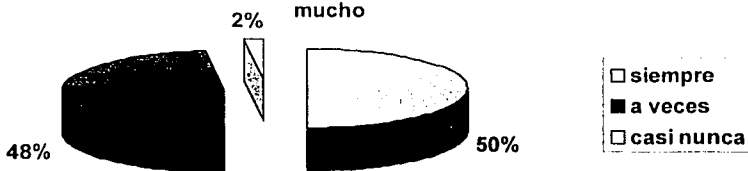
De igual manera, un 64% de las mujeres se entusiasma mucho cuando ve la historia.

6.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque me entusiasmo mucho



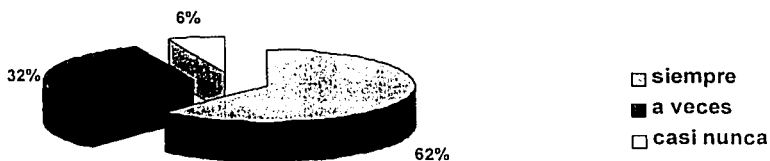
La mitad de las respuestas revela que la telenovela Yo soy Betty, la fea hace que las féminas siempre se entretengan.

7.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque me entretiene mucho



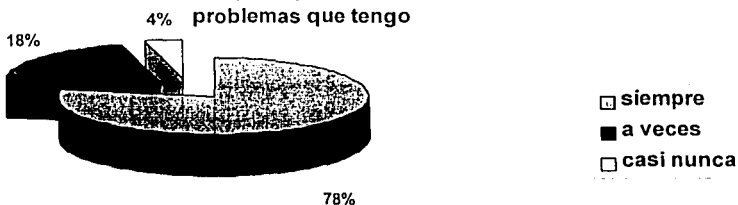
Se precisa que entre el público femenino un 62% ve siempre la creación de RCN Televisión para pasar el tiempo.

8.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea para pasar el tiempo



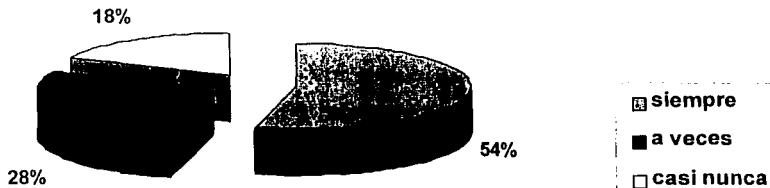
Fundamentalmente, un 78% usa siempre Betty, la fea para olvidar los problemas que tiene.

9.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque se me olvidan los problemas que tengo

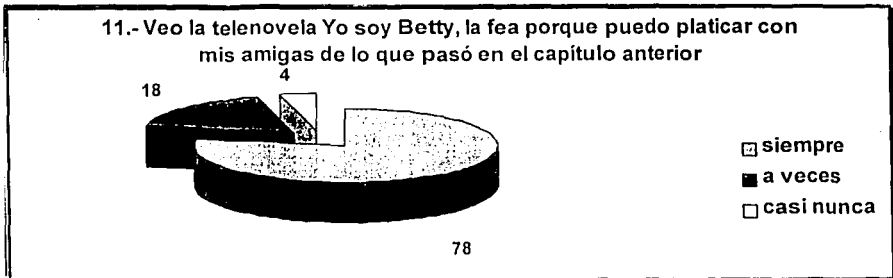


Más de la mitad de las adultas señala que la ve porque así no se siente sola.

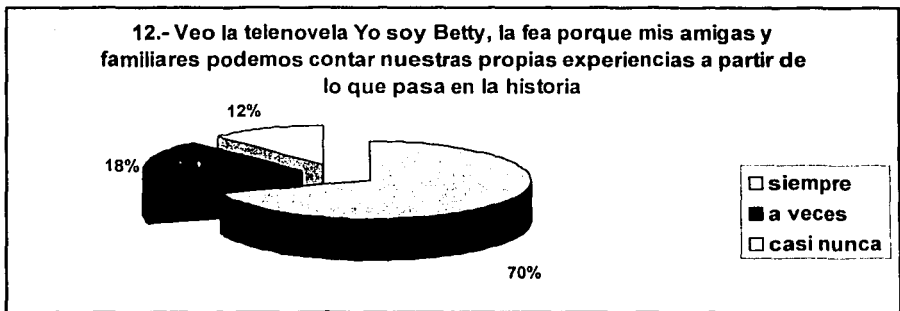
10.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque no me siento sola



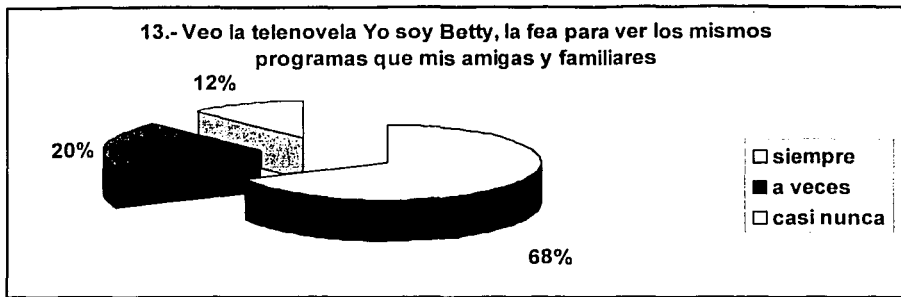
Casi ocho de cada diez televidentes anuncian que pueden platicar con sus amigas de lo que ocurrió en el capítulo anterior.



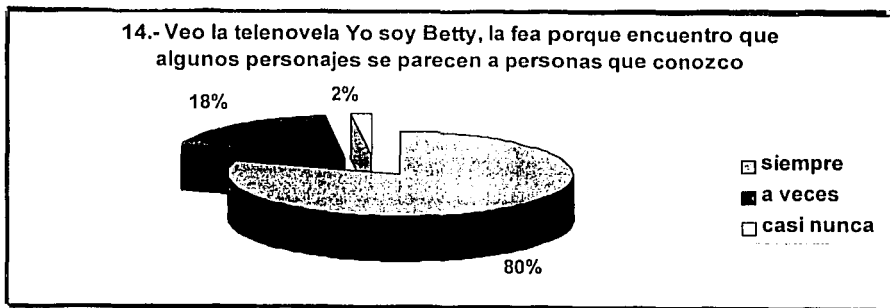
Un 70% de las encuestadas ve siempre la producción colombiana porque, a partir de lo que pasa en la pantalla, puede compartir con amigas y familiares experiencias personales ya vividas.



68% de la audiencia femenina interrogada declara que siempre observa las desventuras de Betty para ver los mismos programas que sus amigas y familiares.

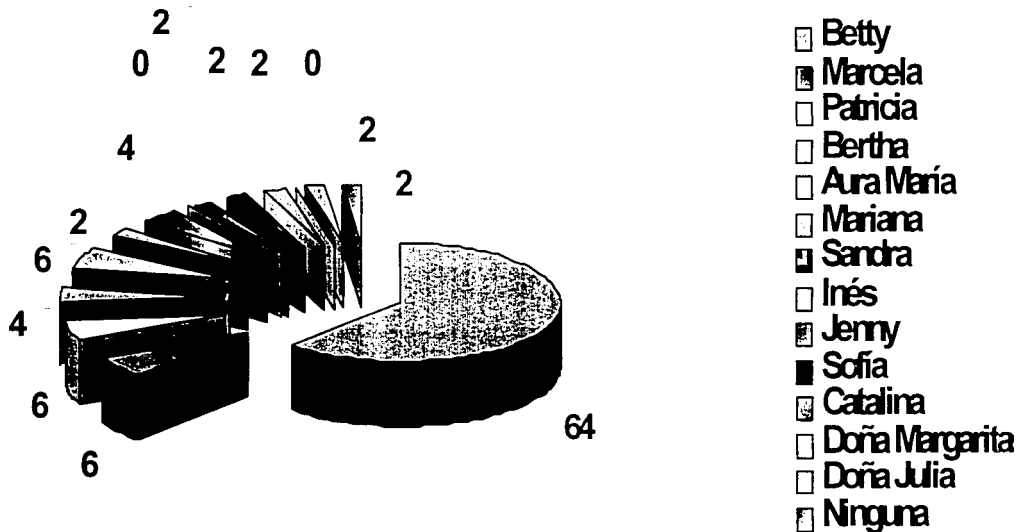


La mayoría ve Yo soy Betty, la fea porque halla que algunos personajes se parecen a personas que conoce.

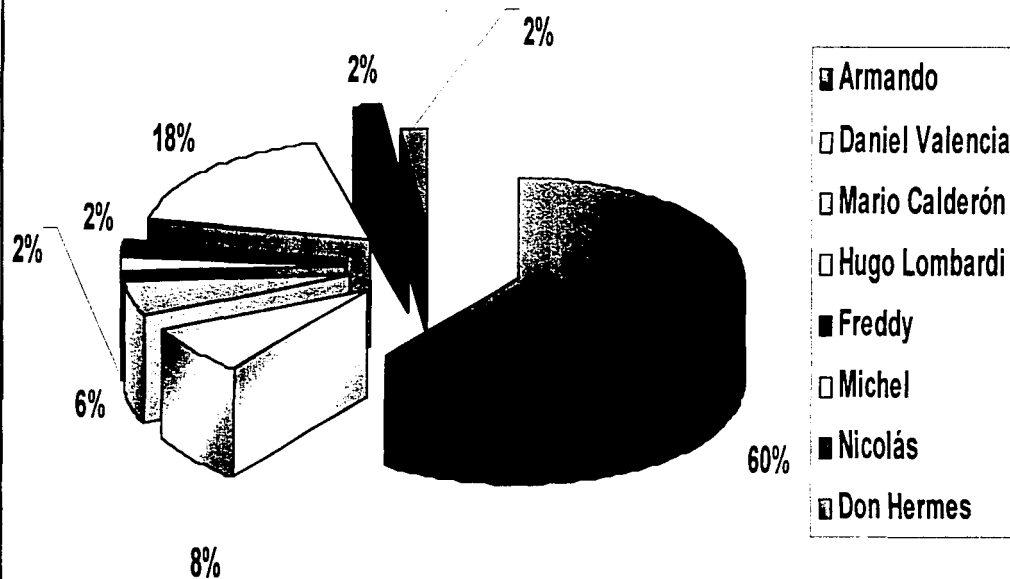


Como se aprecia en las páginas siguientes, un 64% de los sujetos estudiados se identifica con Betty, como personaje femenino, mientras que el 60% eligió a Armando como su personaje masculino predilecto.

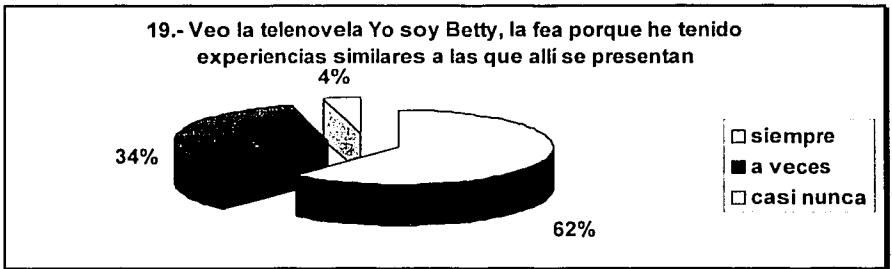
15.- Menciona con cuál de los siguientes personajes femeninos te identificas más



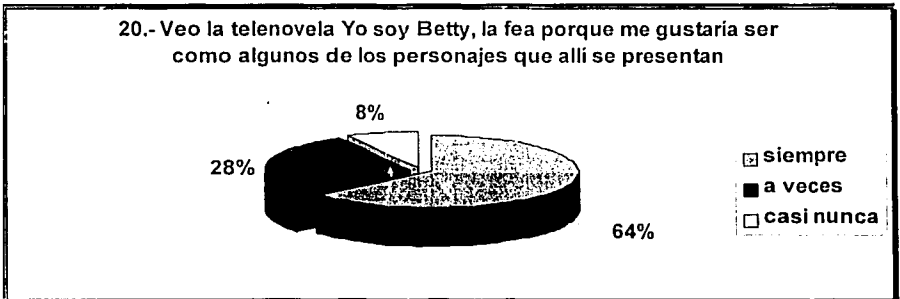
17.- Si tuvieras que elegir un personaje masculino escogerías a



Al cuestionar si se mira la telenovela porque se han tenido experiencias similares a las que allí se presentan un 62% manifiesta que siempre, en tanto que un 34% reconoce que a veces.



Un 64% argumentó que siempre ve la historia porque le gustaría ser como algunos de los personajes que allí se presentan.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.2 Interpretación

De acuerdo con las cifras obtenidas, se llega a las siguientes valoraciones:

a) Las mujeres que viven en el área de Naucalpan de Juárez y tienen entre veinte y treinta años ven telenovelas un promedio de 1 ó 2 horas y además mientras las ven realizan otras actividades de carácter doméstico.

En los resultados de la encuesta se observa que un 34% de las mujeres ven la telenovela **Yo soy Betty, la fea** mientras hacen las labores domésticas, en tanto que un 14% atiende a la familia. Tenemos entonces que casi la mitad de las encuestadas señala que realiza alguna actividad tradicionalmente ligada a la condición femenina, esto confirma lo que sostiene Tania Modleski⁹², que la telenovela es apreciada por la audiencia femenina ya que el género se adapta muy bien a las tareas de las mujeres en el hogar. Para esta autora ver telenovelas habitúa a las mujeres a la distracción y la fragmentación.

Durante las emisiones televisivas la redundancia y la repetición son claves para entender una historia que muchas veces no se ve, sino se oye, puesto que como amas de casa y madres, las mujeres hacen muchas cosas simultáneamente.

Además, a diferencia de las radionovelas, éstas animan a dedicar un tiempo "para una", sentada frente al televisor, y dejar a un lado, por unos momentos, las actividades domésticas. Un 18% de nuestros sujetos de estudio reportó que no hace ninguna otra cosa durante el tiempo que dura se sienta y la observa atentamente. Mientras que las encuestadas que todavía estudian tienen la costumbre de hacer la tarea mientras ven las telenovelas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

⁹² Profesora en la Universidad de Southern California, autora de Loving with a Vengeance: Mass Produced Fantasies for Women

b) La telenovela Yo soy Betty, la fea es vista en un entorno familiar.

De acuerdo con las pesquisas del estudio, la telenovela se ve primordialmente en el seno familiar, ya sea en compañía de los parientes o de la pareja. Lo anterior sugiere que durante la exposición al medio es probable que haya considerables niveles de interacción familiar, es posible que las mujeres conversen durante la emisión con sus parientes, aunque esto no se investigó más a fondo⁹³.

c) Las mujeres usan la telenovela Yo soy Betty, la fea porque reciben como gratificación la evasión.

Este es un uso muy nombrado entre las entrevistadas. No es sumamente importante y no puede confundirse con la diversión, ya que lo relevante es el mismo contenido. La necesidad de evasión que identifican las mujeres tiene relación con situaciones de trabajo y de estudio algo agobiantes o con situaciones directamente vinculadas con la biografía personal de las entrevistadas, de su estructura de personalidad, con sus competencias emocionales y afectivas, etc.

Víctor Manuel de Aguilar e Silva se refiere al término evasión en su Teoría de la literatura :

" En términos generales la evasión significa siempre la fuga del yo ante determinadas condiciones y circunstancias de la vida y del mundo, y, correlativamente, implica la búsqueda y la construcción de un mundo nuevo, imaginario, diverso de aquel del cual se huye, y que funciona como sedante, como compensación ideal, como objetivación de sueños y aspiraciones".

⁹³ Karla Covarrubias ha documentado la relación entre la audiencia y el género en Cuéntame en qué se quedó y Córrale que ya empezó. Se investigó cómo viven diversas familias la transmisión de los capítulos de telenovelas.

La telenovela **Yo soy Betty, la fea** escapa en parte al manual de procedimientos para alcanzar el éxito propuesto por Televisa⁹⁴: protagonista virgen, amor de pobre, mucho sufrimiento, tesoro escondido, hijos perdidos, sangre, racismo, y un sueño.

La telenovela ofrece la gratificación de tener otra cosa distinta en qué pensar, alejarse de los problemas de la vida cotidiana y atestiguar otras aventuras que quizá no se realicen en el mundo real.

En **Yo soy Betty, la fea** hubo un romance intenso, desigual, destructivo, de esos que cuesta trabajo mantener y al final la fea y desaliñada Beatriz Aurora Pinzón Solano que conquistó a las espectadoras con su risa de ganso y sus brackets cambió su apariencia física, se volvió bella, poderosa y objeto de deseo sexual, y le dio una hija al hombre que siempre admiró, a Don Armando Mendoza.

Parfraseando a Beatriz Sarlo en su obra El imperio de los sentimientos, la telenovela **Yo soy Betty, la fea** repara sinsabores de la vida cotidiana "¿Tiene demasiada poesía, demasiada ilusión, lo que contrasta violentamente con la vida real?..... Precisamente ésa es su fuerza. Ofrecer un ser como un consuelo, donde se ve la vida tal como se deseara", en un mundo donde al final los pobres son recompensados por su honestidad y las parejas viven felices y comen perdices.

d) Las mujeres usan la telenovela Yo soy Betty, la fea porque reciben como gratificación la interrelación social.

Efectivamente, se comprueba la hipótesis que las mujeres gratifican su necesidad de interrelación social al usar la telenovela. Cuando por algo no se vio el capítulo anterior de la telenovela siempre queda la opción de recurrir a familiares y amigas para preguntar: " - ¡Oye!, cuéntame..., ¿Qué pasó ayer?". Para las espectadoras estudiadas la relación entre

94 Cuenta Alberto Barrera, guionista de **Nada Personal** que, cuando iniciaba en el oficio de escribir guiones y quería proponer algo distinto, un productor cubano le dijo que "del otro lado de la pantalla hay una mujer sola con sus tres dientes y sus tres hijos. Ella sólo quiere ser blanca y rica. Es sencillo: ella sólo quiere una historia de amor."

los personajes y el mundo cotidiano es fundamental. Hay una obtención de un contacto casi real con ellos, al grado que se convierte en un tópic de conversación.

Al hablar de los personajes, las mujeres entrevistadas los discuten, los juzgan y los confrontan con sus propias vidas. Ellos son punto de partida, evocadores y provocadores que ponen en movimiento formas de ver el mundo⁹⁵. En el caso de *Yo soy Betty, la fea*, la diversidad de personajes y su historia principal, un melodrama que al fin no se atrevió a romper el hechizo de la tradición narrativa de la telenovela, propician con mayor intensidad esa puesta en movimiento.

Cuando nuestras encuestadas responden que pueden platicar de lo que ocurrió en el capítulo anterior, la discusión de asuntos, la confrontación con la propia vida se hace posible y disfrutable. En la medida en que las situaciones y los personajes son más abiertos y verosímiles, establecen un diálogo con la audiencia y sus vidas cotidianas. Como empleadas y miembros de una clase media y media baja, Betty y El Cuartel de las Feas se transportan en microbús, repiten ropa, se gastan el dinero antes de recibir la nueva quincena, comen en lugares sencillos a precios accesibles, están al pendiente de todo lo que ocurre en Eco Moda y se agrupan en el baño a aprovisionarse de chismes. No está muy alejado de la vida de una asalariada. Para aquellas que son vanidosas y pertenecen a otra esfera social están los personajes como Patricia Fernández, Catalina Ángel o Marcela, que tienen otro estilo de vida. En los personajes masculinos se pueden reconocer a los estereotipos: el homosexual elitista, los mujeriegos seductores, el bobalicón que no conquista ni a una tuna, el padre sobreprotector que todo lo cuestiona, el apuesto extranjero, el clasemediero simpático. Y las mujeres los asocian con personas que conocen, encuentran alguna semejanza con seres de carne y hueso.

Dorothy Hobson argumenta que las mujeres usan las telenovelas típicamente como una manera de hablar indirectamente de sus propias actitudes y conductas. Es más sencillo hablar de vidas ajenas que de los avatares de la propia existencia, y si en una conversación,

⁹⁵ Dorothy Hobson, escritora freelance, autora de [Crossroads: The drama of soap opera](#).

a propósito del desarrollo de la telenovela **Yo soy Betty, la fea**, se cuentan experiencias vividas nadie se asombra, es parte de la cultura de compartir puntos de vista y expectativas.

e) Las mujeres usan la telenovela Yo soy Betty, la fea porque reciben como gratificación la identificación con los personajes

Jean Cazeneuve afirma en El hombre telespectador que todas las encuestas en todos los países concluyen que los programas predilectos son los que cuentan una historia, llámese película, serie, telenovela, folletín. Esto se da porque inconscientemente nos ponemos en el lugar de uno o varios personajes de esa historia, vivimos con él peligros, alegrías y desgracias, nos apasionamos por el desarrollo del guión con la misma pasión del cazador en pos de su presa. Y por tales razones nuestro pensamiento se aparta no sólo de las preocupaciones cotidianas, sino también de nuestro ser.

La preferencia por las historias rosas puede explicarse porque todos estamos sedientos de amor, o de lo que creemos que es amor. Erich Fromm detalla en El arte de amar que hay una manera de pseudoamor que únicamente se experimenta en la fantasía y no con una persona real, al respecto el autor afirma: "la forma más común de tal tipo de amor es la que se encuentra en la gratificación amorosa sustitutiva que experimenta el consumidor de películas, novelas románticas y canciones de amor. Todos los deseos insatisfechos de amor, unión e intimidad hallan satisfacción en el consumo de tales productos. Sea que el amor se experimente sustitutivamente, participando en las experiencias ficticias de los demás, tal forma abstracta y enajenada del amor sirve como opio que alivia el dolor de la realidad, la soledad y la separación del individuo".

Ligia Carvajal asegura que en la recepción de las telenovelas encontramos dos tipos de discursos principales: el personal y el de clase. El discurso personal contempla una asociación e identificación personal con la familia, la comunidad y ciertos papeles de las mujeres. El drama amoroso es el eje central en todas las novelas. De ahí, la identificación de las audiencias con la telenovela y su interés por éstas. Otros temas se hacen presentes

en la producción: la familia, el sexo y los conflictos emocionales; la forma como la audiencia los percibe es muy parecida. Aquí se eliminan las diferencias de clase y de género. El discurso de clase, producto de la estratificación social se caracteriza porque está ligado a la cultura material y manifiesta la estética, el gusto y los hábitos de las clases sociales.

En las telenovelas el ascenso social es un elemento central en la narrativa y estimula la identificación entre mujeres de bajos recursos económicos. En este sentido surge una ambigüedad entre las condiciones materiales de la audiencia femenina y los valores que se promueven en las telenovelas, tales como: el ascenso social, la riqueza material, la posición social, el prestigio. De este tipo de discurso se derivan lecturas de la realidad como el conformismo social, la idea de la existencia de obstáculos para alcanzar ciertas metas, sin faltar una constante lucha por mejorar. El discurso de la telenovela refleja un discurso ideológico dominante. Muestra los valores de una clase social y se filtran elementos étnicos y culturales.

En los últimos años se han introducido temas tabúes en las telenovelas: relaciones amorosas entre una mujer y un cura o relaciones amorosas entre parientes, sin saberlo. Estas temáticas cuestionan las normas y los valores soporte de las relaciones personales de la sociedad y, constituyen un desafío a los códigos morales de esta sociedad, así como un debate constante, porque aunque estos temas no son rechazados, sí son rebatidos. Desde la perspectiva de la audiencia de los sectores obreros, los valores básicos de las personas adineradas difieren mucho de los de bajos recursos. El sector obrero tiende a idealizar sus propios valores y normas como una forma para explicar su realidad, su lectura. Sostienen que ellos no tienen nada que perder, que lo único que no han perdido los pobres es la dignidad y su capacidad de lucha. Los telespectadores esperan ver cumplida la promesa de la telenovela, tranzan con ella, son cómplices, pero exigen castigos, recompensas, reparaciones y desenlaces gratificantes, porque aunque no pueden cambiar su mundo, tienen un contrato con la ficción, ahí se realizan sus ansias de enriquecimiento, felicidad, sexualidad. En fin, todo lo deseado aún cuando no tengan nada, o en caso contrario, posean todo. Aunque

esta autora se enfoca exclusivamente a las clases bajas, sus aportaciones se extienden también a los otros sectores socioeconómicos, donde resulta innegable el consumo de la telenovela.

Es posible constatar en las respuestas obtenidas que efectivamente se dan los procesos clásicos de identificación y proyección. La identificación con el mensaje expuesto por la telenovela exige por parte de las receptoras un reconocimiento de algo suyo. Frente a la telenovela las personas reconocen un parecido con la realidad; y con una realidad que es sentida parte significativa de sus vidas. La identificación no es con lo ajeno y extraño, sino con lo propio y significativo. El reconocimiento interactúa con la fantasía innovadora introducida por el guionista en un nuevo texto del mismo género. Sobre la continuidad del género se esperan con curiosidad las innovaciones que traerá la nueva producción. Inconscientemente la televidente sigue la trama con expectación, aún cuando en el fondo sabe —y finge no saber— que ya ha visto historias parecidas, que hasta el desenlace, sea con una boda o el arrepentimiento del héroe, no le aporta grandes sorpresas. Y lo hace porque desea disfrutar el relato. Si la producción le atrae es porque su inconsciente lo reconoce como propio, porque ve en él la metáfora de los conflictos que lo constituyen, porque el ser humano requiere afecto y en las telenovelas, por más improbable que parezca, la heroína cumple su sueños de tener una pareja feliz, lo que pudiera no ocurrir en la propia vida.⁹⁶

⁹⁶ La telenovela es un juego de sentimientos y como tal tiene características específicas para un público insatisfecho, al que le muestra sin embages una enorme gama de emociones que encajan perfectamente en la necesidad básica de todo ser humano de sentir, hablar y manejar su vida afectiva.

El auditorio recurre a la fantasía para la solución de los problemas. Igualmente el ver y seguir una telenovela como **Yo soy Betty, la fea** permite la identificación con los protagonistas, la descarga de los propios conflictos y la ilusión de que los problemas podrán ser resueltos mágicamente de igual forma que en la vida de los personajes ficticios. Esto pudiera ser válido durante el tiempo de transmisión, pero lo que gusta a la audiencia es vivir, reír y llorar con las vicisitudes de sus personajes favoritos. Esto es válido para las personas que se hallan en situaciones semejantes a los personajes, ya sea por edad, etapa de la vida o circunstancias, como para aquéllas que viven de los recuerdos o las que por diversas razones se ven impedidas de vivir abiertamente sus emociones en la vida cotidiana, y gustan de mirar telenovelas porque en ellas se reconocen e identifican con personajes que habitan espacios donde pueden y se atreven a hablar de sus afectos.

Presenciar la recepción de una telenovela es todo un espectáculo. Como está estructurada de tal manera que hay una reiteración de diálogos y escenas que rememoran los eventos negativos y donde se planea la conducta a seguir, es decir, se muestra insaciablemente el manejo de las emociones, la mujer tiene oportunidad de aprenderse los diálogos, aconsejar a la heroína en voz alta o gritar e insultar a la villana, en un intento válido de repetir situaciones hasta que se comprenden las propias vivencias.

Es imprescindible hablar de proyección, la proyección del mundo interior del televidente, especialmente en la telenovela, también supone un reconocimiento. Mas en este caso, la televisión exhibe modelos anticipatorios de conflictos y situaciones vitales que las mujeres experimentan en el momento o consideran que vivirán en el futuro.

Ambos procesos de identificación y proyección pueden ocurrir sucesivamente; no obstante uno involucra una memoria que permite reconocer lo familiar y significativo en el mensaje telenovelerero presente y el otro, la fantasía anticipatoria que permite imaginar y prever el futuro desde el presente del texto telenovelerero exhibido. En un caso se rememora y se recrea el pasado; en el otro, en la fantasía se produce anticipada y lúcidamente el futuro.

Nos resta analizar con qué clase de personajes se identificó el público interrogado. Una ventaja de esta telenovela es que los personajes están muy bien definidos, responden a un estereotipo de clase y belleza y presentan una forma de comportarse en las diversas capas sociales. Omar Rincón precisa: "Todos somos o tenemos amigos y amigas en todas las

Irene Martínez apunta en su artículo "Telenovelas y telenoveleros" que una característica más del género es la polarización del bien y del mal. El telenovelerero no tiene que hacer muchos esfuerzos por detectar los rasgos de carácter de los personajes y lograr la identificación del problema. Esta situación le facilita las cosas y en ello estriba uno de los grandes éxitos, aquí sí sabe a que atenerse, lo cual lo ubica en el conflicto y le brinda la sensación de que al final los malvados recibirán su castigo merecido.

Para esta psicóloga clínica, la polarización debe quedar perfectamente definida por el comportamiento de estos personajes para que la audiencia pueda identificarse con aquellos personajes que militan en el bando de los honorables y odiar a los malditos.

Carlos Olmos narra qué soluciones sugiere el auditorio para castigar a los malos "Otros, son verdaderos expertos en el tema y llegan a proponer soluciones terriblemente sádicas para castigar a los villanos. ¡Entierre vivo a fulano para que pague por todo lo que hizo! ¡Desfigúrele la cara con ácido y que le arranquen los ojos con el atizador de la chimenea! ¿Por qué no lo torturan más? ¿No es muy poquito hacerlo sufrir sólo al final?".

Las mujeres no se detienen a pensar en las razones íntimas de estos personajes, ni en las posibles causas de porque son así: simplemente se enojan con los tiranos y se identifican con los personajes ideales y bondadosos.

Las telenovelas recuerdan que hay un Dios que ayuda a los buenos. De acuerdo con esta especialista en el uso de los medios para la educación la telenovela le hace sentir a la audiencia que al final todo saldrá bien.

Todo ser humano experimenta vergüenza, miedos y dudas que con el paso del tiempo se transforman en temores paranoicos, en perseguidores ocultos, amenazas confusas; esas sensaciones se convierten en temas imprescindibles de la telenovela y permiten al telenovelerero transferir al personaje sus propios terrores y miedos, para relajarse al menos por unos minutos debido el temor de ser castigado por faltas cometidas.

La telenovela ofrece una sensación de control de los conflictos al presenciarlos sin vivirlos realmente y permite odiar a ese villano abominable, al que se puede aborrecer libremente, sin que sea reprochable detestarlo. Martínez apunta que definitivamente, la telenovela permite la proyección de la rabia, los celos, rencores y rivalidades, temas recurrentes de los melodramas que forman parte de la vida emocional cotidiana con amarguras y sinsabores.

categorías mencionadas. No hay nada que hacer, somos idénticos, esta telenovela nos brindó espejos de verdad. Por eso gustó **Betty**, porque se basa en personajes prototipos de la cotidianidad de los latinos (el feo, el bello, el playboy, la celosa, el chistosito). Personajes-caricatura, pero que por serlo generan identificación. Caracteres con buen humor, gente buena, aunque casi todos se comporten como niños”.

La mayoría de las féminas se identificaron con **Betty**. Tradicionalmente las heroínas de telenovela pueden ser tontas, pero tienen cuerpos esculturales. **Betty** no, sabe que es fea (desde la infancia ha soportado las burlas de la gente), lo acepta cabalmente, por lo cual es insegura, tiene baja autoestima y acepta que la humillen. Está resignada a convertirse en una solterona y vivir con sus padres hasta la muerte.

El final del personaje es un regreso al convencionalismo de las buenas costumbres, se pronuncia por el eterno femenino: la legitimación de una unión clandestina con Armando mediante el emparejamiento socialmente aceptado, las visitas estrictamente supervisadas por don **Hermes Pinzón**, la petición de mano con el consiguiente enlace religioso y la reproducción de la especie.

Las entrevistadas argumentaron que se identifican con ella porque “le hacen muchas groserías por sus lentes”, “porque a mí me dicen también que soy fea”, “porque no es la clásica bonita de telenovela”, “porque es nerd y lee poesía”, “porque es inteligente y simpática”, porque sus superiores la menosprecian” y “porque si rompió las reglas fue por amor”.

De lo anterior se deduce que algunas mujeres se proyectaron en la fea imagen de **Betty**, en su aspecto desaliñado, su inteligencia y su complejo de inferioridad ⁹⁷. **Beatriz Aurora Pinzón Solano** opaca a las bellas que se suceden a lo largo de la trama porque aunque es torpe, aburrida, insegura, tímida, incapaz de seducir genuinamente a alguien, usa el cerebro, se ríe de sus propios límites y es capaz de ironizarse a sí misma. **Betty** enseñó que el concepto belleza es muy relativo ⁹⁸ porque su atractivo es interior, trata de suplir sus

⁹⁷ Las personas que padecen complejo de inferioridad son sujetos que, aunque se sienten profundamente inferiores a los demás en uno o varios terrenos, no son capaces de admitirlo, y rechazan la idea de su inferioridad, relegándola, desde la esfera de lo consciente, a la del inconsciente, donde permanece la mayor parte del tiempo para volver al mundo consciente de forma más o menos esporádica.

Para que se establezca un sentimiento o un complejo de inferioridad no es necesario que esa persona tenga un defecto real, sino tan sólo que crea tenerlo. Con frecuencia, la causa es que en alguna ocasión se sintió rechazado por los demás, pensó acertadamente o no que se estaban burlando de él y la experiencia marcó decisivamente su personalidad. Los defectos se suelen adscribir a uno de estos tres ámbitos fundamentales: el terreno físico (defecto corporal, fealdad, obesidad, talla demasiado baja o alta, impotencia sexual, características propias del sexo contrario, etc.); el intelectual (inteligencia mediocre, poca cultura, etc.); y el social (falta de simpatía, desconocimiento de normas de cortesía, procedencia de un nivel social más modesto, nacimiento ilegítimo, poca facilidad de palabra, familia que provoca vergüenza, etcétera). Los sentimientos de inferioridad pueden provocar inhibición y retraimiento, dando lugar a que se vaya constituyendo una personalidad tímida e insegura, dentro de un marco de escasa actividad social. Sin embargo, si el sentimiento de inferioridad no es demasiado intenso puede llegar a estimular el afán de superación desde la misma infancia. Adler estudió a fondo este problema, proponiendo un enfoque del mismo basado en el sistema de compensaciones psicológicas. Cuando alguien se siente inferior, puede optar por la «resignación», lo que da lugar a una actitud de modestia y limidez exageradas, inseguridad e inhibición, con lo que esta persona parece actuar como si se disculpase constantemente por el mero hecho de su propia presencia.

⁹⁸ «Idealmente queremos ser bellos pero inteligentes, elegantes pero humildes, seductores pero torpes, alegres pero miedosos, exitosos pero apenas sobrevivientes de la dura realidad. **Betty** es el espejo del interior latino, esa tierna y sutil forma de ser que todos decimos tener, esa manera auténtica de ser versátiles y sabios en medio de la dificultad. **Betty** devela esa manera profunda de ser latino: ésa de las dobles morales, donde se pregona belleza interior cuando interesa la carne mostrada, donde se dice que se va a trabajar cuando lo que se busca es socializar y pasarla rico, donde se dice que hay que ser honesto pero toca imaginarse las formás de evadir el control legal... **Betty** es una latinidad buena y honesta pero que se presta a todos los inventos para sobrevivir en medio de la injusticia, la arrogancia de clase y la exclusión de la belleza. **Betty** es un modelo por su inteligencia, valores y buen humor pero fatal en su manera de ser fiel a su jefe aun a costa de sus sentimientos y la ley. **Betty** como América Latina siempre termina rendida al amor, la belleza, el dinero, el éxito fácil... por encima de la ética ciudadana y el referente de colectivo que necesitamos.

Yo soy **Betty**, la fea fue una atractiva y sugestiva historia que aunque presenta el formato de telenovela (historia de amor entre mujer pura y hombre equivocado) intenta ser comedia (historia de ironía sobre los miedos y las aspiraciones de la gente común) sobre la vida laboral y los traumas de la belleza y el poder y la solidaridad de los feos y subordinados. Su fuerza narrativa estuvo en que es una historia donde los excluidos por belleza, poder y dinero tienen que buscar las maneras más recursivas para sobrevivir y gustar.

La historia generó empatía en el y la televidente porque expresa esa "fealdad" e "incompetencia" que cada ser humano siente que tiene. El ingrediente perfecto para hacer una fea atractiva es la construcción dramática interna de **Betty** desde "la belleza de los sentimientos". La telenovela vende la idea que mientras los feos actúan y son inteligentes, los bellos sólo se repiten en su belleza".

Rincón, Omar, "Amar y reír, dos maneras de imaginar Latinoamérica", Revista Decenio, Junio - Julio 2002, Año V, Edición 25, consultado en <http://www.decenio.com.ni/index.html> el 29 de agosto de 2002 a las 18:30 hrs.

carencias con otras virtudes, es amable y tiene un trato fino con los que se dirigen a ella con respeto, que parece como si fuera una religiosa o una mujer madura solterona y sin querer, nadie la ve como un ser sexual. De allí la polémica por su virginidad. Se relacionó el binomio fealdad-pureza, **Beatriz** tuvo relaciones sexuales y no concibió inmediatamente, como sucede en la inmensa mayoría de las telenovelas, que permanece un hijo como recuerdo imborrable de esa noche.

Hay respuestas encontradas en torno a **Marcela Valencia**, ligadas fundamentalmente al rol que debe desempeñar el último vértice del triángulo amoroso. De acuerdo con la gráfica quince fue elegida por un 6% de las mujeres entrevistadas. Por una parte la frase "porque se viste bien" refuerza la creencia que las villanas únicamente se ocupan de maquillarse, perfumarse y elegir prendas adecuadas para seducir a los hombres, además la sentencia "porque perdona a su novio" recupera la vieja consigna de retener a la pareja, cueste lo que cueste, que fundamentalmente aplica a la primera figura; alrededor de lo que aseveró una encuestada: "porque tiene dignidad" se esconde que el personaje funge en este caso como portador de un secreto de invaluable ayuda, y pese a que no es muy común que la antagonista revele información, coadyuva en la reconciliación **Betty-Armando** y posteriormente se marcha definitivamente.

Hay una nueva tendencia al caracterizar a las villanas, ya no son las damas que planean asesinar a la rival. Tradicionalmente odiar a las antagonistas es una práctica socialmente aceptada que permite descargar la ira popular sobre la casquivana joven. En este caso **Marcela Valencia** representa a la amante-prometida de **Armando Mendoza**. Una mujer profesionista, con dinero, muy bella, elegante, con clase, honesta, clara, incondicional, trabajadora, déspota con sus empleados, que aparenta ser muy pagada de sí misma, pero en realidad es insegura y desea por sobre todas las cosas contraer nupcias con el Casanova, al que atosiga con sus celos y le perdona sus constantes infidelidades. Se puede decir que es una codependiente emocional⁹⁹.

⁹⁹ De acuerdo con la definición de John Bradshaw: "La codependencia puede ser definida como una enfermedad, cuya característica principal es la falta de identidad propia. El codependiente pierde la conexión con lo que siente, necesita y desea. Si es dulce y agradable aunque no lo sienta, es porque busca aceptación. Cree que su valor como persona depende de la opinión de los demás. Da más importancia a los demás que a

Entre las razones que mencionaron las féminas estudiadas para identificarse con **Patricia Fernández, "La Peliteñida"** se hallan: "porque tiene una cara espectacular", "porque nunca le alcanza el dinero" y "por aventada, ocurrente".

Es comprensible que se sobrevalue a este personaje, ya que encarna una copia de la muñeca Barbie, el modelo clásico de belleza occidental: alta, rubia, curvilínea, de ojos azules, hermosas piernas largas y dientes blanquísimos parejitos. "**La Peliteñida**" es un personaje prototipo de la mujer colágeno de clase alta venida a menos, que basa su atractivo en las apariencias. Tiene un marcado complejo de superioridad ¹⁰⁰, repite

si mismo. Se crea un yo falso, pues en realidad no está consciente de quién es y está tan desconectado de sus propios sentimientos, que asume la responsabilidad por las acciones de los demás. Se avergüenza por lo que hacen otras personas y toma las cosas de una manera personal. Invierte una enorme cantidad de energías en mantener una imagen o un estatus para impresionar porque su autoestima es muy baja, ya que depende del valor que los demás le otorgan."

Sharon Wescheider Cruse agrega que la codependencia nace de un hambre malsana de amor, quizás provocada por un ambiente familiar de desamor. El dolor en la codependencia es mayor que el amor que se recibe. Una de las características de la persona codependiente es que no confía en la otra persona a la que trata de influir. Esto lo demuestra persiguiéndola, tratando de controlarla, diciéndole lo que tiene que hacer, etc. El codependiente no sabe quién es, lo que siente, cuáles son sus necesidades, vive como un ser vacío.

La codependencia aparenta ser amor, pero es egoísmo, mutua destrucción, miedo, control, relación condicionada: "Te amo si cambias", "Si no haces lo que digo, te recrimino, te persigo, me siento tu víctima." En la codependencia hay una gran cantidad de manipulación. Es una relación descontrolada: hagamos todo lo que sea para que esa persona se acomode a mí.

En momentos de frustración, la codependencia es abusiva o de tremenda tolerancia del abuso. La persona codependiente permite tanto que no reconoce el abuso cuando lo sufre. Ha llegado a tener una autoestima tan baja, que ya no se da cuenta de que están abusando de ella.

El codependiente necesita dar continuamente para no sufrir culpabilidad, ansiedad, enojo, miedo, etc. Necesita dar, sentirse necesario para tener autoestima. Está dominado por sentimientos enfermizos y no por la razón. **Marcela** pertenece a esta categoría, según lo expresado por **Armando Mendoza** en el momento de la ruptura definitiva: "tengo imágenes en mi cabeza, tengo recuerdos como tus celos desmesurados, como tus reproches constantes, como tu desconfianza, como los cálculos que hacías cuando yo salía de un cóctel para saber cuanto tiempo me demoraba en llegar a mi apartamento a ver si llegaba a tiempo, como tus llamadas incesantes a mi celular, como los interrogatorios acerca de mis movimientos...me cercaste tanto, tanto Marcela que me tocó aprender a vivir en la asfixia, de tener que rendirte cuentas de hasta mis propios sueños. Marcela en un momento yo no sabía si te amaba o te temía, porque yo aprendí a tenerte miedo, aprendí a que nuestra relación estaba fundamentada en el miedo, en el miedo al escándalo, en el miedo al reproche en el miedo a los problemas, incluso así pensé que podía seguir viviendo contigo..."

¹⁰⁰ En realidad el complejo de superioridad es una compensación psicológica de tercer grado del complejo de inferioridad, con la que se intenta adoptar un falso sentimiento de superioridad que sirva para ocultar el problema de fondo ante uno mismo y ante los demás. Cuando el individuo adopta esta vía de compensación, se muestra altanero, presuntuoso, arrogante, inflexible y vanidoso, aparentando, a simple vista, un cierto complejo de superioridad. Se muestra indiferente ante las actitudes y opiniones de los demás, pero en realidad es muy susceptible ante las mismas, ya que hieren fácilmente su sensibilidad, influyendo notablemente sobre su exagerada necesidad de autoestima. Se ha forjado una imagen idealizada de sí mismo, mediante la cual pretende demostrar su supremacía sobre los demás y ocultar el profundo desprecio que siente hacia sí mismo.

insaciablemente que estudió seis semestres de Finanzas en la San Marino y le parece antipática al resto de las empleadas.

En una sociedad que rinde culto al cuerpo delgado, la liposucción es un buen remedio para reducir esos pliegues que los aeróbicos no saben quitar, **Bertha** lo sabe pues es la mujer obesa que desea fervientemente tener una cintura estrecha y un vientre plano sin sacrificarse¹⁰¹, así que se gasta los ahorros de su marido en dicha operación, sin importarle las prioridades de su hogar. Una televidente afirmó: "yo también quisiera hacerme liposucción", otra la señaló como su personaje predilecto "porque se entera de todo".

Ciertamente su presencia es clave para descubrir secretos o enterarse de la verdad. Es la entrometida por excelencia, no le interesa arrastrarse en el piso o subirse a un excusado con tal de conseguir la primicia. "Usted sabe que a cualquier chisme¹⁰² en esta oficina, no importa lo chiquitico que sea, se le da la grandeza que merece".

Éste sería el genuino complejo de inferioridad. El problema principal surge como consecuencia de su falta de adaptación al medio social que los rodea, ya que ante fracasos o críticas severas de los demás, se rompe este esquema compensatorio y surge de nuevo la inferioridad de fondo, lo que constituye una intensa fuente de angustia y sufrimiento, que imposibilita el amor y las relaciones interpersonales francas y sinceras.

Así, **Patricia Fernández** finge que no le interesa lo que dice el Cuartel de ella, pero está alerta a su cotilleo, les presume que tiene un Mercedes Benz rojo convertible y cuando su nuevo estilo de vida le impide costear los gastos y se lo embargan, se aferra a él con todas sus fuerzas porque es el único objeto de valor que conserva, recuerdo de su exmarido, el empresario Mauricio Breakman.

¹⁰¹ "Nancy Etcoff, autora del libro La supervivencia de los más guapos explica que todavía hasta hace poco los psiquiatras tildaban a las personas que se someten a cirugías estéticas de depresivas, histéricas, obsesivas y narcisistas. Y prestar atención al aspecto externo era mucho más grave en un hombre que en una mujer. En los últimos 20 años la visión ha cambiado, ya que ahora se considera una práctica sana en ambos sexos". Zavala, Enrique, "Sexo, belleza y lágrimas", El Nuevo Inversionista.

¹⁰² "Los chismes son informaciones que deforman, que tienen un ciclo similar a los rumores: nacen, como si fueran un ser vivo, se desarrollan y mueren. Incluso pueden reencarnar, con nuevos bríos o hasta nuevo cuerpo.

El psiquiatra Alfonso Martín del Campo explica que un comentario infundado generalmente está constituido por una serie de mentiras que tal vez llegarán a perjudicar a uno o varios individuos, dependiendo de la intención de quien lo genera.

El chisme es una situación natural que es producto de la convivencia social, y que se aprende con el tiempo, me atrevería a decir que todos, de alguna forma, lo hemos practicado. La estructura del chisme la conforman: el chismoso, el receptor de la habladuría y la víctima, de quien se habla de forma negativa y sin fundamentos. Dice Martín del Campo que quien lo genera suele ignorar mucho acerca de la otra persona y puede experimentar sentimientos de venganza y situaciones de envidia, pero aún así, no existe una postura oficial de la psiquiatría o de la psicología en relación con lo que es el chisme.

La gente que hace un chisme proyecta inseguridad; a todos los que lo rodean los ve como rivales, por lo que tiene serios problemas de reintegración social.

Aura María, alias "Pechuguin" , es la belleza de tipo populachero, aquella que disfruta el baile, la bebida y pasarse la noche con los hombres en hoteles con jabones chiquitos en el cuarto de baño. Asimismo obtuvo un 6% de las menciones por su conducta desenfadada. Las entrevistadas argumentaron que se da el proceso de identificación con este personaje femenino porque "siempre se la pasa muy chido", "porque sabe divertirse" y "por lo traviesa".

Una espectadora se reflejó en **Mariana** "por el color de piel". **Mariana** es negra, tiene buen cuerpo, bíceps marcados, talle pequeño, dientes preciosos, pero escapa del modelo ideal de belleza, es lo que Omar Rincón llama "la negritud como esa otra estética no aceptada por intolerantes mestizos" justamente en un país como México que ha visto todas las mezclas raciales posibles.

Mariana es la encargada de develar lo que le depara el futuro a **Betty** a través de sus lecturas colectivas de tarot, práctica popularizada en la sincrética cultura latinoamericana, con fuertes raíces religiosas católicas y una amplia tradición de adivinación, ya sea con pitonisas aprovisionadas de caracolas, baraja española, café, runas, horóscopo y otros. Sus pronósticos aportan pistas a los acontecimientos recientes.

De cualquier manera, el chisme es una forma de comunicación que está vigente, y que puede ir desde una simple crítica hasta la invención de toda una historia entorno a un sujeto determinado. O sea, se juega también a intentar cambiar la realidad.

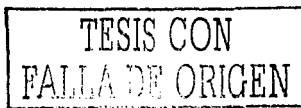
Para la psicoanalista Sandra Altamirano, en momentos de fuertes cambios o de crisis sociales, los chismes aumentan porque ante la incertidumbre y los huecos de información, se inventan cosas para llenarlas; ante la angustia surge la distorsión. Las instituciones se convierten en verdaderos campos de espionaje entre sus empleados, la inseguridad se intensifica, se pierde la confianza entre los compañeros, se traicionan, se utilizan, compiten, se crean ambientes en los que se siente que se camina entre vidrios.

En sus orígenes, la palabra chisme (ragot), guardaba una referencia con la fuente y con el efecto de una comunicación: un ragot es un gruñido emitido por un jabalí. Los chismes son historias de baja estofa, que lindan con la calumnia y la difamación.

La habladuría destaca el objeto del rumor o de la voz, y también se refiere a personas; en la habladuría encontramos las alegrías y desgracias de los grandes y pequeños personajes que nos rodean. El comadreo es una definición de la propia fuente. Al igual que el chisme, se trata de un juicio de valor.

En cambio, el rumor expresa un fenómeno definido por su fuente (no oficial), su proceso (difusión en cadena) y su contenido (se trata de una noticia referida a un hecho de actualidad). La veracidad, por el contrario, no forma parte de su definición científica".

Contreras Orozco, Javier, "Rumores: voces que serpentean", *Revista Latina de Comunicación Social*, abril, 2001 - año 4º - número 40 consultado en <http://www.uil.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/108contreras.htm>. el 26 de noviembre de 2002 a las 17:10 hrs.



Sandra fue elegida "por la estatura" y "porque a mí también me dan ganas de pegarle a la Peliteñida". En un país como México, donde la estatura promedio del género femenino es de 1.60 m., sobrepasar esa altura vuelve interesante y añade atractivo a cualquier mujer. Hay una especie de catarsis con este personaje porque es la única del Cuártel capaz de liarse a golpes con la presumida secretaria, algo que el público quisiera hacer.

La encuesta reveló que Jenny "es muy sexy". El personaje secundario es la amante del esposo de **Sofía**, y es fuente permanente de conflicto con El Cuartel, ya que emplea su magnetismo sexual¹⁰³ para evitar reprimendas de sus superiores.

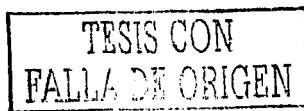
Al cuestionar por qué se da la identificación con **Sofía** se obtuvo la frase "porque es bajita y por el peinado". Hay que recordar que el lookismo es una forma de discriminar a las personas por alejarse del ideal de belleza, en este caso el personaje tiene una estatura inferior a la promedio y usa un peinado anticuado, lo que la convierte en centro de burlas. La gratificación evasión se exagera con el personaje, ya que está separada de su marido y

¹⁰³ Pablo Díaz relata que otro factor relacionado con el atractivo físico es el que se refiere a una imagen saludable, sin embargo esto muchas veces no corresponde a verdaderos estados de óptima salud. Se puede apreciar en la percepción que se tiene del bronceado en la piel, puesto que, este factor está tipificado como expresión de salud, sin embargo, este bronceado puede traducirse en cáncer a la piel y en envejecimiento prematuro. Se han realizado encuestas que arrojan que el 66% de la población joven piensa que ellos con un bronceado se ven más sanos aunque sólo el 18% de ellos cree que una persona bronceada es más sana. Investigaciones posteriores demuestran que las personas que están bronceadas son consideradas más físicamente atractivas, populares y sexy que aquellas que no están en esa condición, existiendo una preferencia por un bronceado mediano sobre uno débil, con una clara menor preferencia para un bronceado oscuro y una ausencia total de éste. Las razones por no considerar al bronceado oscuro como muy atractivo pueden deberse a que se ha internalizado en la población los efectos nocivos de los rayos ultravioleta (Broadstock, M. y cols., 1992)

Según este autor hay una investigación diseñada para determinar en que medida los sujetos pueden influenciar sus niveles de atractivo físico, centrándose específicamente en el uso de maquillaje y el uso de la postura. Se vio que la estructura física es tan importante como la estructura facial al momento de establecer juicios sobre niveles de atractivo físico, se demostró, por lo tanto, que hay factores comportamentales que influyen sobre los juicios de belleza y que son casi tan importantes como los factores estructurales.

Por otro lado, se vio que establecer relaciones interpersonales pueden influir y cambiar los juicios sobre atractivo físico, viéndose que el efecto: "la belleza se encuentra en el ojo de la persona que la ve" es verdadero. Se puede concluir de esta investigación que las estrategias de autopresentación (maquillaje), cómo las personas se mueven y cómo interactúan con otros influirá muchísimo sobre los juicios de atractivo físico (Osborn, D., 1996).

Díaz, Pablo, "Atractivo físico", consultado en <http://www.apsique.com/soci/attractivo.html>, el 26 de noviembre de 2002 a las 17:49 hrs.



profundamente dolida por su infidelidad, así que lo hostiga con sus solicitudes de dinero y humilla a placer a su nuevo amor.

Catalina Ángel fue nombrada porque "es elegante y se peina bonito". Nuevamente se remarca la apariencia antes que los actos de un personaje, porque la outsourcing de Eco Moda si bien se distingue por su distinción y clase, tiene su mayor cualidad en la espiritualidad y la paz interior. Su importancia radica en que se vuelve el hada madrina de **Betty**, y le brinda su apoyo en las circunstancias difíciles.

Según la gráfica diecisiete el personaje masculino con mayor aceptación es la pareja sentimental de **Betty, Armando Mendoza**. Generó una amplia gama de reacciones, algunas de las cuales apuntan hacia un retorno a las relaciones destructivas¹⁰⁴, al sufrimiento, al

¹⁰⁴ Una relación amorosa ideal es aquella en la que dos personas dotadas de un concepto de integridad personal, fortaleza interior y seguridad en sí mismos, forman una pareja para compartir todo. Según la página de Internet http://www.slaa.com.br/espanhol/preambulo_esp.htm de Adictos al sexo y al amor anónimos, a diferencia de las personas normales que utilizan el amor para satisfacer necesidades normales, los adictos lo usan para disminuir el sufrimiento que les producen los problemas en otras áreas de la vida. Lo que hacen al buscar a alguien o algo que les ayude a escapar de todo esto es tratar de evadirse de la realidad por completo. Llegan a un punto en el que usan las sensaciones que el amor romántico les producen, por muy pasajeras que estas sean, como sustitutos de otras satisfacciones, como consuelo a una falta de afecto, real o imaginada, o como huida o disculpa para desentenderse de una vida que están convencidos que produce solamente dolor.

A veces la adicción se manifiesta en el ir y venir de una pareja sexual a otra, en la búsqueda de alguien que reúna todos los requisitos de perfección que exigen. Con frecuencia tratan de justificar esta búsqueda repitiéndose a sí mismos los infelices que son en el hogar. En ocasiones se manifiesta como un apego desesperado a una persona concreta, a pesar de los abusos reiterados y de la falta de comprensión.

La organización británica Amor y Sexo estima que por lo menos una de cada 20 personas en el mundo es adicta a las relaciones destructivas, mientras que en México, datos de Relaciones Destructivas A.C. indican que aproximadamente el 75 por ciento de la población ha tenido problemas en sus relaciones afectivas y amistosas, y con frecuencia utilizan frases como "lo tuyo es mío y lo mío tuyo", lo que incluye amigos, bienes, familia, trabajo y vida propia, y dando lugar a lo que se conoce como codependencia.

Un codependiente es una persona con problema patológico de autoestima y de carácter, chantajista y adquiere identidades falsas para retener a su pareja, es decir, suele presentarse como la persona ideal. Puede hablarse de codependencia cuando uno de los miembros ha permitido que la forma de actuar y pensar de su pareja lo domine, y está convencido de que el otro es el dueño de sus emociones y actitudes, explicó al periódico Reforma, Ana Patricia Juárez, psicoterapeuta.

"Este tipo de relación es enfermedad y es una dependencia impresionante la mujer, el hombre o la amiga no sale ni a la puerta si no le avisa al compañero, no toma decisiones propias, consulta al otro antes de mover un dedo, se compra la ropa o los zapatos que le gustan a su pareja pese que no le agrade para nada a él o ella", explicó. "Lo peor es que hay ocasiones en las que hay maltrato físico y moral de por medio, y aún continúan en esta circunstancia". Además, se ha comprobado que estas personas viven a merced de sus sueños, indicó la especialista, y por lo general les gusta sufrir, incluso, se cree que su inconsciente busca a un verdugo.

En todas las épocas se han escrito canciones que relacionan el amor y el sufrimiento, y qué decir de las telenovelas y cintas cinematográficas que muestran a un hombre o una mujer obsesionado con su pareja, que hace hasta lo imposible por mantenerla a su lado. Esta imagen es la que ahora afecta a miles de personas de diversos estratos sociales y preferencias sexuales. Los patrones de conducta que se muestran en los

amor difícil: "Si es mujeriego, pero respeta su relación de pareja," es el príncipe azul de la fea", " miente bien y luego está arrepentido de verdad", en tanto que hubo quien expresó rencor contra el género masculino: " Es como todos los hombres: un farsante".

La predilección por **Armando** evidencia que los galanes telenoveleros no merecen ser objetos de deseo de las espectadoras. Hijo, novio y amante mimado, neurótico¹⁰⁵, orgulloso, débil y de carácter moldeable. El personaje no ha sido honesto, tampoco fiel, se volvió alcohólico, charlatán y pelele. No obstante representa al hombre ideal: un auténtico Don Juan de la clase alta, bien vestido, apuesto, a quien el poder le viene de herencia.

Las encuestadas consideran que **Daniel Valencia** es un personaje distinguido por su apariencia refinada y pulcritud, es decir "por cuero y porque tiene clase", "por sus bromas de humor negro" y "a pesar de ser clínico y cruel es realista".

televisores o se narran al ritmo de la música son adoptados por jóvenes y adultos, impidiendo la correlación entre la pareja y el sano entendimiento, advirtió Guadalupe González, directora de la organización.

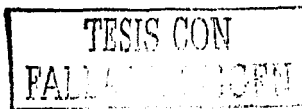
105 Según la Organización Mundial de la Salud, la neurosis es un estado con alteraciones mentales sin base orgánica que obedecen, como causa principal, a factores psicológicos o sociales. Es una enfermedad subjetiva en la cual el sujeto no confunde sus experiencias y sus contenidos imaginados con la realidad externa y, aunque el comportamiento puede estar muy afectado, no hay desorganización de la personalidad y se conserva la capacidad de razonamiento íntegra. Los neuróticos son sujetos con baja autoestima y sentimientos de inferioridad, inseguridad que hacen que la persona no pueda tener una buena imagen de sí misma por lo cual no se acepta y esto crea una gran ansiedad en el individuo.

Según el Movimiento Buena Voluntad de Neuróticos Anónimos en su página de Internet <http://www.neuroticosanonimosbv.org.mx/h.htm> algunas de las manifestaciones y síntomas de la Neurosis son:

- Es una enfermedad que causa una existencia solitaria.
- Es una enfermedad espiritual.
- Siempre es la misma en todas las personas, sólo los detalles superficiales varían.
- Caracterizada por síntomas dolorosos: tristeza, soledad, ansiedad, miedo, angustia, ira, entre otros.
- Progresiva si no se atiende a tiempo.

El egotismo innato impide a la persona tener relaciones humanas cariñosas recíprocas y es, por lo tanto, un individuo solo, quien hace cosas para atraer la atención y halagos. Busca aventuras amorosas, pero en vano. No podrá encontrar paz ni descanso en ningún lugar... y culpa de su situación a su cónyuge, familiares, jefes o a la circunstancia.

Aunque rebasa los treinta años **Armando** es inmaduro y permite que lo manipulen entre su amigo **Marío Calderón**, su novia y los miembros de la Junta. Es infiel por naturaleza, gran seductor, gritón, impulsivo, necio y a veces se desquicia, reconoce que es enfermo "yo puedo ser neurótico a veces, ¿verdad?", sin embargo no hace nada para recuperarse.



Si gratifica la necesidad de interrelación con los personajes es porque sus frecuentes agresiones a **Betty** equilibran la balanza. Es el villano que genera odio y desprecio de las espectadoras.

Daniel Valencia representa al funcionario gubernamental que ha perdido la sucesión a la Presidencia de la empresa fundada por su padre, no necesita más dinero, simplemente su amor propio está herido y busca resaltar cada error cometido por **Armando**. Carece de ética profesional, es capaz de sobornar a un empleado para que funja como espía y lo mantenga al tanto de las operaciones financieras de Eco Moda. Aunque parece despreciable, busca salvaguardar sus intereses.

Las mujeres escogieron a **Mario Calderón** "porque hace locuras", también se remitieron a su aspecto físico con un "tiene bonitos ojos". Les atrae "por cínico" y olvidaron rápidamente que él fue el culpable de que **Betty** cayera en una profunda depresión al descubrir una carta de instrucciones¹⁰⁶ a seguir en su ausencia.

¹⁰⁶ Estimado Presidente:

Aquí están las instrucciones para que continúe su rutina de horror con **Betty**: En primera instancia encontrará las tarjetas que deberá continuar colocando en el escritorio cada mañana a su monstrete con su respectivo detalle. No se le vaya a olvidar, porque yo no voy a estar para hacerlo. Escribir esas tarjetas fue más difícil que nunca, porque con las anteriores al menos me contaba lo que pasaba la noche anterior. Los téticos besos que le daba, las palabras para hacer el horror, digo el amor con ella.

Cada detalle de su itinerario de espanto, cuando menos me servía para escribirle algo. Así que estas tarjetas contienen sentimientos neutrales, supongo que durante estos días tendrá que volver al suplicio de besarla, y seguramente de acostarse con ella.

Igual aquí va la poesía barata que le fascina a ella, poesía para feas enamoradas. Como el monstrete debe estar ilusionada con la ausencia de **Marcela** lo más seguro es que esté esperando que usted le dedique todas las noches a ella, y tendría razón en pensarlo. Pero ¡jojo!, debe tener cuidado, **Marcela** no lo va a descuidar. Seguramente **Patricia** le va seguir los pasos y si usted da motivo, **Marcela** le va cancelar el matrimonio, y tiene deseos de hacerlo y usted sabe mejor que nadie que eso es lo último que debe admitir. Ese matrimonio debe hacerse contra viento y marea.

Yo le sugiero que mañana la lleve al evento de **Adriana Arboleda**, no se le hará extraño a nadie que vaya con ella. Tómese unos embellecedores, llévela a la casa y si se inspira lo suficiente, acuéstese con ella.

Si...sí...sí...sí...ya sé la cara de mártir que debe de estar poniendo al leer esto. Pero usted como que ya no padece tanto el horror de acostarse con ella. Ya está anestesiado así que hágalo mañana y salga de eso de una vez. Ella quedará contenta y se la quite de encima por unos días. ¡Ah! pero eso sí, yo no le presto más mi apartamento...no señor...usted me dañó el record...que digo dañó, me lo volvió pedazos, hasta el portero se burló de lo fea que era la mujer que llevó.

Por otra parte mi estimado Doctor, el hecho de que mañana se la quite de encima por unos días, no significa que se descuide. Mantenga la rutina de tarjetas y detalles que vienen aquí, porque **Don Nicolás Mora** sigue detrás de **Betty** y detrás de **Eco Moda**, y no quiero que cuando regrese me tenga la noticia de que la descuidó y la dejó en manos de ese tipo, porque eso sería lo mismo que haberle entregado la empresa a él. Y bueno

Pese a que **Mario Calderón** es misógino ¹⁰⁷, su proceder se asemeja más al de una *femme fatale* que al del consejero, porque emplea estrategias femeninas de seducción. Si atrae al público femenino es porque personifica al máximo exponente de la seducción masculina colombiana. Practica el sexo como deporte.

Hugo Lombardi fue mencionado porque "es hipersimpático y burlón, no es el clásico amanerado". Efectivamente, el personaje está insertado, -con mucha fuerza- en la esfera de poder, y eso es bastante significativo. Su vida homosexual sólo se aborda para acentuar y

espero que esta semana sea menos horrible que las otras que ha padecido con ella, pero siempre lleve en la cabeza este lema "Beso a Betty por no perder a Eco Moda"..... "Le hago el amor a Betty para no perder Eco Moda"... piense que con cada beso, con cada terrible caricia Ud. se está asegurando de que Betty jamás nos haga una jugarreta. Por último le recuerdo que durante estos días usted tiene que ser muy especial, no solo por mantener a salvo a Eco Moda, sino porque hay que forzarla a que maquille los informes para la junta que viene. Hermano, ella ahí nos tiene en sus manos, y si se ve renuente a colaborar, pues cierre los ojos, tómese otros embellecedores, aliste frases sensibles y llévesela para la cama más próxima....ah porque yo le digo, no hay nadie más feliz que una fea después de hacer el amor. Bien mi estimado Presidente, sé que terminará de leer estas instrucciones completamente asqueado, pero piense en una cosa...este infierno no va ser para toda la vida. Usted volverá a ser el hombre feliz rodeado de mujeres bellas, cuando ella nos devuelva la empresa

Ánimo Presidente.
Atentamente,
Mario Calderón

¹⁰⁷ Susan Forward, utilizó por primera vez la palabra griega misógino (miso: odiar y gyné: mujer) en el libro Las mujeres que aman demasiado para definir la personalidad de aquellos hombres que odian a las mujeres que aman.

El perfil de un misógino es -según este libro- el de un hombre obsesionado por sí mismo que tiene una necesidad de control sobre la mujer (ya sea mediante la violencia física o verbal). Demuestra un claro comportamiento destructivo a pesar de que el amor que le muestra a su pareja es particularmente pasional.

La psicóloga Angela Ibarrola, integrante de la Fundación Mexicana de Psicoterapia, define al misógino como un hombre que se apropia del ser de la mujer y la utiliza para depositar todo lo malo o lo desagradable que no acepta de su personalidad, de tal forma que la mujer siempre será culpable de todo lo que le suceda a él y a la relación de ambos.

El doctor Arturo Heman, adscrito al Instituto Mexicano de Psicoterapia Cognitivo Conductual, dice que los misóginos son los típicos "machos" que desde su infancia están educados para ser superiores que las mujeres, actitud que refuerzan socialmente cuando se les dice que es el rey de la casa a quien todos -especialmente su pareja- le deben respeto. En este sentido la misoginia de **Mario Calderón** reluce cuando dice: "Las mujeres, mientras más sufren más aman". Tiene en su computadora una amplia base de datos con fotos de todas las modelos, sostiene affaires con muchachas jóvenes de medidas 90-60-90, pero elude formalizar un compromiso serio pues prefiere El plan "C"=clandestinidad .

Su desprecio por **Betty** está basado en la apariencia desagradable, cuando dentro del plan seducción se contempla la posibilidad de incluir el sexo en la relación agrega entusiasmado: "Las feas hacen el amor como si fuera la primera y la última vez".

justificar la caracterización de su rol, estilo de vida y desempeño entre la élite de ese universo de ficción.

Hugo gratifica la necesidad de evasión, divierte a la audiencia con sus frases despectivas, cargadas de veneno, es el bufón de la corte, el humor en medio del drama, el buen gusto en medio de gente corriente.

A **Freddy** lo eligieron porque "es buena onda". Del mismo modo que **Hugo Lombardi** puede interrumpir con sus bromas pesadas a los directivos, la función del mensajero de Eco Moda, es romper la tensión en situaciones difíciles y auxiliar a sus feas amigas. Quizá un poco excesivas, sus intervenciones aligeran la carga dramática y muestran al mundo los amplios recursos lingüísticos de los que dispone un hispanoparlante para designar una situación.

Michel, el otro galán que pretende a **Betty**, obtuvo un 18% de las preferencias, de acuerdo con la gráfica diecisiete, por lo que es el segundo personaje masculino preferido. Las razones aducidas para identificarse con él van desde el mero malinchismo: "es francés"; hasta la apariencia y la actitud, "porque está cuerísimo", "porque es caballeroso y no le importa la fealdad de Betty", "porque es un hombre profesional, responsable, con sentido del humor y además atractivo".

Michel es el hombre ideal: alto, atlético, de cabello rubio, ojos azules y piel blanca, rico, francés, es el auténtico Príncipe Azul, el rey europeo que queda cautivado con una simple mestiza. **Michel** es presentado como la alternativa occidentalista europeísta que propone a **Betty** la posibilidad de una nueva vida, libre de su familia y de un misógino que no la merece.

De acuerdo con la percepción de los sujetos estudiados **Nicolás Mora** "habla muy chistoso y me hace reír". **Nicolás** es el alter-ego de **Betty**, un genio financiero de aspecto bobalición y gracioso, bromista, tímido, inseguro, invisible, mimetizado con el paisaje; que en un principio

destaca únicamente por su fealdad, empobrecido, desempleado, no alardea de sus vastos conocimientos ni sostiene ninguna relación romántica con nadie, es solamente la bettycomparsa. Asciende a medida que su amiga escala posiciones y lo ayuda a encontrar un empleo, entonces busca aparentar lo que no es para seducir a una mujer aparentemente inalcanzable¹⁰⁸.

¹⁰⁸ "El hábito de mentir se puede transformar en un trastorno de la personalidad que podríamos llamar 'seudología fantástica' que es una compulsión a imaginar una vida, unos acontecimientos y una historia en base a causar una impresión de admiración en los espectadores.

Este afán por impresionar está basado en la imperiosa necesidad de resultar valiosos e geniales por medios tramposos ya que por los naturales de la simpatía y ser espontáneos dudamos el poder conseguirlos.

Refleja, por un lado, la ambición de ser dignos de amor y *ojito derecho* de los demás como antes de ser destronados por el proceso de maduración lo éramos de los padres; por otro lado, se pone de manifiesto nuestra profunda duda de no ser dignos en base a la distancia, la dureza, el aislamiento y la falta de adaptación que sufrimos, que asemejan pruebas de algún tipo de minusvalía.

El mentiroso fantasioso coge el atajo de robar atención y aprecio por la vía del fácil engaño (las palabras son cómodos sustitutos de los hechos) en vez de por su Ser-sincero, tal vez mucho más modesto de lo que su ambición soporta.

No se conforma con ser una persona cualquiera -tal vez se vería a sí misma con excesivo desarraigo-, sino que desea ser siempre una personalidad de primera magnitud, de esas que los demás admiramos embelesados y envidiosos.

También mintiendo sobre lo que hacemos llevamos a cabo algo que proporciona un pequeño resto de placer que nos da una migaja de lo que nos gustaría. Imaginando que somos ricos, que seducimos a las personas más bellas, sentimos un gusto que el disgusto de ser sólo fantasías no acaba de eliminar y que puede convertirse en deleitoso manjar para satisfacer necesidades que esta forma engañosa nunca realmente será completa, pero que a base de engaño tras engaño, fantasía tras fantasía nos hace sentir el sueño tan real que casi lo podemos creer.

Lo que nos gustaría hacer, lo que en ensueños nos prometemos, lo que según nuestros cálculos inflados seguramente nos pasará puede hacernos correr tanto en el tiempo que disfrutemos precipitadamente de lo que todavía no somos, y ello nos prepara mal para el naufragio de nuestros ilusiones durante el transcurso despiadado de la vida. Este tropiezo no le sucede a quien su mirada alcanza al escalón de arriba sólo cuando ha mirado bien que ha subido el actual.

El problema del pseudólogo es que para mentir tanto y que no se note ha de hacer lo mismo que un actor que representa un personaje y quiere resultar creíble: esforzarse tanto, como si uno fuera esa persona inventada, que realmente uno se confunda y olvide de quien es realmente.

El personaje suplanta al yo, con lo que su personalidad se instala en una base inauténtica muy peligrosa, porque los halagos, impresiones y valoraciones que arranque a los demás con sus tretas, en realidad nunca los podrá saborear, porque sabe que no están dirigidos al Yo auténtico, sino al falso, con lo cual no logra sentir lo que le gustaría sentir: sus dobles vínculos impiden que los placeres le lleguen.

Como la sed de mérito nunca se sacia por este procedimiento cada vez está la persona más descarriada e insatisfecha y más encuentra motivos para curarse con la medicina que le agrava.

Lo que debe plantearse el mentiroso es su misterioso desánimo, la progresiva languidez que simular produce en él. Su afán de caer bien produce el efecto contrario de que los demás se decepcionen, se sientan despreciados y se disgusten, generando una profunda desconfianza muy difícil de superar".

Catalán, José Luis, "Mentira y autoestima", consultado en <http://www.cop.es/colegiados/A00512/mentira.html> el 25 de noviembre de 2002 a las 11:00 hrs.

En el personaje se refleja al latino un tanto menospreciado por su entorno social, que vive de fantasías y ambiciones vanas. Si arranca sonrisas es por su ingenuidad y torpeza, por el manejo irreverente de la autocrítica.

Para justificar la elección de **Don Hermes Pinzón**, el padre de Betty, se recurrió a la frase con la que sentencia cada suceso imprevisible : "el Diablo es puerco".

Luego de laborar como probo contador de una empresa durante casi veinte años, el patriarca Pinzón es despedido de su puesto, con **Don Hermes** se refleja la realidad imperante en el mercado laboral: en la sociedad que vivimos, cruzar la barrera de los 40 se ha convertido en un grave problema para muchas personas que pierden su empleo y deben buscar otro. Los directivos, ejecutivos y mandos intermedios de más de 45 años que pierden su trabajo por diversas razones, así como los empresarios o comerciantes que fracasan en su negocio, se encuentran inmersos inesperadamente en una carrera contrarreloj, cuya meta es entrar de nuevo en el mercado laboral¹⁰⁹.

¹⁰⁹ "Si los jóvenes enfrentan serias dificultades para conseguir un puesto, las probabilidades de que una persona mayor de 60 años lo halle son mucho menores. Basta abrir una sección de bolsa de trabajo en cualquier periódico para comprobar que la mayor parte de las firmas ponen como requisito ser menor de 40 años. En Estados Unidos tal práctica es ilegal. En México, al contrario, el requisito está dentro de la legalidad - según el abogado laboral Luis Manuel Guaida. Si bien para evitar esa práctica se trabaja en una nueva iniciativa de ley, ésta no parece llegar al fondo del problema.

"El proyecto habla de que no se debe discriminar en razón de género, religión, raza y edad", afirma el profesionista. Admite que en la práctica será difícil aplicarlo porque se tendría que probar que la compañía no empleó a determinada persona por su edad: "Es un asunto delicado debido a que puede coartar la libertad de seleccionar al personal que cada quien necesita."

Pedro Borda, director general del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM), comenta: "Antes nos jubilábamos a los 60 años y moríamos a los 60 y tantos. Realmente era un trance muy pequeño. Si ahora los abuelos pueden vivir más de 70 u 80 años, la gente más joven llegará a los 90 ó 100 años. Este fenómeno tiene que ser encarado e incluido en los programas de educación. Actualmente es común que a una persona mayor de 40 años se le califique de ruca, conducta que es tolerada dentro de las organizaciones".

"Lo alarmante es que la actividad corporativa se ha concentrado en la creación de empleos para los cuales se necesita ser versado en tecnología y saber más de un idioma", afirma Carlos Paredes, director general de la Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos (Amedirh). En tal sentido, uno de los impactos más brutales que ha tenido el desarrollo tecnológico radica en la polarización entre quienes pueden aprovechar las nuevas tecnologías y quienes no".

Ruiz Bonilla, Gabriela, "A la vejez... ¿trabajo?"

Para este tipo de desempleados, la exploración de nuevas oportunidades supone volver a la presentación de curriculums, entrevistas de selección, largas esperas y un trato que a veces puede resultar incluso hasta humillante. Una búsqueda que, la mayoría de las veces, resulta un fracaso, y que va haciendo mella en el individuo hasta hacerlo llegar a un estado depresivo, más agudizado cuando no hay dinero y se encuentra en una edad avanzada.

Por otra parte, Don Hermes Pinzón es la representación viviente y gozosa del latinoamericano desconfiado, aprehensivo, temeroso a fuerza de vivencias negativas, que en tiempos de crisis como buen progenitor estricto, se aferra a los valores tradicionales, somete a su esposa y sobreprotege a su hija.¹¹⁰

Agrada porque es una especie de caballero cristiano que se pronuncia por las buenas costumbres, el deber ser del retorno a la familia y a las ceremonias que implican la unión del clan tales como: sentarse juntos a la mesa, petición de mano, presentación del novio y entrega formal de la novia en el enlace religioso.

¹¹⁰ La sobreprotección es un estado en el cual los padres se encuentran llenos de ansiedad y miedo por la seguridad de sus hijos, pueden impedir cualquier actividad en que exista un elemento de peligro.

Quando se impide a un niño determinadas oportunidades de acción o experiencias, no se están suprimiendo riesgos o peligros, en el fondo sus padres están luchando contra su propia ansiedad, provocada por la contemplación de la posibilidad de que el peligro supuesto o imaginado se convierta en una realidad. Los mecanismos de sobreprotección suelen generar personalidades débiles, con poca capacidad para tomar decisiones. La sobreprotección impide el desarrollo de la persona y la adquisición de habilidades para la toma de decisiones, en tanto que las opiniones de los demás son siempre en forma de soluciones, no tienen la posibilidad de equivocarse por experimentación y por lo tanto tienen incapacidad para afrontar situaciones nuevas.

Conclusiones

El público mexicano está ávido de ver telenovelas porque se han convertido en parte fundamental de su vida diaria, de sus formas de construir el símbolo y de sus maneras de crear comunidades de sentido; además, es posible realizar otras actividades al tiempo que se sufre a pausas: hacer la faena doméstica, comer, hacer la tarea, hablar por teléfono, estar con la pareja, consentir a los niños, dormir, soñar, llorar, aburrirse.

En el comienzo, la televisión era un gran aparato en blanco y negro que llegó a los hogares para convertirse en el centro de todas las miradas, a él se le hacía reverencia, se le tenía horario, se le usaba según reglas; se instaló en lo más público de casa, la sala; se convirtió en símbolo de prestigio y llegó a ser el nuevo fuego alrededor del cual reunirse... pasó el tiempo y ese aparatito tomó todas las formas, colores y estilos y poco a poco se fue metiendo a lo más privado del hogar, abandonó los lugares públicos de la casa y se convirtió en un electrodoméstico personal muy privado, muy íntimo. Particularmente en el caso de las telenovelas, desde 1958 con **Senda Prohibida**, el aparato dejó de ser admirado para transformarse en objeto alabado, en el nuevo altar donde se revelan las verdades modernas, se documentan las nuevas maneras de ser dioses y las inimaginadas formas que ha tomado la fe en nuestros tiempos. Cada noche los mexicanos cumplen la cita, le rinden culto, le adoran y le celebran. Desde entonces, la pantalla ya no está llena de imágenes y sonidos, sino de formas culturales, deseos colectivos, necesidades sociales, expectativas educativas, rituales de la identidad.

Para los fines de esta investigación se considera que las mujeres mexicanas entre veinte y treinta años que viven en el municipio de Naucalpan de Juárez son seres pensantes, capaces de hacer una introspección y aportar datos relevantes. Ellas reflexionan antes de usar la telenovela y si la eligen es porque les otorga gratificaciones múltiples. El discurso de la telenovela colombiana **Yo soy Betty, la fea** es romántico, gozoso, tierno, divertido, cotidiano y el final es previsible. Los mexicanos ya están acostumbrados al sufrimiento de las heroínas. Podrían catalogarse como expertos conocedores del género. Porque la telenovela acompaña la rutina, provee los tópicos para la conversación, promueve pautas de

comportamiento, criterios y aprendizajes básicos. La telenovela genera las experiencias, saberes, sueños que conforman los referentes más comunes que se tienen como nación y sociedad; por lo tanto, se constituye en espejo social que refleja la cultura que la produce, las identidades frágiles que habitan la conciencia neozteca, las estéticas de lo popular masivo y de los consensos efímeros con que se dota el sentido para la vida cotidiana. Los televidentes asisten cada día a un viaje seguro, porque transitar la pantalla es cerciorarse de no perderse. Cada uno encuentra espejos cercanos sobre lo que significa la vida ; cada uno busca sus maneras de evadirse de una realidad cada vez más amenazadora.

Después de haber aplicado el enfoque de Usos y Gratificaciones es lógico llegar a la conclusión que la existencia de las telenovelas se debe a las exigencias de la audiencia, la cual esta ávida de satisfacer sus necesidades voyeuristas; necesidades originadas, quizá, por la gran importancia que ha obtenido la invasión a la privacidad en una era en la que esta última es prácticamente un lujo.

No deja de sorprender que las mujeres entrevistadas hayan respondido que buscan fundamentalmente la interrelación social y la identificación con los personajes al momento de ver **Yo soy Betty, la fea**, y más de la mitad de las respuestas arrojaron que la audiencia estudiada se inclinó por el personaje de **Betty**, ya que Omar Rincón señala que todas las latinas se consideran muy bellas. "La fealdad no existe para la mujer latina. Por esta razón era irreverente y sugestivo que se quisiera contar la historia de una fea. Y era muy arriesgado apostarle a una telenovela con una fea en cuanto este formato sólo resiste a bellas puras, arpias desalmadas y hombres que manejan muy bien. Pero llegó **Betty** y encantó porque propuso esa capacidad humorística del latino de reirse hasta de su fealdad, de burlarse de sí mismo, de sacarle chispas de ironía al destino. Llegó fea pero divertida, fea que aspira y desea y quiere.

Con el personaje de **Betty** se revisó el concepto de belleza como medio de inclusión social y se propuso que la belleza puede ser más destructiva que la fealdad, ya que la mujer hermosa es utilizada y exhibida como un trofeo, en tanto que una fea triunfa por su inteligencia. Sin duda, esta última idea está en la base del texto telenovelesco y la "Peliteñida" es la máxima representación de la mujer-objeto y la encarnación del consumismo, disvalores en el texto. Aunque en la conclusión de la figura central se demuestra que el éxito funciona a partir de la belleza, las palancas, el amiguismo y la corrupción.

Betty permitió que las feas se identificaran con ella, y las no tan feas se compadecieran de su bettyaventuras ejecutivas- amorosas, en el característico contexto social mexicano, que subestima la capacidad femenina; donde el rol femenino en las telenovelas se limita a ser objetos de deseo sexual, consejeras o confidentes¹¹¹.

Y en lo que respecta al personaje masculino la balanza se inclinó a favor de **Armando Mendoza**, el griton jefe y amante de **Betty**, lo que demuestra que en las telenovelas tanto nos han inculcado la eficacia de las relaciones destructivas, que las damas olvidaron todo el calvario de Betty por sostener un affaire con él, no recordaron las burlas que le hacía antes de compartir su lecho y lo redimieron.

Se debe recalcar que en América Latina con amor todo se puede: mejorar el nivel socioeconómico, embellecer, transformar a un misógino en un fiel corderito, convertir al trabajo en un sitio donde la única prioridad es el chisme y crear una bella fantasía para un público que no tiene una situación económica pujante, pero al que le sobra mucho pero mucho corazón...

¹¹¹ Y lo que es peor, que en la vida real figuras de la talla del propio Secretario del Trabajo, Carlos Abascal precisan públicamente sobre las funciones del género, a manera de catecismo del Padre Ripalda (basado en el pensamiento de Su Santidad Juan Pablo II) que la mujer : "Ha de reconocer , amar y entregarse de lleno a la profesión de madre y de corazón del hogar, cada alma que se les confía vale más, ella sola, que todo el universo creado. Ha de reconocer la superioridad de tal misión sobre cualquier otra, por lo que siempre que cualquier actividad obstaculice su función de madre, ha de esforzarse al máximo por compatibilizar las actividades y, en todo caso, ha de preferir la misión de ser el corazón de una familia sólida".



Referencias

Bibliográficas:

AGUILAR e Silva, Víctor Manuel de, Teoría de la literatura, Madrid, 1975, Biblioteca Románica Hispánica, 550 p.

BRAVO Heredia, Aurora Maritza, Imaginario y telenovela en America Latina : caso comparativo entre Mexico y Perú, Tesis, Maestría, FCP y S, 1996

CANTOR, Muriel, The soap opera, Third printing, California, 1986, 167 p.

CARUSO, Igor, La separación de los amantes, México, D.F., 1970, Siglo XXI editores, 313 p.

CASSETTI, Francesco, Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación, Barcelona, 1999, Ediciones Paidós, 384 p.

CASTILLA Herrera, Laura Catalina, Televisión ¿Conocimiento o interpretación? Perspectiva teórica sobre su papel actual en la sociedad mexicana, Tesis, ENEP Acatlán, 2001

CAZENEUVE, Jean El hombre telespectador : Homo telespectator, Barcelona, 1977 Gustavo Gili, 151 p.

COVARRUBIAS, Karla et al, ¡Córrele que ya empezó...! : lo que hace la familia Velázquez cuando se involucra con las telenovelas, Archivo municipal de Colima, Colima, 1992, 40 p.

COVARRUBIAS, Karla et al., Cuéntame en qué se quedó, México, D.F., 1994, Editorial Trillas-Felafacs, 248 p.

CORTES, José Ángel, La estrategia de la seducción: La programación en la neotelevisión, Ediciones Universidad de Navarra, Navarra 1999,



CUEVA, Álvaro, Lágrimas de cocodrilo. historia mínima de las telenovelas en México, 1ª. ed., Tres Lunas. México, D.F., 1999, 293 p.

CUEVA, Álvaro, Sangre de mi sangre. Verdades y mentiras de las telenovelas en América Latina, 1ª. ed., México, Plaza y Janés, 2001, 145 p.

DI MAGGIO, Madeline, Escribir para televisión: Como elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas publicas y privadas, Barcelona, 1992, Paidós., 344 p.

FERNÁNDEZ, Claudia y Paxman Andrew, El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa, 1ª. ed., México, D.F., 2000, Grijalbo, 542 p.

FERNÁNDEZ Collado, Carlos, Baptista Pilar y Elkes Déborah, La televisión y el niño, 1ª. ed., México, D.F. 1991, Editorial Colofón, 144 p.

FLORES Castillo, Virginia Iveth, Telenovela El vuelo del águila : una confrontación con la historia, Tesis, FCP y S, 1997

FLORES González, Olivia, La telenovela Mirada de Mujer como fenómeno social, Tesis, ENEP Aragón, 1999

FROMM, Erich, El arte de amar, México, D.F., 1996, Paidós, 128 p.

GALINDO Berrueta, Ma. Del Carmen, La telenovela de refuerzo de valores sociales, Tesis, Universidad Iberoamericana, 1985

GONZÁLEZ Requena, Jesús, El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad, Ediciones Cátedra, Madrid, 1988, 167 p.

GONZALEZ Rivero, Aminta Isabel, Aproximación al tratamiento literario de una telenovela en una televisora mexicana, Tesis, Universidad Iberoamericana, 1991

GUDINNI, Alfredo, El castillo de las estrellas, 1a. ed., México, D.F., 1996, Editorial Grijalbo 476 p.

GUTIÉRREZ Cappello, Roxana, Telenovelas y cuentos de hadas, Tesis , FCPys, 1994

HARO Sandoval, Jesús, La telenovela mexicana: mundo de realidades y ficciones, Tesis, ENEP Aragón, 2000

HERNÁNDEZ Jiménez, Gabriela, Reportaje sobre el proceso de creación de una telenovela: desde la idea del quionista hasta su realización, Tesis, Universidad Iberoamericana,

HERRERA Seguin, Guillermo Juan, Manual para escribir telenovelas, Tesis, Universidad Iberoamericana, 1998

HAUSER, Arnold, Historia social de la literatura y del arte, 21ª. ed., Barcelona : Labor, 1992-1999

LE GALLO, Yolande, Nuevas máscaras,comedia antigua: las representaciones de las mujeres en la televisión mexicana ,México, D.F., 1988, Premiá Editora de libros, 370 p.

LIVINGSTONE, Sonia M. , Making sense of television, the Psychology of audience interpretation, 1st. edition, Pergamm Press, 217 p.

LOCHARD, Guy, Notre écran quotidien, une radiographie du televisuel, Paris, 1995, Dunod, 203 p.

LOPEZ Plumarejo, Tomás, Aproximación a la telenovela, Madrid, 1987, Ediciones Cátedra, 186 p.

LOZANO Rendón, José Carlos, Teoría e Investigación de la Comunicación de masas, 1a. ed., México, D.F., 1996, Pearson Educación, 233 p.

LUCAS Marín, Antonio, García Calero Carmen y Ruíz San Román José Antonio, Sociología de la comunicación, 1ª. Ed., Madrid, España, 1999, Editorial Trotta, 275 p.

MARTÍN Barbero, Jesús y Muñoz Sonia, Televisión y melodrama :géneros y lecturas de la telenovela en Colombia , Bogotá, Col. : Tercer Mundo, 1992, 299 p.

MARTÍN Barbero, Jesús, Procesos de comunicación y matrices de cultura, México, D.F., 1988,

MATTELART, Armand, Historia de la teoría de la comunicación, 1ª.ed., Barcelona, Paidós, Barcelona, 1997, 142 p.

MAZZIOTTI, Nora, La industria de la telenovela, 1a. ed., Argentina, 1996, Editorial Paidós, 177 p.

MCQUAIL, Dennis, Sociología de los medios masivos de comunicación, 1ª.ed., Paidós, Argentina, 165 p.

MONSIVÁIS, Carlos, Cinturón de castidad , Ensayo

MONSIVÁIS, Carlos, A ustedes les consta: antología de la crónica en México, México, D.F., 1992, Ediciones Era, p.p. .270-273

MORAGAS, Miguel de, Sociología de la comunicación de masas, 2a. ed., Barcelona, 1985, Gustavo Gili, 205 p.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

RODRÍGUEZ Peña, Erika, Las telenovelas : esclavitud del televidente, Tesis, ENEP Aragón, 1998

ROURA , Assumpta, Telenovelas, pasiones de mujer: el sexo del culebrón, Gedisa, Barcelona, 1993, 109 p.

RUBIO Loya, Flor María y Álvarez Macías Diana Lucía, Imágenes religiosas: usos, significados y gratificaciones en el México rural y urbano, Tesis, ENEP Acatlán, 1994,

SEITER, Ellen et als., Remote control: televisión, audiencias and cultural power, Routledge, USA, 1992, 262 p.

TERÁN, Luis, Lagrimas de exportación : una aproximación al fenómeno de la telenovela, Mexico, D.F., 2000, Editorial Clio, 91 p.

TERRONES Saavedra, Ana Elizabeth, La telenovela: entretenimiento o cultura, Tesis, ENEP Aragón, 1997

TORRES Aguilera, Francisco Javier, Análisis histórico de la exposición a las telenovelas en México, Tesis, Universidad Iberoamericana, 1991

TREJO Sanchez, Jenny, La opinion publica que tienen las vecinas de la colonia Jardines de Morelos, ubicada en el municipio de Ecatepec, sobre la telenovela Tres mujeres que se transmite por el canal 2 de TELEVISIA en cuanto a temas y formas de vida, Tesis, ENEP Acatlán, 2000

TREJO Silva, Marcia Alicia, La telenovela mexicana : un acercamiento arquetipico, Tesis, Sociología, ENEP Aragón, 2000.

WOLF, Mauro, La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectiva, 1ª. ed., Paidós, México, D.F.1994,318 p.

ZALDIVAR Romero, Luis Gabriel, Muchachos fugaces: factores que propician el éxito de la telenovela juvenil, Tesis, ENEP Acatlán, 1995, 109 p.

ZIRES, Margarita, El ceremonial televisivo: un espacio de juego e ilusión, Taller de Investigación para la comunicación masiva UAM Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México, D.F., febrero de 1986, 63 p.

Hemerográficas:

BAPTISTA Fernández, Pilar, Fernández Collado Carlos y Gómez Arzapalo Ernesto, "Las funciones y las gratificaciones del contenido de las telenovelas ", Cuadernos de Comunicación, No. 71, Mayo de 1981, p.p. 6-15

CATO, Susana, "Entrevista a Gabriel García Márquez", Proceso, no. 501, 21 de diciembre de 1987, p.p. 48-50

CORRO, Salvador, "Azcárraga a pantalla: dice que como rico también llora y se erige paladín de los jodidos" Proceso, no. 850, 15 de febrero de 1993, p. 14

CUEVA ,Álvaro "El rincón de las lágrimas", Tvynovelas, No.26, 27 de junio de 2000

CUEVA ,Álvaro, " Emblema del sacrificio y superación", Somos Especial Silvia Derbez, año 12, no. 217, marzo de 2002 p.p.64-75

GARAY, Adriana, "Nada que perder", Reforma, Gente, 22 de febrero de 1997, 1E

LARA, Alhelí, "Contigo me muero y sin ti, también", Reforma, Hogar, 21 de mayo de 2002, p.p.3



MICHELENA, Margarita, "La tv, perversión pública, S.A.", Siempre, no.1915, 7 de marzo de 1990, p.p. 22-23

MONTAÑO, Conrado, "La telenovela que glorifica a las feas" , Contenido, no. 453, marzo de 2001, p.p. 110

RUIZ Bonilla, Gabriela, "A la vejez...¿trabajo?", Expansión, no. 851, p.p. 226-237

TOUSSAINT, Florence, " El Maleficio Canal 2 " , Proceso, no. 364, 24 de octubre de 1983, p.p. 56-57.

WILSON, Scott , "Will 'Betty' Betray Bogota? Stay Tuned Soap Star's Transformation Has Colombia Transfixed", The Washington Post February 26, 2001; Page A01

ZAMARRIPA, Roberto, "Colombia, país cautivo", Reforma, 6 de abril del 2002, p.p.17A.

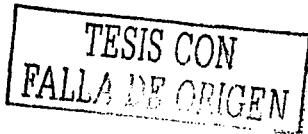
ZAMARRIPA, Roberto, "La ruleta colombiana", Reforma, Enfoque, 7 de abril de 2002, p.p. 12.

ZAVALA, Enrique, " Sexo, belleza y lágrimas " , El nuevo inversionista, No. 169, octubre 2001, año 15, p.p.55

"¿Betty bilingüe? " , Reforma, Gente, 11 de agosto del 2001, p.p. 5E

"Dime quién es y te diré cuánto gana" , Reforma , 25 de junio de 2001, Gente, 1E

" La telenovela, esa cuarentona " , Suplemento especial La Jornada, 12 de diciembre de 1997



" Las telenovelas ya no son lo de antes " El Universal , Espectáculos, 10 de agosto de 2001, p.p. 10E

" Luchan por sobrevivir a la competencia"; Reforma, 10 de agosto del 2001, Gente, p.p. 21E

" No es fea... ¡es fenómeno mundial !", Tvynovelas , año XXIII, no. 20, pág. 22

" Que Betty ofende a los feos ", Reforma, Gente, 17 de mayo de 2001, p.p. 7E

"Un final que vale oro" , Reforma , Gente, 2 de mayo de 2001, p.p. 1E

TV Notas no. 249, 7 de agosto de 2001,

Tvnotas no. 226, 27 de febrero de 2001

Internet:

BIBLIOWICZ, Azriel, "Las telenovelas: ¿hijas bastardas de la literatura?" consultado en www.banrep.gov.co/blaavirtual/boleti4/bol50-51/50-indbo.pdf el 18 de enero de 2002 a las 15:30 hrs.

BORDA, Libertad y Longo Fernanda, "Audiencias de telenovela: entre el texto y la industria" , III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, consultado en <http://www.geocities.com/CollegePark/5025/mesa8g.htm> el 21 de julio de 2002 a las 16:00 hrs.

CARVAJAL MENA, Ligia, "La telenovela brasileña: una industria cultural", consultado en http://www.itcr.ac.cr/revistacomunicacion/1_2001final/la_telenovela.htm el 13 de junio de 2003 a las 16:00 hrs.

CATALÁN, José Luis, "Mentira y autoestima", consultado en <http://www.cop.es/colegiados/A00512/mentira.html> el 25 de noviembre de 2002 a las 11:00 hrs.

CONTRERAS Orozco, Javier, "Rumores: voces que serpentean", Revista Latina de Comunicación Social, abril, 2001 - año 4º, no. 40, consultado en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/108contreras.htm>, el 26 de noviembre de 2002 a las 17:10 hrs.

CORONADO, Santiago, "La historia como ficción", El Tiempo, 15 de noviembre de 1999 cit. en <http://www.losmauricios.com/invitados.htm>, consultado el 24 de mayo de 2001 a las 16:30 hrs.

CROVI Druetta, Delia María " El placer de Ver Televisión. Los Televidentes Opinan ", Convergencia no. 20, consultado en <http://convergencia.uaemex.mx/rev20/>, el 18 de mayo de 2002 a las 19:00 hrs.

DECENA, Doris, "Las nuevas propuestas televisivas no pueden crecer ignorando la realidad", consultado en <http://www.listin.com.do/antes/090501/vida/vida1.html>, el 4 de octubre de 2002

DÍAZ, Pablo, "Atractivo físico", consultado en <http://www.apsique.com/soci/attractivo.html>. El 26 de noviembre de 2002 a las 17:49 hrs.

DOPICO, Raúl, "La telenovela mexicana en el tercer milenio" consultado en <http://www.etcetera.com.mx/1998/274/dr0274.htm> el 17 de febrero de 2002 a las 11: 26 hrs.



GAITÁN, Carlos Fernando, "¿Quién viste a Betty, la fea?" consultado en <http://www.colarte.arts.co/recuentos/Modas/CabalRosita/recuento.htm?nomartista=Cabal,Rosita&idartista=7098> el 3 de abril de 2002 a las 11:13 hrs

GORODISCHER, Julián, "Las mujeres me piden que Betty sea linda" consultado en <http://www.pagina12.com.ar/2001/01-04/01-04-14/pag23.htm> el 10 de abril de 2002 a las 10:48 hrs.

GUADARRAMA, Luis Alfonso, "Géneros televisivos en México, un paseo por cuatro décadas" consultado en <http://convergencia.uaemex.mx/rev19/pdf/guadarrama.PDF> el 14 de febrero de 2002 a las 15:00 hrs.

HERNÁNDEZ , Sandra, "Que se mueran los feos" consultado en <http://www.pagina12.com.ar/2001/suple/radar/01-06/01-06-17/pagina3.htm> el 9 de abril de 2002 a las 15:30 hrs.

MARTÍN-Barbero, Jesús, "Televisión, entre lo local y lo global", Textos de las I Jornadas sobre Televisión, Diciembre de 1999, consultado en <http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/Barbero1.htm> el 31 de mayo de 2001 a las 12:00 hrs.

MARTÍNEZ, Irene, "Telenovela y telenoveleros", Revista Mexicana de Comunicación, consultado en <http://www.fundacionbuendia.org.mx/Tables/RMC/rmc67/telenovelas.html> el 6 de septiembre de 2002 a las 13:36 hrs.

MARTÍNEZ Mendoza, Rolando, "Ciertas figuraciones en la telenovela" consultado en <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/Congreso1999/16qt/Rolando%20Mendonza.rtf>. El 20 de abril de 2001 a las 16:30 hrs.

MIRANDA, Paula, "Lo popular desde los usos sociales: Yo soy Betty, la fea", Revista de la Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile , No. 17, verano 2001



consultado en <http://www.uchile.cl/facultades/filosofia/publicaciones/cyber/cyber17/tx1.html> el 24 de mayo de 2001 a las 16:50 hrs.-

NÁGY, Attila "Los húngaros sueñan con las telenovelas latinoamericanas", Reportaje consultado en http://www.rnw.nl/sp/toolbar/radioenlace_20-.html el 30 de abril de 2002 a las 12:00 hrs.

NAVAS Talero Mauricio, "Televisión y salud mental" consultado en <http://www.losmauricios.com/menuopinion.htm> el 20 de mayo de 2002 a las 14:11 hrs.

NAVIA , Patricio, "Betty, la fea y la globalización, ni las telenovelas se salvan" consultado en <http://www.lavox.com/politica/051101163251.phtml> el 9 de abril de 2002 a las 20:00 hrs.

NAZOA, Anibal, "La telenovela" consultado en <http://www.analitica.com/bitliboteca/annazoa/telenovela.asp> el 18 de septiembre de 2001 a las 12: 24 hrs.

OTERO, E., "Diálogo con Elihu Katz" , Talón de Aquiles, No. 8 Invierno de 2000 consultado en http://www.uniacc.cl/talon/pdfs/Elihu_Katz.pdf el 30 de mayo de 2002 a las 14:00 hrs.

PARRA Aranava, Ana María, "Betty: la musa más fea" consultado en www.nacion.com/viva/2001/mayo/31/espec3.html el 9 de abril de 2002 a las 15:53 hrs.

RINCÓN, Omar "Elias son el centro de la pantalla y la pantalla es el mundo" Razón y Palabra, Número 16, Noviembre 1999- Enero 2000 consultado en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n16/pantalla16.html> el 11 de julio de 2002 a las 14:00 hrs.

SÁEZ , Flora, "Vida de feos", consultado en <http://www.el-mundo.es/magazine/2001/114/1007133281.html> el lunes 8 de abril de 2002 a las 13:40 hrs.

ULCHUR Collazos, Iván "Betty, la fea: la suerte de la inteligencia" , Chasqui No. 71, 2000 consultado en <http://www.comunica.org/chasqui/index.html> el 30 de agosto de 2001 a las 17:20 hrs.

VENANT , María Elena, "Las relaciones laborales en Betty" consultado en http://enrodaje.tripod.com/4las_relaciones_laborales_en_betty.htm el 9 de abril de 2002 a las 12:38 hrs.

VENANT, María Elena , "Tragedias urbanas :la calle como protagonista de telenovelas" consultado en www.univision.com el 27 de noviembre de 2001 a las 18:00 hrs.

VENANT, María Elena, "Zenit de la tragedia callejera" consultado en www.univision.com el 27 de noviembre de 2001 a las 18:00 hrs.

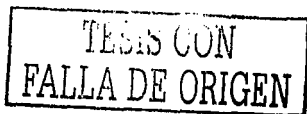
VILLARRUEL, Cristina, "De cómo las telenovelas transmiten los femenino: un estudio etnográfico de la novela Cañaveral de pasiones" consultado en <http://www.jalisco.gob.mx/srias/educacion/consulta/educar/07/7cristi.html> el 18 de julio de 2002 a las 11:49 hrs.

"Adictos al sexo y al amor anónimos" consultado en http://www.slaa.com.br/espanhol/preambulo_esp.htm el 18 de septiembre de 2002 a las 12:16 hrs.

"Asistente de dirección" consultado en http://jobsearch_occ.com.mx/getjob.asp?ss=&JobID=207007.htm el 13 de abril de 2002 a las 15:00 hrs.

"Betty a Feia" consultado en <http://www.redetv.com.br/bettyafeia/index.asp> el 31 de julio de 2002 a las 15:40 hrs.

" Betty embellece en tierra española " consultado en



<http://elpais-cali.terra.com.co/historico/ene232002/EVE/D523N1.html> el 28 de febrero de 2002 a las 11:00 hrs.

" Betty, la fea" consultado en www.terra.com.co/telenovelas/chismes/ el 1 de abril a las 01:44 hrs.

" Betty, la fea" consultado en http://www.rnw.nl/sp/toolbar/radioenlace_160600.html el 21 de mayo de 2001 a las 15.00 hrs.

" Betty, la fea comienza a dejar huella " consultado en www.terra.com.mx/entretenimiento/articulo/068043/ el 8 de abril de 2002 a las 12:00 hrs.

"Betty la fea enloquece a la teleaudiencia en China", El Tiempo, 26 de septiembre de 2002 Consultado en www.eltiempo.com, el 10 de diciembre de 2002 a las 12:30 hrs.

"Carga erótica en la televisión abierta" consultado en www.elinformador/ultimasnoticias/culturayespectaculos.htm el 30 de julio de 2001 a las 18:00 hrs.

"Con Betty me ha tocado la lotería", ¡Hola! consultado en <http://www.hola.com/2002/04/10/ho3010s4bm/> el 24 de mayo de 2002 a las 18:00 hrs.

"Ecomoda: solo la salva el libretista" consultado en www.dinero.com/larevista/104/NEGOCIOS.asp el 16 de agosto de 2001 a las 10:30 hrs

" Eco Moda sigue en manos de Betty II ", consultado en <http://www.lanota.com.co/confidencias.php> el 3 de abril de 2002 a las 10:00 hrs.

" El fenómeno: la sorpresa de Pedro" consultado en <http://www.terra.com/ocio/television/especiales/escamoso/fenomeno.html> el 15 de abril de 2002 a las 14:37 hrs.

" El spin-off de Betty, la fea, ni sombra del original" consultado en enrodaje.tripod.com/4els_pinoff_de_betty.htm el 18 de marzo de 2002 a las 17:00 hrs.

" Fenómeno Betty: ¿Quieres jugar con Betty?" consultado en <http://www.antena3tv.com/betty/web/index.htm> el 3 de marzo de 2002 a las 11:20 hrs.

" Globo compra una exitosa telenovela para no emitirla" consultado en <http://www.el-mundo.es/2000/12/04/television/4N0170.html> el 16 de agosto de 2001 a las 10:30 hrs.

" Gurú de los teledramas , El Universal , 9 de enero de 1998,consultado en eluniversal.com el 27 de abril de 2002 a las 11:00 hrs.

" Historia del canal RCN: Nosotros hacemos los programas, la gente hace los éxitos" consultado en <http://www.rcntv.com/historia/Historia.htm> el 19 de octubre de 2001 a las 17:00 hrs.

" La belleza no lo es todo" consultado en <http://www.bbc.co.uk/spanish/news000921betty.shtml> el 31 de mayo de 2001 a las 12:49 hrs.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

" La Bettymania: el orgullo de Colombia" consultado en <http://www.terra.com/especiales/bettylafea/bettymania2.html> el 3 de julio de 2001 a las 13:20 hrs.

" La fea verdad acerca de la paga " consultado en <http://www.exp.ie/advice/lookism.html> el 17 de junio de 2002 a las 18:10 hrs.

" La suerte de la fea..." consultado en <http://www.revistapoder.com/NR/exeres/128F2B00-BC5D-43A6-95ED-1A923570646E.htm> el 2 de febrero de 2002 a las 13:30 hrs.

" NBC de Estados Unidos compra derechos de Betty, la fea" consultado en www.commsearch.com/noticiasrgr.htm el 12 de marzo de 2002 a las 18:30 hrs.

"Síntomas de la neurosis" consultado en <http://www.neuroticosanonimosbv.org.mx/h.htm> el 17 de septiembre de 2002 a las 16:40 hrs.

"Yo soy Betty, la fea " consultado en <http://www.ntv7.com.my/update.htm> el 19 de junio de 2002 a las 12:20 hrs

www.artlex.com/ArtLex/Li.html

www.betty-lafea.com

www.bettylafea.net

www.inegi.gob.mx

www.lapaqinade.com/bettylafea/

www.network54.com/Hide/Forum/86323

www.reynaonline.com/bettylafea/wallpaper.htm

www.tvchismes.com/web/betty.htm

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Apéndice

Cuestionario que se aplicó a las mujeres

ENCUESTA

Edad: _____

Escolaridad: _____

Estado Civil: _____

Colonia: _____

Por favor responde a las siguientes preguntas:

1.- ¿Ves telenovelas?

Si _____ No _____

2.- ¿Cuánto tiempo ves telenovelas?

_____ Menos de 1 hora
_____ 1 ó 2 horas
_____ 3 ó 4 horas
_____ 5 ó más horas

3.- Mientras veo las telenovelas:

_____ como
_____ atiendo a la familia
_____ hago el quehacer
_____ hago la tarea
_____ Me siento y la observo atentamente

4.- ¿Con quién ves las telenovelas?

_____ sola
_____ con mi pareja
_____ con mi familia
_____ con mis amigos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A continuación se te formulan algunas preguntas sobre la telenovela Yo soy Betty, la fea. Marca con una x tu respuesta.

5.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque me río mucho.

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

6.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque me entusiasmo mucho

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

7.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque me entretiene mucho

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

8.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea para pasar el tiempo

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

9.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque se me olvidan los problemas que tengo

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

10.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque no me siento sola

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

11.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque puedo platicar con mis amigas de lo que pasó en el capítulo anterior

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

12.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque mis amigas y familiares podemos contar nuestras propias experiencias a partir de lo que pasa en la historia

_____ siempre
_____ a veces
_____ casi nunca

13.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea para ver los mismos programas que mis amigas y familiares

- _____ siempre
- _____ a veces
- _____ casi nunca

14.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque encuentro que algunos personajes se parecen a personas que conozco

- _____ siempre
- _____ a veces
- _____ casi nunca

15.- Menciona con cuál de los siguientes personajes femeninos te identificas más

- _____ Betty
- _____ Marcela
- _____ Patricia
- _____ Bertha
- _____ Aura María
- _____ Mariana
- _____ Sandra
- _____ Inés
- _____ Jenny
- _____ Sofía
- _____ Catalina
- _____ Doña Margarita
- _____ Doña Julia

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

16.- ¿Por qué? _____

17.- Si tuvieras que elegir un personaje masculino escogerías a:

- _____ Armando
- _____ Daniel Valencia
- _____ Mario Calderón
- _____ Hugo Lombardi
- _____ Freddy
- _____ Michel
- _____ Nicolás
- _____ Don Hermes

18.- ¿Por qué? _____

19.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque he tenido experiencias similares a las que allí se presentan

- _____ siempre
- _____ a veces
- _____ casi nunca

20.- Veo la telenovela Yo soy Betty, la fea porque me gustaría ser como algunos de los personajes que allí se presentan

- _____ siempre
- _____ a veces
- _____ casi nunca

Muchas gracias por tu participación

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN